

Analisis Masalah dan Solusi Pengelolaan Keuangan, Marketing dan Operasional pada UMKM Aneka Keripik Pak Suhendar di Purwakarta

Aziz Kholid Akbar Rangkuti¹, Nakara Inggita Syafarani², Nadia Nurfadila³, Yana Ernawan⁴

^{1,2,3,4} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam DR KHEZ Muttaqien Jl. Syekh Baing Yusuf, Ciwareng, Kec. Babakancikao, Kabupaten Purwakarta, Jawa Barat.

E-mail: yana.indomin@gmail.com

* Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.4043>

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Article history:

Received: 20 Dec 2025

Revised: 26 Dec 2025

Accepted: 01 Jan 2026

Kata Kunci:

UMKM, Aneka Keripik, Digital Marketing, Pencatatan Keuangan.

Keywords:

MSME, Chips Industry, Digital Marketing, Financial Recording.



Pelaksanaan KPB/PKL bertujuan agar mahasiswa mampu menerapkan teori perkuliahan dalam praktik lapangan serta memberikan solusi bagi UMKM, khususnya di bidang manajemen, pemasaran, dan akuntansi. Kegiatan ini dilaksanakan di UMKM Aneka Keripik Pak Suhendar di Kp. Ciseureuh, Purwakarta. Melalui observasi, wawancara, dan analisis sederhana, ditemukan kendala seperti pencatatan keuangan yang belum tertata dan pemasaran yang masih terbatas offline. Mahasiswa memberikan rekomendasi berupa penerapan digital marketing serta format pencatatan keuangan sederhana. Dengan pendampingan ini, UMKM diharapkan dapat berkembang lebih terstruktur dan memperluas pasar.

The implementation of KPB/Internship aims to help students apply academic theory to real field practice and provide solutions for MSMEs, especially in management, marketing, and accounting. This program was carried out at UMKM Aneka Keripik Pak Suhendar in Ciseureuh, Purwakarta. Through observation, interviews, and simple data analysis, issues were identified such as unorganized financial records and marketing limited to offline sales. The students recommended digital marketing strategies and a simple financial recording format. These efforts are expected to help the MSME grow more systematically and expand its market reach.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Aziz Kholid Akbar Rangkuti, et al (2025). Analisis Masalah dan Solusi Pengelolaan Keuangan, Marketing dan Operasional pada UMKM Aneka Keripik Pak Suhendar di Purwakarta, 4(3). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.4043>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM merupakan usaha produktif milik perorangan maupun badan usaha yang memenuhi kriteria tertentu. UMKM berkontribusi besar dalam menyerap tenaga kerja, mendorong pemerataan hasil pembangunan, serta meningkatkan perekonomian masyarakat.

Dalam era globalisasi dan digitalisasi saat ini, UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perubahan, baik dalam pengelolaan manajemen, keuangan, maupun strategi pemasaran. Hal ini penting agar UMKM dapat bertahan menghadapi persaingan yang semakin ketat dan mampu memperluas pasar, tidak hanya secara lokal tetapi juga regional hingga nasional (Putu Krisna, 2021).

Kabupaten Purwakarta merupakan salah satu wilayah di Jawa Barat yang memiliki banyak UMKM potensial. Salah satunya adalah UMKM Aneka Keripik Pak Suhendar, yang berlokasi di Kampung Ciseureuh, Jl. SMPN 5 Purwakarta. Usaha ini bergerak di bidang produksi makanan ringan berupa keripik dengan berbagai varian, seperti keripik pisang, singkong, talas, ubi ungu, dan bawang. Produk keripik menjadi salah satu jenis camilan yang digemari masyarakat karena rasanya yang gurih, praktis, serta cocok dikonsumsi oleh berbagai kalangan.

Namun, dalam pengembangannya, UMKM Aneka Keripik Pak Suhendar masih menghadapi beberapa kendala. Pertama, pencatatan keuangan yang belum sistematis sehingga sulit dalam memantau

arus kas maupun menghitung laba rugi. Kedua, strategi pemasaran yang masih terbatas pada penjualan offline, padahal dengan pemanfaatan digital marketing jangkauan pasar dapat diperluas hingga ke luar daerah. Selain itu, pengelolaan manajemen usaha masih dilakukan secara sederhana sehingga memerlukan perbaikan agar lebih terstruktur.

Melalui pelaksanaan Kuliah Praktik Bermasyarakat (KPB/PKL), mahasiswa diharapkan dapat membantu UMKM Aneka Keripik Pak Suhendar dalam menghadapi tantangan tersebut. Dengan menerapkan ilmu manajemen, akuntansi, dan pemasaran yang telah dipelajari, mahasiswa dapat memberikan saran, solusi, serta pendampingan yang bermanfaat untuk meningkatkan daya saing dan pengembangan usaha di masa depan.

METODE

Metode pelaksanaan yang dilakukan pada aspek akuntansi adalah dengan metode big interview, investigasi lapangan dan diskusi. Untuk metode wawancara secara keseluruhan (big interview) dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui informasi keuangan pada UMKM. Dalam proses investigasi lapangan dilakukan untuk memastikan hasil dari wawancara terbukti benar juga di lapangan. Sedangkan pada proses diskusi dilakukan untuk memberi arahan pemilik dalam membuat pencatatan laporan keuangan sehingga UMKM mengetahui berapa besar keuntungan dari penjualan yang dilakukan. Menurut (Sri rusiyati, 2019) Akuntansi dapat didefinisikan sebagai sistem informasi yang mengukur aktivitas bisnis, mengolah data menjadi laporan dan mengkomunikasikan hasilnya kepada para pengambil keputusan.

Pada aspek manajemen, menggunakan metode yang serupa yaitu big interview yang kemudian dilanjutkan dengan diskusi bersama pemilik UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) mengenai semua aspek manajemen dalam usaha mulai dari sejarah dan profil usaha sampai dengan mengetahui hambatan dan potensi serta peluang UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) untuk ke depannya. Menurut (Sulastri, 2017) manajemen adalah suatu proses terencana yang dilakukan secara sistematis untuk mengatur dan mengelola berbagai sumber daya organisasi baik manusia, keuangan, maupun material agar dapat dimanfaatkan secara efektif dan efisien dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Manajemen mencakup serangkaian aktivitas yang terdiri dari perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), pengarahan (actuating), dan pengendalian (controlling).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil menunjukkan bahwa UMKM memiliki beberapa kendala utama, yaitu kapasitas produksi yang terbatas, pencatatan keuangan yang belum rapi, kemasan produk yang belum memiliki sertifikasi, serta kegiatan promosi yang masih dilakukan secara offline. Meskipun demikian, produk memiliki cita rasa yang khas dan permintaan pasar yang stabil, sehingga memiliki potensi besar untuk dikembangkan apabila menerapkan pemasaran digital serta manajemen usaha yang lebih terstruktur.

Menurut (Rusby, 2019) Manajemen sumber daya manusia adalah suatu proses menangani berbagai masalah pada ruang lingkup karyawan, pegawai, buruh, manajer dan tenaga kerja lainnya untuk dapat menunjang aktivitas organisasi atau perusahaan demi mencapai tujuan yang telah ditentukan. Manajemen sumber daya manusia melibatkan semua keputusan dan praktik manajemen yang mempengaruhi secara langsung sumber daya manusianya.

Pendampingan PKL dilakukan dengan membantu proses produksi, packaging, penjualan langsung, dan pencatatan keuangan. Salah satu fokus utama pendampingan adalah penerapan format pembukuan sederhana agar pemasukan dan pengeluaran harian dapat tercatat dengan jelas. Berdasarkan hasil perhitungan keuangan, pada bulan Agustus 2025 total biaya produksi yang dikeluarkan oleh UMKM mencapai Rp74.947.500 dengan total unit produksi sebanyak 3.362 unit. Dari data tersebut diperoleh bahwa harga pokok produksi per unit adalah Rp22.293, yang menunjukkan bahwa biaya produksi masih cukup tinggi dan perlu efisiensi agar laba dapat meningkat.

Tabel berikut menunjukkan hasil perhitungan akuntansi sederhana selama kegiatan PKL berlangsung:

Tabel 1. Hasil Perhitungan

Keterangan	Jumlah
-------------------	---------------

Total Biaya Produksi	Rp. 74.947.500
Jumlah Produksi	3.362 Unit
Harga Pokok Produksi Per Unit	Rp. 22.293
Total Penjualan	Rp. 66.605.000
Laba Bersih	Rp. 8.308.805

Data tersebut menunjukkan bahwa UMKM masih menghasilkan laba meskipun terdapat indikasi bahwa biaya produksi cukup tinggi. Oleh karena itu, efisiensi produksi dan pengelolaan keuangan perlu ditingkatkan agar usaha dapat memiliki daya saing yang lebih kuat. Selain pendampingan akuntansi, penerapan strategi pemasaran digital juga ikut dilakukan dengan memberikan ide promosi melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok. Desain kemasan baru turut diusulkan sebagai upaya meningkatkan daya tarik visual produk dan memperkuat citra merek. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa UMKM mulai menyadari pentingnya pencatatan keuangan, desain kemasan yang menarik, serta potensi media digital sebagai sarana pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan.

Pemasaran

Menurut (Hanafi, 2023) manajemen pemasaran adalah suatu proses yang melibatkan kegiatan analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap berbagai program pemasaran yang bertujuan untuk menciptakan, membangun, serta mempertahankan hubungan yang menguntungkan antara perusahaan dengan konsumen. Proses ini dilakukan melalui pemahaman mendalam terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga perusahaan mampu memberikan nilai yang lebih tinggi dibandingkan pesaing.

Membuat akun penjualan digital pada Instagram



Gambar 1. Membuat akun Penjualan Online
Sumber: Dokumentasi Pengabdian, 2025

Laporan Keuangan

Menurut (Martini et al., 2023) laporan keuangan merupakan suatu informasi yang menggambarkan kondisi keuangan suatu perusahaan, dimana informasi tersebut dapat dijadikan sebagai gambaran kinerja keuangan suatu perusahaan.

Sebelum

4) Tren masyarakat yang menyukai camilan lokal semakin berkembang.	4) Cuaca atau penyimpanan yang kurang baik dapat memengaruhi daya tahan produk.
--	---

Operasional

Menurut (Agus Wibowo, 2020) Manajemen operasi adalah kegiatan mengelola sumber daya yang menghasilkan dan memberikan produk dan layanan. Fungsi operasi adalah bagian dari organisasi yang bertanggung jawab untuk kegiatan ini. Setiap organisasi memiliki fungsi operasi karena setiap organisasi menghasilkan beberapa jenis produk dan/atau layanan.



Gambar 2. Memotong Singkong
Sumber: Dokumentasi Pengabdian, 2025



Gambar 3. Produk Akhir Siap dipasarkan
Sumber: Dokumentasi Pengabdian, 2025

SIMPULAN

Data tersebut menunjukkan bahwa UMKM masih menghasilkan laba meskipun terdapat indikasi bahwa biaya produksi cukup tinggi. Oleh karena itu, efisiensi produksi dan pengelolaan keuangan perlu ditingkatkan agar usaha dapat memiliki daya saing yang lebih kuat. Selain pendampingan akuntansi, penerapan strategi pemasaran digital juga ikut dilakukan dengan memberikan ide promosi melalui media sosial seperti Instagram dan WhatsApp. Desain kemasan baru turut diusulkan sebagai upaya meningkatkan daya tarik visual produk dan memperkuat citra merek. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa UMKM mulai menyadari pentingnya pencatatan keuangan, desain kemasan yang menarik, serta potensi media digital sebagai sarana pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan kegiatan serta penyusunan laporan ini dengan baik. Penelitian

dan pendampingan yang dilakukan tidak akan dapat berjalan lancar tanpa bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, motivasi, dan koreksi selama proses penyusunan laporan ini. Segala masukan yang diberikan menjadi bekal penting bagi peneliti dalam memperbaiki kualitas penelitian maupun keterampilan akademik. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada pemilik dan seluruh tim dari UMKM mitra yang telah memberikan izin, kesempatan, dan keterbukaan informasi selama proses kegiatan berlangsung. Kerja sama dan dukungan yang diberikan sangat membantu peneliti untuk memahami kondisi lapangan secara nyata, termasuk dalam pengumpulan data, observasi, serta proses pendampingan yang dilakukan. Tidak lupa, peneliti menyampaikan apresiasi kepada pihak kampus yang telah menyediakan fasilitas dan dukungan administratif sehingga kegiatan ini dapat berjalan sesuai rencana. Terima kasih juga kepada teman-teman dan keluarga yang selalu memberikan dukungan moral, motivasi, serta bantuan yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu. Semoga segala bantuan, dukungan, dan kerja sama yang diberikan selama kegiatan ini menjadi amal kebaikan dan membawa manfaat bagi semua pihak. Peneliti berharap laporan ini dapat memberikan kontribusi positif, khususnya bagi UMKM mitra dan bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen, pemasaran, serta akuntansi.

REFERENSI

- Agus Wibowo. (2020). *Manajemen Operasional*. Yayasan Prima Agus Teknik Bekerja sama dengan Universitas Sains & Teknologi Komputer (Universitas STEKOM).
- Hanafi, E. S. I. (2023). *Manajemen Pemasaran* (Cetakan Pe). Kampus Universitas Islam Riau. Jl. Kaharuddin Nasution 113 Pekanbaru Riau, Indonesia, 28284. uirpress@uir.ac.id
- Martini, A. N., Witjaksono, A., Hilda, Syahrenny, N., Ardianto, D., Dharsana, M. T., Anggriani, F., Fahmi, M., Murti, G. T., Murni, Syahnur, K. N. F., Setiawan, T., Rivandi, M., Puspita, I. L., Wahyuningsih, & Dini, M. (2023). Dasar-Dasar Akuntansi. In *Eureka Media Aksara, September 2023 Anggota Ikapi Jawa Tengah No. 225/Jte/2021*. <https://justice.gov.za/vg/gbv/NSP-GBVF-FINAL-DOC-04-05.pdf>
- Putu Krisna, I. putu nuratama. (2021). *Usaha Mikro Kecil Menengah*. <https://doi.org/http://cv-cahayabintangcemerlang.co.id>
- Rusby, Z. (2019). Manajemen Sumber Daya Manusia. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 4, 763–773.
- Sri rusiyati. (2019). *Akuntansi Dasar. Edisi Pert*.
- Sulastris, L. (2017). Manajemen. In *Alqalam* (Vol. 34, Issue 1, p. 141). <https://doi.org/10.32678/alqalam.v34i1.1838>
- Sunarsih. (2024). *SWOT, Teori, Implementasi, Strategi* (Pertama 20). www.penerbitlitnus.co.id