

## PENERAPAN SISTEM INFORMASI KEUANGAN DAN DATABASE PELANGGAN GUNA MENDUKUNG PENINGKATAN KINERJA UKM

**Audita Nuvriasari**

Fakultas Ekonomi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta  
e-mail: [audy\\_nuvriasari@ymail.com](mailto:audy_nuvriasari@ymail.com)

**Hasim As'ari**

Fakultas Ekonomi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta  
e-mail: [encutproduction@yahoo.com](mailto:encutproduction@yahoo.com)

### *Abstract*

*The objectives of this study were to: (1). Identifying the factors that become obstacles in financial governance and customer databases as well as assessing the interest and readiness of the partners in adopting the technology and information systems. Results of this study then followed up by providing an understanding through education and counseling to SMEs on the importance of financial governance and customer databases in business and (2). Provide skills training for SMEs in using financial information systems and customer database management, and (3). Evaluate the management performance of SMEs before and after counseling and training. The partner in this study is 23 SMEs in "Paguyban TEGAR", Gamplong Tourism Village, Yogyakarta. The methods of this study are observation and action research. The implementation of the action program include the provision of assistance equipment such as printers, financial module, financial software for SMEs and customer database software. Other program implementations are: the provision of counseling on financial management and customer databases, and training skills in using financial software and customer databases. The evaluation of the actions carried out by comparing the performance improvement of financial management and customer database before and after training.*

**Keywords:** *financial management, database customer, information system, education and training, action research*

### **1. PENDAHULUAN**

Pemberdayaan UKM menjadi sangat strategis karena potensinya yang besar dalam menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat dan sekaligus menjadi tumpuan sumber pendapatan sebagian besar masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraannya. Merupakan suatu realitas bahwa UKM adalah sektor ekonomi nasional yang paling strategis dan menyangkut hajat hidup orang banyak sehingga menjadi tulang punggung perekonomian nasional. UKM juga merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian di Indonesia.

Perkembangan UKM dewasa ini terus mengalami peningkatan salah satunya di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Perkembangan UKM di DIY mengalami pertumbuhan yang pesat dimana jenis usaha

pada UKM dibedakan menjadi 4 (empat) sector, yakni: aneka usaha, perdagangan, industri pertanian dan non pertanian. Pada tahun 2012 jumlah UKM di DIY sebanyak 81.295 UKM, pada tahun 2013 sebanyak 82.418 UKM, dan pada tahun 2014 meningkat menjadi 135.554 UKM ([www.desperindagkop.jogjaprovo.go.id](http://www.desperindagkop.jogjaprovo.go.id)).

Perkembangan UKM yang sangat pesat dari sisi kuantitas atau jumlah unit usaha belum dibarengi dengan kinerja yang maksimal dari pelaku UKM dikarenakan adanya sejumlah kendala yang dihadapi. Adapun kendala yang umumnya dihadapi oleh pelaku bisnis UKM di DIY dalam menjalankan bisnisnya antara lain karena kegiatan usaha belum berorientasi pasar seperti dalam menjalankan kegiatan pemasaran masih bersifat konvensional dan belum memanfaatkan teknologi informasi untuk

mempercepat pelayanan pada konsumen dan mempercepat transaksi bisnis (Nuvriasari dan Sumiyarsih, 2013). Disamping itu terdapat kendala lainnya seperti keterbatasan sarana produksi, kurangnya akses permodalan dan keterbatasan keterampilan SDM (Nuvriasari dan Wicaksono, 2012). Tata kelola UKM berbasis *Good Corporate Governance* pada UKM menunjukkan bahwa UKM berada peringkat buruk dalam praktek *corporate governance* hal ini berakibat pada rendahnya kinerja UKM (Nuvriasari dan Hadiyati, 2008).

Pada dasarnya permasalahan pengelolaan/manajemen keuangan banyak dihadapi oleh UKM, hal ini antara lain disebabkan oleh: kurangnya SDM yang memiliki kemampuan di bidang menyusun laporan keuangan dan tidak adanya pembagian tugas yang jelas antar bidang karena pemilik sekaligus menjadi pengelola usaha (Putra dan Kurniawati, 2008). Sebagian besar UKM masih melakukan model pencatatan keuangan atau pembukuan dengan sangat sederhana dan tidak detail (Krisdartiwi, 2008).

Tidak hanya sebatas pada aspek tata kelola keuangan, pembenahan dari aspek pemasaran juga perlu dilakukan oleh UKM salah satunya adalah pengelolaan data pelanggan, mengingat pelanggan dapat dijadikan sebagai target pemasaran selanjutnya untuk bertindak sebagai pembeli ulang produk UKM.

Sejumlah kendala tersebut juga dialami oleh kelompok UKM pada Paguyuban TEGAR. UKM Paguyuban TEGAR merupakan kelompok pelaku usaha atau pengrajin yang mayoritas bergerak di bidang kerajinan tenun dan aneka handycraft yang berada di Desa Wisata Gamplong tepatnya di Pedukuhan Gamplong, Desa Sumberrahayu, Kecamatan Moyudan, Kabupaten Sleman, DIY. Ciri khas dari pengrajin pada UKM "Paguyuban TEGAR" di Desa Wisata Gamplong adalah menggunakan Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM) untuk menghasilkan produk kerajinan tenun tradisional

Bertolak pada latar belakang kajian yang ada maka pokok permasalahan yang diangkat dalam studi ini adalah: (1). Faktor apakah yang menjadi kendala bagi anggota UKM Paguyuban TEGAR dalam tata kelola keuangan dan database pelanggan, (2).

Bagaimanakan minat dan kesiapan anggota UKM Paguyuban TEGAR dalam mengadopsi teknologi informasi dan sistem informasi untuk perbaikan tata kelola keuangan dan database pelanggan, dan (3). Bagaimanakah hasil evaluasi kinerja tata kelola UKM setelah diberikannya kegiatan pendidikan, penyuluhan dan pelatihan di bidang tata kelola keuangan dan database pelanggan.

Adapun tujuan dari studi ini adalah untuk: (1). Mengidentifikasi faktor yang menjadi kendala dalam tata kelola keuangan dan database pelanggan dan mengkaji minat dan kesiapan mitra dalam mengadopsi teknologi dan sistem informasi. Hasil dari kajian ini kemudian ditindak lanjuti dengan memberikan pemahaman melalui kegiatan pendidikan dan penyuluhan kepada anggota UKM Paguyuban TEGAR tentang pentingnya tatakelola keuangan dan database pelanggan dalam bisnis dan (2). Memberikan pelatihan keterampilan bagi UKM dalam menggunakan sistem informasi keuangan dan manajemen database pelanggan, dan (3). Mengevaluasi kinerja tata kelola UKM setelah diberikannya kegiatan pendidikan, penyuluhan dan pelatihan di bidang tata kelola keuangan dan database pelanggan.

## 2. KAJIAN LITERATUR

### Manajemen Keuangan UKM

Manajemen keuangan adalah manajemen untuk fungsi-fungsi pembelanjaan (Riyanto, 2001). Manajemen keuangan bukan sekedar bagaimana mengelola uang kas tetapi lebih dari itu manajemen keuangan adalah mengelola kekayaan untuk menghasilkan keuntungan dan memanfaatkan sumber modal demi membiayai usaha.

Dalam tata kelola keuangan yang baik perlu adanya penyusunan laporan keuangan. Laporan keuangan yang lengkap biasanya meliputi neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan posisi keuangan yang dapat disajikan dalam berbagai cara seperti, misalnya : sebagai laporan arus kas, atau laporan arus dana, catatan dan laporan lain serta materi penjelasan yang merupakan bagian integral dari laporan keuangan. (Ikatan Akuntansi Indonesia, 2009).

Penyusunan laporan keuangan akan memberikan manfaat bagi pelaku usaha termasuk UKM, antara lain yakni: menyediakan informasi yang dapat diandalkan tentang kekayaan dan kewajiban, menyajikan informasi yang dapat membantu para pemakai dalam menaksir kemampuan perusahaan memperoleh laba dan menyajikan informasi lain yang sesuai atau relevan dengan keperluan para pemiliknya (Sadeli, 2002).

### **Pengelolaan Pelanggan dan Database Pelanggan**

Pengelolaan pelanggan akan membantu organisasi untuk mengelola hubungan dengan pelanggan secara lebih baik dengan menelusuri semua tipe interaksi yang dilakukan oleh pelanggan (Kalakota and Robinson, 2001). Fazladeh et al (2011) menjelaskan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pengelolaan hubungan pelanggan pada UKM adalah: teknologi informasi pendukung distribusi dan komunikasi, dinamika bisnis, inovasi dan kualitas.

Dalam pengelolaan pelanggan, database pelanggan memiliki peran penting. Dimana database pelanggan berisi daftar nama pelanggan dimana pemasar telah memberikan informasi tambahan sesuai dengan sistem yang mereka pilih. Database pelanggan merupakan kunci dalam membina hubungan dengan konsumen yang kuat serta retensi konsumen.

### **Kinerja UKM**

Kinerja bisnis merupakan fungsi hasil-hasil kegiatan yang ada dalam suatu perusahaan yang dipengaruhi oleh faktor intern dan eksteren dalam mencapai tujuan yang ditetapkan selama periode waktu tertentu. Kinerja bisnis dapat ditunjukkan melalui kinerja keuangannya yang mencakup tingkat pertumbuhan, return on sales, net profit, dan gross profit. Secara lebih detail kinerja bisnis dari aspek kinerja keuangan dapat diukur melalui tingkat likuiditas, solvabilitas dan profitabilitas (Sels, Winne, Delmotte, 2006).

Variabel-variabel dalam kinerja bisnis dapat meliputi: ukuran relative, posisi biaya relative, konsentrasi pesaing, pertumbuhan pasar, kekuatan pembeli dan perubahan teknologi (Narver and Slater, 2000). Olivers

and Lado (2008) menunjukkan kinerja bisnis yang direpresentasikan melalui kinerja ekonomi yang terdiri dari pangsa pasar, pertumbuhan premium dan profitabilitas.

Kinerja UKM menurut Mohamad et al (2014) dapat diukur melalui: (1). kinerja keuangan (penguasaan pangsa pasar, pertumbuhan penjualan, profitabilitas, pengurangan biaya transaksi dengan pelanggan, perolehan pendapatan dari produk baru), (2). Loyalitas pelanggan (kesediaan merekomendasikan hal-hal positif pada pelanggan, mendukung konsumen untuk melakukan pembelian, kesediaan merekomendasikan pada pelanggan yang lain, kesediaan melakukan hubungan jangka panjang dengan konsumen lainnya), (3). Kepuasan pelanggan (terciptanya hubungan yang menyenangkan dengan pelanggan, tercipta hubungan yang positif, adanya rasa puas), (4). Kebertahanan pelanggan (kesetiaan terhadap manufacturer pilihan, kesediaan melakukan pembelian ulang, mencari alternatif manufacturer lainnya), dan (5). Kinerja yang diterima – Perceived performance (terciptanya hubungan bisnis yang produktif, keberartian waktu dan upaya yang diinvestasikan dalam hubungan bisnis, dan hubungan bisnis yang memuaskan).

## **3. METODE PENELITIAN**

### **Sampel Penelitian**

Sampel penelitian adalah seluruh anggota UKM Paguyuban TEGAR sejumlah 23 UKM. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode sensus dimana seluruh anggota populasi dijadikan sampel penelitian.

### **Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi dan wawancara kepada anggota UKM Paguyuban TEGAR. Data sekunder diperoleh melalui dokumentasi UKM, jurnal hasil penelitian dan sumber referensi lainnya.

### **Metode Pengumpulan Data**

#### **Observasi**

Observasi adalah metode pengumpulan data yang ditujukan untuk menghipun data yang

dibutuhkan dalam penelitian dengan cara melakukan pengamatan langsung di lapangan. Dalam penelitian ini observasi ditujukan untuk memperoleh gambaran awal mengenai responden terkait dengan pelaksanaan tata kelola UKM..

### **Wawancara**

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab langsung kepada narasumber (informan). Dalam penelitian ini narasumber adalah para anggota UKM Paguyuban TEGAR. Wawancara ditujukan untuk mengidentifikasi profiling anggota UKM Paguyuban TEGAR dan mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam tata kelola keuangan dan database pelanggan. Selain itu juga untuk mengidentifikasi minat dan kesiapan mitra dalam mengadopsi dan mengoperasikan bantuan piranti teknologi dan sistem informasi yang diberikan oleh tim peneliti

### **Forum Group Discussion (FGD)**

FGD adalah teknik pengumpulan data yang umumnya dilakukan pada penelitian kualitatif dengan tujuan menemukan makna sebuah tema menurut pemahaman sebuah kelompok. Dalam penelitian ini FGD melibatkan: Ketua umum Paguyuban TEGAR, perwakilan dari setiap kelompok UKM (Paguyuban TEGAR 1, 2, dan 3), praktisi dan akademisi dibidang kewirausahaan dan UKM serta praktisi dan akademisi bidang Teknologi dan Sistem Informasi.

### **Metode Analisis Data**

#### **Metode Kuantitatif**

Metode kuantitatif menekankan pada aspek pengukuran secara obyektif terhadap fenomena social. Alat analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah tabulasi distribusi frekuensi. Dari hasil analisis kuantitatif dapat dipetakan profil responden, kendala dalam tata kelola keuangan dan database pelanggan serta pengukuran minat dan kesiapan dalam mengadopsi teknologi dan sistem informasi.

#### **Metode kualitatif**

Metode kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif

yang bersumber dari responden selaku sampel penelitian dan perilaku yang diamati.

Jenis penelitian kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah Action research atau penelitian tindakan. Penelitian tindakan merupakan salah satu bentuk rancangan penelitian dimana peneliti mendeskripsikan, menginterpretasi dan menjelaskan suatu situasi sosial pada waktu yang bersamaan dengan melakukan perubahan atau intervensi dengan tujuan perbaikan atau partisipasi. Dalam penelitian tindakan terjadi kolaborasi antara peneliti dengan *client* dalam mencapai tujuan.

*Action research* dalam studi ini merupakan proses yang mencakup siklus aksi, yang mendasarkan pada refleksi; umpan balik (*feedback*); bukti (*evidence*); dan evaluasi atas aksi sebelumnya dan situasi sekarang.

Adapun tahapan action research dalam studi ini adalah sebagai berikut:

- Identifikasi profiling responden dan penggalian feedback melalui observasi
- Implementasi program melalui stimulan peralatan, pendidikan/penyuluhan, pelatihan dan pendampingan program
- Evaluasi kinerja tata kelola/manajemen UKM dengan membandingkan kondisi sebelum dan setelah dilakukan aksi

## **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Profil Responden**

Berdasarkan hasil wawancara dengan 23 responden pada UKM Paguyuban TEGAR maka dapat ditunjukkan hasil tabulasi hasil distribusi frekuensi sebagai berikut:

Tabel 1  
Profil Responden

Profil Responden	Frek	%
Lama Usaha s/d 2015		
a. Kurang dari 10 tahun	0	0
b. 10 s/d 15 tahun	7	30,43
c. 16 s/d 20 tahun	14	60,87
d. Lebih dari 20 tahun	2	8,70
Riwayat Usaha		
a. Warisan turun temurun	14	60,87
b. Merintis sendiri	9	39,13
Legalitas Usaha		
a. PT/CV	0	0
b. Belum berbadan hukum	23	100

Jumlah SDM utama		
a. 1 s/d 4 orang	0	0
b. 5 s/d 19 orang	8	34,78
c. Lebih dari 19 orang	15	65,22

Profil Responden	Frek	%
Pemanfaatan TI (internet)		
a. Pencarian informasi bisnis	23	100
b. Komunikasi melalui email dengan mitra bisnis	11	47,83
c. Mengoperasikan website milik sendiri	0	0
d. Menggunakan website pribadi untuk semua transaksi bisnis	0	0
Penjualan per tahun		
a. Kurang dari Rp. 300 juta	13	56,52
b. Rp. 300 juta s/d Rp. 2,5M	10	43,48
c. Lebih dari Rp. 2,5M	0	0
Cakupan wilayah pemasaran		
a. Dalam Negeri	16	69,57
b. Dalam Negeri dan Luar Negeri	7	30,43

Sumber: Data Primer Diolah 2015

Dari Tabel 1 dapat dijelaskan bahwa rata-rata UKM Paguyuban TEGAR telah menjalankan usahanya dalam kurun waktu 16 s/d 20 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan UKM mampu bertahan dalam jangka panjang. Sejumlah alasan UKM dapat bertahan termasuk dalam kondisi krisis ekonomi dikarenakan sejumlah hal berikut (bisnisukm.com):

- Sebagian besar UKM memproduksi barang konsumsi dan jasa-jasa dengan elastisitas permintaan terhadap pendapatan yang rendah, maka tingkat pendapatan rata-rata masyarakat tidak banyak berpengaruh terhadap permintaan barang yang dihasilkan. Sebaliknya kenaikan tingkat pendapatan juga tidak berpengaruh pada permintaan.
- Sebagian besar UKM tidak mendapat modal dari bank. Implikasinya keterpurukan sektor perbankan dan naiknya suku bunga, tidak banyak mempengaruhi

sektor ini. Di Indonesia, usaha kecil biasanya menggunakan modal sendiri dari tabungan dan aksesnya terhadap perbankan sangat rendah.

- UKM mempunyai modal yang terbatas dan pasar yang bersaing. Dampaknya usaha kecil mempunyai spesialisasi produksi yang ketat. Hal ini memungkinkan usaha kecil mudah untuk pindah dari usaha yang satu ke usaha lain, hambatan keluar-masuk tidak ada.
- Reformasi menghapuskan hambatan-hambatan di pasar, proteksi industri hulu dihilangkan, usaha kecil mempunyai pilihan lebih banyak dalam pengadaan bahan baku. Akibatnya biaya produksi turun dan efisiensi meningkat.

Ditinjau dari riwayat usaha sebanyak 60,87% UKM merupakan usaha warisan turun temurun. Berdasarkan hasil wawancara dapat dijelaskan bahwa sejak tahun 1950-an, Desa Gamplong sudah terkenal sebagai desa penghasil kerajinan tenun dengan menggunakan Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM). Usaha dan kemampuan para pengrajin secara umum didapatkan secara turun temurun dari leluhur mereka. Hal tersebut yang mendorong usaha ini diwariskan dari generasi ke generasi. Meskipun demikian terdapat 39,13% UKM yang merintis usahanya sendiri.

Berdasarkan kepemilikan legalitas usaha dapat ditunjukkan bahwa belum ada anggota UKM Paguyuban TEGAR yang berstatus badan hukum. Alasan utama dari responden adalah keengganan untuk mengurus persyaratan-persyaratan dan dirasa rumit dan birokrasi yang tidak mudah. Dampak dari tidak adanya legalitas hukum ini menyebabkan UKM tidak dapat mengakses pengajuan kredit usaha pada pihak perbankan atau lembaga keuangan lainnya.

Ketersediaan SDM utama yang ada pada UKM dinilai sudah mencukupi dimana rata-rata jumlah SDM berkisar lebih dari 19 orang. Dalam menjalankan aktivitas usahanya, anggota UKM Paguyuban TEGAR memanfaatkan tenaga kerja yang merupakan penduduk setempat dimana rata-rata setiap UKM mempekerjakan antara 20 sampai dengan 50 karyawan

tergantung dari banyak sedikitnya order. Akan tetapi pada kondisi tertentu seperti terjadi pesanan dalam jumlah yang berlebih maka UKM akan menambah SDM yang sifatnya tidak tetap (diberikan kompensasi harian sesuai dengan kuantitas yang dapat diproduksi) yang berasal dari penduduk setempat atau tenaga kerja dari UKM lainnya. Dengan kondisi pemenuhan SDM yang demikian maka proses pemenuhan pesanan dapat berjalan lancar.

Pemanfaatan Teknologi Informasi khususnya internet telah dimanfaatkan oleh anggota UKM Paguyuban TEGAR. Di Desa Wisata Gamplong telah mendapat bantuan fasilitas internet dan piranti pendukung dari pihak pemerintah maupun swasta. Pada tahun 2013 Tim IBM Universitas Mercu Buana Yogyakarta telah memberikan bantuan piranti pendukung yakni 3 unit Laptop dan 3 unit Modem serta pembuatan website bagi UKM Paguyuban TEGAR. Tahun 2015 mendapatkan bantuan sambungan internet dari Dinas Perindustrian Perdagangan Dan Koprasi DIY. Disamping itu juga diberikan pelatihan bisnis melalui internet. Dengan adanya pemberian fasilitas dan pelatihan maka saat ini 23 anggota UKM Paguyuban TEGAR telah menggunakan internet khususnya dalam pencarian informasi bisnis. Akan tetapi hanya 47,83% yang sudah memanfaatkan secara lebih lanjut untuk melakukan komunikasi bisnis dengan mitra melalui email. Website yang telah didesain bagi UKM kurang dimanfaatkan secara sungguh-sungguh. Hal ini dapat dilihat dari keaktifan anggota UKM dalam mengupdate data maupun foto produk.

Menurut Senarathna dan Wickramasuriya (2011) pengadopsian TI untuk kegiatan bisnis pada level tersebut berada pada level 1 dan 2. Level 1 yakni developer/pengembang/pencari yakni perusahaan yang menggunakan internet untuk pencarian informasi bisnis. Level 2 adalah *Communicator* (komunikator), yakni perusahaan telah memanfaatkan *e-commerce* dalam bentuk *e-mail* untuk berkomunikasi dengan mitra bisnis seperti: pemasok dan konsumen. Mereka juga menggunakan email untuk pertukaran dokumen elektronik dan desain dengan pelanggan dan pemasok.

Rata-rata penjualan UKM dalam 1 tahun kurang dari Rp. 300 juta. Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa anggota UKM Paguyuban TEGAR memiliki nilai penjualan per bulan rata-rata antara Rp. 10 juta sampai Rp. 50 juta atau dalam 1 tahun berkisar Rp. 120 juta s/d 600 juta. Pengrajin secara kreatif memanfaatkan enceng gondok, lidi kelapa, mendong, agel dan akar wangi untuk diproses menjadi produk yang memiliki nilai jual seperti: kain tenun, kain lurik, tas, dompet, aksesoris wanita, gorden, tikar, stagen, serbet, kipas, plismet dan lain-lain.

Dalam sehari rata-rata setiap UKM mampu menghasilkan 20 aplikasi produk (jenis produk) dengan total produksi sekitar 300 sampai dengan 500 unit produk seperti tas (bahan agel, nilon, rajut, pandan), dompet, aneka kerajinan tenun (kain tenun, taplak meja, gorden), box tissue, pigura dan lain-lain. Harga yang ditawarkan bervariasi berkisar Rp. 17.500 hingga Rp. 350.000,-

Untuk mendorong peningkatan penjualan, anggota UKM Paguyuban TEGAR selain melakukan penjualan secara langsung pada konsumen juga menjadi pemasok sejumlah perusahaan maupun gerai toko dan pasar sekala besar baik di DIY maupun luar DIY. Omest penjualan tidak hanya diperoleh dari pasar dalam negeri akan tetapi juga dari pasar luar negeri. Upaya peningkatan penjualan juga dilakukan dengan memasarkan produk UKM melalui brosur, internet ataupun media sosial.

Cakupan pasar atau wilayah pemasaran produk dari UKM Paguyuban TEGAR rata-rata merupakan pasar dalam negeri yakni sebanyak 69,57% UKM sedangkan yang memasarkan baik di dalam maupun luar negeri sebanyak 30,43%. Wilayah pemasaran produk mencakup pasar domestik dan non domestic. Untuk pasar domestik Pemasaran hasil produksi secara umum masih sebatas pada pasar domestik seperti: Jawa Tengah, Jawa Timur, Bali, Jakarta, Makasar, dan lain-lain. Meskipun ada sebagian kecil UKM yang sudah memasarkan ke pasar internasional seperti: Australia, Amerika, Jamaica, Jerman, Inggris, Jepang.

### Identifikasi Faktor Kendala

Dalam kegiatan tata kelola keuangan dan pengelolaan data pelanggan dapat diketahui bahwa mayoritas anggota UKM belum melaksanakan kegiatan tersebut.

Anggota UKM Paguyuban TEGAR yang telah melakukan pencatatan keuangan meskipun masih sederhana dan pengelolaan data pelanggan masih sangat terbatas. Berdasarkan temuan di lapangan hanya ada 5 UKM atau 21,74% yang telah menjalankan kegiatan tersebut.

Sedangkan anggota UKM yang belum melakukan pencatatan keuangan dan pengelolaan data pelanggan sebanyak 18 UKM atau 78,26%. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dapat diketahui bahwa faktor yang menjadi kendala bagi UKM dalam melakukan pengelolaan keuangan dan database pelanggan dapat dirangkum sebagai berikut:

- a. Belum memahami cara tata kelola keuangan dan pengelolaan database pelanggan
- b. Kurangnya kesadaran pentingnya pencatatan dan pengelolaan keuangan dan data pelanggan
- c. Keterbatasan waktu untuk menginput data
- d. Keterbatasan SDM yang menangani
- e. Belum mengenal teknologi dan sistem informasi yang digunakan dalam pengelolaan keuangan dan data pelanggan.

### Identifikasi Minat dan Kesiapan Mengadopsi Teknologi Informasi dan Sistem Informasi

Mendasarkan pada permasalahan dan kendala yang dihadapi oleh anggota UKM Paguyuban TEGAR khususnya dalam pengelolaan keuangan dan data pelanggan, maka melalui Forum Group Discussion (FGD), dirumuskan model program yang diimplementasikan untuk mengatasi kendala yang dihadapi oleh UKM.

Dalam FGD melibatkan peneliti sekaligus sebagai pelaksana program, perwakilan anggota UKM Paguyuban TEGAR 1, 2, dan 3, Ketua umum Paguyuban TEGAR, akademisi dan praktisi bidang teknologi dan sistem informasi, akademisi bidang keuangan dan pemerhati bidang UKM.

Adapun program yang diberikan adalah: penyuluhan dan pelatihan keterampilan mengenai tata kelola keuangan UKM dan database pelanggan baik yang bersifat manual maupun berbasis teknologi dan sistem informasi, pembuatan modul keuangan bagi UKM dengan 7 (tujuh) judul modul yakni: Buku Besar Kas, Buku Besar Umum, Buku Besar Penjualan, Buku Besar Biaya, Buku Besar Persediaan, Buku Besar Hutang, dan Buku Besar Piutang. Disamping itu juga diberikan fasilitas pendukung seperti: printer, modul keuangan UKM, software keuangan dan database pelanggan. Software keuangan dan database pelanggan didesain dalam format yang sederhana dan mudah diaplikasikan agar dapat benar-benar dimanfaatkan oleh UKM.

Dari hasil FGD kemudian dilakukan program lanjutan yakni sosialisasi program kepada seluruh anggota UKM Paguyuban TEGAR dan diperoleh input bahwa seluruh anggota berminat dan siap untuk melaksanakan serta mendukung program yang disampaikan oleh tim pengabdian.

### Implementasi Program/Action Program

#### a. Penyuluhan Pemanfaatan Database Pelanggan Bagi UKM

Tujuan dari kegiatan penyuluhan ini adalah: (1). Memberikan wawasan pengetahuan bagi anggota UKM mengenai arti penting dan pemanfaatan database pelanggan guna menunjang kegiatan bisnis pada UKM, (2). Melatih anggota UKM untuk melakukan pendataan pelanggan secara manual, dan (3). Mempersiapkan anggota UKM untuk pengenalan software database pelanggan. Narasumber kegiatan penyuluhan adalah akademisi yang memiliki kompetensi di bidang manajemen pemasaran.

Pada penyuluhan ini dijelaskan mengenai pengertian dan manfaat database pelanggan bagi kegiatan bisnis UKM. Dalam kegiatan ini dapat diketahui bahwa anggota UKM belum memahami arti penting database pelanggan untuk menunjang kegiatan bisnis dan setelah diberikan sejumlah penjelasan dan simulasi contoh maka anggota UKM mulai memahami arti penting database pelanggan.

#### **b. Penyuluhan Manajemen Keuangan Bagi UKM**

Tujuan dari kegiatan ini adalah sebagai berikut: (1). Memberikan pemahaman mengenai tata kelola keuangan yang benar dalam kegiatan usaha, (2). Mengenalkan dasar-dasar akuntansi keuangan bagi UKM, (3). Melatih praktik pencatatan keuangan dengan benar, dan (4). Melatih praktik pencatatan laporan keuangan pada UKM termasuk laporan laba rugi dan neraca. Narasumber kegiatan ini adalah akademisi yang memiliki kompetensi di bidang manajemen keuangan.

Pada penyuluhan ini dijelaskan mengenai tata kelola keuangan pada UKM baik dari sisi pencatatan yang benar sesuai dengan kaidah akuntansi dan praktik pencatatan keuangan dengan modul yang telah disediakan (7 judul modul) dan dibagikan kepada anggota UKM. Dalam kegiatan ini dapat diketahui bahwa pelaku UKM belum secara tepat melakukan pencatatan keuangan dimana belum dipisahkan antara keuangan rumah tangga dan keuangan usaha. Bahkan sejumlah UKM ada yang belum sama sekali melakukan pencatatan keuangan.

#### **c. Diklat Pemanfaatan Software Database Pelanggan**

Tujuan dari kegiatan ini adalah: (1). Meningkatkan pemahaman dan arti penting database pelanggan bagi UKM, (2). Mengenalkan software database pelanggan bagi UKM, (3). Melatih ketrampilan peserta untuk menggunakan software database pelanggan, dan (4). Mendorong peserta untuk secara tertib dan kontinyu melakukan pendataan database pelanggan dengan menggunakan software sehingga dapat membantu dalam pengelolaan usaha. Narasumber dan trainer dalam kegiatan ini adalah akademisi dan praktisi bidang teknologi dan sistem informasi.

Dalam kegiatan ini setelah diberikan penjelasan dan pemahaman mengenai pemanfaatan software database pelanggan kemudian peserta melakukan praktik secara langsung dengan menginput dan memproses data pelanggan dalam database dengan menggunakan software yang telah disediakan

#### **d. Diklat Pemanfaatan Software Keuangan Bagi UKM**

Tujuan dari kegiatan ini adalah: (1). Meningkatkan pemahaman dan arti penting tata kelola keuangan bagi UKM, (2). Mengenalkan software Keuangan Bagi UKM, (3). Melatih ketrampilan peserta untuk menggunakan software keuangan UKM, dan (4). Mendorong peserta untuk secara tertib dan kontinyu melakukan pencatatan keuangan usaha baik secara manual maupun dengan menggunakan software yang telah disediakan sehingga dapat membantu dalam pengelolaan usaha. Narasumber dalam kegiatan ini adalah akademisi dan praktisi bidang teknologi dan sistem informasi didukung oleh akademisi di bidang manajemen keuangan.

Dalam kegiatan ini setelah diberikan penjelasan dan pemahaman mengenai pemanfaatan software keuangan bagi UKM kemudian peserta melakukan praktik secara langsung dengan menginput dan memproses sampel data keuangan dengan menggunakan software yang telah disediakan.

### **Evaluasi Kinerja Program**

#### **1. Indikator Kinerja**

Dalam kegiatan ini secara keseluruhan keberhasilan program ditinjau dari sejumlah parameter berikut:

- a. Terbukanya wawasan dan pemikiran anggota UKM terhadap tata kelola usaha (seperti: pengelolaan database pelanggan dan keuangan UKM) dari yang bersifat konvensional menjadi berbasis teknologi dan sistem informasi.
- b. Anggota UKM dapat secara kontinyu melakukan pencatatan data pelanggan dan keuangan usaha baik secara manual maupun berbasis software.
- c. Adanya peningkatan kinerja usaha yang ditunjukkan melalui intensitas komunikasi antara UKM dengan pelanggan dengan mendassarkan pada database yang ada untuk memberikan informasi mengenai produk-produk terbaru UKM sehingga ada respon balik dari pelanggan.
- d. Adanya perbaikan administrasi tata kelola pencatatan keuangan UKM yang ditunjukkan dari tersusunnya transaksi keuangan usaha secara benar baik dengan cara manual maupun berbasis software.



## 2. Indikator Keberhasilan Program

Indikator keberhasilan program dapat ditunjukkan dari kinerja tata kelola UKM sebelum dan setelah implementasi program, yakni sebagai berikut:

**Kriteria 1:** Efektifitas pengelolaan data pelanggan

**Sebelum:** Data pelanggan belum terdokumentasi dengan baik bahkan ada yang menganggap tidak penting untuk dicatat.

**Sesudah:** UKM mulai melakukan pencatatan data pelanggan secara tertib baik secara manual maupun menggunakan software

**Kriteria 2:** Efektifitas pemanfaatan data pelanggan

**Sebelum:** UKM yang memiliki data pelanggan belum digunakan secara efektif dan maksimal

**Sesudah:** Data pelanggan yang terekam baik secara manual maupun computerized lebih dimanfaatkan secara intens untuk membangun komunikasi dengan pelanggan.

**Kriteria 3:** Ketertiban pencatatan tata kelola keuangan

**Sebelum:** UKM belum melakukan pencatatan keuangan/ pembukuan keuangan usaha dengan baik dan benar, bahkan ada yang belum dicatat untuk setiap transaksi dan hanya diingat-ingat.

**Sesudah:** UKM secara bertahap mulai melakukan pencatatan keuangan dengan baik dan benar. Pencatatan tahap awal dilakukan secara manual dan selanjutnya diuji cobakan dengan menggunakan software sehingga terdokumentasi dengan baik.

### Implikasi Managerial

Berdasarkan indikator kinerja dan hasil evaluasi program sebelum dan setelah pelaksanaan program maka dapat dinyatakan bahwa program yang dilaksanakan telah dapat menjadi penjematan dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi UKM Paguyuban TEGAR.

Adanya kegiatan penyuluhan dan pelatihan di bidang tata kelola usaha khususnya mengenai pemanfaatan data pelanggan dan tata kelola keuangan serta pelatihan penggunaan software database pelanggan dan software keuangan UKM dinilai sangat memberikan manfaat dalam memperbaiki tata kelola UKM

dan diharapkan akan berdampak pada peningkatan kinerja UKM.

Pemberian fasilitas peralatan seperti software database pelanggan, software keuangan, printer dan 7 (tujuh) jenis buku pencatatan keuangan UKM dinilai sangat membantu untuk melatih ketertiban administrasi dan kemampuan manajerial dari UKM. Dengan demikian seluruh kegiatan tersebut dapat memperbaiki tata kelola UKM dan pada akhirnya dapat membantu dalam meningkatkan kinerja UKM.

## 5. SIMPULAN

Simpulan dari hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Anggota UKM Paguyuban TEGAR belum melakukan tata kelola keuangan dengan baik khususnya pencatatan keuangan usaha yang tepat sesuai dengan kaidah akuntansi.
- b. Anggota UKM Paguyuban TEGAR belum memahami arti penting pemanfaatan database pelanggan untuk mendukung peningkatan kinerja usaha.
- c. Anggota UKM Paguyuban TEGAR belum mengenal dan memahami adanya sistem informasi keuangan bagi UKM dan pengelolaan database pelanggan.
- d. Setelah diimplementasikannya sejumlah program seperti: penyuluhan, pelatihan, dan stimulan fasilitas peralatan terkait dengan tata kelola keuangan dan database pelanggan maka anggota UKM Paguyuban TEGAR mulai memiliki kesadaran dan pemahaman serta keterampilan dalam tata kelola keuangan dan database pelanggan.
- e. Dampak dari program yang telah dilaksanakan secara bertahap mampu menjadi penjematan dalam perbaikan kinerja tata kelola UKM.

Adapun saran yang direkomendasikan adalah sebagai berikut:

- a. Perlu adanya dukungan dari semua pihak baik perguruan tinggi dan instansi terkait (pemerintah/swasta) untuk memberikan pemahaman baik dalam bentuk penyuluhan, diklat dan sosialisasi program akan pentingnya pemanfaatan teknologi informasi dan sistem informasi dalam mendukung kegiatan bisnis UKM.

- b. Perlu adanya kesadaran dan komitmen dari UKM untuk melaksanakan program yang telah diluncurkan oleh Tim IBM agar benar-benar dapat bermanfaat dalam mendukung kegiatan bisnis guna meningkatkan kinerja usaha.
- c. Perlu dilakukan kegiatan lanjutan bagi anggota UKM khususnya terkait dengan pengelolaan keuangan berbasis sistem informasi agar anggota lebih dapat memahami dan terlatih untuk melakukan pencatatan keuangan secara non konvensional.

## 6. REFERENSI

- Fazlzadeh, A, Tabrizi, M, Mahboobi, K (2011), Customer Relationship Management In SME: The Case of Science and Technology Park of Iran, *African Journal of Business Management Vol. 5 (15), August 2011*.
- Ikatan Akuntansi Indonesia (2009), *Standar Akuntansi Keuangan*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Kalakota, R, Robinson, M (2001), *E-Business 2.0 Roadmap For Success*, Addison-Wesley, USA
- Krisdartiwi, M (2008), *Pembukuan Sederhana Untuk UKM*, Media Presindo, Yogyakarta
- Mahmmmod, R. Hanafi, N. (2013), Entrepreneurial Orientation and Business Performance Of Women-Owned Small and Medium Enterprises In Malaysia: Competitive Advantage as A Mediator, *International Journal Of Business and Social Science, Vol. 4, No. 1*.
- Narver, JC. Slater, SF (2000), The Positive Effect Of A Market Orientation On Business Profitability: A Balanced Replication, *Journal Of Business Research, 48, 69-73 (2000)*.
- Nuvriasari, A dan Hadiyati, U (2008), Governance di Lingkungan Usaha Kecil Menengah Studi Empiris pada Usaha Kecil Menengah di Propinsi DIY, *SINERGI: Kajian Bisnis dan Manajemen, Vol. 10 No. 2, Juni 2008*
- Olivers, AM. Lado, W (2008), Market Orientation and Business Economic Performance A Mediated Model, *International Journal of Service Industry Management, 2008, Vol. 14 No. 3*.
- Putra, HA, Kurniawati, PE, (2012), dalam Proceeding For Call Paper Pekan Ilmiah Dosen FEB-UKSW, 14 Desember 2012
- Sadeli, M. (2002), *Dasar-dasar Akuntansi*, PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Sels, Winne, Delmote, (2006), Linking HRM and Small Business Performance: An Examination of The Impact of HRM Intensity On The Productivity and Financial Performance Of Small Business, *Small Business Economics, pgs 83-101*
- Senarathna, R and Wickramansuriya, H (2011), *Organizational Factors Affecting E-Commerce Adoption In Small and Medium-Sized Enterprises*, Tropical Agricultural Research, Vo. 22 (2): 204-120.
- Slater, SF. Narver, JC (1999), Customer Led and Market Oriented: Let's Not Confuse The Two, *Strategic Management Journal (1986-1998), Oct 1998, 19:10*.
- Syafri, H.S (2008) *Analisa Kritis atas Laporan Keuangan*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Wicaksono, G., Nuvriasari, A (2012), Meningkatkan Kinerja UMKM Industri Kreatif Melalui Pengembangan Kewirausahaan dan Orientasi Pasar: Kajian Pada Peran Serta Wirausaha Wanita di Kecamatan Moyudan Kabupaten Sleman, Propinsi DIY, *Jurnal Sosio Humaniora, Vol. 3 No. 4, September 2012*