

Manajemen Modal Usaha Pada Usaha Mikro Di Desa Piloliyanga Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo

Sukrianto

Article history:

Received: 2024-07-13, Accepted: 2024-08-30, Published: 2024-09-23

Abstract: Micro businesses are very good businesses whether owned by a person or an individual business entity. Most micro businesses in Piloliyanga Village do not have problems such as difficulty in getting additional capital to manage the business. So the aim of the research is to determine business capital management in Micro Enterprises in Piloliyanga Village, Tilamuta District, Boalemo Regency. Qualitative research method, the data sources used are primary and secondary data. The data collection methods used were observation, interviews and documentation. The data analysis methods used are three interactive models, namely data reduction, data presentation and conclusion drawing. The results of the research and discussion show that micro business capital management in Piloliyanga Village has positive impacts such as affordable prices which are more attractive to consumers so that the products and goods sold are of good quality, open employment opportunities which facilitate business growth so that there is potential for skill development and the use of social media as social media. Impacts such as negative promotion are very limited, causing micro business owners to only use free social media. Through better innovation or according to standards in supporting financial management, including planning, management and evaluation. Competitors are one of the biggest threats, giving the impression that consumers will compare. Limited product variations sometimes mean that consumers start to think and look for similar stores that are more complete.

Keywords: Management, Business Capital, Small Business

Pendahuluan

Usaha mikro menjadi usaha yang memang sangat bagus baik dimiliki seseorang hingga badan usaha secara individu. Usaha mikro biasa lebih menekankan pada usaha kuliner, fashion hingga agribisnis. Rata-rata usaha mikro memiliki aset maksimal Rp. 50.000.000, memiliki omzet maksimal Rp. 300.000.000 serta memiliki modal usaha paling besar hingga Rp. 1 miliar. Kedudukan usaha mikro ini kadang terdapat toko kelontong, usaha binatu, restoran kecil, bengkel motor, catering hingga usaha foto copy. Peranan usaha mikro sangat dibutuhkan dalam meningkatkan ekonomi Negara, terutama Negara yang sedang berkembang sehingga mendukung pendapatan ekonomi Negara. Maka dari itu, usaha mikro harus mampu berkembang sesuai

kebutuhan dan mampu membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat di wilayah hingga desa (Irwansyah et al., 2023).

Pengembangan usaha mikro dapat dilaksanakan dengan berbagai upaya dari pemerintah dengan memberikan fasilitas, bimbingan, pendampingan hingga bantuan perkuatan. Fakta saat ini kebanyakan usaha mikro memiliki komiditi atau barang yang memang memiliki usianya tidak tetap bahkan dapat terganti sesuai waktu usianya, kadang belum mampu diterapkan administrasi keuangan secara individu serta adanya keuangan usaha yang kadang perlu disatukan. UMKM dapat dikembangkan setiap kalangan masyarakat sehingga adanya peningkatan daya saing pada UMKM terutam produktivitasnya (Munthe, dkk,2023). Usaha mikro harus dipikirkan secara baik dalam hal lain seperti modal yang dimiliki harus dilaksanakan sesuai dengan rencana. Bahkan modal yang mutlak dapat disesuaikan dengan produksi barang lebih lanjut. Peran modal memang sangatlah dominan dalam melakukan investasi saat mulai mendirikan unit usahanya.

Modal awal biasanya berasal dan bersumber dari modal sendiri atau bahkan modal pinjaman dari lembaga keuangan yang memberikan pinjaman modal usaha. Pemberian modal memiliki dampak daam meningkatkan pendapatan usaha kecil dan menengah (Haqiqi, dkk,2020). Akses modal bagi usaha mikro yang sangat sulit didapatkan dari lembaga tertentu. Selain itu kebijakan pemerintah yang diharapkan memberikan kemudahan bag pelaku usaha mikro dalam mendukung pemberian modal usaha. Karena selama ini banyak usaha mikro yang memiliki persoalan pada modal usaha. Usaha mikro memang menjadi bagian dalam UMKM yang menjadi tulang punggung ekonomi di Indonesia. Bahkan peran penting dalam menyerap tenaga kerja serta mampu menghasilkan produk yang berkualitas.

Usaha mikro saat ini sering memiliki kelemahan dalam mengelola modal usahanya seperti kurangnya pengetahuan dalam manajemen modal usaha bahkan akan memberikan dampak langsung pada perubahan ekonomi seperti bantuan usaha mikro yang hadir sebagai solusi dalam mengatasi tantangan yang ada disekitarnya. Praktik dalam pengambilan keputusan dalam proses penganggaran modal memang tidak mampu sepenuhnya diterapkan sehingga adanya aktivitas proyek, sehingga perencanaan serta metode dalam penilaian sebagai solusi dalam mengatasi tantangannya (Christine et al., 2023). Sehingga sangat diharapkan agar modal usaha mikro dapat dilaksanakan dengan melakukan perencanaan usaha, membuat catatan pembukuan dan membagi rekening pribadi dan usaha sehingga kedepannya usaha mikro akan meningkat.

Desa Piloliyanga menjadi bagian objek penelitian dimana ditemukan banyaknya usaha mikro yang seperti warung kelontong, laundry, pulsa, pangkas rambut, kuliner dan lainnya. Dari beberapa usaha yang terdapat di Desa Piloliyanga memang kebanyakan belum mampu mengembangkan usahanya karena beberapa masalah seperti sulitnya mendapatkan modal tambahan dalam mengelola usaha. Bahkan rumah tempat tinggal sering digunakan sebagai tempat usaha serta sebagai jaminan dalam modal usaha,

kadang pemberian pinjaman meragukan kemampuan membayar kembali atas utang modal usahanya. Dampak yang dihadapi adalah kegiatan produksi akan semakin terhambat, memberikan penurunan pemasukan, perkembangan usaha yang akan membuat tidak signifikannya serta kinerja keuangan usaha mikro semakin memburuk. Terlebih bantuan modal usaha dari pemerintah baik desa atau pemerintah daerah dinilai sangatlah kurang serta kurang mampu menutupi dan memaksimalkan pengembangan usaha setiap bulannya. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui manajemen modal usaha pada Usaha Mikro di Desa Piloliyanga Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif digunakan dalam deskripsi serta analisis sesuai peristiwa, fenomena, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, dan pemikiran dari informan (Sugiyono, 2017). Metode penelitian kualitatif serta pendekatan deskriptif harus disesuaikan dengan kondisi obyek yang secara ilmiah terdapat instrumen kunci, teknik pengumpulan data yang dilaksanakan melalui gabungan analisis data dengan sifat data induktif atau kualitatif dan hasil kualitatif peneliti akan ditekankan pada makna pada generalisasi (Moleong, 2017).

Jenis data yang digunakan adalah kualitatif dengan mendeskripsikan dalam bentuk kalimat yang bersumber dari buku, jurnal, dokumen terkait yang sesuai dengan judul penelitian. Sumber data dapat terdiri dari dua baik dari data primer hasil wawancara dan informan peneliti atau para pelaku usaha mikro sedangkan sumber data sekunder berasal dari buku catatan atau arsip. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi yang berasal dari pengamatan awal yang dilaksanakan sesuai dengan keadaan dan situasi sesuai dengan objek penelitian tertentu. Observasi yang digunakan adalah observasi partisipatif dengan peneliti akan melakukan pengamatan langsung dan terlibat langsung dengan sumber data penelitian (Sugiyono, 2017).

Metode pengumpulan data selanjutnya adalah wawancara dengan menggunakan teknik pengumpulan informasi dalam penelitiannya. Wawancara yang dapat diterapkan peneliti menggunakan pedoman yang sudah disusun secara sistematis dalam pengumpulan data. Metode pengumpulan data terakhir adalah pembuktian yang akurat terhadap sumber data baik itu buku, tulisan, artikel, jurnal dan lainnya. Metode analisis data yang dibagi dalam tiga model interaktif dalam analisis data yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2017).

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dampak Positif Manajemen Modal Usaha Mikro di Desa Piloliyanga

Dampak positif terkait usaha mikro yang dibahas lebih fokus pada apa yang menjadi kekuatan dan peluang adanya usaha mikro di Desa Piloliyanga. dampak positif yang dimaksudkan adalah harga terjangkau dan produksi usaha

yang menguntungkan bagi pembeli. Kekuatan yang ada adalah peningkatan akses modal usaha pada usaha mikro di Desa Piloliyanga seperti dijelaskan diawal harga terjangkau menjadi dampak positif setiap usaha mikro di Desa Piloliyanga. Harga terjangkau menjadi poin yang penting dalam membantu peningkatan modal usaha mikro di Desa Piloliyanga. Meskipun harga yang mudah dijangkau tapi barang dan jasa yang dikelola memiliki kualitas, kuantitas dan ekonomis. Bahkan harga yang digunakan tidak lebih tinggi tidak mahal bagi pembeli atau masyarakat sekitar desa Piloliyanga.

Pemilik usaha laundry Lami memberikan gambaran setiap produk yang dijual tidak lepas dari harga yang ditawarkan dan sangatlah terjangkau. Pemilik usaha pulsmart mengatakan bahwa harga yang sangat berpengaruh untuk meningkatkan modal usaha pada produk yang dijual sehingga adanya keuntungan walaupun sangat kecil akan diputar untuk menambah modal hingga disimpan. Harga sangat terjangkau akan memberikan kemudahan bagi pembeli dan konsumen akan sering membeli di tempat usaha kami. Pemilik usaha nasi kuning memberikan pandangan yang sama bahwa produk yang jualan yang ditawarkan kepada pembeli memang sering berbeda tetapi biasanya pembeli lebih memilih harga yang mudah dijangkau serta kualitas barang atau jualan.

Biasanya harga jualan yang mahal atau murah akan disesuaikan kembali dengan produk rata-rata konsumen yang dibeli. Beberapa pandangan menjelaskan bahwa penerapan harga terjangkau sangat lebih mendukung dan menarik minat konsumen dalam pembelian barang dan jasa sehingga pastinya akan memberikan dampak pada penjualan dengan lebih cepat. strategi alternatif yang memang sangat penting dalam memaksimalkan harga produk serta mampu peningkatan kualitas agar mendapatkan loyalitas konsumen (Alfrian dan Pitaloka,2020). meskipun usaha jasa dengan kebutuhan harga yang sangatlah terjangkau yang tidak memberatkan setiap konsumen (Rulandari, dkk,2020). harga terjangkau akan disesuaikan dengan kondisi pelanggan (Kartika, dkk,2020).

Dampak positif selanjutnya adalah kualitas produk jualan pada setiap usaha mikro di Desa Piloliyanga memang menjadi perhatian karena kebanyakan pemilik usaha mikro tidak hanya melihat dari layanan langsung tetapi dari kualitas barang dan jasa yang dijual. Pemilik usaha nasi kuning memberikan pandangan bahwa jualannya memiliki kualitas yang sangat sesuai selera masyarakat melihat dari rasa dan kesukaan masyarakat. Usaha Mikro memang lebih cepat diketahui masyarakat karena pengecekan kelayakan dari sisi produk makanan dan cita rasa usaha makanan. Bahkan pemilik usaha lapak ikan mengatakan bahwa menjaga kualitas produk ikan menjadi dampak positif dalam mendapatkan pembeli yang banyak selain itu akan menjadi tanggung jawab dalam menjaga standar kualitas yang sesuai dengan tempat penyimpanan yang memadai.

Pemilik Kribo Fried Chicken mengatakan bahwa ayam goreng harus memiliki cita rasa khas dan enak serta menjaga dan memiliki manajemen

produksi yang cukup baik agar dapat disukai masyarakat desa Piloliyanga. Pendapat pemilik usaha nasi kuning Holanda mengatakan bahwa kualitas produk nasi kuning yang dijual akan memperhatikan dari segi rasa, kebersihan dan layanan kepada pembeli. Usaha mikro pada desa Piloliyanga secara konsisten dalam menjaga produk yang akan dijual dan tidak akan dijual serta sudah memaksimalkan layanan kepada setiap adanya pembeli yang datang ditempat jualan pelaku usaha dapat ditingkatkan dalam hal ini kualitas produk serta memaksimalkan layanan yang salah serta satu diversifikasi pada produk secara unggul dan unik dan dapat menarik konsumen. (Baskara,2022). pemilik usaha harus lebih tekun dan belajar dari setiap kesalahan sehingga mampu memperbaiki kualitas jualan sehingga lebih baik dan perlu adanya evaluasi ada kinerja kualitas produk agar penjualannya lebih baik (Lestari dan Burhanuddin,2023). Selain dari sisi harga terjangkau dan kualitas produk jualan ternyata ada beberapa dampak positif lain seperti terbukanya lapangan kerja dalam hal ini wirausaha.

Terbukanya lapangan kerja menjadi salah satu peluang usaha, disebabkan karena semakin tingginya kebutuhan konsumen dalam kehidupan sehari-hari bagi usaha yang akan membantu konsumen lebih luas. Kebutuhan dari sisi karyawan dan menumbuhkan jiwa *enterprenurship* dalam membantu membantu promosi dan distribysi konsumen sesuai dengan usaha yang dapat memberikan keuntungan bagi kemajuan usaha lainnya. Pemilik usaha wifa Baroqah menjelaskan adanya usaha mikro akan menjadi penolong bagi setiap kebutuhan ekonomi walaupun dengan modal yang terbatas. Sehingga mampu membangun usaha kecil-kecil karena usaha yang mudah sehingga tidak memerlukan syarat dalam membangun.

Ketersediaan karyawan dalam mempermudah layanan konsumen yang datang. Karyawan tidak akan membuat kerugian tetapi akan membuat kestabilan usaha mikro. Bahkan adanya usaha mikro yang kapasitas besar dan membuka dari pagi 07.00 hingga 23.00 selain itu penjualan yang tidak terhambat dan keuntungan stabil. Pemilik warung bubur mengatakan bahwa usaha memang kecil tapi memberikan pekerjaan dan memberikan motivasi sebagai pemilik dalam mengelola usaha lebih baik serta memberikan lapangan pekerjaan setiap karyawan yang ada. Selain itu akan mempermudah usaha karena setiap usaha yang dilaksanakan secara bersama-sama akan memberikan kelancaran usaha. Selain itu, akan memberikan keuntungan agar tetap stabil walaupun mendapatkan keuntungan yang sangat kecil dan gaji karyawan. Pemilik usaha toko sandal dan sepatu mengatakan bahwa usaha kecil yang tidak adanya karyawan harusnya memiliki karyawan yang termasuk kategori besar. Selain itu, adanya pengeluaran besar kalau masih usaha kecil dalam memberikan gaji karyawan.

Pemilik usaha pisang cokelat mengatakan bahwa adanya karyawan mungkin belum maksimal karena masih adanya pekerjaan yang bisa dilakukan sendiri. Selain itu berbicara keuntungan sangatlah sedikit mengingat usaha pisang cokelat masih sangat kecil, dengan adanya UMKM maka akan membantu

menciptakan lapangan pekerjaan yang dapat meningkatkan ekonomi masyarakat serta mewujudkan kesejahteraan pada masyarakat (Aryadi dan Hoesin,2022). memang sangat tidak adanya sektor UMKM yang memang tidak langsung adanya penawaran terhadap peluang pekerjaan bahkan akan membantu pemerintah mengurangi pengangguran (Laras Wati, dkk,2024).

Dampak positif selanjutnya adanya potensi yang dapat dikembangkan melalui platform digital, biasanya dalam wirausaha adanya keterampilan yang dilakukan seperti pengaturan waktu yang diselaraskan dengan kepemimpinan dalam memutuskan jalannya usaha mikro di Desa Piloliyanga dengan produk yang dapat dijual. Dimana dengan melaksanakan promosi yang mampu menarik daya tarik konsumen secara langsung atau tidak langsung. Sehingga dapat menjadi perbandingan dalam pengembangan usaha mikro di Desa Piloliyanga dan menjadi peluang kedepannya dalam membantu kemajuan usaha mikro kedepannya.

Hasil wawancara dengan pemilik usaha makanan mengatakan sejauh ini usaha kecil masih tergolong stabil. Warung makan ini memiliki jualan yang bervariasi dengan melakukan promosi melalui *platform* diman keuntungan produk usahanya dikenal konsumen dengan jaraknya jauh. Pemilik usaha catering makanan mengatakan bahwa sangat mendorong dalam mengembangkan usaha di wilayah sekitar dengan biasanya dikatakan bahwa krisis seperti permintaan konsumen dan kebutuhan. Selain itu adanya usaha sejenisnya membuat persaingan sangat kompetitif. Pemilik usaha Depot Air mengatakan bahwa usaha yang didirikan memang menjadi kategori krisis seperti banyak permintaan konsumen akan kebutuhan dalam menggunakan *platform e-commerce* belum ada.

Pemilik usaha Bengkel Akurat mengatakan bahwa pengembangan usaha dinilai belum menggunakan *platform* digital. Biaya pemasaran dinilai sangat terjangkau konsumen memang transaksi masih lebih dominan dalam bentuk pemasaran. Pemilik Lapak Ikan mengatakan bahwa dalam mendorong penggunaan media sosial dan aplikasi manajemen. Pemilik usaha minimarket mengatakan usaha kecil yang ada saat ini, memang lebih menggunakan platform whatsapp, facebook dan media sosial yang gratis sehingga dapat dijangkau dan diakses oleh setiap masyarakat atau calon konsumen.

Semua dilaksanakan melalui media sosial instgram Coffeestrip, sehingga dengan menggunakan media platform *marketplace* dan *on-demand multi-service* platform dalam peningkatan daya jual UMKM (Chandratama Priyatna, dkk,2020). platform digital menjadi ruang promosi bagi UMKM lokal, platform ini dibangun dengan fungsi dalam pemberian informasi terkait pelaku pada UMKM dan mampu menemukan UMKM lokal dalam jarak terdekat dari posisi pengguna internet bahkan memfasilitasi UMKM menjadi mitra dengan sistem keanggotaan (Silvanie, dkk,2023), perlu adanya pelatihan dan pendampingan bagi setiap pelaku UMKM dalam memaksimalkan manfaat serta pemasaran digital dengan tujuan mampu memperkuat posisi UMKM pada pasar global agar mampu meningkatkan ekonomi desa (Asrah, dkk,2024).

Dampak Negatif Manajemen Modal Usaha Mikro di Desa Piloliyanga

Terdapat beberapa masalah atau dampak secara garis besar yang akan memberikan hambatan dalam pengelolaan manajemen modal usaha mikro. Hingga saat ini yang memang menjadi pemenuhan kebutuhan dalam pengelolaan manajemen modal usaha mikro di Desa Piloliyanga hingga saat ini memang menjadi problem besar yang secara tidak langsung memberikan dampak negatif dalam mendukung keseriusan dan kelancaran usaha mikro. Seperti diketahui adanya promosi terbatas yang menyebabkan usaha menjadi lambat terutama dalam putaran penjualan promosi yang dinilai kurang.

Promosi yang terbatas yang terjadi dengan usaha mikro dinilai lambat dalam perputaran penjualan promosi yang dilaksanakan. Salah satunya adalah minat konsumen berkurang terhadap barang atau jasa yang dijual di setiap toko atau sejenisnya. Bahkan sangat perlu adanya pemanfaatan media sosial yang sangat membantu dan mendukung inovasi serta promosi sehingga memberikan daya beli konsumen. Wawancara dengan pemilik gerai zivanka mengatakan bahwa menggunakan media sosial memang menjadi bagian penting dalam melaksanakan promosi jualan dengan baik. Promosi yang terbatas akan membuat pembeli atau konsumen kurang mengetahui lokasi, barang yang dijual hingga harga yang ada.

Sehingga sangat perlu adanya langkah yang dilakukan dengan memberikan potongan harga terhadap pembeli dalam jumlah yang sangat banyak. Sehingga promosi terbatas tidak akan membuat perubahan harga jualan. Pemilik Dapur Mama mengatakan bahwa penggunaan media sosial sangatlah membantu dalam promosi sehingga promosi yang terbatas akan membuat perputaran jualan akan semakin melambat. Selain itu langkah yang dilakukan akan dinilai kurang efektif ditengah keterbatasan sehingga perlu adanya potongan harga. Promosi terbatas yang tidak membuat harga murah dan mahal, seperti pendapat pemilik Piya Petshop mengatakan bahwa penggunaan media sosial sangatlah membantu.

Promosi yang dinilai sangat terbatas akan membuat keterbatasan penjualan yang dinilai kurang dalam promosi terbatas sehingga adanya pemotongan harga. Promosi terbatas membuat adanya dampak perubahan harga secara langsung. Bahkan pendapat dari pemilik Dodol Li Bang Yes mengatakan bahwa penggunaan media sosial sudah dilaksanakan tetapi adanya keterbatasan dalam promosi terbatas yang membuat usaha lambat dan putaran jualan. Promosi terbatas akan membuat perubahan harga yang secara signifikan. Pemilik toko sinar bangunan mengatakan bahwa media sosial memang sangatlah membantu terutama dalam promosi usaha. Selain itu, keterbatasan promosi akan membuat penjualan sering terhambat tetapi dampaknya adalah kestabilan harga.

Usaha mikro di Desa Piloliyanga memang dinilai kurang maksimal dalam promosi terbatas membuat usaha terasa berat terutama dalam penggunaan

media sosial. Terkadang pemanfaatan media sosial dinilai kurang maksimal terutama pemilik usaha mikro kurang kesadaran meleak akan teknologi serta mampu memperluas jangkauan. Sehingga promosi dinilai tidak memiliki tujuan promosi, target pasar, promosi yang menarik serta adanya kolaborasi dengan *nfluencer* atau UMKM lainnya. Dengan memaksimalkan pemantauan dalam analisis serta optimalisasi kampanye promosi. Zettira, dkk (2022) promosi menjadi strategi komunikasi kepada calon konsumen sehingga produk tersampaikan secara sasaran sehingga banyaknya pihak yang terlibat. Ashyar, dkk (2020) kendala utama yang sering dihadapi adalah pelaku UMKM memang sulitnya melakukan promosi produk secara luas terutama lini yang ada.

Dampak negatif lainnya adalah manajemen keuangan yang dinilai belum baik dimana kebanyakan pencatatan dan pembukuan hanya fokus pada pemasukan dan pengeluaran secara serdehana. Sehingga dampaknya lebih menekankan pada rencana anggaran yang dinilai sulit menggambarkan usaha dan kebutuhan pribadi. Pemilik usaha pisang kembang mengatakan bahwa pengembangan usaha yang memang lebih besar disebabkan karena masalah manajemen keuangan yang masih perlu diperbaiki. Rencana anggaran yang ada hanya lebih pada pengeluaran dan pemasukan sehingga kadang hanya lebih pada operasional harian yang disesuaikan dengan belanja harian untuk kebutuhan usaha.

Keuntungan atau laba didapatkan akan menjadi produk habis kemudian harus dilakukan pencatatan dan pembukuan yang memang menggambarkan pemasukan dan pengeluaran secara manual. Bahkan wawancara dengan Pemilik ayam kampung mengatakan bahwa rata-rata pengembangan usaha di Desa Piloliyangan lebih pada pinjaman lembaga perbankan atau lembaga yang memberikan pinjaman uang dengan menggunakan jaminan. Penerapan manajemen keuangan dinilai lebih pada proses pemasukan dan pengeluaran sehingga kesulitan dalam memberikan gambaran posisi keuangan. Selain itu, inovasi sangatlah sulit lebih pada penekanan promosi usaha melalui handphone dengan memanfaatkan media sosial. Pemilik usaha keripik pangsit mengatakan bahwa pengembangan usaha yang dilakukannya lebih pada pencatatan keuangan yang belum maksimal karena setiap orderan akan diefisiensikan dengan kebutuhan penjualan dihari berikutnya.

Bahkan usaha laundry lama memberikan tanggapan bahwa pengembangan usaha hanya dilakukan dengan pinjaman dari bank sejenisnya yang memberikan bantuan. Kendala yang sering ditemui adalah manajemen keuangan yang lebih fokus pada kebutuhan dalam jualan dihari berikutnya. Usaha Pulsa Mart mengatakan bahwa usaha kecil seperti ini sering kesulitan dalam mengembangkan usaha kedepannya. Kendala terbesar adalah pengelolaan keuangan yang lebih dalam memutar keuntungan karena sedikitnya yang didapatkan. Sehingga adanya inovasi yang mendukung seperti jualan barang-barang kecil yang membantu mendorong pengembangan usaha serta memaksimalkan pencatatan keuangan secara baik.

Manajemen keuangan usaha mikro di Desa Piloliyanga memang disesuaikan dengan pengelolaan modal yang harusnya dilaksanakan seefektif mungkin. Sehingga mampu mendorong operasi secara lancar dan mampu melakukan investasi dalam pengembangan usaha kedepannya. Laporan keuangan yang harus dilaksanakan secara rutin sehingga mampu melakukan evaluasi pada pendapatan, pengeluaran hingga laba usaha yang didapatkan agar mampu mendorong keputusan bisnis secara tepat dan maksimal. Tabungan sebagai bahan pengembangan usaha sehingga diperlukan keuntungan dalam memaksimalkan pengembangan investasi usaha seperti pembelian bahan baku yang memang nilainya besar. pengelolaan manajemen berpengaruh terhadap UMKM (Umami, 2019), praktek manajemen keuangan memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan (Cania dan Susdiani, 2021). sangat diperlukan strategi pengelolaan manajemen literasi keuangan sampai pada berdiri sendiri hingga pelaku UMKM (Amalia FN dan Rahmawati, 2019).

Biasanya usaha mikro di Desa Piloliyanga tidak akan berjalan dengan baik karena adanya beberapa pesaing seperti munculnya pesaing yang memiliki usaha sejenisnya sehingga diperlukan competitor yang mampu mendorong usaha lebih baik. Seperti diketahui wilayah desa piloliyanga sendiri telah terdapat retail modern seperti Alfamart dan hingga Indomaret membuat usaha mikro yang sejenis retail modern perlu melakukan berbagai inovasi dalam mendorong pengelolaan usaha mikronya lebih baik. Pesaing usaha yang mirip membuat ada ancaman yang disebabkan harga jual yang bervariasi dan mudah dijangkau konsumen atau masyarakat.

Pemilik usaha cahaya Mart mengatakan bahwa pesaing usaha dengan sistem manajemen yang sama. Pastinya akan lebih menekankan pada jenis dan harga jual yang akan dibandingkan secara langsung oleh konsumen atau pembeli. Sehingga pastinya pembeli atau konsumen akan memilih yang lebih murah, efisien dan ekonomis. Kehadiran usaha yang hampir sama membuat penurunan pada pembeli terutama daya konsumen ditambah retail modern seperti alfamart dan indomaret di Desa Piloliyanga sendiri. Sehingga dalam mengantisipasi hal seperti ini perlu adanya inovasi seperti sistem manajemen pemasaran usaha serta pemberian harga yang beda dengan pesaing.

Pemilik lapak kue mengatakan bahwa usaha yang sama pastinya akan memberikan pandangan sebagai salah satu usaha yang memiliki pesaing pastinya akan membuat konsumen lebih membandingkan baik dari jualan dan harga. Selain itu, perlu adanya strategi dalam menarik minat konsumen sehingga tidak kecewa. Bahkan adanya hambatan seperti konsumen kadang mencari kue atau barang yang sejenisnya tapi tidak ada di toko. Pemilik toko yusni Tilamuta mengatakan bahwa usaha yang sejenisnya membuat daya beli konsumen semakin menurun. Bahkan pelanggan pastinya akan melihat dari jarak tempuh toko atau lebih melihat minat barang yang akan dibeli. Bahkan kehadiran alfamart membuat persaingan makin sulit dan kompetitif. Seperti diketahui banyak barang yang tidak di toko pastinya konsumen mencari ke toko atau retail modern yang lebih barang.

Selain itu, varian yang berbeda membuat hambatan pembeli atau konsumen sering lebih memilih barang atau jualan yang lebih baik. Pemilik Toko ALL mengatakan bahwa adanya barang yang dijual membuat konsumen lebih tertarik pada barang yang murah dan ekonomis. Sehingga daya beli masyarakat atau konsumen semakin menurun berbeda dengan Alfamart yang kadang memberikan diskon diakhir-akhir atau waktu tertentu setiap tahunnya. pesaing usaha berpengaruh terhadap perkembangan kinerja UMKM (Herman dan Nohong,2022), strategi yang diharapkan dapat digunakan secara persaingan serta kompetitif untuk perbandingan pada pesaing yang mampu menguasai pasar (Utama,2019).

Selanjutnya dampak negatif adalah varian produk yang terbatas, seperti diketahui kurangnya daya beli masyarakat pada beberapa toko sejenis yang varian produk yang dinilai sangatlah kurang. Produk yang dijual sangatlah kurang atau bahkan konsumen dinilai kurang minat disebabkan varian yang tidak ada. Hambatan seperti ini membuat perputaran penjualan akan lambat dan kurang diminati kemajuan dan peningkatan modal usaha. Pemilik Toko Aiza memberikann pandangan bahwa biasanya produk dijual memang masih kurang sehingga kadang pembeli lebih tertarik ke toko yang lebih lengkap. Bahkan kurangnya daya tarik pembeli membuat konsumen kurang menarik pada toko. Biasanya barang yang terbatas harga terjangkau dengan potongan harga konsumen lebih menarik belanja toko.

Pemilik toko Ifatia mengatakan bahwa produk terbatas yang tidak ada, membuat kerugian besar sehingga perputaran penjualan melambat dan merugi sehingga dampak secara langsung akan manfaat barang dibeli semakin berkurang. Dalam hal ini perlu adanya strategi yang lebih memberikan manfaat memberikan tawaran konsumen dalam belanja kebutuhan di toko. Bahkan konsumen yang membeli barang tetapi tidak ada akan jadi akan mencari toko lain.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian, dapat disimpulkan bahwa manajemen modal usaha mikro di Desa Piloliyanga memiliki dampak positif seperti harga terjangkau yang lebih menarik konsumen sehingga produk dan barang jualan memiliki kualitas yang baik. Sehingga penentuan keputusan pembeli terhadap jualan atau produk akan melihat dari layak, produk yang tersedia hingga produk barang yang tidak rusak. Dampak positif lainnya terbukanya lapangan kerja terbuka sehingga memudahkan jalannya usaha sehingga potensi pengembangan keterampilan dan pemanfaatan media sosial sebagai media sosial dalam promosi untuk jualan dapat mendukung modal usaha mikro.

Dampak negatif seperti promosi yang sangatlah terbatas sehingga membuat pemilik usaha mikro hanya menggunakan media sosial yang gratis. Bahkan tidak semua usaha mikro tidak menggunakan media sosial, sehingga perlu adanya inovasi yang lebih baik atau sesuai standar dalam mendukung

manajemen keuangan baik perencanaan, pengelolaan hingga evaluasi. Pesaing menjadi salah satu ancaman terbesar sehingga munculnya kesan konsumen akan membanding-bandingkan. Variasi produk terbatas membuat kadang konsumen mulai berpikir dan mencari toko sejenisnya yang lebih lengkap.

Daftar Pustaka

- Ahsyar, T. K., Syaifullah, S., & Ardiansyah, A. (2020). E-Marketplace Media Pengembangan Promosi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dinas Koperasi Umkm Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*, 6(1), 43. <https://doi.org/10.24014/rmsi.v6i1.8768>
- Ainna Amalia FN, & Lilis Rahmawati. (2019). Pendampingan Manajemen Keuangan Melalui Program Literasi Keuangan Kepada Komunitas Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang Terjerat Rentenir di Kabupaten Nganjuk. *Engagement : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 113–126. <https://doi.org/10.29062/engagement.v3i1.55>
- Alfrian, G. R., & Pitaloka, E. (2020). Strategies for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) to Survive the Covid-19 Pandemic Conditions in Indonesia. *Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOVE)*, 6(2), 139–146.
- Asrah, B., Sima, D., Lubis, H. S., & Tarisa, C. (2024). Optimalisasi Strategi Digital Marketing Untuk Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Aras, Kecamatan Air Putih, Kabupaten Batubara. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 7(2), 215–224. <https://doi.org/https://doi.org/10.30596/maneggio.v7i2.21299>
- Baskara, I. (2022). Strategi Bisnis Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Pada Era New Normal. *Jurnal Abdimas*, 8(04), 241–250.
- Cania, S. D., & Susdiani, L. (2021). Pengaruh Praktek Manajemen Keuangan dan Inovasi Terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah Selama Masa Pandemi Covid-19 di Kota Depok. *Jurnal Manajemen Strategik Dan Simulasi Bisnis*, 2(1), 1–21. <https://doi.org/10.25077/mssb.2.1.1-21.2021>
- Centurion Chandratama Priyatna, F.X Ari Agung Prastowo, & Fajar Syuderajat. (2020). DIGITAL MARKETING UNTUK USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (Studi Kasus Pada Coffeestrip Bandung). *Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks Untuk Masyarakat*, 9(4), 283–288. http://www.karyailmiah.trisakti.ac.id/uploads/kilmiah/dosen/2_E-BOOK_DIGITAL_MARKETING.pdf#page=7
- Christine, D., Apriwandi, Fathonah, A. N., Sherlita, E., Wijaya, A., & Kartadjudena, E. (2023). Analisis Penganggaran Modal pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal EMT KITA*, 7(1), 179–190. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i1.829>
- Deby Laras Wati, Vicka Septianingsih, Wildan Khoeruddin, Z. Q. A.-Q. (2024). Peranan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMAK)*, 3(1), 265–282.

- <https://doi.org/https://doi.org/10.61930/jebmak.v3i1.576>
- Fauzan Haqiqi, Rahma Dewi Susanti, & Ferawati. (2020). Analisis Pengaruh Pemberian Modal Kerja Dan Biaya Produksi Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Kecil Menengah Di Desa Pongkar Kecamatan Tebing Kabupaten Karimun (Tahun 2014 – 2018). *Jurnal Cafetaria*, 1(1), 63–72. <https://doi.org/10.51742/akuntansi.v1i1.54>
- Gitaayu Lestari, & Burhanudin. (2023). USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH SPAREPART MOTOR. *JURNAL USAHA*, 4(2), 91–100. <https://doi.org/https://doi.org/10.30998/juuk.v4i2.1474>
- Herman, B., & Nohong, M. (2022). Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk, dan Persaingan Usaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 19(1), 1–19. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v19i1.18575>
- Irwansyah, Rudy, Syahputra, Danil, Ningsih, Supiah, Hasan, Kristanto, Titus, Nugroho, Lucky, Triwardhani, Diana, Marwan, Dhoni, Febrianty, Febrianty, Sudarmanto, An, E., ... S., A. (2023). Marketing Digital Usaha Mikro. In *WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG (Grup CV. Widina Media Utama)*. <http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/64288>
- Kartika, C., Rudianto, R., & Suhariningsih, L. (2020). Pengelolaan dan Pembinaan Usaha Mikro Warung Makanan dan Minuman Model Primitive Di Surabaya Barat. *Humanism : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 93–108. <https://doi.org/10.30651/hm.v1i2.5378>
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Munthe, A., Yarham, M., & Siregar, R. (2023). Peranan UMKM terhadap perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(3), 593–614.
- Novianita Rulandari, Nur Fitri Rahmawati, & Dewi Nurbaiti. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pada Era New Normal. *Prosiding Seminar STIAMI*, 7(2), 21–29.
- Rizwan Aryadi, & Siti Hajati Hoesin. (2022). KEWIRAUSAHAAN DAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) SEBAGAI SALAH SATU SOLUSI UNTUK MENGATASI MASALAH KETENAGAKERJAAN DI INDONESIA. *SELISIK*, 8(1), 57–72.
- Silvanie, A., & Permana, D. S. (2023). Perancangan Platform Digital untuk Promosi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berdasarkan Geolokasi dengan Google API. *Remik: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7(1), 421–434.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.
- Umami, N. (2019). *Peran Manajemen Keuangan Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Batik Dalam Memajukan Sektor Kewirausahaan*. 3(1), 1–11.
- Utama, I. D. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pada Era Digital di Kota Bandung. *EQUILIBRIUM:*

- Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 7(1), 1.
<https://doi.org/10.25273/equilibrium.v7i1.3829>
- Zettira, S. B. Z., Febrianti, N. A., Anggraini, Z. A., Prasetyo, M. A. W., & Tripustikasari, E. (2022). Pelatihan Aplikasi Canva untuk Meningkatkan Kreativitas Desain Promosi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Abdimas Prakasa Dakara*, 2(2), 99–105.
<https://doi.org/10.37640/japd.v2i2.1524>