

## Strategi Pengembangan Manajemen dan Keuangan Berkelanjutan dalam Meningkatkan Kinerja UMKM "Laprados (Food & Snack)"

Hana Chintia<sup>1</sup>, Ai Sofa Mutmainah<sup>2\*</sup>, Sania Fatimah Tuzzahrah<sup>3</sup>, Nisrina Noviyanti<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Program Studi Akuntansi, Universitas Islam Dr Khez Muttaqien, Jalan KK Singawinata No. 83, Situ Buleud, Purwakarta, Jawa Barat, 41111, Indonesia

E-mail: [aisofamutmainah@gmail.com](mailto:aisofamutmainah@gmail.com)

\* Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.4032>

### ARTICLE INFO

### ABSTRACT

#### Article history:

Received: 22 Dec 2025

Revised: 28 Dec 2025

Accepted: 03 Jan 2026

#### Kata Kunci:

Pengembangan UMKM,  
Manajemen Operasional,  
Literasi Keuangan,  
Pembukuan,  
Pendampingan Bisnis,  
Keberlanjutan Usaha  
Mikro.

#### Keywords:

MSME Development,  
Operational Management,  
Financial Literacy,  
Bookkeeping, Business  
Mentoring, Micro-  
Enterprise Sustainability



UMKM Laprados Food & Snack merupakan usaha kuliner di Purwakarta yang menghadapi beberapa permasalahan pemasaran dan keuangan, seperti kualitas kemasan yang kurang optimal, retur produk yang tinggi, serta pencatatan penjualan dan Harga Pokok Penjualan (HPP) yang tidak terstruktur. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi manajemen berkelanjutan dan pengembangan keuangan untuk meningkatkan kinerja UMKM Laprados. Metode yang digunakan adalah observasi, wawancara, dokumentasi, serta pendampingan pemasaran dan keuangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan kualitas kemasan, perbaikan sistem SDM, dan penerapan pencatatan keuangan berbasis Excel dapat meningkatkan efisiensi produksi, mengurangi retur, memperbaiki arus kas, dan memperkuat manajemen bisnis secara keseluruhan. Penerapan strategi ini berdampak signifikan terhadap peningkatan daya saing dan keberlanjutan bisnis.

*Laprados Food & Snack MSME is a culinary business in Purwakarta that faces several marketing and financial problems, such as suboptimal packaging quality, high product returns, and unstructured sales and Cost of Goods Sold (COGS) records. This study aims to analyze sustainable management and financial development strategies to improve the performance of Laprados MSME. The methods used are observation, interviews, documentation, and marketing and financial assistance. The results show that improving packaging quality, improving HR systems, and implementing Excel-based financial records can increase production efficiency, reduce returns, improve cash flow, and strengthen overall business management. The implementation of this strategy has a significant impact on increasing competitiveness and business sustainability.*



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

**How to Cite:** Novian Mardani, et al (2025), Penerapan Pencatatan Keuangan Sederhana dan Optimalisasi Pemasaran Digital pada UMKM Defa, 4(3). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.4032>

## PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menurut undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 didefinisikan sebagai usaha ekonomi produktif yang dimiliki oleh perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak atau cabang perusahaan besar. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan satu ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang (Abdul Halim 2020). UMKM memiliki peranan penting dalam pembangunan nasional, yaitu penyerapan tenaga kerja, pemerataan pendapatan, serta peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB).

Laprados Food & Snack Purwakarta adalah sebuah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang F&D, berlokasi di Purwakarta. Beroperasi di Purwakarta, UMKM ini fokus pada produksi dan penjualan berbagai macam produk makanan ringan (snack) dan olahan makanan beku

(frozen food) khas Purwakarta. Salah satu UMKM yang berkembang di Kabupaten Purwakarta adalah LAPRADOS FOOD & SNACK. Usaha ini bergerak dalam bidang kuliner, khususnya produksi makanan ringan dan olahan pangan praktis yang digemari oleh masyarakat. Kehadiran LAPRADOS FOOD & SNACK tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat akan camilan berkualitas, tetapi juga untuk berkontribusi dalam peningkatan ekonomi daerah melalui penyediaan produk yang memiliki nilai tambah.

Namun demikian, sebagaimana UMKM pada umumnya, LAPRADOS FOOD & SNACK masih menghadapi sejumlah tantangan dalam menjalankan operasional usahanya. Salah satu persoalan yang cukup krusial adalah mengenai aspek kemasan produk. Dalam dunia usaha makanan ringan, kemasan memiliki peranan vital karena tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media promosi dan daya tarik bagi konsumen. Kemasan yang tidak sesuai dapat menimbulkan berbagai permasalahan, seperti mudah rusak, bocor, atau menyebabkan perubahan tekstur produk. Dengan demikian, pendahuluan ini menegaskan bahwa UMKM seperti LAPRADOS FOOD & SNACK memiliki kontribusi nyata terhadap pertumbuhan ekonomi lokal sekaligus menghadapi tantangan yang perlu diselesaikan secara strategis. Pendampingan dari pihak akademisi, khususnya mahasiswa, menjadi salah satu upaya penting untuk memperkuat fondasi usaha, meningkatkan tata kelola manajemen, serta menciptakan inovasi berkelanjutan yang dapat mendukung keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

## **METODE**

Metode yang digunakan pada kegiatan pendampingan ini meliputi observasi, wawancara, diskusi, pelatihan, serta pendampingan langsung kepada pemilik UMKM Laprados Food & Snack. Tujuan utama kegiatan ini adalah membantu UMKM dalam meningkatkan kinerja usaha melalui penguatan manajemen operasional dan penerapan sistem keuangan yang berkelanjutan. Pendekatan metode ini dipilih karena mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai kondisi nyata di lapangan, kebutuhan UMKM, serta langkah strategis yang tepat untuk mendukung keberlanjutan usaha. Melalui pengembangan manajemen dan keuangan yang terstruktur, diharapkan UMKM Laprados mampu meningkatkan efisiensi produksi, memperkuat pencatatan keuangan, serta meminimalkan kendala operasional.

### ***Waktu dan Tempat Pelaksanaan***

Kegiatan dilaksanakan di lokasi usaha UMKM Laprados Food & Snack yang berlokasi di Purwakarta, Jawa Barat. Pelaksanaan program berlangsung mulai bulan Agustus hingga Oktober 2025. Selama periode ini, tim pendampingan melakukan serangkaian kegiatan terjadwal berupa kunjungan lapangan, sesi diskusi, serta monitoring penerapan strategi pengembangan manajemen dan keuangan.

### ***Sumber Daya yang Dibutuhkan***

Kegiatan ini memerlukan sejumlah fasilitas fisik serta sumber daya manusia. Sarana yang digunakan antara lain laptop atau komputer untuk penyusunan laporan keuangan, akses internet, aplikasi spreadsheet seperti Microsoft Excel atau Google Sheets, aplikasi desain sederhana untuk perbaikan kemasan (Canva), serta alat dokumentasi seperti kamera atau smartphone untuk mencatat proses kegiatan. Selain itu, keterlibatan pemilik UMKM dan anggota keluarga yang terlibat dalam operasional usaha menjadi aspek penting untuk mendukung efektivitas pelatihan dan pendampingan.

### ***Tahapan Pelaksanaan***

#### **Observasi**

Pada tahap awal, tim pendampingan melakukan observasi langsung untuk mengidentifikasi kondisi manajemen dan keuangan UMKM Laprados. Observasi meliputi alur produksi, pengemasan produk, pengelolaan stok, pencatatan keuangan, hingga cara pemilik UMKM mengambil keputusan operasional. Informasi empiris yang diperoleh menjadi dasar dalam merumuskan perbaikan manajemen dan penyusunan sistem keuangan yang lebih terstruktur.

#### **Wawancara dan Diskusi**

Tahap selanjutnya adalah wawancara mendalam dengan pemilik UMKM untuk mengetahui kendala utama yang dihadapi, seperti tingginya angka retur produk akibat kemasan yang kurang kuat, kesulitan dalam menentukan HPP, serta belum tersedianya pencatatan keuangan yang sistematis. Diskusi dilakukan untuk membahas peluang pengembangan usaha, rencana peningkatan kualitas

operasional, serta penyesuaian strategi yang sesuai dengan kapasitas UMKM. Tahap ini juga membantu pemilik usaha memahami urgensi penerapan manajemen berkelanjutan

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### ***Hasil Observasi dan Wawancara***

Berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara mendalam dengan pemilik UMKM Laprados Food & Snack, dapat disimpulkan bahwa usaha ini beroperasi secara spesifik pada bidang produksi makanan ringan dan frozen food sebagai produk unggulan. UMKM ini berlokasi di Jl. Ibrahim Singadilaga, Purwakarta, dengan segmentasi pasar utama masyarakat lokal serta pemesanan online melalui media sosial.

Hasil observasi menunjukkan bahwa Laprados memiliki potensi besar untuk berkembang karena produk yang dihasilkan memiliki rasa yang konsisten, harga terjangkau, serta tingkat permintaan yang stabil. Namun demikian, ditemui beberapa kendala utama yang menghambat optimalisasi kinerja usaha, terutama dalam aspek manajemen operasional, pemasaran, serta keuangan.

Analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa sebelum pendampingan, UMKM Laprados belum menerapkan manajemen usaha yang terstruktur, khususnya dalam pengelolaan keuangan seperti pencatatan HPP (Harga Pokok Produksi), laporan penjualan, dan pengendalian kas. Selain itu, strategi pemasaran digital belum terkelola secara konsisten, sehingga visibilitas produk di media sosial masih rendah dan belum mampu menjangkau pasar yang lebih luas.

Masalah lain ditemukan pada aspek kemasan. Pemilik UMKM mengungkapkan bahwa kemasan sering kali tidak kuat sehingga menyebabkan retur produk, terutama pada saat pengiriman dalam jumlah banyak. Retur ini menimbulkan kerugian finansial, menurunkan reputasi usaha, dan meningkatkan biaya produksi ulang.

Untuk mengatasi masalah tersebut, dilakukan pendampingan berupa strategi pengembangan manajemen berkelanjutan yang berfokus pada pembenahan aspek SDM, pemasaran digital, kualitas kemasan, serta pencatatan keuangan yang lebih sistematis.

### ***Pendampingan Strategi Pengembangan Manajemen dan Keuangan Berkelanjutan***

Kegiatan pendampingan dimulai dengan identifikasi kebutuhan usaha, kemudian dilanjutkan dengan penyusunan strategi pengembangan manajemen berkelanjutan yang mencakup empat aspek utama: manajemen operasional, manajemen pemasaran, manajemen keuangan, dan manajemen SDM.

#### **Penguatan Manajemen Operasional melalui Perbaikan Kualitas Kemasan**

Pendampingan pertama dilakukan pada aspek operasional, yaitu perbaikan kualitas kemasan. UMKM Laprados sebelumnya menggunakan kemasan tipis yang mudah rusak dan tidak tahan banting, sehingga berisiko tinggi pada proses pengiriman.

Tahapan pendampingan meliputi:

1. Evaluasi jenis kemasan lama dan kelemahannya.
2. Pemilihan bahan kemasan baru yang lebih tebal dan food-grade.
3. Pemberian desain box baru yang lebih menarik menggunakan aplikasi Canva.
4. Uji coba kekuatan kemasan sebelum digunakan secara massal.

Hasilnya, UMKM melaporkan penurunan signifikan pada tingkat retur produk setelah menggunakan kemasan baru. Selain itu, citra merek (brand image) meningkat karena desain kemasan lebih profesional dan mudah dikenali konsumen.

#### **Penguatan Manajemen SDM**

Wawancara dengan pemilik menunjukkan bahwa UMKM Laprados menghadapi masalah pergantian karyawan yang cukup sering, yang menyebabkan ketidakstabilan proses produksi. Pendampingan dilaksanakan melalui:

1. Pemberian materi pentingnya pembagian tugas (job description).
2. Edukasi mengenai pola kerja yang lebih efisien.
3. Penyusunan struktur organisasi sederhana agar alur kerja lebih jelas.
4. Peningkatan kedisiplinan dan komitmen kerja melalui briefing rutin.

Pendampingan ini membantu UMKM meningkatkan stabilitas kinerja tim dan menurunkan beban pemilik dalam mengawasi setiap proses produksi secara langsung.

### **Pendampingan Manajemen Pemasaran Berkelanjutan**

Di bidang pemasaran, ditemukan bahwa Laprados belum mengoptimalkan media sosial secara konsisten. Konten yang diunggah tidak terjadwal, kualitas foto produk kurang menarik, dan caption belum mampu memengaruhi keputusan konsumen.

Pendampingan dilakukan dengan langkah-langkah berikut:

1. Membuatkan foto dan video produk berkualitas tinggi untuk kebutuhan digital marketing.
2. Merancang template konten visual (feed dan stories) menggunakan Canva.
3. Menyusun kalender unggahan mingguan untuk meningkatkan engagement.
4. Memberikan materi tentang penggunaan hashtag, caption, dan interaksi pelanggan.

Hasilnya, dalam kurun waktu dua minggu, akun Instagram Laprados mengalami peningkatan followers secara organik. Engagement rate juga meningkat karena konten lebih menarik, profesional, serta konsisten.

### **Pendampingan Pencatatan Keuangan Berkelanjutan**

Salah satu permasalahan mendasar UMKM Laprados adalah tidak adanya pencatatan penjualan dan HPP yang sistematis. UMKM hanya mencatat pengeluaran dan pemasukan secara manual tanpa rincian, sehingga sulit bagi pemilik untuk mengevaluasi profit, cash flow, dan biaya produksi.

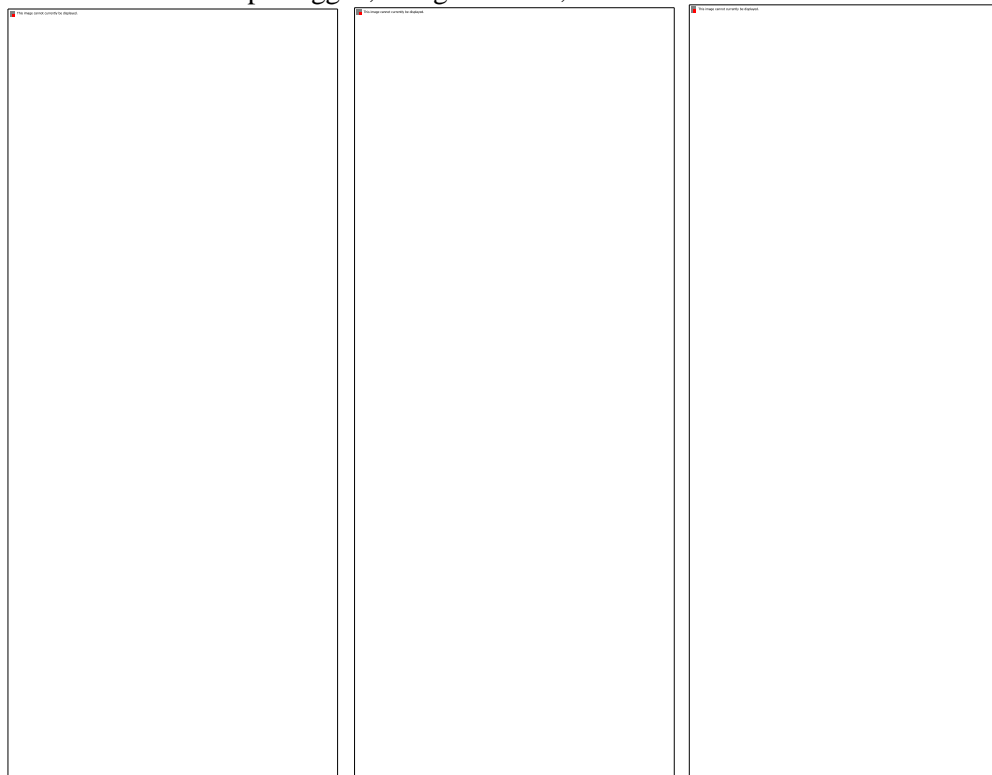
Setelah menerapkan pencatatan keuangan yang baru, pemilik mulai dapat memantau arus kas, menentukan produk paling menguntungkan, serta mengetahui pengeluaran operasional secara jelas. Hal ini menjadi dasar penting bagi keberlanjutan keuangan UMKM.

### **Pembuatan Media Sosial Laprados Food & Snack**

Langkah pertama dalam pendampingan adalah mengoptimalkan platform media sosial yang dimiliki UMKM. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa Laprados sudah memiliki Instagram, TikTok, dan Facebook, namun belum dikelola secara maksimal. Konten masih sederhana, tidak terjadwal, dan belum memiliki ciri identitas visual merek.

Pendampingan meliputi:

1. Pembuatan desain feed Instagram yang lebih profesional.
2. Pembuatan video pendek untuk TikTok (behind the scene, review produk, proses memasak).
3. Pembuatan konten promosi dan edukasi rutin untuk Facebook.
4. Penyusunan kalender unggahan dan hashtag relevan.
5. Pelatihan cara membalas pelanggan, mengelola DM, dan membuat konten interaktif.



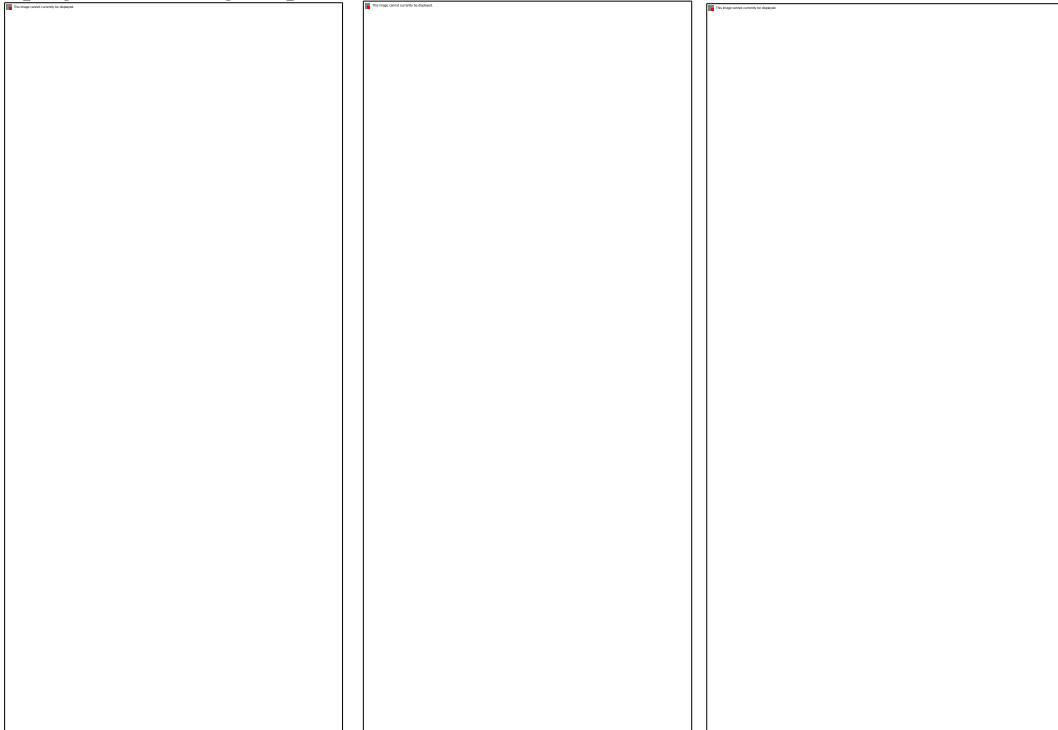
**Gambar 1.** Pembuatan & Optimalisasi Media Sosial Laprados (Instagram, TikTok, Facebook).

Melalui pendampingan ini, performa akun media sosial meningkat signifikan ditandai dengan meningkatnya interaksi, jangkauan konten, dan penambahan followers.

**Pengembangan Pemasaran Digital melalui Marketplace dan Layanan Pesan Antar**

Selain media sosial, tim juga mengembangkan strategi pemasaran melalui marketplace dan aplikasi delivery. Hasil wawancara mengungkapkan bahwa Laprados memiliki akun Shopee, tetapi belum aktif kembali. Selain itu, penjual belum mengetahui cara mendaftar dan mengelola menu pada GrabFood dan GoFood.

Pendampingan ini dituangkan pada dokumentasi berikut:



**Gambar 2.** Aktivasi & Promosi Produk Laprados melalui Shopee, GrabFood, dan GoFood.

Setelah platform aktif, UMKM Laprados mulai menerima pesanan baru dari konsumen yang berbeda segmen dibandingkan penjualan manual. Hal ini meningkatkan visibilitas produk dan peluang transaksi.

**Pendampingan Manajemen, Produksi, dan Keuangan Berkelanjutan**

Selain pemasaran, pendampingan juga dilakukan pada aspek manajemen, produksi, dan keuangan yang menjadi dasar keberlanjutan usaha.

**Perbaikan Proses Produksi & Pengemasan**

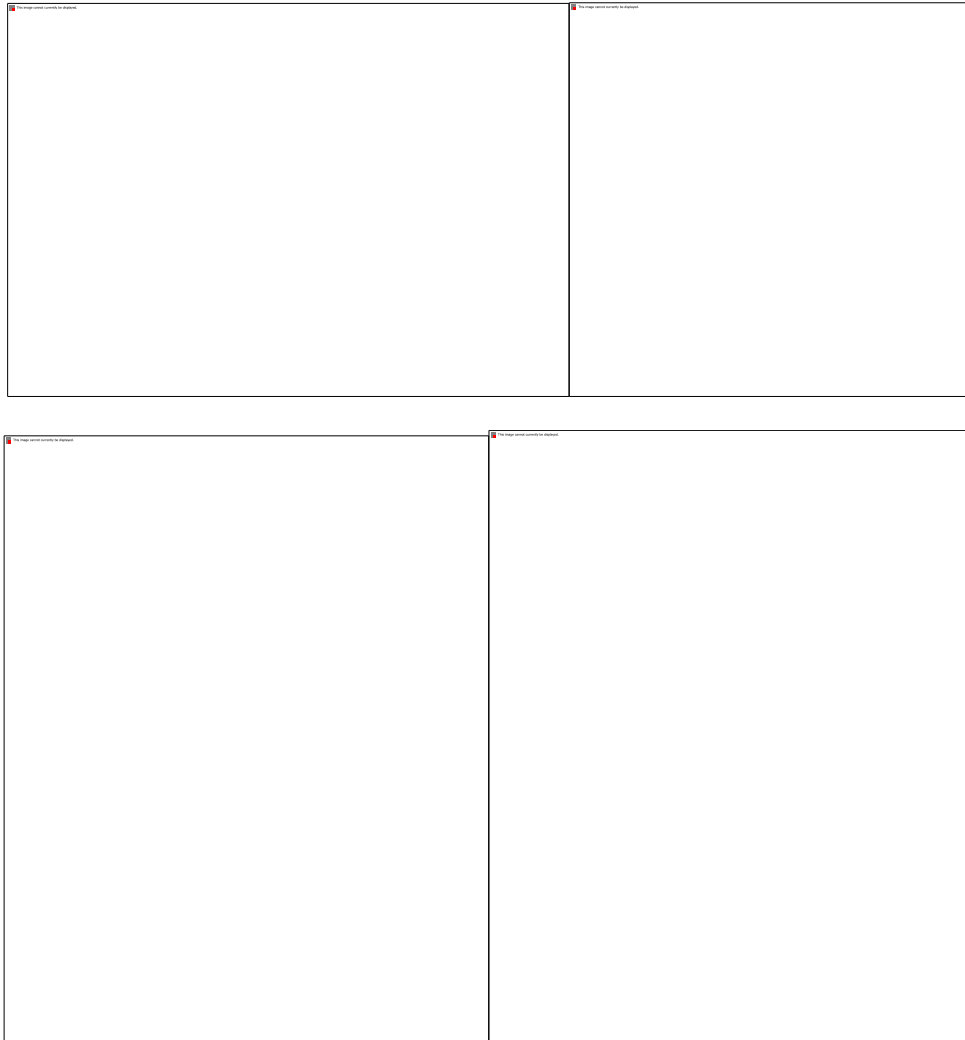
1. Penggantian bahan kemasan yang lebih tebal dan tahan banting.
2. Pembuatan desain kemasan baru.
3. Pelatihan teknik sealing yang tepat agar produk aman saat pengiriman.

**Penguatan Manajemen SDM**

1. Penyusunan job desk sederhana untuk memperjelas tugas kerja.
2. Briefing rutin untuk meningkatkan disiplin produksi.

**Pendampingan Pencatatan Keuangan**

1. Membuatkan template HPP semua produk Laprados.
2. Menyusun laporan penjualan mingguan & bulanan.
3. Pelatihan analisis keuntungan per produk.
4. Penggunaan pencatatan digital sederhana (Excel/Google Sheet).



**Gambar 3.** Kegiatan Pendampingan Produksi, Pengemasan, dan Manajemen Keuangan UMKM Laprados.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil pendampingan dan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan manajemen dan keuangan berkelanjutan memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kinerja UMKM Laprados (Food & Snack). Peningkatan tersebut terlihat dari beberapa aspek utama, yaitu penguatan manajemen pemasaran digital, optimalisasi penggunaan media sosial, aktivasi marketplace serta layanan pesan antar, pembenahan sistem pengemasan produk, serta perbaikan pencatatan keuangan yang lebih sistematis. Implementasi strategi pemasaran melalui Instagram, TikTok, dan Facebook mampu meningkatkan jangkauan konsumen dan memperbaiki citra merek. Aktivasi toko Shopee serta pendaftaran pada platform GrabFood dan GoFood berhasil membuka saluran penjualan baru yang lebih luas. Sementara itu, perbaikan manajemen keuangan meliputi perhitungan HPP, laporan penjualan, dan arus kas memperkuat kemampuan UMKM dalam menganalisis keuntungan dan merencanakan perkembangan usaha secara berkelanjutan. Secara keseluruhan, strategi pengembangan ini tidak hanya meningkatkan performa penjualan, namun juga memperkuat fondasi manajerial Laprados sehingga lebih siap bersaing di pasar digital dan menghadapi tantangan operasional di masa mendatang.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis ucapkan terimakasih kepada pemilik UMKM Laprados (Food & Snack) yang telah memberikan kesempatan dan keterbukaan dalam proses observasi, wawancara, serta pendampingan

yang dilakukan. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada tim pendamping, pihak institusi, dan seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, serta kontribusi dalam penyelesaian kegiatan dan penyusunan laporan ini. Semoga hasil kegiatan ini dapat memberikan manfaat nyata bagi perkembangan UMKM Laprados dan menjadi referensi bagi UMKM lain dalam meningkatkan kualitas manajemen dan keberlanjutan usaha.

#### REFERENSI

- Ariani, D. &. (2022). *Manajemen UMKM dan Pengembangan Strategi Pemasaran Digital*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Fauziah, N. &. (2023). Penguatan Digital Marketing untuk UMKM di Era Transformasi Digital. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 12(2), , 115-128.
- Kasmir. (2021). *Analisa Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rahayu, N. &. (2022). Strategi Pengembangan Keuangan UMKM Berkelanjutan melalui Pencatatan Keuangan Digital. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 20(1),, 45-53.
- Sutrisno, T. &. (2023). Optimalisasi Market Place sebagai Sarana Peningkatan Penjualan UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 5(3),, 210-218.