

Warsiyah
Mutiara Sari
Noorikha Pandayahesti Saputeri
Eki Tyas Nurulia
Moh Fakhrurozi



MANAJEMEN UMKM

MANAJEMEN UMKM

Penulis : Warsiyah
Mutiara Sari
Noorikha Pandayahesti Saputeri
Eki Tyas Nurulia
Moh Fakhrurozi
Editor : Moh Fakhrurozi, M.E.Sy.
Desain Cover : Muzammil Akbar
Ilustrasi : Hot Mods - GPT

Ukuran: 15.5 x 23 cm; Hal: v + 165 (170)
Cetakan I, Mei 2025
ISBN 978-634-7244-17-8



Penerbit

Insight Mediatama

Anggota IKAPI No. 338/JTI/2022

Watesnegoro No. 4 (61385) Mojokerto

Whatsapp 087762245559

www.insightmediatama.co.id

© **All Rights Reserved** Ketentuan Pidana Pasal 112-119 Undang- undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta. Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit dan penulis.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur ke hadirat Allah SWT, buku yang berjudul "Manajemen UMKM" ini dapat diselesaikan dengan baik. Buku ini hadir sebagai upaya untuk memberikan wawasan yang komprehensif mengenai manajemen usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), khususnya dalam konteks ekonomi Indonesia yang semakin dinamis.

Buku ini disusun dengan tujuan untuk memberikan panduan yang sistematis dan aplikatif terkait berbagai aspek penting dalam pengelolaan UMKM. Di dalamnya dibahas berbagai konsep manajemen strategis, keuangan, pemasaran, serta inovasi yang relevan dengan tantangan dan peluang yang dihadapi oleh UMKM di era digital ini.

Kami berharap bahwa buku ini dapat menjadi sumber bacaan yang bermanfaat bagi mahasiswa, dosen, praktisi bisnis, serta masyarakat luas yang tertarik untuk mendalami dunia UMKM. Kritik dan saran yang membangun sangat kami harapkan guna perbaikan dan penyempurnaan buku ini di masa yang akan datang.

Akhir kata, kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam proses penyusunan buku ini. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat yang luas dan menjadi inspirasi dalam mengembangkan usaha mikro, kecil, dan menengah di Indonesia.

Selamat membaca!

Bandar Lampung, April 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL.....	vi
BAB 1	
PENDAHULUAN	1
BAB 2	
PENGELOLAAN KEUANGAN UMKM.....	20
BAB 3	
PEMASARAN DAN STRATEGI PENGEMBANGAN	
UMKM.....	54
BAB 4	
MANAJEMEN OPERASIONAL UMKM	83
BAB 5	
PENGEMBANGAN BERKELANJUTAN DAN INOVASI	
UMKM.....	110
BAB 6	
KISAH SUKSES UMKM	133
BIODATA PENULIS.....	161

DAFTAR TABEL

Tabel 1	1
Tabel 2.	3

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Definisi UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia didefinisikan dan diklasifikasikan berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Undang-undang ini menjadi landasan hukum utama yang mengatur keberadaan dan operasional UMKM di Indonesia. Definisi UMKM menurut UU ini mencakup usaha produktif milik perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria tertentu (Undang-Undang No. 20 Tahun 2008).

Tabel 1. Klasifikasi UMKM di Indonesia dibagi menjadi tiga kategori berdasarkan aset dan omzet

Klasifikasi	Mikro	Kecil	Menengah
Aset diluar tanah & bangunan	Maksimal 50.juta	>50 juta sd 500 juta	>500 juta - 10 miliar
Omset/th	Maksimal 300 juta	>300 juta-2.5 miliar	>2.5 miliar - 50 miliar

Sumber : Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2020

Selain kriteria aset dan omzet, karakteristik UMKM di Indonesia juga mencakup aspek kepemilikan, manajemen, dan teknologi. UMKM umumnya dikelola oleh pemilik atau keluarga, memiliki manajemen yang sederhana, dan menggunakan teknologi yang relatif sederhana. Aspek-aspek ini membedakan UMKM dari usaha besar yang umumnya memiliki struktur manajemen yang lebih kompleks dan penggunaan teknologi yang lebih canggih (Tambunan, 2019).

BAB 2

PENGELOLAAN KEUANGAN UMKM

2.1 Pengelolaan Keuangan UMKM

Pengelolaan keuangan merupakan salah satu aspek penting dalam operasional usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Definisi pengelolaan keuangan dapat dijelaskan sebagai serangkaian aktivitas yang melibatkan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya keuangan untuk mencapai tujuan bisnis secara efisien dan efektif (Anthony & Govindarajan, 2017). Pengelolaan keuangan UMKM menjadi krusial karena skala usaha yang kecil sering kali menghadapi keterbatasan sumber daya, baik dalam bentuk modal maupun akses ke layanan keuangan formal.

Pengelolaan keuangan UMKM melibatkan proses pengelolaan arus kas, pencatatan transaksi, pembuatan laporan keuangan, hingga pengambilan keputusan investasi. Pengelolaan ini juga mencakup pengelolaan hutang, pengelolaan aset, dan perencanaan anggaran. Pengelolaan keuangan yang baik memungkinkan UMKM untuk memastikan likuiditas, menjaga stabilitas operasional, dan mendukung pengembangan bisnis dalam jangka panjang (Scarborough, 2020).

UMKM sering kali dihadapkan pada tantangan unik dalam pengelolaan keuangan, seperti kurangnya literasi keuangan, keterbatasan akses terhadap sumber pendanaan, dan sistem pencatatan keuangan yang belum memadai. Dalam banyak kasus, pelaku UMKM menggunakan sumber daya pribadi untuk mendanai usaha mereka, sehingga sering kali terjadi pencampuran antara keuangan pribadi dan bisnis, yang berpotensi

BAB 3

PEMASARAN DAN STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM

3.1 Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sektor yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia dan banyak negara berkembang lainnya (Qadisyah, dkk. 2023). Tidak hanya berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), UMKM juga memainkan peran penting dalam menciptakan lapangan kerja, memberdayakan masyarakat, dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, UMKM di Indonesia berjumlah lebih dari 64 juta usaha, menyumbang lebih dari 60% terhadap PDB, dan menyediakan lebih dari 100 juta lapangan kerja. Namun, meskipun kontribusinya sangat signifikan, UMKM menghadapi berbagai tantangan besar, termasuk keterbatasan dalam hal akses pasar, teknologi, dan pengetahuan pemasaran yang efektif (Firdausya & Ompusunggu, 2023).

Pemasaran yang efektif sangat penting bagi kelangsungan UMKM karena melalui pemasaran, produk dapat dikenal oleh pasar, membangun hubungan dengan konsumen, serta menciptakan nilai yang lebih besar. Di era digital seperti sekarang, pemasaran bukan hanya tentang menjual produk, tetapi juga menciptakan pengalaman yang berkesan bagi konsumen, membangun identitas merek yang kuat, dan memanfaatkan teknologi untuk mencapai audiens yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien.

Pemasaran merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam keberlanjutan dan pengembangan

BAB 4

MANAJEMEN OPERASIONAL UMKM

4.1 Efisiensi Proses Produksi

Efisiensi proses produksi merupakan inti dari keberhasilan manajemen operasional pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dengan memaksimalkan efisiensi, UMKM dapat menekan biaya, meningkatkan kualitas, dan memperkuat daya saing di pasar (Copra dkk, 2016). Manajemen operasional berkaitan dengan pengelolaan rantai pasok, penjadwalan produksi, dan manajemen stok.

4.1.1 Pengelolaan Rantai Pasok (Supply Chain Management)

Rantai pasok dalam UMKM adalah rangkaian aktivitas yang mencakup pengadaan bahan baku, produksi, distribusi, hingga pengiriman produk akhir ke konsumen. Pengelolaan rantai pasok yang efisien sangat penting untuk meningkatkan produktivitas dan menekan biaya operasional. Pengelolaan rantai pasok adalah salah satu komponen penting dalam manajemen operasional UMKM. Rantai pasok yang efisien tidak hanya membantu UMKM mengoptimalkan sumber daya tetapi juga meningkatkan daya saing di pasar. Rantai pasok ini melibatkan berbagai aktivitas mulai dari pengadaan bahan baku hingga pengiriman produk akhir kepada konsumen (Copra & dkk, 2016).

Fokus utama pengelolaan ini mencakup bahan baku, kolaborasi dengan mitra, dan integrasi data.

BAB 5

PENGEMBANGAN BERKELANJUTAN DAN INOVASI UMKM

5.1 Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran vital dalam perekonomian Indonesia, karena menyumbang 60,5% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap 97% dari total tenaga kerja. Peran ini menunjukkan bagaimana UMKM menjadi motor penggerak utama dalam pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, khususnya di sektor informal (Kemenkop UKM, 2021).

Oleh karena itu, pengembangan berkelanjutan dan inovasi dalam UMKM menjadi esensial untuk memastikan pertumbuhan ekonomi yang stabil dan inklusif. Pengembangan UMKM yang berkelanjutan dan berbasis inovasi merupakan aspek penting untuk memastikan daya saing, keberlanjutan ekonomi, serta kontribusi jangka panjang terhadap pembangunan nasional.

5.2 Strategi Pertumbuhan dan Ekspansi

Strategi pertumbuhan dan ekspansi merupakan langkah penting bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis. Dalam upaya mencapai ekspansi yang efektif, UMKM perlu mengintegrasikan pendekatan yang terencana dan adaptif. Sub bagian ini membahas tiga

BAB 6

KISAH SUKSES UMKM

6.1 Kebab Turki Baba Rafi

1. Awal Mula dan Motivasi

Hendy Setiono merintis usaha kebab ini ketika usianya masih sangat muda, sekitar 19 tahun. Ia terinspirasi setelah melihat peluang bisnis kebab di Qatar saat mengunjungi ayahnya yang bekerja di sana. Melihat antusiasme masyarakat Timur Tengah terhadap kebab, Hendy merasa makanan ini memiliki potensi di Indonesia. Kala itu, konsep kebab memang masih tergolong baru dan belum populer di Indonesia. Dengan mengamati tren tersebut, Hendy kemudian memutuskan untuk “membawa” kebab ke pasar lokal Indonesia dengan merek Kebab Turki Baba Rafi.

Menurut berbagai sumber, termasuk Majalah SWA dan Kompas.com, modal awal yang dimiliki Hendy tidak besar. Ia bahkan memulai dengan meminjam dana dari berbagai sumber untuk membeli gerobak dan bahan-bahan kebab. Berbekal satu gerobak di Surabaya, ia mulai menjalankan bisnis kebab dengan konsep penjualan di pinggir jalan, memanfaatkan lokasi-lokasi strategis yang ramai.

Sumber:

Kompas.com, “Kisah Hendy Setiono, Pendiri Kebab Turki Baba Rafi” (diakses 20 Oktober 2023).

SWA.co.id, “Rahasia Sukses Waralaba Kebab Turki Baba Rafi” (diakses 20 Oktober 2023).