

PELATIHAN KREDIT USAHA RAKYAT (KUR) SEBAGAI SUMBER PEMBIAYAAN UKM

Rosmita Rasyid^{1*}, Einstein Christianto ATS²

¹ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Akuntansi, Universitas Tarumanagara Jakarta

² Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta

E-mail: ¹⁾ rosmitar@fe.untar.ac.id

Abstract

Small and medium-sized enterprises (SMEs) can tackle various issues like creating jobs, strengthening local economies, and seizing opportunities from global business trends. These efforts can also boost community well-being, raise incomes, stimulate regional growth, and ultimately contribute to national economic progress. However, SMEs often face challenges such as financial constraints, business risks, and the significant threat of failure. Since new SMEs usually rely on personal funds for funding, their investment potential is limited. Thankfully, there are different financing options available to bridge this gap, especially to support innovative activities. For instance, a batik handicraft business in Jambi was selected for a Community Services (PKM) project aiming to enhance their understanding of business capital sources for product innovation. This project utilized Zoom for training sessions. Topics covered included capitalization basics, business credit, and credit requirements. The project successfully increased the partners' awareness of People's Business Credit (KUR) and resolved business issues, enabling them to boost their capital for product development. Furthermore, the outcomes of the PKM project were disseminated through national journals and intellectual property rights protection.

Keywords: SMEs, Job Creation, Community Economy, Globalization, Community Service

Abstrak

Usaha kecil dan menengah (UKM) dapat mengatasi berbagai masalah seperti menciptakan lapangan kerja, memperkuat ekonomi lokal, dan menangkap peluang dari tren bisnis global. Upaya-upaya ini juga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, meningkatkan pendapatan, menstimulasi pertumbuhan regional, dan pada akhirnya berkontribusi pada kemajuan ekonomi nasional. Namun, UKM sering kali menghadapi tantangan seperti kendala keuangan, risiko bisnis, dan ancaman kegagalan yang signifikan. Karena UKM baru biasanya mengandalkan dana pribadi untuk pendanaan, potensi investasi mereka terbatas. Untungnya, ada berbagai pilihan pembiayaan yang tersedia untuk menjembatani kesenjangan ini, terutama untuk mendukung kegiatan inovatif. Sebagai contoh, sebuah bisnis kerajinan batik di Jambi dipilih untuk proyek Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang sumber modal usaha untuk inovasi produk. Proyek ini memanfaatkan Zoom untuk sesi pelatihan. Topik yang dibahas meliputi dasar-dasar permodalan, kredit usaha, dan persyaratan kredit. Proyek ini berhasil meningkatkan kesadaran para mitra tentang Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan menyelesaikan masalah bisnis, sehingga mereka dapat meningkatkan modal untuk pengembangan produk. Selanjutnya, hasil dari proyek PKM ini disebarluaskan melalui jurnal nasional dan perlindungan hak kekayaan intelektual.

Kata kunci: UKM, Penciptaan Lapangan Kerja, Ekonomi Masyarakat, Globalisasi, Pengabdian Masyarakat

1. PENDAHULUAN

Usaha kecil dan menengah (UKM) dianggap sebagai faktor dominan kemajuan ekonomi, karena aktivitas mereka yang sukses menentukan pembangunan regional dan negara, menciptakan lapangan kerja baru, mendukung persaingan pasar, dan meningkatkan inovasi (Kersten et al., 2017; Savlovschi & Robu, 2011). Pertumbuhan UKM dipastikan dapat mengatasi banyak masalah seperti: penciptaan lapangan pekerjaan, penguatan ekonomi masyarakat, serta menangkap kesempatan dari globalisasi bisnis internasional (Barringer & Ireland, 2010). Dampak selanjutnya dipastikan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, meningkatkan pendapatan per kapita, dengan investasi mampu mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, dan akhirnya mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara (Zimmerer et al., 2008).

Untuk mencapai tujuan ideal tersebut, dipastikan para pelaku bisnis kecil-menengah banyak menghadapi kendala terkait dengan masalah finansial, risiko bisnis, sampai masalah terpahit yaitu: kegagalan bisnis. Untuk percepatan pertumbuhan bisnis sangat diperlukan pendanaan dari pihak eksternal seperti: partner bisnis, teman/keluarga, modal ventura atau kredit perbankan (Wijatno, 2009). Alternatif terakhir ini banyak diminati oleh pelaku bisnis, sepanjang dapat memenuhi persyaratan yang diberikan oleh pihak bank. Artinya kriteria analisis kredit seperti: analisis 5 Cs yaitu: character, capacity, capital, collateral, conditions dapat dipenuhi oleh pengusaha (Trahan & Gitman, 2003). Tetapi masih banyak pengembang usaha kecil-menengah belum mampu memenuhi kriteria kredit tersebut, sehingga belum menerima kredit. Kondisi tersebut salah satunya disebabkan oleh kurangnya pengetahuan/informasi atau terjadi asimetri informasi antara pelaku UKM dengan pemberi kredit.

Dalam beberapa kasus terjadi permasalahan pemberian KUR, dimana nasabah mengalami kesalahpahaman tentang KUR. Sebagian masyarakat menilai bahwa kredit usaha ini sepenuhnya dijamin oleh pemerintah, sehingga tidak memenuhi kewajibannya sampai masa jatuh tempo. Padahal kredit sepenuhnya didanai oleh sumber dana bank sehingga menyebabkan terjadi kredit macet cukup tinggi pada bank bersangkutan. Banyak permasalahan seputar fasilitas ini, sehingga perlu dilakukan sosialisasi secara lebih informatif kepada pihak UKM. Sosialisasi KUR sangat diperlukan untuk memberi kesempatan kepada UKM yang potensial agar mendapatkan kredit modal kerja atau kredit investasi untuk meningkatkan kinerja bisnisnya.

Namun, UKM seringkali menghadapi berbagai masalah saat mencari sumber modal baru. Kumar & Rao (2015) mengidentifikasi masalah utama kurangnya dana bagi pengembangan usaha: (1) kesenjangan permintaan, karena pengaruh berbagai penentu struktur modal, (2) kesenjangan pasokan (ketersediaan dana yang terbatas untuk UKM), (3) kesenjangan pengetahuan (kurangnya pengetahuan tentang aksesibilitas dana, dan (4) kesenjangan kebijakan (keengganan lembaga keuangan untuk menyediakan dana kepada UKM).

Berbagai studi berkontribusi pada perdebatan yang sedang berlangsung tentang keputusan pembiayaan UKM dan adanya kesenjangan pembiayaan (modal) (Angilella & Mazzù, 2015; De Moor et al., 2016). Namun, badan literatur yang ada di bidang ini tetap fokus pada dukungan publik untuk UKM inovatif, karena telah dikonfirmasi bahwa perusahaan mungkin menghadapi kesulitan dalam menemukan keuangan berbasis pasar eksternal untuk aset tidak berwujud (berbasis pengetahuan) (Lee et al., 2015). Relevansi pembiayaan utang dan pendanaan internal (ditentukan oleh kinerja yang efisien) dalam

meningkatkan inovasi pada UKM masih relatif kurang dieksplorasi (Kerr dan Nanda 2015). Berbagai hambatan inovasi baru-baru ini dibahas dalam (Hueske & Guenther, 2015). Secara khusus, akses ke pembiayaan eksternal dan adanya kendala modal yang dapat berdampak pada aktivitas inovatif perusahaan digarisbawahi oleh Angilella & Mazzù (2015). Dengan demikian, bukti empiris yang ada menunjukkan bahwa penentu utama pengembangan UKM adalah akses ke dana yang cukup. Sebagaimana dibuktikan oleh Kersten et al (2017), keuangan UKM memiliki dampak signifikan yang positif terhadap kinerja perusahaan, investasi modal, dan lapangan kerja.

2. METODE PENELITIAN

Metode pelaksanaan kegiatan terkait dengan prioritas permasalahan mitra, berupapembekalan pengetahuan tentang KUR. Untuk itu tahapan kegiatan yang ditempuh dalam merealisasikan kegiatan dapat dikelompokkan menjadi 3 bagian yaitu:

a. Tahap Persiapan

Tahap persiapan, pada tahap ini melakukan observasi awal terkait dengan permasalahan utama mitra. Dalam tahap persiapan penekanan utama kegiatan adalah:

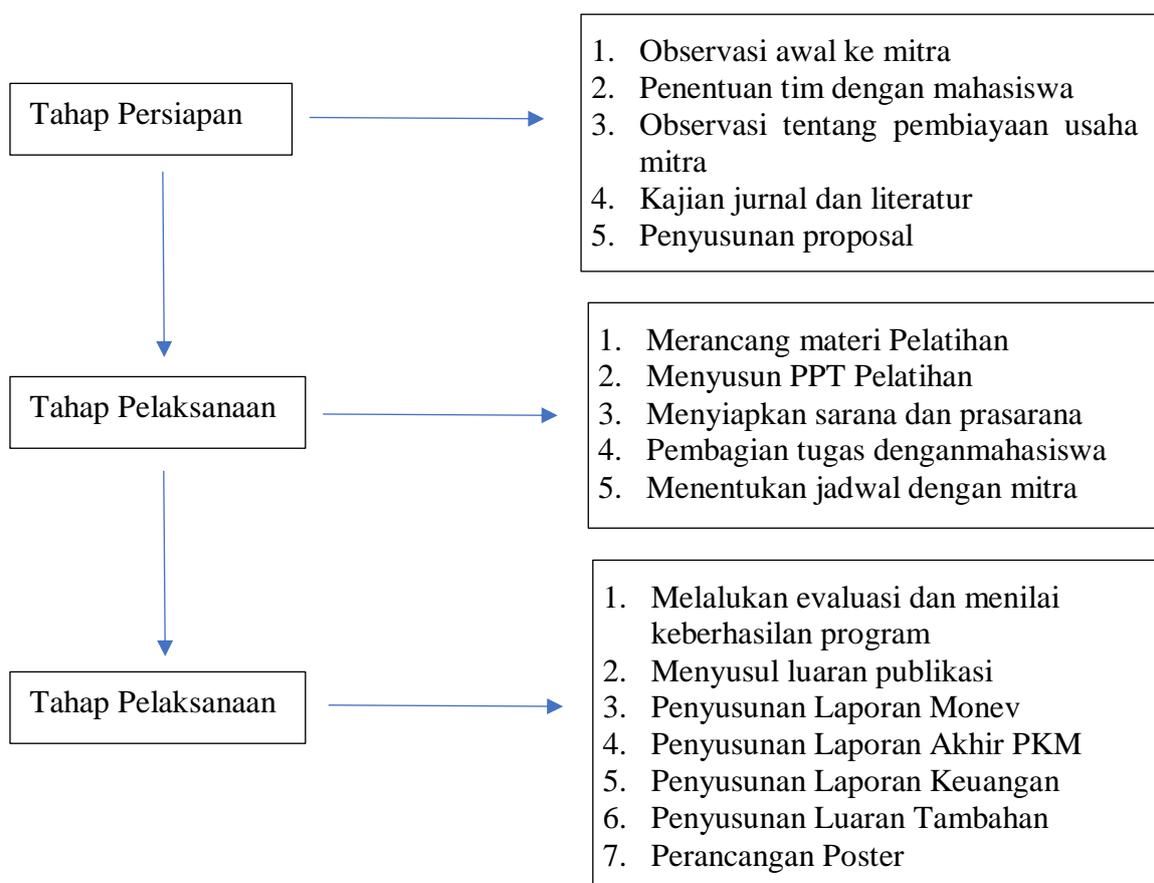
- a) Mengetahui secara lebih mendalam tentang kondisi mitra
- b) Tahapan ini dilakukan dengan melakukan wawancara mendalam dengan mitra secara online guna mengetahui prioritas masalah utama yang perlu segera di bahas, agar tidak menjadi masalah yang berkelanjutan. Menentukan tim mahasiswa yang terlibat dan penyusunan proposal untuk diserahkan ke LPPM

b. Tahap Pelaksanaan

Penyusunan materi pelatihan dan penentuan jadwal pelaksanaan sosialisasi, menyiapkan semua kebutuhan untuk pelaksanaan sosialisasi, membagi tugas dengan mahasiswa yang membantu tim, masyarakat yang akan disosialisasikan kepada UMKM, mempersiapkan berbagai prosedur pelatihan, menyiapkan peralatan, sarana prasarana pendukung kegiatan., menyampaikan materi tentang pentingnya pengetahuan tentang sumber pembiayaan dalam meningkatkan inovasi produk mitra dan diakhiri dengan diskusi (Pelka, 2018).

c. Tahap Hasil Akhir

Dalam tahap ini melakukan evaluasi dalam menilai keberhasilan program. Penyusunan laporan, disertai dengan membuat luaran- luaran, baik luaran wajib berupa publikasi maupun luaran tambahan berupa menulis artikel di media masa. Tahap pelaporan merupakan pertanggungjawaban seluruh kegiatan Pengabdian. Berikut ini disajikan kembali tiga tahapan pelaksanaan PKM dalam bentuk flowchart berikut ini.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan PKM

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

a. Profil Usaha Dan Lokasi Mitra

Mitra yang menjadi tempat kegiatan merupakan bisnis produk kreatif Batik, membuat aneka jenis batik, lacak, tas dan tengkuluk. Pemilik usaha bernama Ibu Juniana dengan lokasi usaha di desa Muara Jambi. Usaha ini berdiri tahun 2013 sampai saat ini. Menurut mitra asal mula terlintas usaha batik, karena batik merupakan warisan leluhur yang harus dan wajib dilestarikan, hal itu yang mitra tekankan dalam dirinya untuk membuat batik. Selain itu lingkungan dimana kampung halaman mitra terletak di salah satu warisan peninggalan sejarah yang sangat mendunia yaitu Candi muaro Jambi. Mitra tertarik untuk melestarikan budaya dan kearifan lokal dengan batik. Beberapa sampel produk mitra adalah:



Gambar 2. Sampel Produk Mitra

b. Pengertian dan Tujuan Penyaluran KUR

Pengertian KUR adalah: kredit/pembiayaan kepada usaha mikro kecil menengah koperasi (UMKM-K) dalam bentuk pemberian modal kerja & investasi yang didukung oleh fasilitas penjamin untuk usaha produktif (Goujard & Guérin, 2018). Program ini dicanangkan oleh pemerintah dengan sumber dananya berasal sepenuhnya dari dana bank. Pemerintah memberikan penjaminan 70% sisanya ditanggung bank pemberi KUR dengan tujuan untuk meningkatkan akses UMKM-K pada sumber pembiayaan dalam rangka mendorong pertumbuhan ekonomi nasional.

c. Persyaratan KUR

UMKM-K yang dapat menerima KUR adalah usaha produktif yang feasible namun belum bankable dengan ketentuan:

- a) Debitur baru belum pernah menerima kredit dari bank dibuktikan dengan sistem informasi debitur saat permohonan kredit.
- b) Fasilitas penjaminan dapat dilakukan pada nasabah yang belum mendapat kredit sebelumnya.
- c) KUR yang diperjanjikan antara bank pelaksana dengan UMKM-K yang bersangkutan

KUR disalurkan untuk UMKM-K dengan ketentuan:

- a) Untuk kredit sampai Rp. 5.000.000 tingkat bunga kredit setara 24% efektif /th.
- b) Untuk kredit di atas Rp. 5.000.000 sampai dengan Rp. 500.000.000, dikenakan tingkat bunga setara 16% efektif per tahun.
- c) KUR diberikan berdasarkan kelayakan usaha sesuai dengan asas-asas perkreditan yang sehat serta sesuai ketentuan yang berlaku.

d. Kendala Penyaluran KUR

- a) Masyarakat menganggap KUR kredit dijamin pemerintah, sehingga banyak yang tidak melunasi. Hal ini menimbulkan kredit macet bagi bank pemberi KUR.
- b) Masyarakat menganggap KUR tanpa agunan selalu Rp. 5.000.000,- padahal akan dinilai kelayakan sesuai dengan kemampuan usaha.
- c) Banyak masyarakat tidak dapat memenuhi persyaratan bank karena belum layak dan karena identitas tidak siap.
- d) Keterbatasan menjangkau calon debitur yang jaraknya jauh.
- e) Keterbatasan sumber dana bank.

e. Bank Penyalur KUR

Bank penyalur KUR adalah:

BRI, BNI, Bukopin, BTN, dan Bank Syariah Mandiri (BSM).

f. Sosialisasi KUR

Dengan menjalin kerja sama dengan pihak pengelola KUR, akan dilakukan sosialisasi lebih intensif kepada masyarakat. Tujuan aktivitas ini untuk memberi kesempatan secara luas bagi masyarakat untuk mendapat KUR. Pendekatan dilakukan pada dua pihak:

a) Pendekatan Dengan Pihak UKM

Pertama dengan mensosialisasikan KUR kepada masyarakat bisnis agar mendapat informasi secara jelas tentang kredit ini. Kedua, membuka kesadaran UKM agar mengelola keuangan secara baik serta konsekuensi harus dilakukan selama mendapat KUR. Untuk itu diperlukan pemahaman tentang: pengelolaan keuangan, proses penganggaran bisnis, analisis *break even point*, pengelolaan aktiva, memiliki laporan keuangan secara sederhana, perlunya rencana bisnis, serta analisis kredit 5 Cs (lihat tabel 4) agar memudahkan pihak bank menilai risiko kredit bagi UKM.

b) Pendekatan Dengan Pihak Bank

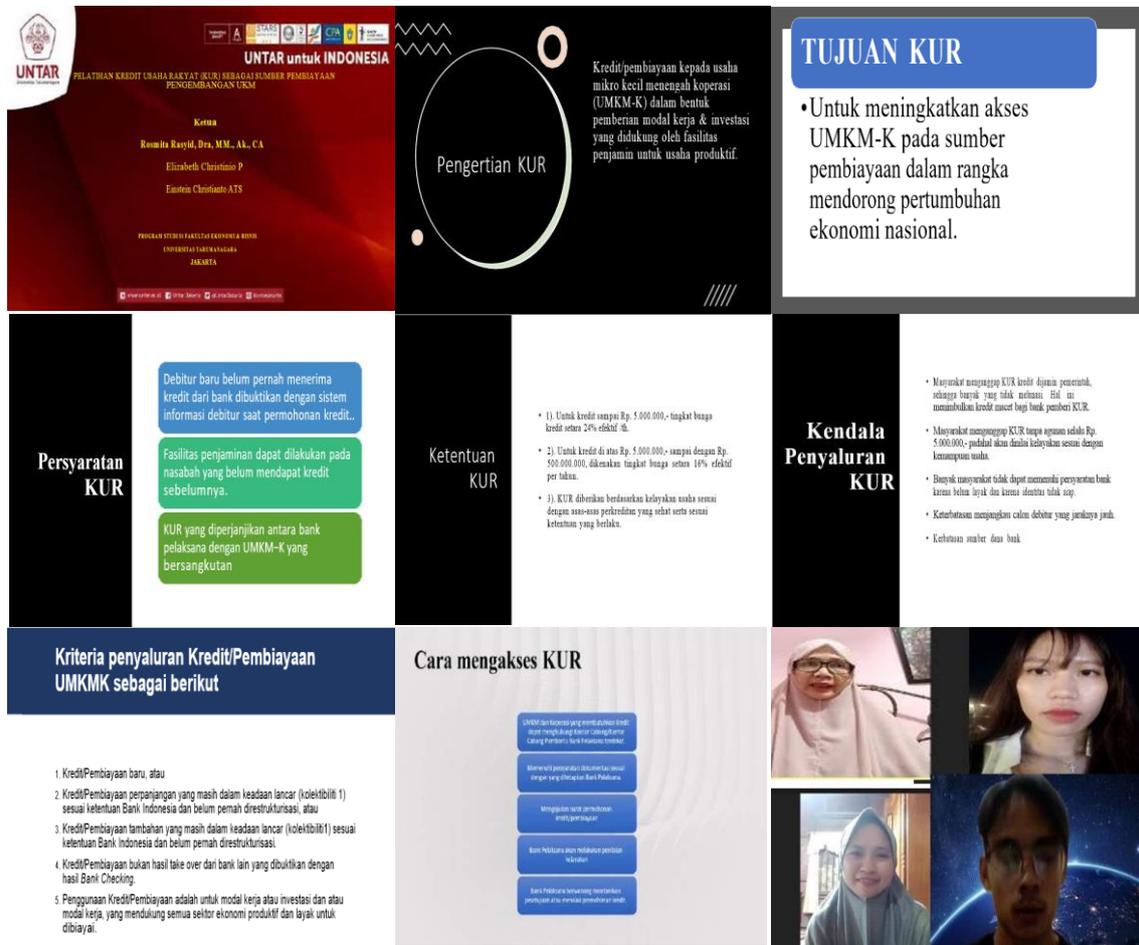
Dengan mengoptimalkan soft information bukan hanya menfokuskan *hard information* ketika menilai kelayakan KUR, dengan cara menggunakan informasi dari pengelola UKM, pihak keluarga terdekat, partner bisnis, supplier, atau promotor (Dinas Perindustrian) untuk menilai kredit UKM. Kemudian dengan melakukan monitoring terhadap pelaksanaan usaha agar terpantau mengenai: rencana & tindakan riil pengembangan usaha, kualitas produk apabila unit usaha UKM di bidang pengolahan, mengawasi aktivitas servis bagi konsumen apabila di bidang jasa, standart/kualitas mesin/peralatan produksi, kualitas bahan baku/supplier/distributor, pelatihan pengembangan skill & pengetahuan SDM & pengelola UKM, pemantauan harga produk/kondisi persaingan/profitabilitas. Aktivitas ini dilakukan dengan cara menjalin kerjasama atau merangkul banyak pihak, seperti halnya dilakukan untuk pengembangan SME di India (Thampy; 2010).

Tabel 1. Analisis Kredit 5 Cs

<i>Character</i>	<i>The Applicant's Record of Meeting Past Obligations</i>
<i>Capacity</i>	<i>The applicant ability to repay the requested, as judged in term of financial statement analysis focused on cash flows available to repay debt obligation</i>
<i>Capital</i>	<i>The applicant's debt relative to equity</i>
<i>Collateral</i>	<i>The amount of asset the applicant has available for use in securing the credit. The larger the amount of available asset, the greter the chance that a firm will recover fund if the applicant default.</i>
<i>Conditions</i>	<i>Current general and industry-specific economic conditions, and any unique conditions surrounding a specific transaction</i>

Sumber: Gitman (2003)

Dengan model sosialisasi ini membuka informasi kepada pihak UKM sehingga memiliki peluang besar mendapatkan fasilitas sumber dana KUR. Keuntungan dari pihak bank dapat memperluas distribusi KUR dengan menekan kemungkinan kredit macet. Pelaksanaan kegiatan disajikan dalam bentuk PPT melalui ZOOM, Materi sosialisasi secara sampel didokumentasikan dalam foto berikut:



Gambar 2. Foto Kegiatan

4. KESIMPULAN

Pelatihan tentang kredit usaha rakyat diberikan dengan cara sosialisasi pemahaman kepada mitra yang meliputi definisi KUR, tujuan KUR, persyaratan KUR, bank pemberi kredit dan sebagainya berjalan dengan lancar. Pendampingan dan sosialisasi yang dilaksanakan dibantu oleh 2 orang mahasiswa. Mitra menyadari pentingnya pengetahuan tentang KUR dalam upaya mengatasi modal usaha, agar mitra dapat melakukan inovasi dari usaha yang sudah ada. Mitra bersemangat menerima materi yang disampaikan tim PKM. Selama proses pendampingan dan sosialisasi berlangsung mitra berdiskusi dan melakukan tanya jawab secara aktif dengan pelaksana PKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Angilella, S., & Mazzù, S. (2015). The financing of innovative SMEs: A multicriteria credit rating model. *European Journal of Operational Research*, 244(2), 540–554.
- Barringer, B. R., & Ireland, R. D. (2010). *Successfully launching new ventures*. Pearson Limited, New York.
- De Moor, L., Wieczorek-Kosmala, M., & Blach, J. (2016). SME DEBT FINANCING GAP: THE CASE OF POLAND. *Transformations in Business & Economics*, 15(3).
- Goujard, A., & Guérin, P. (2018). *Financing innovative business investment in Poland*.
- Hueske, A.-K., & Guenther, E. (2015). What hampers innovation? External stakeholders, the organization, groups and individuals: a systematic review of empirical barrier research. *Management Review Quarterly*, 65, 113–148.
- Kersten, R., Harms, J., Liket, K., & Maas, K. (2017). Small Firms, large Impact? A systematic review of the SME Finance Literature. *World Development*, 97, 330–348.
- Kumar, S., & Rao, P. (2015). A conceptual framework for identifying financing preferences of SMEs. *Small Enterprise Research*, 22(1), 99–112.
- Lee, N., Sameen, H., & Cowling, M. (2015). Access to finance for innovative SMEs since the financial crisis. *Research Policy*, 44(2), 370–380.
- Pełka, M. (2018). Analysis of innovations in the European Union via ensemble symbolic density clustering. *Econometrics*, 22(3), 84–98.
- Savlovski, L. I., & Robu, N. R. (2011). The role of SMEs in modern economy. *Economia, Seria Management*, 14(1), 277–281.
- Trahan, E. A., & Gitman, L. J. (2003). The corporate market for personal financial planning services benefits. *Financial Services Review*, 12(1), 1.
- Wijatno, S. (2009). *Pengantar entrepreneurship*. Grasindo.
- Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., Wilson, D., Kwary, D. A., & Fitriasisari, D. (2008). *Essentials of entrepreneurship and small business management*. PT Salemba Empat.

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).