

PELATIHAN MANAJEMEN DAN PEMBUKUAN PADA USAHA KECIL INDUSTRI KREATIF JENIS FASHION

Maya Irjayanti*, Anton Mulyono Azis

Program Studi Manajemen, STIE
EKUITAS Bandung

Article history

Received : 10-11-2022

Revised : 02-01-2023

Accepted : 10-01-2023

*Corresponding author

Maya Irjayanti

Email: maya.irjayanti@ekuitas.ac.id

Abstrak

Terlepas dari peran vitalnya bagi perekonomian Indonesia, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan yang belum mampu terselesaikan salah satunya adalah persoalan tata kelola usaha yang memadai terutama dalam aspek manajemen usaha dan pencatatan transaksi. Berdasarkan persoalan tersebut, kegiatan pengabdian dilaksanakan dengan melibatkan UMKM yang berlokasi di area Bandung Raya. Pelatihan dilakukan dengan memanfaatkan fitur dan teknologi dari aplikasi pencatatan transaksi tertentu agar menambah pengetahuan partisipan dan mampu meyakinkan pihak ketiga pemberi modal seperti bank, koperasi, maupun investor dari masyarakat.

Kata Kunci: Fashion; Manajemen; UMKM

Abstract

Despite their vital role in the Indonesian economy, Indonesian Micro, Small Medium Enterprises still face challenges that need to be resolved; one of the issues involves how they manage their business, particularly in transaction recording. Based on this identified problem, this community service activity was conducted by facilitating several micro and small medium enterprises (MSMEs) in the Greater Bandung area. The training was carried out by utilizing the features and technology of transaction recording applications to increase participants' knowledge and also expected they would be able to convince the investors who provide fund support, such as banks, cooperatives, and investors from the community.

Keywords: Fashion; Management; MSMEs

© 2023 Some rights reserved

PENDAHULUAN

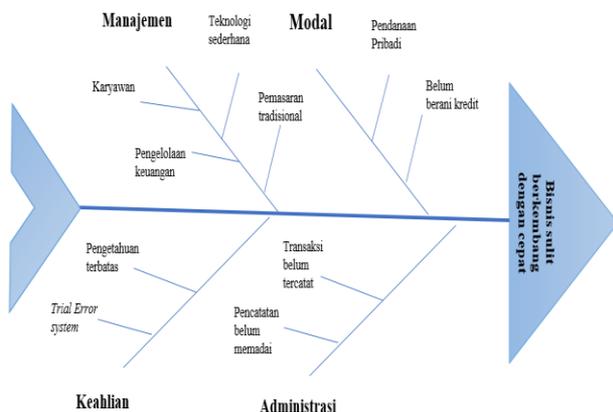
Bandung dikenal sebagai kota fashion yang melahirkan banyak pelaku usaha kreatif di bidang ini. Salah satu produk fashion adalah pakaian berbahan kaos yang dihasilkan oleh banyak produsen di kota Bandung. Pengabdian tertarik dengan potensi yang dimiliki oleh para pelaku usaha pakaian kaos dan konveksi di daerah pinggiran kota Bandung yang masih berskala kecil dan mikro. Tidak hanya di kota Bandung, banyak pengabdian yang telah mempublikasikan hasil pengabdianannya di UMKM pakaian kaos melalui berbagai jenis kegiatan pelatihan seperti pelatihan desain kaos (Kinanti et al., 2019; Pratiwi et al., 2017), pelatihan terkait kualitas produksi pakaian kaos (Pratiwi et al., 2017), dan inovasi pada produk pakaian kaos (Hayati et al., 2020).

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diawali dengan mengidentifikasi permasalahan pelaku usaha di bidang fashion di area Bandung Raya yang berkaitan dengan aspek manajemen secara umum dan pembukuan untuk pencatatan transaksi keuangan yang secara khusus disesuaikan

dengan pengetahuan yang memang diperlukan oleh para pelaku usaha yang menjadi objek pengabdian kepada masyarakat. UMKM yang telah diidentifikasi pengabdian sebagai calon objek pengabdian merupakan beberapa pelaku usaha di bidang fashion yang beberapa diantaranya berdiri pada masa Pandemi dengan harapan dapat memberikan peluang pendapatan baru bagi masyarakat sekitar yang terkena dampak pandemi Covid 19. Berdasarkan hasil wawancara dari salah satu pemilik usaha yang menjadi perintis usaha, walaupun baru berdiri usaha ini telah berjalan dengan memberdayakan karyawan lepas sebanyak 26 orang yang terlibat dalam berbagai jenis aktivitas produksi pakaian berbahan kaos seperti cutting, jahit, sablon, finishing, desain, dan bagian pemasaran.

Usaha ini masih menghadapi berbagai permasalahan yang terkait dengan kelangsungan bisnis/usahanya seperti keterbatasan modal, kurangnya pengetahuan tentang manajemen usaha yang baik, belum memiliki manajemen keuangan yang sesuai dengan standar kelayakan calon debitur

yang dapat meyakinkan calon pemberi modal, masih menggunakan metode pemasaran secara tradisional yang biasa dilakukan oleh para pelaku usaha kecil, belum memahami hal-hal yang terkait dengan administrasi perusahaan, belum memahami bagaimana cara mengelola karyawan dan belum ada kegiatan peningkatan keahlian karyawan.



Gambar 1. Permasalahan yang dihadapi pelaku usaha

Usaha yang dijalankan saat ini belum berkembang dengan optimal dilatarbelakangi oleh berbagai faktor. Masalah-masalah yang teridentifikasi mendukung berbagai temuan terdahulu dari penelitian di sektor UMKM. Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku usaha, beberapa permasalahan muncul disertai dengan faktor-faktor penyebabnya yang spesifik sebagaimana terilustrasi pada Gambar 1. Pelaku usaha percaya bahwa, lemahnya kemampuan manajerial menjadi salah satu penyebab usaha tersebut belum berkembang dengan optimal. Banyak kegiatan dilakukan dengan cara *learning by doing/ trial and error*. Pelaku usaha belum tahu bagaimana cara memasarkan produk dengan cepat, selama ini mereka mengandalkan pesanan dari pelanggan. Yang paling utama, pencatatan juga belum sepenuhnya dikelola dengan teratur dan disiplin, masih bersifat tradisional, sehingga walaupun hingga kini tidak ada kendala catatan hilang, tapi banyak pesanan yang tidak tersusun rapi sehingga tidak mampu meyakinkan para pemberi modal untuk investasi pengembangan usaha mereka. Dengan menganalisis permasalahan yang dihadapi, maka pengabdian bermaksud mengajukan usulan pelatihan manajemen usaha terutama untuk manajemen pencatatan transaksi penjualan dengan menggunakan aplikasi tidak berbayar Si APIK yang difasilitasi oleh Bank Indonesia untuk membantu mendokumentasikan transaksi usaha.

Membantu mengatasi permasalahan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi solusi

untuk membantu perekonomian khususnya UMKM yang telah menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia terutama sejak terjadinya krisis ekonomi Indonesia yang terjadi lebih dari dua puluh tahun yang lalu (Irjayanti & Azis, 2012, 2013; Suci, 2008; Tambunan, 2019). Peran UMKM tidak hanya kontribusinya pada *gross domestic product* Indonesia yang mencapai 50% (Suci, 2008), melainkan juga dari serapan tenaga kerja yang mencapai 90% (Irjayanti & Azis, 2012, 2013; Irjayanti et al., 2016) dari total angkatan kerja di Indonesia. Berbagai literatur sependapat bahwa usaha mikro, kecil, hingga medium memiliki dampak besar bagi sosial dan ekonomi masyarakat terutama di negara berkembang (Tambunan, 2019). Di Indonesia, usaha kecil dan menengah merupakan tulang punggung perekonomian yang terbukti mampu bertahan saat badai krisis global turut menghantam di tahun 1997 (Irjayanti & Azis, 2013; Irjayanti et al., 2016; Tambunan, 2019). Keberadaan UMKM jelas berdampak signifikan terutama dalam perkembangan kewirausahaan di Indonesia yang telah mendapatkan perhatian serius dari pemerintah sehingga melahirkan program-program dan kebijakan pemberdayaan usaha kecil agar dapat tumbuh dan diandalkan sebagai salah satu ketahanan nasional dari sektor ekonomi. Meskipun demikian, UMKM Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan yang belum mampu terselesaikan sehingga membuat keberadaan sebagian besar dari UMKM tersebut tidak berumur panjang dalam persaingan usaha (Azis et al., 2019; Hapsari, 2014; Irjayanti & Azis, 2021).

Permasalahan yang teridentifikasi dari para pelaku usaha juga disebutkan oleh berbagai temuan literature bersama dengan persoalan lainnya diantaranya:

1. Manajemen usaha (Hapsari, 2014; Irjayanti & Azis, 2021; Morgan & Sisak, 2016; Tambunan, 2019). Usaha mikro dan kecil ditemukan banyak menggunakan pendekatan tradisional untuk mengelola usahanya. Transaksi keluar dan masuk menggunakan pencatatan sederhana dan sering ditemukan tidak ada orang yang bertanggung jawab khusus untuk melakukan pencatatan. Pada beberapa kasus, pemilik seringkali merangkap berbagai peran dalam pengelolaan usahanya. Hal ini berisiko terhadap transfer knowledge pada para pihak lain yang terlibat dalam usaha.
2. Masalah pendanaan usaha (Madrid-Guijarro et al., 2016; McGee & Peterson, 2019; van Klyton & Rutabayiro-Ngoga, 2018; Yacus et al., 2019). Dengan pendekatan manajemen usaha yang bersifat tradisional secara tidak langsung menyebabkan kondisi yang tidak *bankable* bagi sebagian UMKM, kondisi ini menyebabkan problematika administratif pada saat mereka hendak mengajukan pendanaan usaha pada pihak

ketiga seperti bank ataupun investor. Seringkali penyedia dana mengharuskan persyaratan administratif dan pencatatan transaksi formal untuk membuktikan kelayakan usaha untuk didanai.

3. Persaingan usaha yang ketat (Azis et al., 2019; Du et al., 2017; Irjayanti & Azis, 2012, 2013, 2021; Irjayanti et al., 2016; Miller et al., 2016). UMKM tidak hanya menjadi tulang punggung di Indonesia, namun juga disebutkan memiliki peran penting bagi perekonomian di berbagai negara. Hal ini didorong karena jumlah UMKM yang sangat banyak dan secara tidak langsung meningkatkan persaingan usaha diantara mereka. Membangun UMKM tidak sesulit perusahaan besar, namun angka mortalitasnya pun relatif tinggi mengingat persaingan ketat tersebut.
4. Masalah pemasaran (Tejaningrum et al., 2016; Azis et al., 2019; Irjayanti & Azis, 2021; Pimentel et al., 2017). Kebanyakan pelaku UMKM mengandalkan kemampuan produksi tanpa perencanaan akan dipasarkan kemana produk yang dihasilkan. Banyak dari mereka difasilitasi oleh program pemerintah atau bantuan dari pengusaha lokal yang datang berkunjung ke wilayah mereka. Untuk produk yang mengandung unsur keaslian atau *ethnicity*, para pelaku usaha mengandalkan dari para wisatawan yang datang berkunjung untuk membeli produk mereka.
5. Penggunaan teknologi (Belhadi et al., 2017; Eiriz et al., 2019; Ng & Kee, 2017; Sharafizad, 2016). Keterbatasan dana dan pengetahuan membuat banyak pelaku usaha mikro dan kecil belum mengoptimalkan penggunaan teknologi untuk membantu mereka dalam proses produksi dan pemasaran. Banyak dari mereka beranggapan bahwa teknologi adalah investasi yang mahal sehingga tidak menjadi prioritas mereka saat itu.
6. Inefisiensi produksi (Agostino & Trivieri, 2019; Han & McKelvey, 2016; Patil, 2017). Kurangnya pengetahuan terkait proses produksi yang efektif mengakibatkan terjadinya pemborosan terutama dalam penggunaan sumber daya yang ditemukan dalam beberapa kasus.
7. Jaringan (*networking*) bisnis (Byrne et al., 2019; Eiriz et al., 2019; Eroglu & Quagraine, 2017; Fisher et al., 2014; Irjayanti & Azis, 2013; Jennings et al., 2016; Kuhn & Galloway, 2015; Neneh, 2018; Pimentel et al., 2017; Rittenhofer, 2015). Jaringan bisnis disebut menjadi salah satu *key performance indicator* kesuksesan usaha, sehingga usaha yang bersifat lokal dan tradisional akan menghadapi kendala keterbatasan jaringan bisnis untuk mengembangkan usahanya.
8. Diskriminasi gender (Gupta et al., 2019; Tlaiss & Kauser, 2019; Yacus et al., 2019). Meskipun tidak ditemukan di literatur Indonesia, namun

diskriminasi gender ditemukan dalam penelitian di beberapa negara yang menemukan adanya perbedaan perlakuan bagi pemilik usaha laki-laki dan perempuan saat mengajukan pinjaman usaha ke bank.

Permasalahan umum UMKM di Indonesia adalah masih sederhana manajemen bisnis dalam pengelolaan usaha sehingga secara tidak langsung berdampak pada kendala akses permodalan (Azis et al., 2019; Irjayanti & Azis, 2021; Irjayanti et al., 2016; Tambunan, 2019). Lemahnya pengetahuan terkait manajemen bisnis mengakibatkan banyak UMKM tidak memenuhi persyaratan kriteria usaha yang layak untuk diberi pinjaman oleh bank. Bank sebagai institusi formal pemberi pinjaman dana yang diakui pemerintah juga memiliki kriteria standar yang harus dipenuhi oleh calon debitur. Kriteria ini tidak dapat dinegosiasikan dengan bank karena bank memiliki manajemen risiko tersendiri untuk mengantisipasi kredit tidak lancar (*non-performing loan*). Sementara usaha kecil seringkali masih menggunakan manajemen sederhana yang tidak memiliki catatan transaksi yang standar. Arus uang masuk dan keluarpun sering kali bersifat tunai sehingga pemiliknya tidak mampu membuktikan jumlah omzet yang tercatat. Oleh karena itulah usaha kecil yang tidak mendapatkan bantuan dana (dari keluarga atau teman) seringkali sulit berkembang ke skala yang lebih besar. Usaha kecil juga cenderung enggan untuk mengurus surat izin usaha perdagangan karena menganggap pengurusan dokumen tersebut berbiaya. Meskipun hal ini telah ada solusinya dari beberapa wilayah di Indonesia yang telah menggratiskan biaya pengurusan izin usaha. Ditambah lagi, para pelaku usaha mikro atau kecil biasanya langsung berhadapan dengan konsumen akhir dan reseller yang tidak meminta mereka untuk menunjukkan izin usaha saat melakukan transaksi. Berbeda dengan usaha menengah dan besar yang banyak melibatkan diri dengan proses lelang proyek dari badan usaha atau kantor pemerintah maupun perusahaan swasta dengan skala lebih besar, surat izin usaha dan dokumen relevan lain menjadi prasyarat saat usaha mereka didaftarkan sebagai partisipan lelang proyek.

Selain mengandalkan permodalan dari lembaga perbankan, UMKM dapat meminta bantuan dari berbagai skema pendanaan yang difasilitasi oleh pemerintah. Namun, UMKM harus menunjukkan kondisi manajemen usahanya yang dikelola dengan baik sehingga mampu meyakinkan pemberi dana untuk memberikan modal pengembangan usaha. Hal tersebut menunjukkan aspek manajemen usaha/bisnis memegang peranan penting karena mengarahkan pelaku usaha pada tata kelola yang baik dan meyakinkan tidak hanya pembeli melainkan juga pada calon pemberi modal usaha.

Berdasarkan latar belakang itulah, pengabdian bergerak untuk mengidentifikasi UMKM yang berlokasi di area Bandung Raya yang memiliki permasalahan yang terkait dengan aspek manajemen usaha. Alasan pengabdian memilih area Bandung Raya dilatarbelakangi oleh fakta bahwa sejak kepemimpinan Walikota Bandung terdahulu, Ridwan Kamil, telah mendeklarasikan kota Bandung sebagai kota kreatif yang memfasilitasi para pelaku ekonomi di bidang industri kreatif. Sektor kreatif telah diakui pemerintah Indonesia sebagai salah satu penyumbang pendapatan negara yang signifikan (Irjayanti, 2020; Purnomo, 2016). Industri kreatif memberikan kontribusi penting terhadap iklim ekonomi di Indonesia melalui peningkatan PDB; peningkatan jumlah, tingkat partisipasi dan produktivitas tenaga kerja Indonesia; dan peningkatan pertumbuhan ekspor Indonesia (Irjayanti, 2020; Kamil, 2015; Purnomo, 2016). Menurut data Kementerian Perindustrian, kontribusi industri kreatif terhadap perekonomian Indonesia ditargetkan meningkat dari tahun 2015 (Irjayanti, 2020). Kontribusi terbesar bagi industri kreatif sebesar 40,9% adalah industri fashion yang menciptakan lapangan kerja bagi 4,5 juta orang (Irjayanti, 2020; Kamil, 2015; Purnomo, 2016). Sub-sektor besar lainnya adalah industri kuliner dan produk kerajinan

METODE PELAKSANAAN

Pra Pelaksanaan

Jadwal pelaksanaan kegiatan dilakukan mulai bulan Februari hingga bulan Mei 2022. Pelaksanaan kegiatan PkM diawali mulai bulan Februari 2022 dengan mengunjungi beberapa calon partisipan yang menjadi sasaran kegiatan pengabdian dan setuju untuk berpartisipasi dalam kegiatan pengabdian ini. Beberapa partisipan merekomendasikan calon partisipan lain yang dianggap tertarik dan memerlukan jenis program PkM ini.

Selanjutnya, pengabdian mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh para partisipan sebelum kegiatan PkM dimulai. Adapun permasalahan yang digali dari para partisipan merupakan persoalan dalam ruang lingkup pengelolaan dan manajemen usaha serta hal relevan lainnya yang dihadapi oleh pelaku usaha yang setuju menjadi partisipan dalam kegiatan PkM ini. Partisipan merupakan para pemilik UMKM di bidang fashion yang berasal dari berbagai lokasi di area Bandung Raya dengan total pemilik usaha yang konfirmasi hadir sebanyak tujuh orang pemilik usaha.

Melalui diskusi dan wawancara awal, pengabdian mengumpulkan berbagai masalah kemudian memilih salah satu topik kegiatan yang dirasa sesuai dengan kompetensi pengabdian juga bermanfaat untuk kebutuhan partisipan. Setelah partisipan setuju

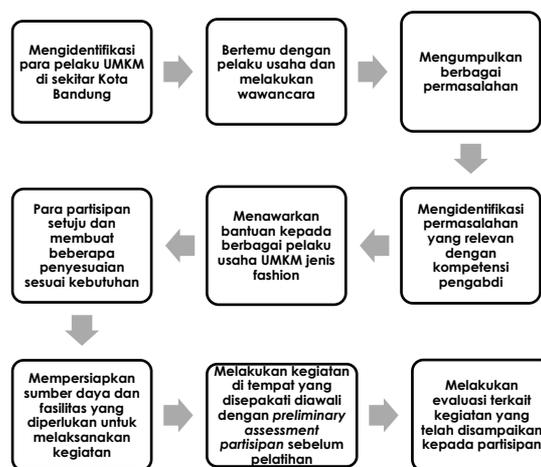
dengan kegiatan yang akan dilaksanakan, pengabdian mempersiapkan seluruh sumber daya yang diperlukan untuk pelaksanaan kegiatan PkM tersebut.

Pelaksanaan

Kegiatan PkM direncanakan akan diselenggarakan di lokasi yang terjangkau oleh para partisipan PkM. Mengingat fasilitas yang dibutuhkan oleh para partisipan untuk mengikuti kegiatan ini, maka pengabdian memutuskan untuk menyelenggarakan kegiatan pelatihan di lingkungan Kampus STIE Ekuitas, selain karena lokasinya yang relative berada di tengah lokasi para partisipan yang tersebar, kampus STIE Ekuitas juga memiliki sarana prasarana yang akan memudahkan terselenggaranya kegiatan PkM ini, seperti internet WiFi, TV Interaktif, meeting room yang lengkap dengan meja kursi yang memadai. Kegiatan pelatihan pencatatan transaksi usaha dilaksanakan dengan menggunakan aplikasi tidak berbayar Si Apik yang mulai dipasang di HP masing-masing peserta. Seluruh partisipan setuju dengan pemilihan lokasi ini, sehingga kegiatan dan fasilitas yang diperlukan dibawa ke lokasi untuk mendukung terlaksananya kegiatan.

Evaluasi

Setelah kegiatan pelatihan dilaksanakan, evaluasi kegiatan dilakukan baik secara lisan maupun tertulis yang berisi beberapa pertanyaan tertutup untuk mengukur kemampuan dan kepuasan partisipan. Selain itu, evaluasi juga dilakukan sebagai bahan perbaikan kedepannya. Kegiatan evaluasi langsung dilakukan setelah acara pelatihan dilaksanakan, sebelum seluruh rangkaian acara PkM ditutup. Seluruh tahapan pelaksanaan kegiatan PkM ini terangkum dalam ilustrasi sebagaimana Gambar 2.



Gambar 2. Tahapan pelaksanaan kegiatan

PEMBAHASAN

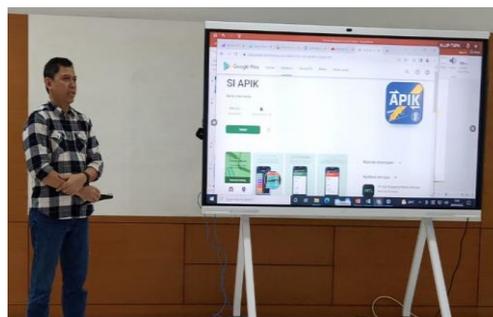
Pelaksanaan

Pada sesi pertama kegiatan PkM yaitu *sharing* pengalaman para pelaku usaha, teridentifikasi beberapa persoalan yang masih menjadi kendala dan belum terselesaikan hingga saat ini. Masalah yang dihadapi oleh para partisipan secara spesifik diantaranya masalah keterbatasan modal, kurangnya pengetahuan tentang manajemen usaha yang baik, belum memiliki manajemen keuangan yang sesuai dengan standar kelayakan calon debitur yang dapat meyakinkan calon pemberi modal, masih menggunakan metode pemasaran secara tradisional yang biasa dilakukan oleh para pelaku usaha kecil, belum memahami hal-hal yang terkait dengan administrasi perusahaan, belum memahami bagaimana cara mengelola karyawan, dan belum ada kegiatan peningkatan keahlian karyawan.

Secara spesifik, kendala para pelaku usaha masih berkaitan dengan pendanaan usaha dimana saat ini kebanyakan pelaku usaha kecil mengandalkan modal pribadi atau pinjaman dari orang yang bersedia berinvestasi ke usaha mereka dengan perjanjian bagi hasil tertentu. kebanyakan dari pelaku usaha enggan untuk terlibat dalam skema kredit perbankan mengingat persyaratan administratif yang harus dipenuhi bahkan sejak di awal proses pengajuan. Sementara untuk pemasaran, pelaku usaha masih mengandalkan jaringan yang mereka miliki untuk menjual produk. Beberapa partisipan sudah menggunakan platform e-commerce yang mudah digunakan seperti shopee, Tokopedia, Lazada, Instagram, dan lainnya. Mereka belum memiliki visi untuk menjangkau skala pasar yang lebih luas dibandingkan sekarang. Para pelaku usaha juga menghendaki untuk memperoleh pengetahuan terkait strategi pemasaran yang dapat membantu mereka meningkatkan daya tarik produk dan penjualan. Terkait dengan pengelolaan keuangan usaha, sebagian besar pelaku usaha menyatakan belum memiliki standar pembukuan untuk mencatat pemasukan dan pengeluaran secara spesifik terkait transaksi produknya. Mereka masih menggunakan catatan sederhana yang tersebar dalam berbagai dokumen yang belum terstruktur. Hal ini juga yang menjadi alasan keengganan untuk mengajukan skema kredit perbankan karena administrasi pencatatan transaksi yang belum terkelola dengan baik. Selain itu, banyak dari mereka juga melakukan transaksi tunai sehingga omzet usaha tidak tercatat seluruhnya di rekening bank

Setelah menceritakan profil usaha, pengalaman, dan kendala masing-masing dilanjutkan dengan diskusi diantara pengabdian dan partisipan, sesi selanjutnya adalah pemaparan materi yang diawali dengan teori pentingnya peran usaha kecil dan menengah serta peran dan kontribusi UKM

terhadap perekonomian nasional Indonesia terutama sejak terjadinya krisis besar di Indonesia. Materi yang disampaikan sekaligus menjadi materi workshop adalah terkait praktik pembukuan untuk usaha yang mendokumentasikan transaksi keuangan dengan menggunakan aplikasi yang tidak berbayar dan disediakan oleh pemerintah untuk membantu para pelaku usaha di Indonesia yaitu aplikasi SI APIK ([Gambar 3](#)).



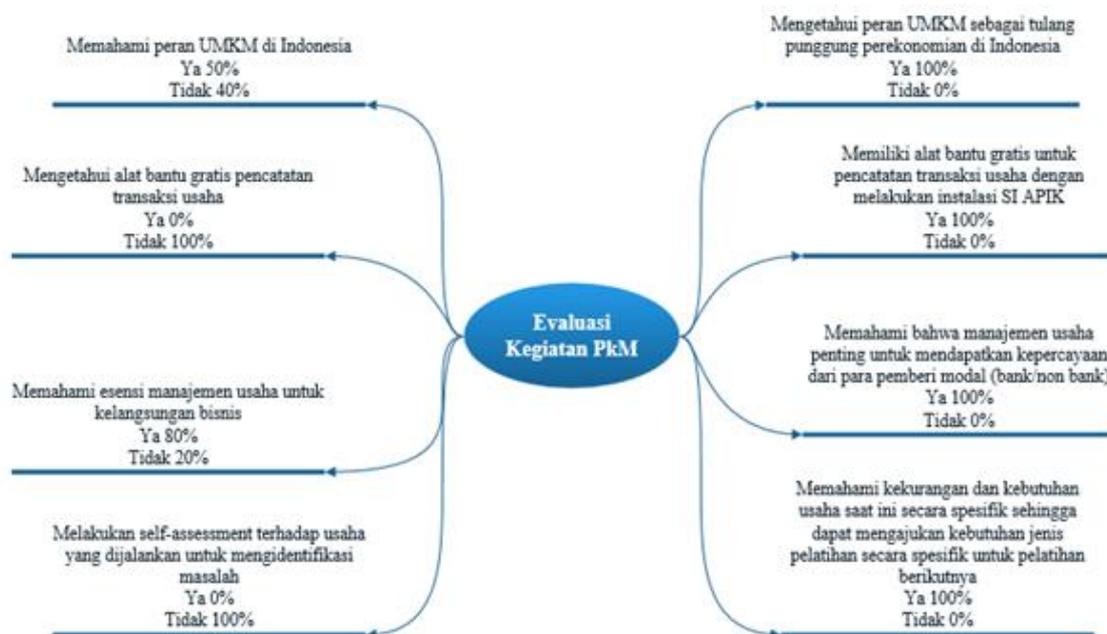
Gambar 3. Proses pelaksanaan PkM

SI APIK yang dikembangkan mulai tahun 2017 adalah singkatan dari Sistem Informasi Aplikasi Pencatatan Informasi Keuangan yang merupakan perangkat lunak untuk mendokumentasikan transaksi usaha yang sekaligus dapat menjadi aplikasi akuntansi berbasis digital yang dikembangkan oleh Bank Indonesia sebagai bentuk dukungan nyata untuk para pelaku usaha terutama usaha mikro kecil dan menengah di Indonesia supaya pelaku UMKM dapat membuat laporan keuangan dengan mudah dan lengkap untuk memudahkan mereka dalam mengakses informasi keuangan.



Gambar 4. Peserta PkM mengikuti dengan seksama dan partisipatif

Para partisipan PkM secara antusias dan interaktif mengikuti pelatihan menggunakan aplikasi SI APIK tersebut ([Gambar 4](#)). Mereka diajari mulai dari cara menginstal dari telepon seluler masing-masing yang terkoneksi dengan internet. Mereka melakukan praktik dengan menggunakan studi kasus yang disediakan oleh pemateri untuk dicatat dalam aplikasi SI APIK tersebut.



Gambar 5. Evaluasi pelaksanaan PkM

Hasil dan Evaluasi

Setelah kegiatan PkM dilaksanakan, terdapat perubahan yang teridentifikasi dari para pelaku usaha yang menjadi partisipan diantaranya sebelumnya seluruh partisipan menyatakan belum mengenal aplikasi yang disebut dengan Si Apik untuk pencatatan transaksi, setelah pelatihan dilaksanakan, para partisipan mengenal dan memiliki aplikasi si Apik di gawai masing-masing. Para partisipan dapat membuat aktivitas transaksi usaha secara detail yang selama ini dilakukan tanpa pencatatan terstruktur serta para partisipan mampu menginput jenis transaksi usaha berikut besaran dana transaksinya menggunakan aplikasi tidak berbayar tersebut.

Kegiatan evaluasi kegiatan dilakukan dengan membandingkan sebelum dan sesudah kegiatan PkM (Gambar 5). Setelah dilakukan kegiatan PkM, seluruh partisipan menyatakan puas terhadap kegiatan yang dilaksanakan dan berharap dapat memiliki kesempatan untuk kembali berpartisipasi di jenis kegiatan berikutnya dengan topik lain yang masih belum terakomodir dalam kegiatan pelaksanaan PkM ini. Kegiatan PkM ini memberikan tambahan pengetahuan berupa peran penting usaha mereka sebagai tulang punggung perekonomian sehingga diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan diri untuk terus mengembangkan kegiatan usaha hingga ke skala usaha yang lebih besar dibandingkan saat ini. Selain itu, para partisipan juga memahami pentingnya pengelolaan

usaha yang baik serta pencatatan transaksi yang tertib karena dapat meningkatkan level kepercayaan para pemberi modal usaha melalui pinjaman, baik dari lembaga keuangan bank maupun dari investor yang tertarik.

KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan dalam program PkM ini terselenggara dengan baik sesuai dengan kebutuhan. Berdasarkan hasil evaluasi, para partisipan menyatakan puas terhadap hasil pelatihan (dengan jawaban Ya 100% untuk empat item pertanyaan). Dampak yang partisipan rasakan diantaranya: mengetahui peran UMKM terhadap perekonomian nasional, mengetahui dan memiliki serta mampu mengoperasikan aplikasi tidak berbayar Si APIK untuk pengelolaan transaksi usaha. Setelah penggalan selama pelatihan, partisipan memahami kebutuhan dan kekurangan yang perlu mereka perbaiki untuk keberlangsungan usaha jangka panjang. Kegiatan dapat dilanjutkan dengan menyelenggarakan pelatihan dengan topik yang lebih beragam seperti strategi pemasaran online yang dibutuhkan pada masa ini untuk menjangkau pasar yang lebih luas

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kepada STIE Ekuitas Bandung yang telah mendanai kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini melalui skema hibah internal Pengabdian kepada Masyarakat tahun 2022.

DAFTAR PUSTAKA

- Agostino, M., & Trivieri, F. (2019). Does Trade Credit Affect Technical Efficiency? Empirical Evidence from Italian Manufacturing SMEs*. *Journal of Small Business Management*, 57(2), 576–592. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12410>
- Azis, A. M., Irjayanti, M., & Susanto, R. J. (2019). Entrepreneurial Orientation and Innovation for Improving Competitive Advantage. *Journal of Engineering and Science Research*, 3(2), 1–7. <https://doi.org/10.26666/jmp.jesr.2019.2.1>
- Belhadi, A., Touriki, F. E., & El fezazi, S. (2017). Prioritizing the solutions of lean implementation in SMEs to overcome its barriers. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 28(8), 1115–1139. <https://doi.org/10.1108/JMTM-04-2017-0066>
- Byrne, J., Fattoum, S., & Diaz Garcia, M. C. (2019). Role Models and Women Entrepreneurs: Entrepreneurial Superwoman Has Her Say. *Journal of Small Business Management*, 57(1), 154–184. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12426>
- Du, J., Bian, C., & Gan, C. (2017). Bank competition, government intervention and SME debt financing. *China Finance Review International*, 7(4), 478–492. <https://doi.org/10.1108/CFRI-02-2017-0007>
- Eiriz, V., Barbosa, N., & Ferreira, V. (2019). Impacts of Technology Adoption by Small Independent Food Retailers. *Journal of Small Business Management*, 57(4), 1485–1505. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12413>
- Erogul, M. S., & Quagraine, F. A. (2017). Motivation, Networking and Business Growth: Perspectives of Ghanaian Female Entrepreneurs. *Journal of Enterprising Culture*, 25(03), 297–316. <https://doi.org/10.1142/S021849581750011X>
- Fisher, R., Maritz, A., & Lobo, A. (2014). Evaluating entrepreneurs' perception of success. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 20(5), 478–492. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-10-2013-0157>
- Gupta, V. K., Wieland, A. M., & Turban, D. B. (2019). Gender Characterizations in Entrepreneurship: A Multi-Level Investigation of Sex-Role Stereotypes about High-Growth, Commercial, and Social Entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 57(1), 131–153. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12495>
- Han, M., & McKelvey, B. (2016). How to Grow Successful Social Entrepreneurship Firms? Key Ideas from Complexity Theory. *Journal of Enterprising Culture*, 24(03), 243–280. <https://doi.org/10.1142/S0218495816500102>
- Hapsari, I. (2014). Identifikasi Berbagai Permasalahan Yang Dihadapi Oleh Ukm Dan Peninjauan Kembali Regulasi Ukm Sebagai Langkah Awal Revitalisasi Ukm. *Permana*, 5(2), 43–47. <http://ejournal.upstegal.ac.id/index.php/per/article/view/366>
- Hayati, S. R., Putri, S. A. M., & Suwarsi, A. A. (2020). Inovasi Produk dan Kemasan pada Industri Rumah Kaos di Dusun Mejing Wetan Desa Ambarketawang Kecamatan Gamping Kabupaten Sleman. *Transformatif: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 87–100. <https://doi.org/10.22515/tranformatif.v1i2.2985>
- Irjayanti, M. (2020). *Local Wisdom of Indonesian Female Entrepreneurs in Creative Industries*. [Curtin University]. <https://espace.curtin.edu.au/handle/20.500.11937/81686>
- Irjayanti, M., & Azis, A. M. (2012). Barrier Factors and Potential Solutions for Indonesian SMEs. *Procedia Economics and Finance*, 4, 3–12. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(12\)00315-2](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(12)00315-2)
- Irjayanti, M., & Azis, A. M. (2013). Success Factors of Fast Moving Goods of Small Medium. *Journal of Global Entrepreneurship*, 4(1), 17–31. http://repository.ekuitas.ac.id/bitstream/handle/123456789/46/JR00003_Maya_Irjayanti_dan_Anton_Mulyono_Azis.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Irjayanti, M., & Azis, A. M. (2021). Quality Management for Leather Industry to Increase Competitiveness in the Global Market. *HOLISTICA – Journal of Business and Public Administration*, 12(2), 16–30. <https://doi.org/10.2478/hjbpa-2021-0012>
- Irjayanti, M., Azis, A. M., & Sari, P. A. (2016). Indonesian SMEs readiness for asean economic community. *Actual Problems of Economics*, 177(3), 31–38. <http://repository.ekuitas.ac.id/handle/123456789/431>
- Jennings, J. E., Jennings, P. D., & Sharifian, M. (2016). Living the Dream? Assessing the 'Entrepreneurship as Emancipation' Perspective in a Developed Region. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 40(1), 81–110. <https://doi.org/10.1111/etap.12106>
- Kamil, A. (2015). Industri kreatif Indonesia: Pendekatan analisis kinerja industri. *Media Trend*, 10(2), 207–225. <https://journal.trunojoyo.ac.id/mediatrend/article/view/946>
- Kinanti, K. P., Astuti, E. S., & Nurdahlia, D. U. (2019). Pemanfaatan Permainan Bahasa Menjadi Produk Usaha Kaos Berbasis Bisnis Kata di Kelompok Karang Taruna Desa Parangargo Kecamatan Wagir Kabupaten Malang untuk Mendukung Ekonomi Kreatif. *PAMBUDI*, 3(1), 22–28. <https://doi.org/10.33503/pambudi.v3i1.460>
- Kuhn, K. M., & Galloway, T. L. (2015). With a Little Help from My Competitors: Peer Networking among Artisan Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(3), 571–600. <https://doi.org/10.1111/etap.12053>
- Madrid-Guijarro, A., García-Pérez-de-Lema, D., & Van Auken, H. (2016). Financing constraints and SME innovation during economic crises. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 29(1), 84–106. <https://doi.org/10.1108/ARLA-04-2015-0067>
- McGee, J. E., & Peterson, M. (2019). The Long-Term Impact of Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Orientation on Venture Performance. *Journal of Small Business Management*, 57(3), 720–737. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12324>
- Miller, D., Steier, L., & Le Breton-Miller, I. (2016). What Can Scholars of Entrepreneurship Learn from Sound Family Businesses? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 40(3), 445–455. <https://doi.org/10.1111/etap.12231>
- Morgan, J., & Sisak, D. (2016). Aspiring to succeed: A model of entrepreneurship and fear of failure. *Journal of Business Venturing*, 31(1), 1–21. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2015.09.002>
- Neneh, B. N. (2018). Customer orientation and SME performance: the role of networking ties. *African Journal of Economic and Management Studies*, 9(2), 178–196. <https://doi.org/10.1108/AJEMS-03-2017-0043>
- Ng, H. S., & Kee, D. M. H. (2017). Entrepreneurial SMEs

- Surviving in the Era of Globalisation: Critical Success Factors. In *Global Opportunities for Entrepreneurial Growth: Coopetition and Knowledge Dynamics within and across Firms* (pp. 75–90). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-78714-501-620171007>
- Patil, K. (2017). Public procurement policy for small and medium enterprises in developing countries. *International Journal of Public Sector Management*, 30(4), 391–410. <https://doi.org/10.1108/IJPSM-10-2016-0160>
- Pimentel, D., Couto, J. P., & Scholten, M. (2017). Entrepreneurial Orientation in Family Firms: Looking at a European Outermost Region. *Journal of Enterprising Culture*, 25(04), 441–460. <https://doi.org/10.1142/S0218495817500169>
- Pratiwi, A., Santoso, E., & Fatmawati, F. (2017). Eskalasi Usaha Konveksi Kaos dan Seragam Kerja Melalui Strategi Kualitas Produk Layanan Konsumen dan Perluasan Jaringan Pemasaran Melalui E-commerce pada Wirausaha Forum Difabel Malang Raya (Fordimara) di Kota Malang Raya. *IJDS: Indonesian Journal of Disability Studies*, 4(1), 45–50. <https://doi.org/10.21776/ub.IJDS.2017.004.01.7>
- Purnomo, R. A. (2016). Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia. In *Yayasan Kita Menulis* (Vol. 53, Issue 9). Ziyad Visi Media. <http://eprints.umpo.ac.id/2859/>
- Rittenhofer, I. (2015). The reflexive case study method: a practice approach to SME globalization. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 21(3), 410–428. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-12-2013-0215>
- Sharafizad, J. (2016). Women business owners' adoption of information and communication technology. *Journal of Systems and Information Technology*, 18(4), 331–345. <https://doi.org/10.1108/JSIT-07-2016-0048>
- Suci, Y. R. (2008). Perkembangan Umkm (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 6(1), 1–31. <https://journal.upp.ac.id/index.php/cano/article/view/627>
- Tambunan, T. T. H. (2019). The impact of the economic crisis on micro, small, and medium enterprises and their crisis mitigation measures in Southeast Asia with reference to Indonesia. *Asia & the Pacific Policy Studies*, 6(1), 19–39. <https://doi.org/10.1002/app5.264>
- Tejaningrum, A, Azis, A. M., & Irjayanti, M. (2016). Mapping the Supply Chain Issues SMEs and Impact for Quality Products. *Management Studies*, 4(1), 9–15. <https://doi.org/10.17265/2328-2185/2016.01.002>
- Tlaiss, H. A., & Kauser, S. (2019). Entrepreneurial Leadership, Patriarchy, Gender, and Identity in the Arab World: Lebanon in Focus. *Journal of Small Business Management*, 57(2), 517–537. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12397>
- van Klyton, A., & Rutabayiro-Ngoga, S. (2018). SME finance and the construction of value in Rwanda. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 25(4), 628–643. <https://doi.org/10.1108/JSBED-02-2017-0046>
- Yacus, A. M., Esposito, S. E., & Yang, Y. (2019). The Influence of Funding Approaches, Growth Expectations, and Industry Gender Distribution on High-Growth Women Entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 57(1), 59–80. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12491>