

## PEMBERDAYAAN UMKM MELALUI PELATIHAN COST SAVING DENGAN PEMANFAATAN TABUNGAN DI DESA SITUGADUNG PADA MASA PANDEMI COVID-19

Maulana<sup>1</sup>, Ahmad Syarifudin Sukasih<sup>2</sup>, Andika Heri Purniawan<sup>3</sup>, Melinus Gulo<sup>4</sup>,  
Akbar Nurmansyah Pradana<sup>5</sup>

<sup>1-5</sup>Universitas Pamulang,

Email : andika.heril@gmail.com

### ABSTRAK

Tujuan umum dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberikan dalam pelatihan saving cost pada manfaat tabungan ditengah pandemic covid-19. Metode yang digunakan adalah metode survey dan penyampaian materi secara langsung serta simulasi dan diskusi mengenai manajemen, pengelolaan keuangan, pemasaran produk dan penerapan MSDM dalam pelatihan *saving cost* pada manfaat tabungan ditengah pandemic covid-19. Kesimpulan dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah bahwa akan dilakukan dalam pelatihan *saving cost* pada manfaat tabungan ditengah pandemic covid-19 di Desa Situgadung.

**Kata Kunci** : Menejemen; *cost saving*; Pemanfaatan Tabungan; Kesejahteraan UMKM.

### ABSTRACK

*The general purpose of this community service activity is to provide saving cost training on savings benefits in the midst of the covid-19 pandemic. The method used is the method of surveying and delivering materials directly as well as simulations and discussions on management, financial management, product marketing and msdm implementation in saving cost training on savings benefits in the midst of the covid-19 pandemic. The conclusion of this community service is that it will be carried out in saving cost training on savings benefits in the midst of the covid-19 pandemic in Situgadung Village.*

**Keywords:** *Management; Cost saving; Utilization of savings of UMKM*

## A. PENDAHULUAN

Tidak dapat dipungkiri bahwa wabah Covid-19 sangat mempengaruhi manajemen keuangan banyak orang. Dengan adanya gaya hidup yang baru dan rutinitas bekerja yang berbeda, kondisi saat ini memaksa semua orang untuk mencari tips manajemen keuangan untuk dapat tetap bertahan di tengah pandemic. Berdasarkan hasil survei, sebanyak 96% pelaku UMKM mengaku sudah mengalami dampak negatif COVID-19 terhadap proses bisnisnya. Sebanyak 75% di antaranya mengalami dampak penurunan penjualan yang signifikan. Tak hanya itu, 51% pelaku UMKM meyakini kemungkinan besar bisnis yang dijalankan hanya akan bertahan 1 bulan hingga 3 bulan ke depan. Meskipun begitu, setiap pelaku bisnis UMKM masih memiliki potensi untuk bisa membesarkan usahanya selama masa pandemi ini. Hanya saja, kesuksesan itu tak bisa didapatkan secara instan, harus disertai dengan kerja keras dan strategi yang jitu.

UMKM telah menjadi penopang laju pertumbuhan ekonomi, penggerak sektor riil dan penyerap tenaga kerja yang cukup signifikan melalui pengembangan kewirausahaan. UMKM juga terbukti paling tangguh dalam menghadapi krisis moneter tahun 1997-1998. Sebagian besar UMKM mampu bertahan dalam krisis ekonomi antara lain karena penggunaan bahan baku, tenaga kerja dan orientasi pasar yang bersifat lokal. Pelaku UMKM pun semakin bertambah jumlahnya pasca krisis. Beberapa faktor yang dianggap menjadi penyebab terjadinya peningkatan jumlah pelaku UMKM tersebut antara lain :

1. Pada umumnya produk UMKM merupakan barang konsumsi dengan elastisitas permintaan terhadap pendapatan yang rendah sehingga perubahan tingkat pendapatan akibat krisis ekonomi tidak banyak berpengaruh terhadap konsumsi barang yang dihasilkan.
2. Sebagian besar UMKM tidak menggunakan kredit modal dari bank sehingga pada saat krisis ekonomi mereka terhindar dari beban bunga tinggi akibat peningkatan suku bunga kredit.
3. Bisa dikatakan hampir tidak ada hambatan untuk keluar masuk dalam industri yang digeluti oleh UMKM sehingga semua orang bisa menjadi pelaku UMKM.
4. Banyaknya tenaga pengangguran akibat pemutusan hubungan kerja dari sektor formal yang kemudian memulai usaha baru atau bergabung di sektor UMKM.

Meskipun jumlah pelaku UMKM cukup banyak dan memberikan kontribusi yang besar bagi perekonomian nasional, namun sebagian besar UMKM mengalami kesulitan dalam mengembangkan usahanya. Secara umum, persoalan yang dihadapi oleh UMKM meliputi akses permodalan, pemasaran, manajemen usaha dan keuangan, aspek legal dan perpajakan. Banyak pelaku UMKM yang mengelola usahanya tanpa memiliki dasar pengetahuan maupun ketrampilan mengenai manajemen usaha dan manajemen keuangan yang baik. Tidak jarang usaha hanya dijalankan dengan mengandalkan insting dan pengalaman saja.

Aspek-aspek manajemen usaha yang meliputi perencanaan usaha, pengorganisasian, implementasi, dan pengendalian usaha menjadi sesuatu yang jarang diperhatikan; padahal hal tersebut sangat penting dalam membangun dan mengembangkan usaha. Demikian pula dengan pengelolaan keuangan usaha; banyak UMKM yang tidak melakukan pembukuan formal terhadap usahanya. Perhitungan laba sering dilakukan dengan sederhana tanpa melakukan analisis biaya secara memadai. Misalnya usaha yang menggunakan bahan baku / bahan mentah yang diambil dari lahan sendiri dan melibatkan anggota keluarga sendiri, biasanya tidak memasukkan komponen tersebut sebagai biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja dalam penghitungan formal biaya.

Desa Situgadung, Kecamatan Pagedangan, Kabupaten Tangerang, Banten, penduduknya yang memiliki berbagai tingkat sosial dan ekonomi hal tersebut menunjukkan adanya potensi

kewirausahaan dan pengembangan UMKM yang cukup besar. Meskipun demikian, UMKM yang ada belum berkembang secara optimal karena masih kurangnya pengetahuan mengenai manajemen usaha dan manajemen keuangan usaha. Program kepada masyarakat (PKM) ini memberikan layanan bimbingan dan pelatihan saving cost pada pemanfaatan tabungan di tengah pandemic covid-19. Bimbingan dan pelatihan diberikan melalui bimbingan kelompok dengan metode story telling motivasi supaya dapat diterapkan dalam kehidupan bermasyarakat.

Nilai-nilai karakter yang akan disampaikan yaitu bersyukur dan berterima kasih, saling memuji, empati, mengatasi konflik, jujur, disiplin, bertanggung jawab, dan tabungan serta membuat perencanaan keuangan atau tabungan untuk masa depan. Pelatihan yang diberikan menyesuaikan objek sasaran yaitu para pelaku UMKM yang berada pada Desa Situgadung. Layanan bimbingan dan pelatihan diberikan dengan suasana dan kondisi yang ceria disesuaikan dengan objek sasaran para pelaku UMKM. Kegiatan yang akan berlangsung tidak hanya diikuti oleh mahasiswa dan para pelaku UMKM melainkan pihak aparat desa juga turut terlibat dan berkontribusi dalam memonitor setiap kegiatan para pelaku UMKM. Sebagai bentuk pengawasan kegiatan, para pelaku UMKM memaparkan dan menjelaskan kembali perihal yang telah dipahami dari materi yang telah disampaikan dan melakukan story telling pelatihan saving cost, meraaih impian melalui tabungan.

## **B. METODE PELAKSANAAN**

Metode yang digunakan dalam kegiatan PKM ini antara lain adalah : pelatihan, diskusi dan simulasi kepada para UKM dan masyarakat sekitar desa Situgadung, Kecamatan Pagedangan, Kabupaten Tangerang, Banten, yang berhubungan dengan pemasaran dan penjualan, selanjutnya duberikan dibimbing dan arahan dalam simulasi praktek nyata. Melalui beberapa tahapan sebagai berikut :

### **1. Tahap Persiapan**

Tahap persiapan yang dilakukan meliputi :

- a. Survei awal, pada tahap ini dilakukan survei ke tempat lokasi di Desa Situgadung, Kecamatan Pagedangan, Kabupaten Tangerang, Banten.
- b. Pemantapan dan penentuan lokasi dan sasaran. Setelah survei maka ditentukan lokasi pelaksanaan dan sasaran peserta kegiatan PKM.
- c. Menyusun materi, bahan, pelatihan antara lain : berupa slide presentasi dan makalah untuk kegiatan pelatihan untuk pemasaran dan penjualan.

### **2. Tahap Pelatihan**

Pelaksanaan pelatihan selanjutnya akan diberikan penjelasan tentang ilmu manajemen untuk pemasaran dan penjualan, sesi ini menitikberatkan pada pemberian penjelasan mengenai bagaimana strategi pemasaran dan penjualan, penggunaan teknologi berupa hp dan komputer sebagai sarana untuk lebih memperlancar prosesnya.

### **3. Tahap Pelaksanaan**

Dalam pelaksanaan Kegiatan ini digunakan beberapa metode pelatihan, yaitu :

- a. Metode Ceramah  
Melalui cara ceramah untuk menyampaikan penjelasan tentang ilmu manajemen tentang strategi pemasaran, penjualan dan pemanfaatan teknologi seperti handphone atau komputer untuk mempermudah prosesnya.
- b. Metode Tanya Jawab

Melalui cara tanya jawab memberikan kesempatan kepada peserta pelatihan untuk mendapatkan penjelasan dan ilmu juga pengalaman dari para pembicara.

c. Metode Simulasi

Simulasi diberikan kepada peserta agar peserta memiliki kesempatan untuk mempraktekkan apa yang telah mereka pelajari tentang strategi pemasaran, penjualan dan penggunaan teknologi.

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang diselenggarakan di kantor Desa Situgadung, Kecamatan Pagedangan, Kabupaten Tangerang, Banten berjalan dengan baik dan lancar yang. Diselenggarakan oleh Rekan Mahasiswa Megister semester 1 Universitas Pamulang tahun akademik 2021-2022. Universitas Pamulang (UNPAM) merupakan kampus yang berdiri di bawah naungan Yayasan Sasmita Jaya yang beralamat di Jl. Surya Kencana No. 1 Pamulang. Pertama kali kami melakukan survey lokasi yang akan dijadikan tempat untuk pengabdian kepada masyarakat. Kemudian dilanjutkan dengan pengajuan proposal pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Pelatihan Saving Cost Pada Manfaat Tabungan ditengah Pandemic Covid 19 di Desa Situgadung, Pagedangan, Tangerang, Banten”. Setelah proposal disetujui, kami melakukan persiapan materi dan bahan- bahan yang akan digunakan dalam kegiatan PKM ini. Persiapan ini dilakukan agar peserta dapat dengan mudah memahami materi dan arahan yang kami berikan.



**Gambar 1 : Team Mahasiswa Magister Universitas Pamulang**

## **D. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **1. Kesimpulan**

Tidak dapat dipungkiri bahwa wabah Covid-19 sangat mempengaruhi manajemen keuangan banyak orang. Dengan adanya gaya hidup yang baru dan rutinitas bekerja yang berbeda, kondisi saat ini memaksa semua orang untuk mencari tips manajemen keuangan untuk dapat tetap bertahan di tengah pandemic. Berdasarkan hasil survei, sebanyak 96% pelaku UMKM mengaku sudah mengalami dampak negatif COVID-19 terhadap proses bisnisnya. Sebanyak 75% di antaranya mengalami dampak penurunan penjualan yang signifikan. Tak hanya itu, 51% pelaku UMKM meyakini kemungkinan besar bisnis yang dijalankan hanya akan bertahan 1 bulan hingga 3 bulan ke depan. Meskipun begitu, setiap pelaku bisnis UMKM masih memiliki potensi untuk bisa membesarkan usahanya selama masa pandemi ini. Hanya saja, kesuksesan itu tak bisa didapatkan secara instan, harus disertai dengan kerja keras dan strategi yang jitu.

### **2. Saran**

- a. Diharapkan dari pemerintah pusat bisa membuat program khusus bagi para Pelaku UKM di tiap daerah untuk diberikan pelatihan dalam mengembangkan produk UKM tiap pelaku UKM.
- b. Untuk Pemerintahan daerah khususnya bagi para kepala desa, bisa bekerjasama dengan pihak universitas atau lembaga yang bisa memberikan bimbingan bagi para pelaku UKM khususnya bagaimana memanfaatkan teknologi, agar hasil laba yang di peroleh semakin besar.
- c. Buat program khusus para UKM yang lebih terorganisasi, agar para UKM mempunyai konsultasi setiap perkembangan hasil petaniannya dan bisa memberikan motivasi untuk lebih baik.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Alexander Sindoro (2004), "Strategi untuk pemasaran ", Batam: Karisma Publishing Group
- Alfiah, S., Andriani, J., Lesmana, R., Sunardi, N., & Furyanah, A. (2019). Manajemen Pengelolaan Desa Wisata Pada Desa Cimanggu, Kecamatan Cislak, Kabupaten Subang, Privinsi Jawa Barat (Studi Kasus pada Curug Paok dan Bukit Pasir Jaka). Jurnal Abdi Masyarakat Humanis, 1(1).
- Amstrong, Kotler (2015). "Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition", England: Preaseon Education, Inc
- Amstrong, Kotler. (2011), 10th Edition. "Marketing an Introduction". Indonesia: Perason.
- Fandy Tjiptono (2002), "Strategi Pemasaran", Yogyakarta: Penerbit Andi, edisi 2 cetakan 4
- Irma Ayu Noraeni. (2016). Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Beras (Studi Kasus di Kecamatan Mulyorejo Surabaya Jawa Timur). Jurnal Ilmiah UB Vol. 5 No. 5.
- Kadim, A., Sunardi, N., Lesmana, R., & Sutarman, A. (2019). Revitalisasi Fungsi Masjid Sebagai Pusat Penguatan Manajemen Peternak Sapi Rakyat melalui Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Terpadu (LEMPERMADU). (Studi Kasus di Masjid Ainul

Yaqin Kel. Jontlak, Kec. Praya, Kab. Lombok Tengah, Provinsi Nusa Tenggara Barat).  
*Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 1(1).

- Lesmana, R., & Sunardi, N. (2019). Manajemen Alokasi Dana Desa dalam Upaya dan Strategi Mewujudkan Desa Sejahtera Mandiri di Desa Cihambulu, Kec. Pabuaran, Kab. Subang, Jawa Barat. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*. 1(1), 57 - 65.
- Solihin, D., Ahyani, A., & Setiawan, R. (2021). The Influence of Brand Image and Atmosphere Store on Purchase Decision for Samsung Brand Smartphone with Buying Intervention as Intervening Variables. *International Journal of Social Science and Business*, 5(2), 262-270. doi:<http://dx.doi.org/10.23887/ijssb.v5i2.30847>.
- Solihin, D., Ahyani, Karolina, Pricilla, L., Octaviani, I.R. (2021). Pelatihan Pemasaran Online Berbasis Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Bisnis Online Pada UMKM Di Desa Cicalengka Kecamatan Pagedangan Kabupaten Tangerang. *DEDIKASI PKM*. 2(3). 307-311.
- Subarto, S., Solihin, D., & Qurbani, D. (2021). Determinants of Job Satisfaction and Its Implications for the Lecturers Performance. *Jurnal Pendidikan Ekonomi & Bisnis*, 9(2), 163-178. <https://doi.org/10.21009/JPEB.009.2.7>.
- Sunardi, N. (2019). Mekanisme Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Leverage Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2018. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 2(3).
- Sunardi, N., Lesmana, R., Tumanggor, M., & Kadim, A. (2019). Implementasi Ilmu Manajemen dalam Mewujudkan Pembangunan Masjid Raya Abdul Kadim, Yayasan Ar-Rohim, Kab. Musi Banyuasin, Propinsi Sumatra Selatan. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 1(1).