



Meningkatkan Manajemen Bisnis dan Pengetahuan Literasi Keuangan dalam Kegiatan *Micro Business Games*

Faizal Rizky Yuttama^{1,*}, Iin Dyah Indrawati²

^{1,2}Universitas Harapan Bangsa, Jl. Raden Patah No. 100, Kedunglosir, Ledug, Kembaran, Banyumas 53182

¹faizal@uhb.ac.id; ²iin@uhb.ac.id

Artikel History:

Received: 2023-12-30 / Received in revised form: 2024-01-22 / Accepted: 2024-02-11

ABSTRACT

The micro, small and medium enterprises (MSME) sector is one of the components that drives indonesia's economic growth. Bank Jateng supports the government's efforts to advance MSMEs by holding Micro Business Games (MBG). MBG is very important for MSME actors and prospective players to increase their knowledge of business management and financial literacy. This community service activity acts as a synergy to help understand business management and financial literacy as the efficiency and effectiveness of entrepreneurs.

Keywords: *Micro Business Games, MSME, Business Management, Financial Literacy*

ABSTRAK

Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu komponen yang mendorong pertumbuhan ekonomi indonesia. Bank Jateng mendukung upaya pemerintah untuk memajukan UMKM dengan mengadakan Micro Business Games (MBG). MBG sangat penting bagi pelaku dan calon pelaku UMKM untuk meningkatkan pengetahuan mereka tentang manajemen bisnis dan literasi keuangan. kegiatan pengabdian masyarakat ini sebagai sinergitas membantu memahami manajemen bisnis dan literasi keuangan sebagai efisiensi dan efektifitas wirausahawan.

Kata kunci: *Micro Business Games, UMKM, Manajemen Bisnis, Literasi Keuangan*

1. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi ini, peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi sangat penting dalam perekonomian suatu negara. Keadaan UMKM mencerminkan dinamika ekonomi di tingkat lokal, memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja dan pemberdayaan masyarakat. Sebagai tulang punggung ekonomi, UMKM juga menghadapi berbagai tantangan yang perlu diatasi agar dapat berkembang secara berkelanjutan.

Modal yang terbatas, pemasaran yang sulit, harga bahan baku yang tinggi, lokasi yang tidak strategis, biaya penyimpanan stok dan harga yang mahal adalah masalah umum yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Meskipun UMKM telah berkembang pesat di banyak bidang dan industri, banyak dari mereka menghadapi tantangan untuk mempertahankan usahanya. Diantara tantangan yang

*Faizal Rizky Yuttama

Tel.: +62812-2799-2269

Email:faizal@uhb.ac.id

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



dihadapi oleh pelaku UMKM dalam menjalankan bisnisnya adalah kurangnya pemahaman tentang strategi promosi yang efektif. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa promosi sering dianggap sebagai aktivitas yang mahal dan tidak menghasilkan umpan balik sebanyak yang diharapkan. Pemahaman seperti ini menyebabkan pemasaran produk yang tidak efektif. Mengikuti tren promosi perusahaan besar yang memerlukan biaya besar seringkali tidak sesuai dengan kemampuan perusahaan.

Tidak mempertimbangkan perasaan pelanggan adalah tantangan berikutnya. Bisnis UMKM sering menggunakan strategi untuk menunjukkan keunggulan produk mereka tanpa mempertimbangkan minat atau perasaan pelanggan. Akibatnya, pelanggan tidak akan tertarik dengan produk tersebut dan akan memilih produk lain yang lebih sesuai dengan kebutuhan mereka. Sangat penting untuk mengukur dan menguji strategi promosi. Ini dapat dicapai dengan mengukur efektivitas strategi dan melakukan pengujian langsung untuk memastikan bahwa strategi tersebut berjalan dengan baik. Jika pelaku usaha tidak melakukan pengukuran dan pengujian secara teratur, mereka akan khawatir tidak akan menemukan strategi promosi yang efektif.

Pelaku bisnis sering menginginkan langkah promosi instan untuk meningkatkan penjualan. Tetapi hal tersebut bertentangan dengan situasi di lapangan, dimana bisnis diharuskan untuk melakukan promosi secara konsisten atau langkah demi langkah, mulai dari menentukan segmentasi pasar, membangun hubungan yang baik dengan calon konsumen dan memberikan solusi yang tepat bagi pelanggan. Strategi yang efektif dapat meningkatkan penjualan dengan menyesuaikan kemampuan dan kebutuhan perusahaan (Handini & Hartati, 2019). Menurut Wahyuningsih, et.,al. (2017) banyak pemilik bisnis yang gagal mencatat laporan keuangan mereka.

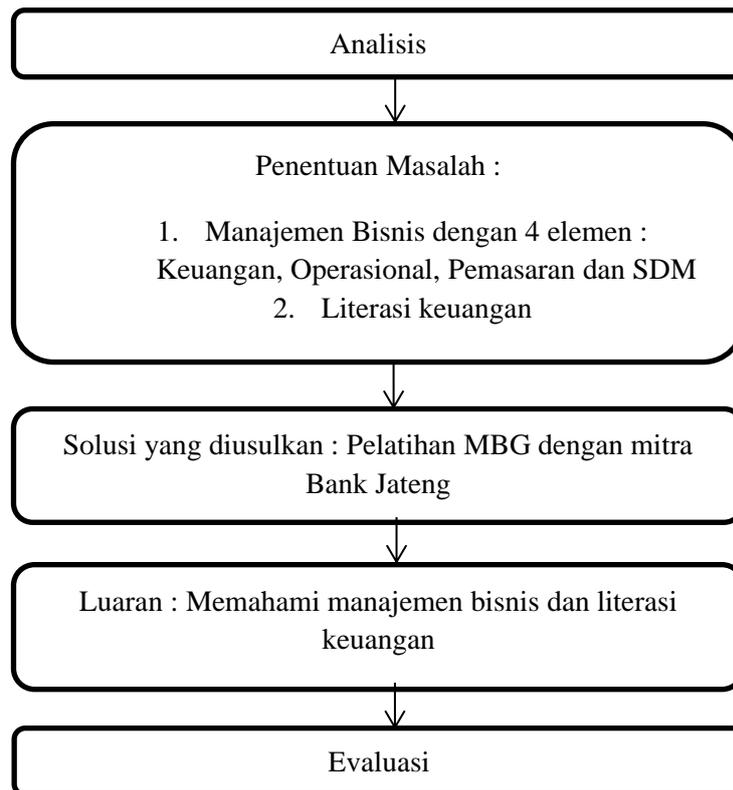
Sangat penting bagi UMKM untuk mendapatkan perhatian dan dukungan dari berbagai pihak untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam manajemen bisnis dan pengetahuan keuangan, sehingga para pelaku UMKM dapat dengan mudah melakukan pengelolaan manajerial dan keuangan usaha mereka. Semakin tinggi tingkat manajemen dan literasi keuangan pelaku UMKM, semakin baik pula pengelolaan usaha yang dilakukan, dan sebaliknya.

Untuk menyelesaikan masalah ini, kami berusaha untuk memberikan informasi dan pelatihan pengelolaan keuangan kepada pelaku UMKM muda yaitu mahasiswa universitas harapan bangsa dengan mengadakan pelatihan Micro Business Game (MBG) yang bekerjasama dengan Bank Jateng. Dunia usaha kecil semakin rumit karena aturan pemerintah, globalisasi, teknologi dan permintaan pelanggan yang meningkat. Manajemen yang kuat diperlukan untuk keberhasilan dalam hal ini untuk mengembangkan keterampilan manajemen yang diperlukan untuk bertahan hidup di dunia yang kian kompleks (Izza, 2022). Oleh karena itu, perlu ada perhatian dan dukungan dari berbagai pihak untuk membantu UMKM dalam meningkatkan kemampuan pengelolaan usaha mereka, termasuk dalam hal ini manajemen dan literasi keuangan.

Dengan mempertimbangkan kondisi yang disebutkan di atas, Bank Jateng melakukan upaya untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas UMKM. Untuk mencapai tujuan ini, maka diadakan pelatihan Micro Business Game (MBG) dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman tentang prinsip akuntansi dasar sederhana serta meningkatkan cara berpikir dan cara berwirausaha untuk menjadi lebih dinamis dan adaptif terhadap peluang, kesulitan dan kesempatan usaha. MBG mengajarkan tentang 4 elemen : keuangan, operasional, pemasaran dan SDM. Selain itu, MBG mengajarkan tentang pemasaran dasar, dinamika pasar dan kompetensi bisnis. Harapannya adalah bahwa materi MBG ini dapat meningkatkan softskill dan dilakukan melalui simulasi usaha, sehingga dapat lebih mudah menyerap informasi dari narasumber.

2. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Untuk memastikan bahwa semua proses, dari persiapan hingga pemaparan, berjalan dengan lancar, kegiatan ini harus direncanakan sebaik mungkin. Untuk mempersiapkan pengabdian masyarakat ini, tujuan dicatat dan ditunjukkan kepada generasi pemula usaha yaitu mahasiswa universitas harapan bangsa. Selanjutnya adalah persiapan bahan guna pendistribusian materi dengan kerjasama Bank Jateng. Gambar 1 menunjukkan metode pengabdian masyarakat yang digunakan :



Gambar 1. Tahapan Kegiatan

2.1 Analisis

Pertama, inisiatif dimulai dengan menganalisis sasaran pengabdian masyarakat dengan berbagai masalah yang ada.

2.2 Penentuan Masalah

Hasil analisis menunjukkan bahwa sasaran kegiatan pengabdian masyarakat kurang memahami pengelolaan berdasarkan rumusan :

1. Masih kurangnya pengetahuan dalam manajemen bisnis yang efektif dan efisien
2. Literasi keuangan dalam dunia UMKM

2.3 Solusi

Untuk mengatasi masalah ini, beberapa pemecahan masalah berikut dapat digunakan :

1. Memberikan pemahaman mengenai manajemen bisnis dengan meliputi : Keuangan, Operasional, Pemasaran dan SDM dalam bentuk ceramah dan praktik observasi.
2. Memberikan pemahaman mengenai literasi keuangan

2.4 Luaran

Target luaran adalah para pelaku UMKM pemula yang diawali dalam dunia akademisi yaitu mahasiswa universitas harapan bangsa dengan menggandeng kerjasama Bank Jateng.

2.5 Evaluasi

Fokus Grup Diskusi (FGD) dan kegiatan *Role-Play* dilakukan selama kegiatan ini untuk mengevaluasi pemahaman audiens tentang masalah yang terjadi di lingkungan mereka.

3. HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

3.1 Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan pada hari Kamis dan Jum'at, 07 dan 08 Desember 2023 yang dihadiri 48 mahasiswa dengan rundown dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Rundown Kegiatan

Hari Pertama (Kamis, 7 Desember 2023)

No	Waktu	Kegiatan	Pembicara
1	08.00 – 08.20	Pembukaan	MC
2	08.20 – 08.30	Sambutan	Kaprodi Manajemen
3	08.30 – 10.15	Pelatihan Sesi 1	Faizal Rizky Yuttama
4	10.15 – 10.30	Rehat	
5	10.30 – 11.30	Pelatihan Sesi 2	Trainer Bank Jateng
6	11.30 – 13.00	ISHOMA	
7	13.00 – 14.45	Pelatihan Sesi 3	Trainer Bank Jateng
8	14.45 – 15.00	Rehat	
9	15.00 – 17.00	Pelatihan Sesi 4	Trainer Bank Jateng

Hari Kedua (Jumat, 8 Desember 2023)

No	Waktu	Kegiatan	Pembicara
1	08.30 – 10.15	Pelatihan Sesi 5	Trainer Bank Jateng
2	10.15 – 10.30	Rehat	
3	10.30 – 12.30	Pelatihan Sesi 6	Trainer Bank Jateng
4	12.30 – 13.30	ISHOMA	
5	13.30 – 14.45	Pelatihan Sesi 7	Trainer Bank Jateng
6	14.45 – 15.00	Rehat	
7	15.00 – 17.00	Pelatihan Sesi 8	Trainer Bank Jateng
8	17.00 – selesai	Penutupan dan Penyerahan Kenang-kenangan	Seluruh Peserta

Kegiatan diawali dengan pendataan mahasiswa hadir, dilanjutkan dengan Sambutan. Kemudian Sesi pertama diawali materi oleh Bapak Faizal Rizky Yuttama, S.E.,M.M. terhadap pengelolaan keuangan. Bahwa penjualan dicatat setiap hari untuk mengelola keuangan, dimulai dengan mencatat pembukuan, nota dan barang yang dibeli dari pemasok maupun pembeli. Rekapitulasi hasil penjualan dibuat, yang selanjutnya akan dilaporkan dalam laporan keuangan. proses yang dimulai dari pemasok, gudang, hingga toko termasuk dalam aspek operasional suatu bisnis. Disini terjadi proses produksi, yang sangat penting bagi perusahaan. Pada tahap ini, barang mentah diproses menjadi barang jadi yang kemudian dapat dijual kepada pelanggan untuk memenuhi kebutuhan mereka.



Gambar 2. Proses pelaksanaan metode *Role-Play*



Gambar 2. Dokumentasi Foto Bersama Kegiatan

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Fatoki (2014) dan Aribawa (2016), pengusaha di sektor UMKM yang memiliki kemampuan literasi keuangan yang cukup akan membuat keputusan bisnis dan keuangan yang lebih baik dari waktu ke waktu, yang meningkatkan kemampuan usaha untuk bertahan dan memastikan keberlanjutan jangka panjang. Selain itu, literasi keuangan memiliki efek pada kinerja dan keberlanjutan usaha pada UMKM. Selain itu, Njorogoe (2013) menemukan bahwa terdapat korelasi positif antara literasi keuangan dan kesuksesan seorang wirausaha. Semua pelaku

UMKM membutuhkan pengetahuan dan literasi keuangan agar mereka dapat membuat keputusan bisnis yang baik, cepat dan tepat.

Pemasaran mengajarkan cara menganalisis konsumen, ini dapat dilakukan dengan melacak setiap pembeli baru. Pengamatan dilakukan untuk mengetahui apa yang diinginkan dan apa yang diharapkan pelanggan terhadap barang yang dijual. Selanjutnya, nilai atau value yang diajarkan untuk setiap produk harus memiliki proporsi penjualan unik. Produk yang tidak mudah ditiru adalah produk yang unik bagi konsumen. Dengan demikian, memiliki nilai ketahanan yang diperlukan untuk bertahan dalam persaingan pasar. Pelaku usaha dalam sumber daya manusia menetapkan rencana untuk melakukan apa yang akan mereka lakukan. Misalnya, jika ada rekan kerja yang ingin mengundurkan diri, mereka harus melaporkannya sebulan sebelum pengunduran diri agar perusahaan memiliki waktu untuk merekrut karyawan baru.

MBG mengajarkan cara mengatasi masalah tenaga kerja, seperti pencurian dan kejadian di luar kewajaran. Pada bagian sumber daya manusia, prinsip pengarahan yang diterapkan untuk mencapai tujuan bisnis juga diperlukan. Dengan penerapan prinsip pengarahan ini, diharapkan setiap pekerja memiliki etos kerja yang baik. Untuk memberikan motivasi, rekan kerja atau karyawan harus dihargai dengan memberikan reward.

SIMPULAN

Pelatihan Micro Business Games (MBG) berhasil, lancar dan sesuai dengan perencanaan awal kegiatan. Selama pelatihan, peserta membentuk tim untuk berurusan dengan berbagai situasi. Meskipun mereka memiliki kesempatan untuk berkembang sebagai bisnis, peserta juga menghadapi kesulitan sebagai pemberi kerja. Mereka juga harus menangkap peluang dan menangani risiko bisnis. Kegiatan pelatihan MBG bertujuan untuk mengajarkan siswa keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk membuat keputusan, memahami prinsip-prinsip akuntansi dan laporan keuangan dan memahami hubungan timbal balik yang baik antara pelaku UMKM dan lembaga keuangan mikro. Dalam kegiatan ini, peserta dilatih untuk bermain peran, berbicara, bermain dan menyusun dan menerapkan strategi pemasaran serta menangani berbagai masalah yang menerpa bisnis yang sedang dibangun. Mereka juga diajarkan strategi yang tepat untuk menghadapi kompetitor, strategi pemasaran yang tepat, dan solusi yang tepat untuk masalah yang akan muncul selama berbisnis.

SARAN

Diharapkan untuk kegiatan seperti ini dapat dilakukan beberapa kali dalam satu tahun sebagai bentuk sinergitas antara para pelaku UMKM, karena sebagai bentuk meningkatkan cara berpikir dan cara berwirausaha, meningkatkan kemampuan untuk beradaptasi dengan peluang, kesulitan dan kesempatan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Andaningsih, Ratih., Sihombing, Lintas., & Muis, Abdul. (2022). Literasi Keuangan Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Kreatif dan UMKM Untuk Mendukung Sektor Perpajakan Nasional di Wilayah Jakarta Dan Kota Bekasi. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*. Vol.2, No.1, (9).
- Aribawa, Dwitya. 2016. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah, *Journal Siasat Bisnis*, Vol.20.No.1; pp: 1-13
- Djou, L. G. (2019). Analisis pengaruh literasi keuangan, sikap keuangan dan kepribadian terhadap perilaku pengelolaan keuangan UMKM di Kabupaten Ende. *Jurnal Magisma*, 7(2), 1–12. <http://jurnal.stiebankbpdjateng.ac.id>
- Izza, M. (2022). Pengaruh Pemasaran Produk Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) dan Implementasinya Berbasis Digital di Pekalongan. *Velocity: Journal of Sharia Finance and Banking*, 2(1), 11–24. <https://doi.org/10.28918/velocity.v2i1.4391>
- Fatoki, Olawale. 2014. The Financial of Micro Entrepreneurs in South Africa, *J.Soc Sci*, 40 (2): 151-158
- Handini, Sri., Sukesu, & Hartati Kanty. 2019. Manajemen UMKM dan Koperasi Optimalisasi Ekonomi Masyarakat Pesisir Pantai.

- Njorogoe, Roberth M. 2013. Relationship Between Financial Literacy and Entrepreneurial Success in Nairobi County Kenya.
- Wahyuningsih, E. D., Setiawati, I. dan Prasajo, T. A. (2017). Pemberdayaan Pelaku Usaha Mikro Dengan Memberikan. Prosiding Seminar Nasional Publikasi Hasil-Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat. September, pp. 491–495