

## Urgensi *Micro Business Game* Dalam Meningkatkan Manajemen Bisnis dan Pengetahuan Literasi Keuangan

**Sulaiman Helmi**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binadarma  
Email: [sulaimanhelmi@binadarma.ac.id](mailto:sulaimanhelmi@binadarma.ac.id)

**Ulfa Kurniasih**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan  
Email: [ulfa.kurniasih@uingusdur.ac.id](mailto:ulfa.kurniasih@uingusdur.ac.id)

**Afina Aninnas**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan  
Email: [afinaaninnas1004@gmail.com](mailto:afinaaninnas1004@gmail.com)

Received: 7 May 2022, Accepted: 17 June 2022, Published: 20 November 2022

### ABSTRACT

---

*The UMKM sector is one of the factors driving the trend of economic growth in Indonesia. In order to support the government's efforts to promote UMKM's, Bank Jateng as one of the institutions in collaboration with Germany's SBFIC (Saving Banks Foundation for International Cooperation), participated in assisting these efforts by holding a Micro Business Game (MBG). The urgency of MBG for UMKM actors or potential actors in improving business management knowledge and financial literacy. This study uses a qualitative method, namely by collecting primary data sources through interviews with MBG Bank Jateng trainers and collecting data sources from literature reviews through previous research literature that is still relevant. This research shows that MBG plays a very important role in improving business management and financial literacy knowledge, especially in increasing the effectiveness and efficiency of Micro, Small and Medium Enterprises entrepreneurs.*

**Keywords:** *Micro Business Game, The Micro Small and Medium Enterprise, Financial Literacy, and Business Management*

### ABSTRAK

---

Sektor UMKM menjadi salah satu faktor yang menggerakkan tren pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Guna mendukung upaya pemerintah dalam memajukan UMKM, Bank Jateng sebagai salah satu lembaga yang bekerja sama dengan SBFIC (*Saving Banks Foundation for International Cooperation*) Jerman, turut serta membantu upaya tersebut dengan mengadakan *Micro Business Game* (MBG). Urgensi MBG bagi pelaku ataupun calon pelaku UMKM dalam meningkatkan pengetahuan manajemen bisnis dan literasi keuangan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yaitu dengan cara mengumpulkan sumber data primer melalui wawancara dengan pihak trainer MBG Bank Jateng serta mengumpulkan sumber data dari kajian pustaka melalui literatur penelitian terdahulu yang masih relevan. Penelitian ini menunjukkan bahwa MBG sangat berperan dalam meningkatkan manajemen bisnis dan pengetahuan literasi keuangan, khususnya pada peningkatan efektifitas dan efisiensi para wirausahawan Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

**Kata Kunci:** *Micro Business Game, Usaha Mikro Kecil dan Menengah, Literasi Keuangan, dan Manajemen bisnis.*

## PENDAHULUAN

---

Mendirikan dan mempertahankan sebuah bisnis hingga menjadi sukses bukanlah hal yang mudah. Meski terbilang sulit, para pelaku usaha di Indonesia termasuk banyak yang sukses dalam mengelola bisnisnya dan bisa menciptakan lapangan kerja hingga dapat merekrut banyak pegawai. Walaupun banyak pelaku usaha yang sukses, tapi tidak sedikit juga para pelaku usaha yang gulung tikar. Hal ini disebabkan oleh kendala-kendala yang sering dihadapi oleh pelaku UMKM.

Problem yang sering dijumpai oleh pelaku UMKM adalah modal yang terbatas, pemasaran yang sulit dilakukan, harga bahan baku mahal, lokasi yang kurang strategis, biaya penyimpanan stok serta harga yang mahal. Tidak terkecuali para pelaku UMKM di Jawa Tengah. Menurut data dari bantuan produksi usaha mikro (BPUM) pelaku UMKM di Jawa Tengah berjumlah 105.000 ([dinkop-umkm-jateng.go.id](http://dinkop-umkm-jateng.go.id)). Meski dapat dibilang pertumbuhan UMKM cukup tinggi di berbagai sektor dan bidang, namun banyak dari mereka yang memiliki kendala untuk tetap mempertahankan usahanya.

Di antara kendala-kendala yang dihadapi dalam menjalankan usaha bisnis bagi pelaku UMKM diantaranya adalah kurang memahami strategi promosi yang efektif. Hal ini dikarenakan promosi sering kali dianggap sebagai kegiatan yang menghabiskan cukup banyak biaya dengan umpan balik yang akan diterima tidak sebesar apa yang dikeluarkan. Pemahaman seperti inilah penyebab pemasaran produk yang dilakukan tidak optimal. Strategi promosi yang kurang sesuai kemampuan yang dimiliki juga tidak baik bagi suatu usaha kerap kali terjadi, seperti halnya mengikuti trend promosi yang dilakukan perusahaan besar yang tentu saja memerlukan biaya yang tidak sedikit.

Kendala berikutnya adalah tidak melibatkan emosi pelanggan. Strategi yang sering dilakukan para pelaku UMKM adalah menonjolkan keunggulan produk yang dimiliki tanpa memerhatikan minat ataupun emosi pelanggan. Hal ini tentu berakibat pada ketidaktertarikan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan dan memilih untuk beralih ke produk lain yang lebih sesuai dengan apa yang diinginkan. Perlu adanya mengukur dan menguji keefektifan strategi promosi yang dilakukan. Hal ini bisa dilakukan dengan mengamati tingkat keefektifan strategi dan melakukan pengujian langsung untuk mengetahui apakah strategi tersebut berjalan lancar atau tidak. Apabila pelaku usaha tidak pernah melakukan pengukuran dan pengujian secara rutin, dikhawatirkan mereka tidak akan mengetahui strategi promosi mana yang paling efektif.

Mayoritas pelaku usaha menginginkan hasil penjualan optimal dengan menempuh sebuah langkah promosi yang serba instan. Hal tersebut tentunya sangat bertentangan dengan kondisi di lapangan, dimana pelaku usaha dituntut untuk menjalankan promosi secara berkelanjutan atau *step by step*, mulai dari menentukan segmentasi pasar, membangun hubungan baik dengan calon konsumen, hingga memberikan solusi tepat bagi para pelanggan. Dengan menyesuaikan kemampuan dan kebutuhan perusahaan, melalui strategi promosi yang dijalankan bisa menghasilkan omset penjualan yang optimal (Handini, Sri., Sukesi, & Hartati Kanty., 2019:55). Selain itu, masih banyak pelaku usaha tidak melakukan pencatatan laporan keuangan usaha mereka, sehingga manajerial usaha tak berjalan maksimal. Padahal mengelola keuangan usaha serta melakukan pencatatan pelaporan usaha sangat penting bagi keberlangsungan bisnis.

Perhatian dan dukungan dari berbagai pihak sangat penting guna membantu UMKM dalam peningkatan kemampuan manajemen bisnis dan pengetahuan literasi keuangan, sehingga para pelaku UMKM dapat dengan mudah dalam melakukan pengelolaan manajerial dan keuangan usaha. Semakin baik tingkat manajerial dan literasi keuangan pelaku UMKM, maka semakin baik pula pengelolaan usaha yang dilakukan, begitupun sebaliknya.

Guna meningkatkan efektifitas dan efisiensi para wirausahawan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), Bank Jateng mengadakan kegiatan *Micro Business Game* (MBG). Penelitian ini disusun dengan tujuan untuk mendeskripsikan lebih mendalam mengenai urgensi *Micro Business Game* terhadap manajemen bisnis dan literasi keuangan bagi pelaku UMKM di Jawa Tengah.

*Micro Business Game* (MBG) merupakan metode peningkatan usaha berupa edukasi tata cara pengelolaan usaha mikro yang telah dikembangkan oleh *Saving Banks Foundation for International Cooperation* (SBFIC) Jerman, yang kemudian bekerja sama dengan Asosiasi Bank Daerah dan menunjuk Bank Jateng sebagai salah satu lembaga yang bekerjasama dengan SBFIC dalam pelaksanaan MBG. MBG sendiri merupakan bentuk inovasi versi terbaru dari *Micro Business Simulatinon* (MBS) yang sudah ada sejak 2017. Pembaharuan dari MBS menjadi MBG ini terbentuk pada 2021. Pada dasarnya tidak ada perbedaan yang signifikan diantara keduanya, karena materi yang diajarkan sama. Hanya saja pengemasan dalam penyampaian materi disimulasikan dengan bentuk permainan lebih dioptimalkan agar peserta MBG dapat lebih mudah memahami materi yang disampaikan.

Dewasa ini usaha kecil menjadi kian penting keberadaannya. Ratusan usaha kecil dibuka setiap bulannya oleh orang-orang yang diberhentikan dari perusahaan sebagai akibat adanya pengurangan karyawan (*downsizing*) atau yang berhenti secara sukarela dari dunia perusahaan untuk menemukan laju yang lebih lambat dan keseimbangan hidup yang lebih sehat antara pekerjaan dan keluarga. Banyak usaha kecil dibuka oleh kaum wanita yang menghadapi kesempatan terbatas untuk maju di dalam perusahaan besar. Selain itu, internet telah membuka jalan baru untuk pembentukan usaha kecil.

Adanya pengaruh teknologi, globalisasi, aturan pemerintah, dan permintaan pelanggan yang semakin meningkat membuat lingkungan usaha kecil menjadi semakin rumit. Dalam hal ini diperlukan manajemen yang solid sebagai kunci keberhasilan, namun usaha kecil terkadang menghadapi kesulitan untuk mengembangkan keahlian manajemen yang diperlukan agar tetap bertahan di lingkungan yang kian kompleks ini (Izza, 2022).

Terdapat berbagai kendala yang dihadapi Kurangnya pemahaman mengenai manajerial usaha yang baik, cara promosi yang kurang efektif, tidak melibatkan emosi pelanggan, menginginkan semuanya serba instan, dan tidak melakukan pencatatan pelaporan keuangan dengan semestinya menjadikan banyak pelaku usaha mengalami kesulitan dalam menjalankan usahanya dengan maksimal, terutama dalam meningkatkan efisiensi biaya yang berpengaruh pada meningkatnya laba.

Maka dari itu, perlu menjadi perhatian dan dukungan dari berbagai pihak untuk membantu UMKM dalam meningkatkan kemampuan pengelolaan usaha, termasuk dalam hal manajemen dan literasi keuangan. semakin baik tingkat manajemen dan literasi keuangan pada pelaku UMKM maka semakin baik juga pengelolaan usaha dan keuangan yang dilakukan begitu juga sebaliknya.

Melihat kondisi yang seperti disebutkan di atas, Bank Jateng turut serta berupaya untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi para wirausahawan UMKM yang ada di Jawa

Tengah, dengan mengadakan kegiatan training *Micro Business Game* (MBG). Metode MBG ini bertujuan untuk meningkatkan pola pikir dan cara berwirausaha, meningkatkan kemampuan dinamis dan adaptif terhadap peluang, tantangan, kesempatan usaha serta memahami prinsip-prinsip dasar akuntansi sederhana.

Terdapat 4 aspek yang diajarkan dalam MBG meliputi aspek keuangan, aspek operasional, aspek pemasaran, dan aspek SDM (Sumber Daya Manusia). Selain itu, MBG mengajarkan mengenai pemasaran dasar, dinamika pasar, dan kompetisi usaha. Harapannya materi MBG ini mampu meningkatkan softskill dan dilakukan melalui simulasi usaha agar para pelaku usaha dapat lebih mudah menyerap ilmu yang disampaikan narasumber.

Keuangan suatu usaha masih banyak dilakukan dengan sistem pembukuan secara manual menggunakan pencatatan akuntansi, mengurus nota penjualan dan nota pembelian. Penghasilan yang diperoleh dari penjualan produk makanan dan minuman, sedangkan pengeluaran meliputi gaji karyawan setiap bulan, bonus kerja, biaya tidak terduga, biaya produksi dan operasional, dan pembelian bahan baku. Laporan keuangan yang masih dilakukan secara manual maka tidak jarang ditemukan ketidaktepatan dalam proses pembukuan. MBG mengajarkan mengenai alur pencatatan laporan keuangan dan penataan arus kas. Berdasarkan laporan keuangan pemilik usaha sudah mengetahui rata-rata biaya yang harus dikeluarkan untuk dana operasional. Dana operasional yang dikeluarkan merupakan realisasi jangka pendek, sisa dana sebagian disimpan untuk hal yang mungkin terjadi di luar rencana menyangkut perusahaan, dan sebagian lagi diputar untuk mempercepat pelaksanaan rencana jangka panjang seperti membuka cabang, cabang bisa dikota yang sama atau bisa juga di lain kota yang dianggap memiliki daya beli tinggi.

## METODE

---

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Strategi penelitian kualitatif ini dipilih penulis untuk mengamati suatu fenomena, mengumpulkan informasi, dan menyajikan hasil penelitian. Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif berupa fakta dengan uraian atau kalimat dan memaparkan keadaan objek penelitian sesuai fakta-fakta aktual (Moleong, 2005).

Sumber data pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer didapat dari sumber pertama, baik dari individu maupun perseorangan seperti halnya hasil proses wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Peneliti memperoleh data primer dengan teknik rekam dan catat melalui audio. Teknik wawancara yang digunakan merupakan proses wawancara secara langsung kepada trainer *Micro Business Game* dari Bank Jateng. Sedangkan sumber data sekunder didapat dari kajian literatur penelitian terdahulu yang masih relevan dengan penelitian ini.

Metode pengumpulan data yang digunakan berupa wawancara semi terstruktur yaitu membuat pokok-pokok pembicaraan secara garis besar, dalam pelaksanaannya interviewer mengajukan pertanyaan secara bebas, tidak dipertanyakan secara berurutan dan pemilihan kata-katanya tidak baku (Satori dan Komaariah, 2009). Selain itu juga dilakukan pengumpulan informasi-informasi yang diperlukan dari sumber penelitian terdahulu yang masih relevan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

---

Penelitian ini mendukung penelitian Fatoki (2014) dan Aribawa (2016) yang menyatakan bahwa bila pengusaha disektor UMKM memiliki kemampuan literasi keuangan yang memadai, maka keputusan bisnis dan keuangan yang diciptakan akan menuju ke arah pengembangan yang membaik dari waktu ke waktu, meningkatkan kemampuan usaha untuk bertahan, dan akan membuat bisnis tersebut memiliki keberlanjutan jangka panjang; dan terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlanjutan usaha pada UMKM kreatif. Penelitian yang dilakukan Njorogoe (2013) juga menyimpulkan bahwa terdapat korelasi yang positif antara keberhasilan wirausaha dengan literasi keuangan. Pengetahuan dan kemampuan literasi keuangan sangat diperlukan oleh semua pelaku UMKM agar dapat membuat keputusan bisnis yang baik, cepat dan tepat. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Fatoki (2014) yang menyimpulkan bahwa literasi keuangan mempunyai dampak positif terhadap kemampuan untuk membuat keputusan keuangan yang baik dan keberlanjutan bisnis. Artinya kinerja dan keberlanjutan UMKM juga ditentukan oleh literasi keuangan baik pada saat memulai maupun pada pengembangan dan keberlanjutan usaha.

Pengelolaan keuangan dilakukan dengan mencatat penjualan yang dihitung setiap harinya. Dimulai dengan mencatat pembukuan, mencatat nota, mencatat transaksi pembelian dari supplier maupun pembelian kepada konsumen. Hasil semua penjualan direkapitulasi yang selanjutnya akan dilaporkan dalam bentuk laporan keuangan. Pada aspek operasional suatu usaha meliputi proses yang dimulai dari pemasok, gudang, hingga toko. Di sinilah terjadi proses produksi yang merupakan tahapan sangat penting bagi perusahaan, dimana pada tahap ini barang mentah diolah menjadi barang jadi yang nantinya akan dijual kepada konsumen untuk pemuasan kebutuhan. Pengorganisasian terhadap produksi dan operasional berjalan dengan baik dengan melakukan pembagian kerja yang jelas dan terarah. Pengelola usaha dituntut untuk melakukan improvisasi secara terus menerus pada produk. Selain itu fungsi perencanaan juga dilakukan pada kegiatan operasional dengan selalu menjaga kualitas dan kuantitas produk.

Pada aspek pemasaran diajarkan cara menganalisis konsumen, yaitu dapat dilakukan dengan mengamati tiap pelanggan yang datang. Pengamatan ini dilakukan untuk menggali keinginan atau harapan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Pelaku usaha juga senantiasa harus mengikuti perkembangan tren dengan mencari tau apa yang sedang digemari oleh konsumen. Dalam simulasi permainan trainer akan memberikan contoh-contoh peristiwa yang harus dihadapi ketika terjun langsung di dunia usaha secara nyata. Melalui penggambaran peristiwa ini dapat dilihat bagaimana pola pikir kita ketika mendapati persoalan-persoalan yang kerap dialami pelaku usaha. Seperti halnya ketika harus mendapatkan konsumen dan bahkan ketika kehilangan konsumen, disinilah peserta MBG dilatih untuk memunculkan pemikiran yang dinamis terhadap kondisi lingkungan yang ada. Pelaku usaha tidak bisa menyamakan strategi dengan competitor dengan tujuan agar memiliki kekuatan bertahan dalam menjalankan bisnisnya. Terlebih lagi nantinya di dunia nyata kondisi yang akan dialami tentu saja berbeda dengan simulasi yang dilakukan karena berhadapan langsung dengan uang asli dan persoalan-persoalan yang nyata.

Kemudian dari segi value atau nilai diajarkan untuk masing-masing produk harus memiliki proporsional unique selling tersendiri. Keunikan itulah yang dilihat pelanggan dari produk yang kita tawarkan, produk yang tidak mudah ditiru. Jadi memiliki nilai ketahanan untuk survive di persaingan pasar. Terlebih lagi produk yang memiliki keunikan tersendiri bisa menjadi nilai determinasi lebih kuat. Syaratnya harus benar-benar bekerja keras memikirkan bagaimana membuat produk tersebut berbeda dari produk lainnya.

Pada aspek sumber daya manusia, pelaku usaha menetapkan perencanaan yang akan dicapai dalam aspek sumber daya manusia misalnya terdapat terdapat rekan kerja yang mau mengundurkan diri, maka orang tersebut dianjurkan untuk melaporkan sebulan sebelum pengunduran diri tersebut agar perusahaan memiliki waktu untuk merekrut karyawan baru. Standard penerimaan untuk sumber daya manusia pun didasarkan pada jenjang pendidikan, pengalaman kerja, ataupun skill tertentu. pembagian kerja juga disesuaikan dengan kemampuan yang dimiliki oleh masing-masing.

MBG mengajarkan bagaimana cara mengatasi suatu masalah terkait dengan tenaga kerja, seperti halnya apabila terjadi pencurian, bila terjadi hal-hal di luar kewajaran. Pada aspek SDM juga diperlukan prinsip pengarahan yang di terapkan dengan mengarah kepada tujuan usaha, dimana dengan pengarahan ini diharapkan setiap pelaku usaha memiliki etos kerja yang baik. Motivasi juga perlu diberikan dengan memberikan reward apabila rekan kerja/karyawan sudah bekerja dengan baik dan memuaskan.

## SIMPULAN

---

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil bahwa pengetahuan dan kemampuan literasi keuangan sangat diperlukan oleh semua pelaku UMKM agar dapat membuat keputusan bisnis yang baik, cepat dan tepat. *Micro Business Game* merupakan metode peningkatan usaha berupa edukasi tata cara pengelolaan usaha mikro. *Micro Business Game* yang dilakukan Bank Jateng sebagai salah satu bentuk komitmen dan tanggung jawabnya kepada masyarakat sekaligus membantu upaya pemerintah dalam memajukan dunia usaha, terlebih pada sektor UMKM. *Micro Business Game* ini sangat berperan dalam meningkatkan manajemen bisnis dan pengetahuan literasi keuangan, khususnya pada peningkatan efektifitas dan efisiensi para wirausahawan UMKM, meningkatkan pola pikir dan cara berwirausaha, menumbuhkan daya pikir dinamis dan adaptif terhadap peluang, tantangan, kesempatan usaha serta meningkatkan pemahaman prinsip-prinsip dasar akuntansi.

## DAFTAR PUSTAKA

---

- Andaningsih, Ratih., Sihombing, Lintas., & Muis, Abdul. (2022). Literasi Keuangan Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Kreatif dan UMKM Untuk Mendukung Sektor Perpajakan Nasional di Wilayah Jakarta Dan Kota Bekasi. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*. Vol.2, No.1, (9).
- Anggraeni, B. (2015). *Pengaruh Literasi Keuangan Pemilik Usaha Terhadap Pengelolaan Keuangan Studi Kasus: UMKM Depok*. *Jurnal Vokasi Indonesia*, Vol 3 (1),22-30.
- Aribawa, Dwitya. 2016. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah, *Journal Siasat Bisnis*, Vol.20.No.1; pp: 1-13

- Djou, L. G. (2019). *Analisis pengaruh literasi keuangan, sikap keuangan dan kepribadian terhadap perilaku pengelolaan keuangan UMKM di Kabupaten Ende*. *Jurnal Magisma*, 7(2), 1–12. <http://jurnal.stiebankbpdjateng.ac.id>
- Izza, M. (2022). Pengaruh Pemasaran Produk Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) dan Implementasinya Berbasis Digital di Pekalongan. *Velocity: Journal of Sharia Finance and Banking*, 2(1), 11–24. <https://doi.org/10.28918/velocity.v2i1.4391>
- Fatoki, Olawale. 2014. The Financial of Micro Entrepreneurs in South Africa, *J.Soc Sci*, 40 (2): 151- 158
- Handini, Sri., Sukesi, & Hartati Kanty. 2019. *Manajemen UMKM dan Koperasi Optimalisasi Ekonomi Masyarakat Pesisir Pantai*.
- Kappor, Jack R., Dlabay, Les R., & Hughes, Robert J. 2004. *Personal Finance 7th Edition*. New York: The McGraw-Hill Company.
- Maryanti, Sri. (2017). *Manajemen Usaha Kecil*. Yogyakarta: Deepublish.
- Moleong, L. J. (2005). *Metode penelitian kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: PT Remadja Rosdakarya.
- Njorogoe, Roberth M. 2013. Relationship Between Financial Literacy and Entrepreneurial Success in Nairobi County Kenya.
- Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia. (2016). *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 76/POJK.07/2016 Tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen dan/atau Masyarakat*.
- Rumbianingrum, W., & Wijayangka, C. (2020). *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan UMKM di Kecamatan Medan Marelan*. *Pembangunan Perkotaan* 8 (1).
- Satori, D & Komariah, A. (2009). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta CV.
- Tandelilin, Eduardus. 2001. *Analisis Investasi dan Manajemen Portofolio*.
- Undang-Undang RI No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Jakarta: CV. Eko Jaya.
- Wicaksono, Ardy Baskoro interview. (2022). *Interview Micro Business Game*. Jl. Jendral Sudirman No. 263, Batang.