TERAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat Sosial Budaya
Vol. 1, No. 1, November 2024, pp. 10-12
eISSN 3089-2988 | https://ejournal.gemacendekia.org/index.php/teras

Edukasi Pendanaan Usaha Melalui Investor Dan Pengembangan Potensi Serta Value Product Untuk Meningkatkan Nilai Jual

Irhasman[1*], Eza Radika[2], Indah Nurfadillah[3]

[1*]Program Studi Pendidikan Teknologi Informasi, Universitas Bumigora, Indonesia
[2*3]Prodi Studi Pendidikan Vokasional Kesejahteraan Keluarga, Universitas Muhammadiyah Bandung, Indonesia
Email: irhasmanurun@gmail.com

ABSTRACT

Modal Usaha merupakan faktor dominan yang mempengaruhi pengembangan UMKM. Modal usaha menentukan banyaknya produksi dan omset yang dapat berpengaruh kepada keuntungan yang didapatkan pelaku usaha, tentu hal inipun dapat menjadi faktor pendukung dalam pengembangan potensi serta value produk. Banyak pelaku usaha di Desa Kiangroke Banjaran yang mengalami kesulitan dalam memperoleh pendanaan guna pengembangan usaha mereka. Pendanaan berasal dari pendiri usaha, investor maupun pinjaman sebagai pihak ketiga. Ada beberapa hal yang menjadi pertimbangan investor sebelum mengambil keputusan investasi. Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk mengedukasi Masyarakat dalam mempereloh pendanaan usaha serta pengembangan potensi dan value produk untuk meningkatkan nilai jual, khususnya para pelaku usaha.

Copyright © 2024, The Author(s)
This is an open-access article under the CC–BY-SA license

Article History
Received 2024-09-31
Revised 2024-10-23
Accepted 2024-11-01

Keywords
Investor,
Potensi,
Value produk,
Nilai Jual

PENDAHULUAN

Pada saat ini, kebutuhan finansial di kalangan masyarakat khususnya UMKM di Indonesia semakin meningkat, mengingat semakin meningkatnya mobilitas dan aktivitas perekonomian. UMKM termasuk industry berskala kecil yang memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian suatu negara. Salah satu fondasi UMKM adalah pendanaan. Pengembangan potensi UMKM dengan model pendanaan telah dikenal oleh berbagai kalangan (Kurniaditama et al., 2022, p. 12). Pendanaan UMKM dimulai dengan pendanaan yang sederhana oleh pendiri usaha kemudian dikembangkan lebih lanjut melalui dukungan investor (Pembiayaan Bank).Salah satu keahlian yang diperlukan pada tahapan ini adalah kemampuan membuat proyeksi keuangan oleh pendiri usaha (Yuneline, 2022, p. 20). Value Produk merupakan hal yang penting, namun tanpa pendanaan akan tetap mengalami kesulitan dalam berkembang. Segala aspek kehidupan tidak terlepas dari perbankan seperti melaksanakan transaksi secara tunai maupun non tunai serta Pengajuan Pembiayaan modal usaha. Dari berbagai kebutuhan tersebut yang menjadi fokus kami yaitu peningkatan minat pelaku UMKM di desa Kiangroke Banjaran untuk mengajukan pembiayaan modal usaha melalui BPR. Kebanyakan dari mereka belum mengajukan pembiayaan karena rasa khawatir terhadap resiko yang dihadapi, hal ini diakibatkan oleh keterbasan informasi mengenai pembiayaan usaha tersebut. Beberapa ke khawatiran para pelaku UMKM di Desa Kiangroke yakni terdapatnya gap antara pendapatan dan pengeluaran, penghasilan yang tidak rutin, kebutuhan akan tambahan dana untuk modal usaha [1, p. 23].

Meskipun jumlah unit usaha mikro dan kecil terbanyak, namun dari segi perkembangan usaha dari setiap pelaku sangat kecil. Kendala yang dihadapi UMKM sehingga sulit untuk berkembang diantaranya adalah sulitnya mengakses permodalan dan menguasai pasar (Ningtyas & Wafiroh, 2022, p. 12). Sesuai dengan apa yang telah dikemukakan oleh Edy dalam Maryam (2015), Edy membagi hambatan yang faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal merupakan masalah klasik dari UMKM yaitu lemah dalam segi

How to cite: Irhasman, I., Radika, E., Nurfadillah, I. (2024). Edukasi Pendanaan Usaha Melalui Investor Dan Pengembangan Potensi Serta Value Product Untuk Meningkatkan Nilai Jual. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sosial Budaya, 1*(1), 10-12. https://doi.org/10.71094/teras.v1i1.10

permodalan dan segi manajerial (kemampuan manajemen, Produksi, Pemasaran dan Sumber daya manusia). Sedangkan faktor eksternal merupakan masalah yang muncul dari pihak pengembang dan Pembina UMKM, misalnya solusi yang diberikan tidak tepat sasaran, tidak adanya monitoring dan program yang tumpeng tindih.

Dari kedua faktor di atas, faktor intern utamanya masalah financial atau permodalan menjadi kendala utama bagi pelaku usaha UMKM dalam mengembangkan usahanya. Melihat kondisi masalah yang dihadapi oleh pelau usaha tersebut, Pemerintah memberikan dana bergulir kepada pelaku UMKM yaitu melalui Bank Pembiayaan Rakyat (BPR). BPR memiliki fungsi yang sama dengan bank Syariah. Bank Pembiayaan Rakyat (BPR) menurut undang-undang perbankan no 7 tahun 1992 adalah Lembaga keuangan bank yang menerima simpanan hanya dalam deposito berjangka, tabungan/bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu dan menyalurkan dana sebagai usaha BPR (Poddala & Alimuddin, 2023, p. 11). Sedangkan UU perbankan No 10 tahun 1998, disebutkan bahwa BPR adalah Lembaga keuangan bank yang melaksanakan kegiatan usahannya secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah. Penyaluran pembiayaan kepada pelaku UMKM terbagi menjadi 2 kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya yaiu: 1. Transaksi jual beli berdasarkan akad Murabahah, Istishna, Salam dan Pembiayaan bagi hasil berdasarkan akad Mudharabah dan Musyarakah serta Prinsip sewa (Ijarah). Keberadaan BPR dimaksudkan untuk memberikan layanan perbankan secara cepat, mudah dan sederhana kepada Masyarakat khususnya pengusaha menengah, kecil dan mikro baik di pedesaan maupun perkotaan yang selama ini belum terjangkau oleh layanan bank umum. Dengan jangkauan yang lebih dekat kepada Masyarakat kecil maka diharapkan BPR Seabai Lembaga intermediasi keuangan dapat meningkatkan kesejahteraan Masyarakat, Khususnya bagi UMKM (Sari & Irena, 2021, p. 8).

Untuk mengoptimalkan peningkatan perekonomian Masyarakat, sebuah program yang difokuskan kepada Masyarakat umumnya serta pelaku UMKM khususnya diberikan sosialisasi edukasi, sehingga pelaku UMKM tersebut mendapatkan permodalan untuk kemajuan dan perkembangam usahanya.

METODE

Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan metode penelitian yang dilakukan adalah analisis situasi. Pada metode analisis situasi yang pertama dilakukan, yaitu pemberian materi seminar dengan media *slide power point* yang berisi penjelasan mengenai Pendanaan usaha melalui investor Dan Pengembangan potensi serta value produk untuk meningkatkan nilai jual. Setalah itu, dilakukan sesi tanya jawab. Penelitian ini dilakukan di Balai Desa Kiangroke Kec. Banjaran, Kab. Bandung. Responden yang digunakan untuk penelitian ini berupa warga dai Desa tersebut.

Pendanaan Usaha Melalui Investor dan Pengembangan Potensi serta Value Produk Untuk Meningkatkan Nilai Jual di Desa Kiangroke, Banjaran. Dilaksanakan pada Senin Tanggal 21 Agustus 2023 yang bertempat di Balai Desa Kiangroke, Banjaran. Dengan peserta sebanyak 28 orang dari Masyarakat Pelaku UMKM.

Adapun yang menjadi narasumber dalam kegiatan seminar tersebut yaitu Dr. Dra Alfiana Selaku Dosen Pendamping Lapangan Kuliah Kerja Nyata Reguler 19&20 dan Dr. Helin Selaku Dosen Universitas Muhammadiyah Bandung. Kegiatan ini dilakukan dengan metode presentasi dan diskusi tanya jawab antara narasumber dan peserta seminar sosialisasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pelaksanaan sosialisasi Pendanaan Usaha Melalui Investor dan Pengembangan Potensi serta Value Produk Untuk Meningkatkan Nilai Jual di Desa Kiangroke Banjaran dapat dilihat bahwa para peserta mampu mengikuti kegiatan secara baik, hal ini dapat dilihat dari Keseriusan Peserta dalam Memahami Materi dan Antusias Peserta dalam sesi tanya jawab Bersama dengan narasumber.

Gambar 1. Sosialisasi Pendanaan Usaha

Penciptaan *value* suatu produk dihasilkan dengan menawarkan sejumlah keunggulan produk dalam bentuk berwujud maupun tidak berwujud. Hal ini meliputi *desain,* warna, ukuran, kemasan, dan sebagainya. Sedangkan atribut yang tidak berwujud diantaranya harga, jasa, layanan dan kualitas. Penciptaan *value* juga harus terus dilakukan dengan melakukan inovasi produk. Sebuah Perusahaan atau orang memiliki usaha aatau yang bisa disebut UMKM harus terus menerus melakukan perbaikan melalui inovasi baru untuk menghadapi perubahan lingkungan yang begitu cepat. Inovasi produk berkaitan dengan produk-produk baru atau perbaikan dari proses produksi yang sudah ada. Oleh sebab I tu Perusahaan dituntut untuk terus menerus berinovasi. Tujuannya agar dapat mendorong kepuasan konsumen.

KESIMPULAN

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak Universitas Muhammadiyah Bandung yang telah memberi dukungan *financial* terhadap pelaksanaan kegiatan ini.

REFERENCES

Kurniaditama, I. G. K. A. A., Bagaskara, M. C., Aditya, T., & Mahyuni, L. P. (2022). Edukasi Berbagai Alternatif Sumber Pendanaan Bagi Pengembangan UMKM. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *6*(4), 1023–1032.

Ningtyas, M. N., & Wafiroh, N. L. (2022). Edukasi Literasi Keuangan Pada Umkm Di Sentra Industri Tempe Sanan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, *1*(3), 83–90.

Poddala, P., & Alimuddin, M. (2023). Edukasi Pengaturan Pengelolaan keuangan Pribadi dan Dana Usaha pada UKM Berbasis Lorong. *Celebes Journal of Community Services*, *2*(2), 1–8.

Sari, W. P., & Irena, L. (2021). Komunikasi visual melalui foto produk untuk meningkatkan nilai jual produk umkm. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, *4*(3).

Yuneline, M. H. (2022). Edukasi Peer-To-Peer Lending Syariah Sebagai Alternatif Permodalan Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Desa Ciwalen Panjalu. *Jurnal Berdaya Mandiri*, *4*(1), 820–833.