

PENGUATAN TATA KELOLA UMKM ADINDA FOOD MELALUI PENCATATAN KEUANGAN MANAJEMEN SDM DAN PEMASARAN DIGITAL

Rifqi Maulana Nugraha^{1*}, Tita Yuspita², Ahmad Saripudin², Wahyu Yulianto²

¹Program Studi Akuntansi, Universitas Islam Dr. KHEZ Muttaqien

²Program Studi Manajemen, Universitas Islam Dr. KHEZ Muttaqien

email: rifqim600@gmail.com

Abstract: This community service program at UMKM Adinda Food was conducted to address several managerial issues, including unstructured financial recording, unclear division of labor, and limited marketing practices. Using field observation, in-depth interviews, SWOT analysis, and implementation-based coaching, the program produced practical solution models consisting of simplified financial recording, standardized workflow arrangements, and the introduction of digital marketing practices. The results indicate that hands-on and context-based approaches effectively improve the SME owner's understanding of efficient and adaptive business management. This program contributes to current knowledge on contextual SME assistance strategies and provides a basis for applying similar models to other small enterprises with comparable characteristics.

Keywords: digital marketing; simple accounting; sme management; workflow.

Abstrak: Kegiatan pengabdian masyarakat pada UMKM Adinda Food dilaksanakan untuk menjawab permasalahan manajemen usaha, terutama pencatatan keuangan yang tidak terstruktur, pembagian kerja yang kurang jelas, serta pemasaran yang masih terbatas pada penjualan langsung. Melalui metode observasi lapangan, wawancara mendalam, analisis SWOT, dan pendampingan implementatif, kegiatan ini menghasilkan model solusi yang dapat digunakan UMKM secara praktis, meliputi pencatatan keuangan sederhana, pola kerja terstandarisasi, dan pengenalan pemasaran digital. Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa pendekatan berbasis praktik mampu meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terhadap tata kelola usaha yang efisien dan adaptif. Kegiatan ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan pengetahuan mengenai strategi pendampingan UMKM yang kontekstual, serta membuka peluang penerapan model serupa pada usaha kecil lainnya dengan karakteristik sejenis.

Kata kunci: akuntansi sederhana; manajemen sdm; pemasaran digital; UMKM.

PENDAHULUAN

Menurut (Aftitah et al., 2024) UMKM merupakan sektor strategis yang tidak hanya menyerap sebagian besar tenaga kerja nasional, tetapi juga berperan penting dalam menjaga stabilitas perekonomian Indonesia. Kontribusinya yang mencapai 61%

terhadap PDB nasional serta kemampuannya menyerap 97% tenaga kerja menjadikan UMKM sebagai fondasi utama aktivitas ekonomi masyarakat. Ketahanan sektor ini ditopang oleh fleksibilitas operasional, kemampuan adaptasi, dan inovasi yang berkelanjutan, sehingga mampu bertahan di tengah dinamika ekonomi global.

Selain itu, penyebaran UMKM yang merata dari wilayah perkotaan hingga pedesaan turut mendorong pemerataan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, (Aftitah, Labana, Hasanah, & Lailatul 2024), menegaskan bahwa UMKM merupakan kekuatan fundamental yang tidak hanya mendorong pertumbuhan ekonomi, tetapi juga menjaga stabilitas dan keberlanjutan perekonomian nasional dalam jangka panjang.

Walaupun memiliki potensi besar, banyak UMKM menghadapi keterbatasan dalam tata kelola usaha, terutama pada aspek manajemen keuangan, operasional, dan pengelolaan sumber daya manusia. Hal ini sejalan dengan pendapat (Pajri, 2024) bahwa UMKM umumnya menjalankan manajemen SDM secara intuitif, bukan melalui perencanaan yang sistematis, sehingga berdampak pada keterbatasan produktivitas, pembagian tugas yang kurang jelas, serta minimnya pelatihan.

Di sisi lain, (Nuhzatul et al., 2025) menyatakan bahwa kualitas SDM merupakan faktor kunci dalam menentukan keberhasilan dan daya saing organisasi. SDM yang kompeten, disiplin, dan adaptif dipandang sebagai aset strategis yang berpengaruh langsung terhadap efektivitas dan efisiensi operasional. Pengelolaan SDM secara profesional melalui perencanaan, pengembangan kompetensi, evaluasi kinerja, dan pembinaan berkelanjutan dinilai penting dalam menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan berorientasi pada peningkatan mutu. Oleh karena itu, penguatan kualitas SDM berkontribusi tidak hanya pada kinerja individu, tetapi juga pada produktivitas, stabilitas, dan pencapaian tujuan jangka panjang organisasi, meskipun pada praktiknya banyak UMKM belum

menerapkan prinsip tersebut secara optimal.

UMKM Adinda Food, sebagai mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, merupakan produsen makanan ringan tradisional berupa Sipping Aromanis yang berkembang sejak masa pandemi Covid-19. Usaha ini memiliki kekuatan pada kualitas produk, lokasi strategis di kawasan kampung wisata, serta loyalitas konsumen. Namun, hasil observasi menunjukkan beberapa permasalahan utama yang menghambat efisiensi usaha, seperti pencatatan keuangan manual yang belum terstruktur, strategi pemasaran yang masih sederhana, dan manajemen SDM yang tidak terdokumentasi dengan baik. Keterbatasan tersebut berdampak pada efektivitas pengambilan keputusan, stabilitas produksi, serta daya saing usaha di tengah perkembangan pasar digital yang semakin cepat.

Permasalahan akuntansi keuangan yang dialami UMKM Adinda Food menunjukkan pola yang selaras dengan temuan (Zikri et al., 2025), yang menyatakan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Indonesia masih melakukan pencatatan keuangan secara sederhana dan belum mengacu pada prinsip akuntansi yang baku seperti SAK EMKM. Kondisi ini juga terlihat pada Adinda Food, di mana pencatatan transaksi masih dilakukan secara manual tanpa klasifikasi ke dalam elemen laporan keuangan, sehingga pemilik usaha kesulitan menilai posisi keuangan maupun kinerja usahanya secara akurat. (Zikri et al., 2025) menegaskan bahwa pelaku UMKM pada umumnya belum mampu mengklasifikasikan transaksi ke dalam lima elemen laporan keuangan, sehingga pencatatan yang dilakukan tidak dapat menghasilkan informasi yang andal untuk pengambilan keputusan.

Fenomena pencampuran dana pribadi dan dana usaha yang ditemukan pada Adinda Food juga konsisten dengan temuan para penulis tersebut, yang menyebutkan bahwa banyak UMKM masih menggabungkan keuangan rumah tangga dan modal usaha, sehingga menyebabkan ketidakjelasan arus kas dan kerentanan terhadap kesalahan pengelolaan. Oleh karena itu, permasalahan ini menegaskan urgensi pendampingan akuntansi bagi UMKM seperti Adinda Food untuk membangun tata kelola keuangan yang lebih terstruktur, akuntabel, dan sesuai standar akuntansi yang berlaku

Berbagai program pendampingan UMKM yang dilakukan pemerintah dan institusi pendidikan, seperti pelatihan digital marketing, pencatatan keuangan sederhana, dan peningkatan kualitas produk, masih belum berjalan optimal akibat minimnya pendampingan berkelanjutan, rendahnya literasi digital, serta lemahnya evaluasi. (Herdiani, 2025) menegaskan pentingnya dukungan berbasis teknologi digital agar UMKM mampu bersaing dan memperluas pasar secara efisien. Sejalan dengan itu, (Tenri et al., 2025) menyatakan bahwa penguatan strategi pemasaran melalui media sosial menjadi peluang strategis bagi UMKM kuliner untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan. Transformasi digital mendorong perubahan signifikan dalam persaingan bisnis sehingga UMKM perlu menerapkan strategi pemasaran berbasis teknologi untuk menjaga daya saing. (Muslim et al., 2025) menjelaskan bahwa digital marketing meliputi pemanfaatan media sosial, konten visual, penguatan merek, marketplace, serta analitik digital untuk menilai efektivitas pemasaran. Sejalan dengan itu, (Ramadhani, 2025) menegaskan bahwa optimalisasi media

sosial, e-commerce, dan SEO mampu meningkatkan visibilitas produk serta memperluas jangkauan pasar secara lebih efisien dibandingkan metode konvensional.

UMKM Adinda Food memiliki peluang pengembangan usaha yang besar, namun pemanfaatan strategi digital marketing masih belum optimal. Ketergantungan pada pemasaran tradisional membatasi jangkauan pasar dan daya tarik konsumen. Padahal, penerapan strategi digital melalui konten kreatif, penggunaan marketplace, dan optimalisasi SEO, sebagaimana disarankan oleh (Muslim et al., 2025) dan (Ramadhani, 2025), berpotensi meningkatkan kinerja usaha secara signifikan. Oleh karena itu, penguatan kapasitas pemasaran digital menjadi langkah strategis untuk meningkatkan daya saing serta membangun model pemasaran yang adaptif dan berkelanjutan di era ekonomi digital.

Implementasi program memberikan berbagai manfaat nyata bagi UMKM Adinda Food, terutama dalam peningkatan tata kelola operasional. Program ini mendorong terciptanya sistem pencatatan keuangan yang lebih rapi, sistematis, dan akurat, sehingga arus kas dapat dipantau dengan jelas, kesalahan pencatatan diminimalkan, serta pengambilan keputusan keuangan menjadi lebih tepat dan akuntabel. Selain itu, penataan ulang layout di setiap ruangan membuat lingkungan kerja lebih tertib dan efisien, mempercepat proses produksi dan pengemasan, meningkatkan kenyamanan serta semangat kerja karyawan, dan memudahkan pengawasan. Penerapan SOP yang dipasang di seluruh area kerja juga membantu meningkatkan kedisiplinan dan keteraturan kerja, menekan kesalahan, serta menjaga konsistensi

kualitas produk, khususnya saat beban kerja meningkat atau terdapat karyawan baru.

Di sisi lain, program ini juga mulai memperkenalkan konsep digital marketing kepada pelaku usaha sebagai tahap awal pengenalan pemasaran berbasis digital. Pengenalan ini difokuskan pada pemahaman dasar mengenai pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan perluasan pasar, meskipun implementasinya masih bersifat awal. Bersamaan dengan itu, peningkatan kapasitas koordinator tiap divisi turut memperkuat fungsi pengawasan dan pengambilan keputusan di lapangan, mengurangi ketergantungan pada pemilik, meminimalkan miskomunikasi, serta membuat operasional harian berjalan lebih efektif dan terorganisasi.

METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat pada UMKM Adinda Food menggunakan pendekatan terpadu yang meliputi observasi lapangan, wawancara mendalam, pendampingan implementatif, analisis situasional, serta evaluasi partisipatif. Pendekatan ini bertujuan mengidentifikasi permasalahan secara menyeluruh pada aspek keuangan, sumber daya manusia, dan pemasaran, sekaligus merumuskan solusi yang aplikatif dan sesuai dengan kondisi UMKM.

Observasi Lapangan dilakukan terhadap seluruh aktivitas operasional, mulai dari proses produksi Simping Aromanis, alur kerja karyawan, penggunaan peralatan, hingga sistem pengemasan, untuk menemukan hambatan seperti penataan ruang yang kurang efisien, pembagian tugas yang

belum jelas, dan pola produksi yang tidak stabil.

Wawancara dengan pemilik, koordinator, dan pekerja memperkuat temuan terkait pencatatan keuangan manual, ketidakteraturan jam kerja, serta pemasaran yang masih bergantung pada penjualan langsung.

Analisis SWOT digunakan sebagai dasar perumusan strategi perbaikan dengan memetakan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, sehingga solusi yang disusun lebih realistis dan tepat sasaran, seperti digitalisasi laporan keuangan, penguatan branding, dan pengembangan pemasaran digital.

Evaluasi partisipatif dilakukan bersama UMKM untuk menilai efektivitas implementasi, mengidentifikasi kendala lanjutan, dan merancang pengembangan berkelanjutan. Melalui rangkaian metode ini, kegiatan pengabdian tidak hanya berfokus pada identifikasi masalah, tetapi juga menghasilkan solusi nyata guna meningkatkan efisiensi dan daya saing UMKM.

PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berfokus pada penguatan kapasitas UMKM Adinda Food melalui tiga luaran utama, yaitu penyusunan model pencatatan keuangan sederhana, peningkatan keterampilan manajemen sumber daya manusia, dan pengenalan model pemasaran digital sebagai rekayasa sosial baru bagi pelaku UMKM tradisional. Ketiga luaran tersebut dirancang sebagai solusi aplikatif yang menyesuaikan kondisi lapangan dan keterbatasan sumber daya yang dimiliki oleh UMKM.

Pada luaran pertama, yakni model pencatatan keuangan sederhana, kegiatan

ini memperkenalkan sistem pencatatan berbasis format transaksi masuk dan keluar yang disusun secara terstruktur. Model ini memuat peristilahan dasar akuntansi seperti *cash in*, *cash out*, arus kas bersih, dan saldo akhir, yang sebelumnya belum dipahami secara konsisten oleh pelaku UMKM. Penyederhanaan format dilakukan agar pelaku usaha tidak kesulitan mengadopsinya, mengingat seluruh pencatatan sebelumnya dilakukan secara manual dan tidak terdokumentasi dengan baik. Bentuk model tersebut bukan hanya memberikan dimensi

fungsional berupa tabel transaksi, tetapi juga spesifikasi penggunaan misalnya pencatatan nominal pembelian bahan baku, biaya operasional seperti LPG dan pengemasan, hingga penerimaan penjualan harian. Model ini menjadi solusi penting, karena melalui dokumentasi keuangan yang rapi UMKM dapat memahami pola biaya dan pendapatan secara lebih akurat, sekaligus meningkatkan kemampuan mereka dalam pengambilan keputusan usaha.

Tabel.1 Format Pencatatan Keuangan Sederhana

PENCATATAN KEUANGAN KELUAR MASUK UMKM ADINDA FOOD SEPTEMBER				
MASUK		KELUAR		
Rp0		Rp0		
SISA SALDO SAAT INI		Rp0		
TANGGAL	JENIS	KETERANGAN	NOMINAL	
	Masuk			
	Keluar			
	Keluar			
	Masuk			
KETERANGAN		CASH IN	CASH OUT	TOTAL
TOTAL CASHFLOW SEPTEMBER 2025		1	- Rp	-
MARGIN PABRIK		5%	Rp	-
LABA BERSIH				-
SISA KAS SETELAH LABA				-
TABUNGAN KARYAWAN		-	-	-
KAS AWAL BULAN				-
SISA KAS AKHIR BULAN				-

Luaran kedua adalah peningkatan keterampilan manajemen SDM, yang berfungsi sebagai rekayasa sosial pada lingkungan kerja UMKM. Pada tahap ini, mahasiswa memperkenalkan konsep dasar pembagian kerja (*job division*) dan alur kerja produksi (*workflow*) untuk mengatasi ketidakteraturan operasional yang selama ini terjadi. Sebelum pendampingan, Adinda Food tidak memiliki struktur kerja yang resmi sehingga tanggung jawab pekerja sering tumpang tindih. Melalui model pembagian tugas sederhana yang dirancang dalam kegiatan

ini, setiap pekerja dikenali berdasarkan perannya mulai dari koordinator produksi, operator produksi, hingga operator packing. Model ini mengajarkan peristilahan dasar seperti koordinasi, standarisasi kerja, dan kontrol mutu, yang kemudian dipraktikkan dalam proses produksi Simping Aromanis. Dengan adanya alur aktivitas yang lebih jelas, UMKM dapat meningkatkan efisiensi kerja, menekan risiko kesalahan, dan menjaga konsistensi kualitas produk.



Gambar 1. Observasi Tempat Produksi

Luaran ketiga adalah model pemasaran digital, yang menjadi bagian dari rekayasa perilaku pemasaran UMKM. Sebelumnya, Adinda Food hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dan penjualan langsung di lokasi produksi. Kegiatan pengabdian memperkenalkan strategi pemasaran digital seperti pengelolaan media sosial, pembuatan konten visual aromanis, dan integrasi produk dengan marketplace, Adinda Food berpotensi meningkatkan visibilitas merek, menarik konsumen baru di luar daerah wisata, serta membangun strategi pemasaran jangka panjang yang lebih berkelanjutan. Oleh sebab itu, implementasi digital marketing tidak hanya menjadi solusi untuk meningkatkan promosi, tetapi juga strategi untuk memperkuat daya saing dan mendorong pertumbuhan usaha yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi. Dalam pembahasan ini, peristilahan seperti brand awareness, konten promosi, dan engagement diperkenalkan kepada pelaku UMKM agar mereka memahami pentingnya kehadiran digital dalam memperluas pasar. Meskipun implementasinya masih pada tahap awal, pengenalan model ini memberikan perubahan signifikan dalam cara UMKM melihat peluang pasar, karena pemasaran digital memungkinkan produk menjangkau konsumen lebih luas tanpa biaya tinggi. Oleh karena itu, luaran ini berfungsi sebagai keterampilan baru yang dapat terus

dikembangkan oleh UMKM di masa mendatang.

Sebelum program diterapkan, UMKM Adinda Food menghadapi berbagai kendala operasional, antara lain pencatatan keuangan yang masih dilakukan secara manual dan sederhana sehingga membutuhkan waktu lama dalam pengolahan data, tata letak ruang kerja yang belum tertata dengan baik sehingga menghambat efisiensi kerja, ketiadaan SOP tertulis yang menyebabkan proses kerja bergantung pada kebiasaan masing-masing karyawan dan berdampak pada ketidakkonsistenan kualitas produk, serta peran koordinator divisi yang belum optimal sehingga pengawasan dan pengambilan keputusan masih terpusat pada pemilik usaha dengan pengaruh budaya senioritas yang tinggi.

Setelah program dilaksanakan, terjadi perbaikan signifikan pada tata kelola usaha. Sistem pencatatan keuangan menjadi lebih rapi dan teratur sehingga arus kas dapat dipantau secara rutin dan perencanaan usaha menjadi lebih tepat. Penataan ulang layout ruang kerja membuat alur kerja lebih efisien, meningkatkan kenyamanan karyawan, dan memudahkan pengawasan. SOP kerja yang tersedia dan dipasang di setiap ruangan memberikan pedoman yang jelas, menekan kesalahan kerja, serta menjaga konsistensi kualitas produk dan mempermudah adaptasi karyawan baru. Selain itu, koordinator divisi menjadi lebih profesional dan aktif dalam mengarahkan serta mengawasi karyawan, sehingga komunikasi kerja lebih efektif, beban pengawasan pemilik berkurang, dan operasional usaha berjalan lebih terstruktur.



Gambar 2. Penerapan Solusi pada UMKM

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat pada UMKM Adinda Food menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas usaha mikro dapat dicapai melalui pendekatan pendampingan yang memadukan analisis situasional, rekayasa manajerial, serta pembelajaran berbasis praktik. Tujuan pengabdian, yaitu memperbaiki tata kelola keuangan, menata manajemen sumber daya manusia, dan memperkuat strategi pemasaran digital, berhasil dijawab melalui penerapan model-model kerja yang sederhana namun relevan dengan konteks UMKM tradisional. Melalui pengalaman lapangan ini, kegiatan pengabdian turut memperkaya pengetahuan terkini mengenai bagaimana UMKM dapat beradaptasi terhadap tuntutan modernisasi manajemen tanpa harus bergantung pada teknologi yang kompleks. Penerapan model pencatatan keuangan sederhana, pembagian kerja yang lebih terstruktur, serta pengenalan konsep pemasaran digital bukan hanya memberi manfaat langsung bagi UMKM, tetapi juga memperluas pemahaman akademik mengenai praktik manajemen usaha skala kecil di lingkungan komunitas. Pendekatan ini membuka kemungkinan penerapan dan pengembangan lebih lanjut pada UMKM lain yang memiliki karakteristik serupa, sehingga memberikan kontribusi signif-

ikan terhadap penguatan literatur dan praktik pemberdayaan ekonomi berbasis masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aftitah, F. N., Labana, J. K., Hasanah, K., & Lailatul, N. H. F. . (2024). Pengaruh UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia Pada Tahun 2023. *Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 3(1), 32–43. <https://doi.org/https://doi.org/10.59031/jkpim.v3i1.511>
- Anggraeni, W. (2025). Persepsi Pelaku Umkm Terhadap Pentingnya Transparansi Laporan Keuangan. *JURNAL ECONOMINA*, 4, 290–296. <https://doi.org/https://doi.org/10.55681/economina.v4i8.1571>
- Herdiani, H. (2025). *STRATEGI PEMASARAN UMKM DALAM MENJANGKAU PASAR MODERN STUDI KASUS PADA BANDENG INN*. 03(02), 135–144. <https://e-journal.naurendigiton.com/index.php/jam/article/view/1762>
- Muslim, M., Wahyudi, M., Putra, D., & Pratama, F. (2025). OPTIMASI PENJUALAN PRODUK MELALUI PELATIHAN DIGITAL MARKETING BAGI UMKM HALAL DI KECAMATAN KOTO TANGAH. *INTEGRITAS : Jurnal Pengabdian*, 9(1), 241-249. doi:10.36841/integritas.v9i1.6246
- Nabilah Selvinia¹, Ririn Julian Tika², Revany Yuliani³, M. R., & Rangga Perdana⁵, H. L. R. (2025). *Penyusunan Laporan Keuangan Umkm Melalui Penerapan Standar Akuntansi Keuangan Emkm Pada Umkm Dagang Toko Sembako Ibu*

- Anna Di Kota Tanjungpinang Periode Juli-September 2024*. 8(1), 24–37.
<https://doi.org/https://doi.org/10.57093/metansi.v8i1.335>
- Nuhzatul Ainiyah1*, Rifky Kurniawan2, Agus Setia Irfandi3, Syunu Trihantoyo4, M. S. (2025). Peran Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Produktivitas Organisasi The Role of Human Resources in Enhancing Organizational Productivity. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(3), 2807–2219.
<https://doi.org/https://doi.org/10.60036/jbm.619>
- Pajri, M. (2024). Peran Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 2(4), 226–236.
<https://doi.org/10.59024/jise.v2i4.1154>
- Ramadhani, N. A. (2025). Pemberdayaan UMKM melalui Pelatihan Digital Marketing untuk Peningkatan Daya Saing di Era Ekonomi Digital. *Journal of Community Action*, 1(2), 42–49.
<https://doi.org/10.70716/joca.v1i2.114>
- Tenri, A., Putri, L., Haris, L., & Teknologi, I. (2025). *STRATEGI PEMASARAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH PADA ERA DIGITAL DI KOTA MAKASSAR*. 5(1), 98–108.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31963/jba.v5i1.5479>
- Zikri Aidilla Syarli, S. A. S. (2025). *ANALISIS PEMAHAMAN PELAKU UMKM PADA PEMBUATAN LAPORAN KEUANGAN BERBASIS SAK EMKM*. 14(2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i2.1684>