

Strategi Pemberdayaan Potensi Ekonomi Masyarakat Melalui Pembuatan Buku Keuangan

Banu Prasetyo, Aurelius Ratu, Edy Subali, Marsudi, Arfan Fahmi, Siti Zahrok, Enie Hendrajati, Niken Prasetyawati, Dyah Satya, Ratna Rintaningrum

¹Studi Pembangunan, Fakultas Bisnis dan Manajemen Teknologi

Email:

aurelius.ratu@its.ac.id

Abstrak

Konektivitas manusia dan teknologi merupakan kata kunci dalam memenangkan persaingan di era *Industrial Revolution 4.0*. Konektivitas tersebut kemudian mendorong terjadinya perubahan yang signifikan dalam berbagai bidang kehidupan manusia. Perubahan yang paling jelas terlihat adalah pada bidang ekonomi (bisnis). Hal itu tercermin dari bergesernya paradigma bisnis dari *owner* menjadi *sharing*, yang memungkinkan setiap orang memiliki kesempatan yang sama untuk memulai bisnisnya masing-masing tanpa terkendala modal, jarak, dan waktu. Bagi warga Kejawan Gebang Putih, kesempatan demikian menjadi terkendala oleh kesulitan dalam pembuatan pembukuan keuangan. Masalah utama terletak pada bukan pada faktor mencapai keuntungan, melainkan bagaimana mengelola keuntungan tersebut menjadi modal yang bisa diputar untuk usaha lain atau menambah jenis usaha. Hasil pengabdian memperlihatkan kemajuan dalam usaha baik kuliner maupun jasa saat warga setempat sudah memahami bagaimana pembukuan keuangan dijalankan.

Kata Kunci: pendidikan, rumah tangga, strategi penjualan

PENDAHULUAN

Dewasa ini, perubahan merupakan sebuah keniscayaan, yang harus siap untuk dihadapi. Dalam menghadapi perubahan itu maka perlu disiapkan setidaknya dua hal: sumber daya manusia (SDM) yang kreatif dan fundamental bisnis yang adaptif dengan perkembangan zaman (Cuterela, 2012; Schwab, 2016). Dalam rangka pemenuhan dua komponen tersebut, maka Insitut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) sebagai instansi pendidikan melalui beberapa Pusat Studi-nya memiliki kewajiban untuk memberdayakan masyarakat yang berada di sekitar ITS. Fokus dari pengabdian ini hanya diberikan pada Kelurahan Kejawan Gebang Putih, Kecamatan Sukolilo.

Beberapa penelitian terdahulu atas kelurahan ini telah memaparkan potensi dan tantangan yang ada. Hal ini dapat dilihat dari publikasi pada tahun 2016 yang memaparkan analisa kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) atau disingkat (SWOT) Pemetaan Sosial Ekonomi oleh Tim dari Pusat Studi Potensi Daerah dan Pemberdayaan Masyarakat ITS. Hasil dari pemetaan sosial ekonomi pada warga di Kelurahan Kejawan Gebang Putih menunjukkan bahwa sebagian besar usaha ekonomi di wilayah tersebut berskala rumah tangga, mayoritas bekerja sebagai wiraswasta, dan tingkat pengangguran dengan 11% kepala keluarga (KK) tidak bekerja.

Berdasarkan pada publikasi ilmiah hasil penelitian yang terbit tahun 2018 dikatakan bahwa 27,06% penduduk Kejawan Gebang Putih berada dalam kemiskinan, 30% masyarakatnya berwiraswasta (paling rendah di antara Keputih dan Kejawan Tambak), dan modal sosial masih memperlihatkan hasil seperti tahun 2016 (Tucunan, Ridwan, Putri, & Soedjono, 2018). Berkaitan dengan aspek ekonomi, dua hasil penelitian di atas tersebut tampaknya memperlihatkan tren penurunan kapasitas perekonomian di Kejawan Gebang Putih.

Dengan tren seperti itu, asumsi awal yang muncul adalah pengaruh eksternal (terutama pemanfaatan teknologi) menjadi faktor utama penyebab menurunnya kapasitas perekonomian. Dari asumsi awal ini, terlihat bahwa bahwa aspek internal justru yang tampak menjadi poin signifikan bagi dinamika ekonomi masyarakat setempat adalah persoalan pembukuan keuangan. Melakukan pembukuan berarti melakukan perencanaan keuangan dan juga langkah ke depan bagi perkembangan usaha.

Atas dasar inilah, Tim Abdimas dari ITS melakukan kegiatan pelatihan pembuatan pembukuan keuangan kepada masyarakat setempat. Melalui pelatihan ini, masyarakat diharapkan mampu merencanakan keuangan secara matang yang digunakan bukan saja untuk pertumbuhan ekonomi rumah tangga melainkan pula



Gambar 1. Pendataan kepada warga RW 04 Gebang Putih.

Tabel 1. Variabel Pengukuran

Kategori	Kriteria Penilaian	Poin Total
Konten/ Isi	Kemampuan melihat masalah dalam menjalani usaha selama ini	10
	Kemampuan melihat peluang usaha yang ditawarkan melalui media sosial/dukungan media sosial dalam berusaha	20
	Mampu melihat produk apa saja yang sesuai untuk dipasarkan (termasuk produk dari usaha yang sama)	10
	Keunikan dari usaha yang ditawarkan	10
	Misal: Pecel dengan <i>sambal belimbing</i> (sambal belimbing menjadi nilai jual)	
	Terdapat <i>passion</i> dalam menjalankan usaha tersebut	10
	Kemampuan melakukan penghitungan pemasukan-pengeluaran	10
	Memiliki kemampuan dalam melakukan pemasaran	
	Memiliki kemampuan dalam melakukan pemasaran	
	Memiliki kemampuan dalam melakukan pemasaran	

meningkatkan Pendidikan anak-anak dan lansia di rumah, dan penyebaran *questioner* secara acak kepada masyarakat sekitar mengenai situasi ekonomi, modal sosial, dan dampak teknologi bagi kehidupan (Berggren & Nilsson, 2015).

STRATEGI PELAKSANAAN

Program Pengabdian Masyarakat (ABMAS) ini didasarkan pada *roadmap* Departemen Studi Pembangunan Fakultas Bisnis dan Manajemen Teknologi ITS. Sebagai jurusan baru di ITS, Studi Pembangunan bertujuan mengkaji pembangunan manusia dan masyarakat dengan mengintegrasikan pendekatan keilmuan sosial humaniora dan teknologi (Prasetyo, 2018). Ada dua tahap yang dilaksanakan. Tahap pertama berkaitan dengan pelaksanaan studi pendahuluan atas situasi warga RW 04 Kelurahan Gebang Putih sekaligus bertujuan menyebarkan *questioner* kepada peserta yang hadir. Pada tahap ini, Tim berkoordinasi dengan pemerintah setempat, seperti Lurah, RT, dan RW. Tim juga melakukan penelitian pendahuluan (*pilot study*) atas kendala dan tantangan yang dihadapi berkaitan dengan peningkatan kapasitas ekonomi masyarakat melalui wawancara kepada pelaku ekonomi (terutama ibu-ibu

Tahap kedua berkaitan dengan implementasi strategi perencanaan keuangan. Tim melakukan pengukuran atas hasil yang didapat dari proses sebelumnya dengan mengadakan perlombaan tentang rencana serta strategi penjualan dan melakukan evaluasi dan pembimbingan atas rencana keuangan serta strategi penjualan para peserta (Irayanti & Mulyono, 2012).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap Pertama

Pada tahap pertama ini, tim memperoleh data berkaitan dengan potensi ekonomi serta situasi sosio-demografi warga RW 04 Kelurahan Gebang Putih. Dapat dilihat pada Gambar I salah satu anggota tim peneliti sedang melakukan pendataan kepada Warga RW 04 Gebang Putih.

Tabel 2. Total Nilai Masing-Masing Kelompok

	Klp 1	Klp 2	Klp 3	Klp 4	Klp 5	TOTAL TIAP VARIABEL
1. Kemampuan melihat masalah dalam menjalani usaha selama ini.	25	20	23	23	21	112
2. Kemampuan melihat peluang usaha yang ditawarkan melalui media sosial/dukungan media sosial dalam berusaha	54	43	48	29	48	222
3. Mampu melihat produk apa saja yang sesuai untuk dipasarkan (termasuk produk dari usaha yang sama)	23	21	20	19	21	104
4. Keunikan dari usaha yang ditawarkan. Misal: Pecel dengan <i>sambal belimbing</i> (sambal belimbing menjadi nilai jual)	24	20	19	17	23	103
5. Terdapat <i>passion</i> dalam menjalankan usaha tersebut	26	24	24	25	24	123^a
6. Kemampuan melakukan penghitungan pemasukan-pengeluaran	16	18	18	16	17	85^b
7. Informasi usaha tersebut dapat dikomunikasikan dengan baik kepada peserta lain	23	18	23	20	19	103
TOTAL NILAI	191	164	175	149	173	

Ket.: a. Kekuatan dari total nilai tiap kelompok untuk masing-masing variabel yang diperlombakan
 b. Kelemahan dari total nilai tiap kelompok untuk masing-masing variabel yang diperlombakan

Tahap pertama ini lebih bertujuan pada usaha menggambarkan kesulitan dan tantangan pengembangan perekonomian. Adapun penjabaran hasilnya antara lain:

1. Bahwa warga RW 04 Kelurahan Gebang Putih secara keseluruhan belum mampu mengadopsi dan menggunakan media online sebagai sarana pemasaran produk rumah tangga atau barang jualan lainnya
2. Walaupun kegiatan bisnis/usaha sebagian besar dilakukan karena terdapat *passion* di dalamnya sebagai indikator salah satu kekuatan yang ada (potensi) dan juga pemenuhan kebutuhan ekonomi, usaha untuk berwira-usaha melalui media online diyakini belum bisa menjawab tantangan pemasaran
3. Belum adanya upaya yang serius dari warga untuk mengembangkan usahanya dengan memanfaatkan media online. Hal ini disebabkan karena mayoritas yang menjadi wirasusaha tidak memahami cara memanfaatkan media online.
4. Penemuan di Lapangan menunjukkan bahwa terdapat warga yang tidak dapat membaca dan menulis, meskipun jumlah ini sangat kecil, namun hal ini sangat memprihatinkan.
5. Belum adanya upaya yang serius dari Pemerintah Daerah setempat untuk memberdayakan warga Kelurahan Gebang Putih

Hasil di atas setidaknya menegaskan apa yang menjadi asumsi pengabdian ini, yakni bahwa bisnis rumah tangga yang dijalankan di lingkungan Kelurahan Gebang Putih utamanya terbentur pada kendala teknis. Tahap kedua dari abdimas ini berusaha memberikan pelatihan atas kendala tersebut.

Atas dasar hal ini, 1 peserta yang hadir dibagi menjadi 5 kelompok dengan kewajiban melakukan presentasi atas strategi pemasaran, bagaimana penentuan biaya atas produk rumah tangga yang dihasilkan, dan beberapa poin lainnya sebagaimana tertera pada Tabel 1. Tabel 1 menunjukkan format penilaian yang digunakan dalam perlombaan beserta skor penilaiannya.

Tahap Kedua

Pelatihan yang tim berikan pada tahap kedua ini berupa perlombaan. Masing-masing kelompok diberi waktu ± 10 menit untuk presentasi hasil olahan atau produk pemasaran rumah tangga dan lima menit untuk tanya jawab baik dari peserta lain maupun dari tim penilai. Terlihat pada Gambar II para peserta sedang melakukan presentasi hasil olahan atau produk yang dihasilkan.

Tujuan kegiatan ini selain menyiasati kendala teknis (sebagaimana pembuatan proposal ilGiah pada umumnya), juga dimaksudkan untuk melihat peluang serta kendala yang ada. Selain itu, kegiatan ini bertujuan untuk melatih para warga RW 04 Kelurahan Gebang Putih agar dapat berkomunikasi dengan calon pembeli. Hasil pada tahap kedua ini dapat dilihat pada Tabel 2.

Sebagaimana yang tercantum pada Tabel 2, kekuatan utama dari usaha yang dilakukan terletak pada adanya *passion* dalam menjalani usaha tersebut. Sementara kekurangannya terletak pada kemampuan melakukan perhitungan dalam arus kas pemasukan-pengeluaran, serta masih lemahnya pemanfaatan media *online* yang digunakan untuk memperluas jaringan pemasaran.

Hal yang paling melemahkan usaha peningkatan potensi ekonomi warga Kelurahan Kejawan ternyata terletak pada ketidakmampuan melakukan pembukuan



Gambar 2. Presentasi Strategi Rencana Penjualan

pemasukan dan pengeluaran. Meskipun sebagian besar warga yang hadir menyatakan tidak ada masalah dengan hal ini, jawaban mereka tampak mengkonfirmasi apa yang dikeluhkan sebelumnya, yakni usaha ekonomi yang cenderung stagnan dan bahkan merugi (beberapa produk usaha pokok yang ada justru bersifat musiman)

KESIMPULAN

Pendampingan yang berkelanjutan sangat diperlukan bagi warga Kelurahan Gebang Putih. ITS sebagai sebuah institusi yang berbasis pada teknologi sudah semestinya memberikan sumbangsih yang nyata terhadap masyarakat di sekitarnya. Lembaga Pendidikan ITS memiliki keunggulan teknologi sebagai upaya untuk mendukung *socio-preneurship* di daerah sekitarnya.

Pemanfaatan teknologi dapat menghasilkan produk bernilai tambah bahkan memiliki nilai jual tinggi bagi masyarakat sekitar. Pemanfaatan teknologi yang dimaksud yaitu dari hasil penelitian mahasiswa dan dosen di ITS, sebagai bentuk diseminasi hasil penelitian civitas akademika ITS.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pengabdian masyarakat ini didukung dan dibiayai oleh Departemen Studi Pembangunan, Fakultas Bisnis Manajemen dan Teknologi Institut Teknologi Sepuluh Nopember.

REFERENSI/DAFTAR PUSTAKA

- Cuterela, S. (2012). Globalization: Definition, Processes and Concepts. *Revista Română de Statistică – Supliment Trim IV/2012*, (July 2010), 365–370.
- Schwab, K. (2016). *The Fourth Industrial Revolution*. New York: Crown Publisher.
- Tucunan, K. P., Ridwan, Y. H., Putri, A. S., & Soedjono, E. S. (2018). Sustainable kampong model in Kelurahan Keputih, Kejawan Putih Tambak and Gebang Putih of Surabaya City. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 202, 12075. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/202/1/012075>
- Prasetyo, B. (2018). Revolusi Industri 4.0 Dan Tantangan Perubahan Sosial. *IPTEK Journal of Proceedings Series*, 0(5), 22–27. <https://doi.org/10.12962/j23546026.y2018i5.4417>
- Berggren, N., & Nilsson, T. (2015). Globalization and the transmission of social values: The case of tolerance. *Journal of Comparative Economics*, 43(2), 371–389. <https://doi.org/10.1016/j.jce.2015.02.005>
- Irijayanti, M., & Mulyono, A. (2012). *Barrier Factors and Potential Solutions for Indonesian SMEs*. 4(Icsmed), 3–12. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(12\)00315-2](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(12)00315-2)

Appendiks 1

Usia	Jenis Kelamin	Daerah Asal	Usia Pernikahan saat ini	Pendidikan Terakhir yang ditempuh	Jenis Usaha Pokok/Utama yang dijalani saat ini	Sudah Berapa Lama Usaha ini dijalankan?	Jumlah anak yang masih ditanggung
36 - 45 tahun	Laki-Laki	Luar Surabaya	6 - 10 tahun	SD	Produk Kuliner (makanan dan minuman)	Lebih dari 3 tahun	1 anak
Lebih dari 45 tahun	Laki-Laki	Surabaya	Lebih dari 10 tahun	S1	Jasa (Golekdan sejenisnya)	Lebih dari 3 tahun	Tidak ada tanggungan anak
25 - 35 tahun	Perempuan	Luar Surabaya	1 - 5 tahun	S1	Produk Kuliner (makanan dan minuman)	Kurang dari 1 tahun	2 anak
25 - 35 tahun	Perempuan	Surabaya	1 - 5 tahun	SMA/SMK	Fashion	Kurang dari 1 tahun	1 anak
25 - 35 tahun	Laki-Laki	Luar Surabaya	Belum Menikah atau janda/duda	S1	Produk Kuliner (makanan dan minuman)	Kurang dari 1 tahun	Tidak ada tanggungan anak
Lebih dari 45 tahun	Perempuan	Surabaya	Belum Menikah atau janda/duda	SD	Produk Kuliner (makanan dan minuman)	Lebih dari 3 tahun	1 anak
Lebih dari 45 tahun	Perempuan	Luar Surabaya	Lebih dari 10 tahun	SD	Produk Kuliner (makanan dan minuman)	Lebih dari 3 tahun	1 anak
36 - 45 tahun	Perempuan	Surabaya	Lebih dari 10 tahun	SMA/SMK	Produk Kuliner (makanan dan minuman)	Lebih dari 3 tahun	4 anak
36 - 45 tahun	Perempuan	Surabaya	Lebih dari 10 tahun	SMA/SMK	Produk Kuliner (makanan dan minuman)	Lebih dari 3 tahun	2 anak
25 - 35 tahun	Perempuan	Surabaya	Lebih dari 10 tahun	SD	Laundry	Lebih dari 3 tahun	2 anak
Lebih dari 45 tahun	Perempuan	Surabaya	Lebih dari 10 tahun	SD	Toko/Kios	Lebih dari 3 tahun	Tidak ada tanggungan anak
Lebih dari 45 tahun	Perempuan	Surabaya	Lebih dari 10 tahun	SD	Produk Kuliner (makanan dan minuman)	Lebih dari 3 tahun	Lebih dari 4 anak
Lebih dari 45 tahun	Perempuan	Surabaya	Lebih dari 10 tahun	S1	Produk Kuliner (makanan dan minuman)	1 - 3 tahun	1 anak
25 - 35 tahun	Perempuan	Surabaya	6 - 10 tahun	SMA/SMK	Jasa (Golekdan sejenisnya)	1 - 3 tahun	2 anak
36 - 45 tahun	Perempuan	Surabaya	Lebih dari 10 tahun	SMP atau Sederajat	Produk Kuliner (makanan dan minuman)	Lebih dari 3 tahun	2 anak
25 - 35 tahun	Perempuan	Luar Surabaya	Lebih dari 10 tahun	SD	Jual Ikan	Lebih dari 3 tahun	2 anak
36 - 45 tahun	Perempuan	Surabaya	Lebih dari 10 tahun	SD	Produk Kuliner (makanan dan minuman)	Lebih dari 3 tahun	4 anak
36 - 45 tahun	Perempuan	Surabaya	Lebih dari 10 tahun	SMA/SMK	Produk Kuliner (makanan dan minuman)	Kurang dari 1 tahun	2 anak

Usia	Jenis Kelamin	Daerah Asal	Usia Pernikahan saat ini	Pendidikan Terakhir yang ditempuh	Jenis Usaha Pokok/Utama yang dijalani saat ini	Sudah Berapa Lama Usaha ini dijalankan?	Jumlah anak yang masih ditanggung
25 - 35 tahun	Perempuan	Surabaya	1 - 5 tahun	SMA/SMK	Produk Kuliner (makanan dan minuman)	Kurang dari 1 tahun	1 anak
25 - 35 tahun	Perempuan	Surabaya	1 - 5 tahun	SMA/SMK	Produk Kuliner (makanan dan minuman)	Kurang dari 1 tahun	1 anak
Lebih dari 45 tahun	Perempuan	Surabaya	Lebih dari 10 tahun	SMA/SMK	Produk Kuliner (makanan dan minuman)	Lebih dari 3 tahun	1 anak
36 - 45 tahun	Perempuan	Surabaya	Lebih dari 10 tahun	SMA/SMK	Produk Kuliner (makanan dan minuman)	Lebih dari 3 tahun	3 anak
36 - 45 tahun	Perempuan	Luar Surabaya	Lebih dari 10 tahun	SMA/SMK	Usaha Kue Basah	1 - 3 tahun	2 anak
Lebih dari 45 tahun	Perempuan	Surabaya	Lebih dari 10 tahun	SMA/SMK	Jasa (Golekdan sejenisnya)	Lebih dari 3 tahun	Tidak ada tanggungan anak
36 - 45 tahun	Perempuan	Surabaya	Lebih dari 10 tahun	SD	Jasa (Golekdan sejenisnya)	Kurang dari 1 tahun	4 anak
36 - 45 tahun	Perempuan	Surabaya	Lebih dari 10 tahun	SMA/SMK	Jual Ikan Keliling	Lebih dari 3 tahun	3 anak
25 - 35 tahun	Perempuan	Luar Surabaya	Lebih dari 10 tahun	SD	Tidak diisi	Kurang dari 1 tahun	2 anak
36 - 45 tahun	Perempuan	Surabaya	Lebih dari 10 tahun	SMA/SMK	Produk Kuliner (makanan dan minuman)	Kurang dari 1 tahun	2 anak