PENINGKATAN KINERJA USAHA MELALUI PEMBENAHAN MANAJEMEN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) PADA INDUSTRI KULINER

Camelia Rizki Agrina¹, Desty Hapsari Kirana^{2*}

^{1,2}Universitas Padjadjaran

*Korespondensi : desty.kirana@unpad.ac.id

ABSTRACT

West Java has the largest MSMEs in the culinary industry. Most MSMEs were affected by the covid pandemic resulting in a decrease in sales. This is a challenge for MSMEs to survive by managing their business better. The objective of the training was to answer the concerns of MSMEs in dealing with the conditions of the covid pandemic. The majority of training participants still have difficulties in managing their business management. So that MSMEs are trained related to management in the aspects of marketing, production, organizational management and business legality and finance. Based on the results, MSMEs, which previously did not have financial statements, are now able to carry out financial statements, namely a balance sheet and income statement. In addition, in terms of production and organizational management, MSMEs can better manage production and organization. In the marketing aspect, MSMEs can utilize technology as a tool for promoting their business.

Keywords: MSMEs, Business Performance, Business Management

RIWAYAT ARTIKEL

Diserahkan : 21/06/2023

Diterima : 26/09/2023

Dipublikasikan : 11/12/2023

ABSTRAK

Jawa Barat memiliki UMKM terbesar di bidang industri kuliner. Sebagian besar UMKM terkena dampak pandemi covid sehingga terjadi penurunan omset penjualan. Hal ini menjadi dorongan bagi UMKM untuk bertahan dengan cara mengelola usahanya lebih baik. Pelatihan dan pendampingan yang dilakukan ini adalah untuk menjawab keresahan UMKM dalam menghadapi kondisi pandemi covid. Peserta pelatihan mayoritas masih kesulitan dalam pengelolaan manajemen usahanya. Sehingga UMKM diberikan pelatihan terkait dengan pengelolaan pada aspek pemasaran, produksi, manajemen organisasi dan legalitas usaha serta keuangan. Berdasarkan hasil pelatihan, UMKM yang sebelumnya tidak memiliki pencatatan keuangan, menjadi bisa melakukan pencatatan keuangan yang menghasilkan laporan keuangan yakni neraca usaha dan laporan laba rugi. Selain itu, pada aspek produksi dan manajemen organisasi pun UMKM bisa mengatur produksi dan

organisasinya lebih baik. Pada aspek pemasaran, UMKM dapat memanfaatkan teknologi sebagai media promosi usahanya.

Kata kunci: UMKM, Kinerja Usaha, Manajemen Usaha

PENDAHULUAN

Perekonomian dunia khususnya Indonesia cukup terdampak karena adanya pandemi covid19. Dengan terdampaknya perekonomian ini, UMKM memiliki peran yang sangat penting demi pemulihan perekonomian nasional (Bahtiar, 2021). Besarnya peran UMKM tersebut sangat diharapkan oleh Indonesia manapun dalam perkembangan dan kemajuan perekonomian untuk mencapai kesejahteraan masyarakat. Apalagi jumlah UMKM yang dilaporkan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM), total UMKM di Indonesia tembus 8,71 juta unit usaha pada 2022, dimana Pulau Jawa mendominasi sektor ini. Tercatat, Jawa Barat menjadi juara UMKM dengan jumlah 1,49 juta unit usaha. Tipis di urutan kedua ada Jawa Tengah yang mencapai 1,45 juta unit. Ketiga, ada Jawa Timur sebanyak 1,15 juta unit (Katadata, 2023). Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan bahwa Usaha Mikro dan Kecil (UMK) bidang makanan dan minuman (kuliner) menempati posisi pertama terbesar di Indonesia, dimana secara nasional terdapat 3,9 juta UMK pada 2019. Dikutip dari IDX Channel (2022), pemegang posisi pertama pada UMK makanan dan minuman ditempati oleh Jawa Barat dengan jumlah 791,435 UMK.

Meningkatnya jumlah UMKM ini tentunya menjadi pendorong bagi para pelaku UMKM untuk meningkatkan kinerja dan perbaikan manajemen usahanya. Terlebih lagi dengan adanya pandemi covid-19 yang merubah perekonomian khususnya pelaku UMKM. Kegiatan UMKM mengalami penyesuaian dalam kegiatan bisnisnya agar tetap bertahan ditengah kondisi yang dihadapi saat ini. UMKM di masa seperti ini dihadapi pada masalah menurunnya penjualan, sulitnya mendapat bahan baku, menghambatnya produksi dan distribusi, mengalami kesulitan permodalan, minimnya pengetahuan teknologi

informasi dan terhambatnya jaringan usaha. Hal ini juga yang dirasakan oleh para pelaku UMKM di Jawa Barat. Dalam menghadapi permasalahan tersebut, UMKM perlu memahami bagaimana pengelolaan manajemen usaha khususnya dalam kondisi yang sedang tidak stabil seperti saat ini. Oleh karena itu, dilakukan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku UMKM di Jawa Barat untuk meningkatkan kinerja usaha melalui pembenahan manajemen usaha. Pelatihan dan pendampingan ini dilakukan dengan menasar pelaku UMKM kuliner di Jawa Barat.

Mayoritas UMKM yang menjadi peserta pelatihan menghadapi permasalahan terkait dengan pengelolaan manajemen dalam usahanya. Permasalahan yang paling banyak dihadapi adalah pencatatan keuangan yang belum dilakukan secara berkala sehingga UMKM tidak memiliki laporan keuangan yang baik. Hal ini berdampak pada keterbatasan UMKM dalam mendapatkan pendanaan. Pendanaan bisa didapatkan jika UMKM memiliki laporan keuangan sehingga pemberi dana bisa menilai kondisi keuangan UMKM tersebut. Selain itu, pengetahuan mereka yang terbatas tentang akuntansi membuat mereka tidak dapat mengelola keuangan mereka dengan baik, yang mempengaruhi kinerja bisnis mereka Menurut Wahyudiati & Isroah (2018), semakin baik aspek keuangan suatu UMKM maka kinerja UMKM juga akan semakin meningkat.

Permasalahan lainnya juga terjadi pada aspek produksi. Masalah yang dihadapi adalah keterbatasan fasilitas yang dimiliki. Ketika permintaan tinggi, UMKM tidak dapat memenuhi permintaan tersebut karena kapasitas mesin yang dimiliki. Sedangkan UMKM masih juga kesulitan untuk mendapatkan penambahan fasilitas. Hal ini berkaitan dengan permodalan yang sulit didapatkan oleh UMKM.

Selain itu, peserta pelatihan juga menghadapi kesulitan ketika terjadi pandemi

covid 19. Penjualan produk dari mayoritas UMKM mengalami penurunan. Pandemi covid 19 mengharuskan UMKM melakukan strategi pemasaran yang berbeda. Hal ini tentunya menuntut pelaku UMKM untuk inovatif dan juga kreatif dalam menentukan strategi pemasaran yang efektif agar bisnisnya tetap berkembang dan menghasilkan kinerja usaha yang baik (Suindari & Juniariani, 2020). Pada penelitiannya yang dilakukan oleh Purwaningsih & Kusuma (2015) ditemukan bahwa teknik pemasaran memiliki pengaruh yang positif pada kinerja UMKM. Artinya peningkatan kinerja UMKM akan semakin meningkat seiring dengan teknik pemasaran yang dilakukan oleh UMKM tersebut. Permasalahan yang dihadapi yaitu sebagian besar usaha yang dilakukan peserta dilakukan dengan cara *offline*, hal ini menjadi tantangan tersendiri ketika terjadi pandemi covid 19. Semua UMKM harus mulai melakukan penjualan secara online sedangkan para peserta memiliki keterbatasan dalam melakukan penjualan atau pemasaran secara online.

Pada pengelolaan sumber daya manusia, manajemen organisasi dan legalitas usaha pun UMKM menghadapi kesulitan. Salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM yaitu kompetensi sumber daya manusia (Suindari & Juniariani, 2020). Menurut Wahyudiati & Isroah (2018), sebuah unit usaha ditentukan oleh bagaimana individu-individu yang terlibat didalamnya mengelola usaha tersebut. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Fibriyani & Mufidah (2018), ditemukan bahwa kompetensi SDM memiliki pengaruh yang positif pada kinerja UMKM. Artinya, semakin baik kompetensi SDM maka semakin meningkat pula kinerja UMKM. Permasalahan lainnya yaitu sebagian besar UMKM mengelola organisasi bisnisnya secara perorangan, tidak memiliki pegawai sehingga pengelolaannya terbatas dilakukan hanya oleh pemilik. Sedangkan beberapa usaha sebaiknya sudah mendelegasikan pekerjaan-pekerjaan kepada beberapa pegawai agar pengelolaannya lebih efektif dan efisien. Legalitas usaha juga menjadi tantangan tersendiri bagi UMKM karena ada beberapa usaha yang masih belum memiliki

legalitas usaha. UMKM setidaknya memiliki izin usaha berupa Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Tanda Daftar Perusahaan (TDP) atau sekarang telah diganti dengan Nomor Induk Berusaha (NIB), dan Surat Keterangan Domisili (SKD) atau yang sekarang telah berubah nama menjadi Izin Lokasi.

MASALAH

Berdasarkan hasil survey kepada 10 UMKM kuliner, didapat hasil bahwa UMKM tersebut mengalami beberapa masalah dalam kegiatan bisnisnya seperti kegiatan pemasaran, produksi, pengelolaan sdm dan pencatatan keuangan. Sehingga yang menjadi pokok permasalahan dan menjadi sorotan dalam kegiatan pelatihan ini adalah:

1. Bagaimana strategi pemasaran yang tepat bagi UMKM?
2. Bagaimana proses produksi dan operasional yang baik bagi UMKM?
3. Bagaimana manajemen organisasi dan legalitas perusahaan di UMKM?
4. Bagaimana pencatatan laporan keuangan di UMKM?

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, maka kegiatan pendampingan UMKM yang dilaksanakan berupa pelatihan manajemen usaha bagi UMKM kuliner.

METODE

Kegiatan ini akan memberikan praktik langsung kepada para pelaku usaha UMKM kuliner dan dalam meningkatkan kinerja usaha dengan perbaikan kegiatan manajemen untuk pengembangan bisnis mereka. Adapun tahapan kegiatan yang direncanakan adalah:

- Mengidentifikasi usaha UMKM
- Mengadakan diskusi awal dengan para pelaku UMKM
- Membuat lembar kerja terkait kegiatan manajemen
- Mengundang pelaku UMKM untuk mengikuti pelatihan
- Melaksanakan kegiatan pelatihan pendampingan UMKM

Setelah melakukan pengidentifikasian UMKM yang ada, terdapat sebanyak 10 UMKM yang akan mengikuti pelatihan ini. UMKM yang mengikuti pelatihan ini merupakan UMKM kuliner yang masih kurang dalam pengelolaan manajemen dalam kegiatan usahanya sehingga membutuhkan pendampingan ini guna meningkatkan kinerja usaha mereka.

Pelatihan yang dilakukan dibagi kedalam 4 sesi pelatihan, diantaranya yaitu pelatihan mengenai kegiatan pemasaran, pelatihan terkait proses produksi, pelatihan terkait manajemen organisasi dan legalitas usaha dan yang terakhir pelatihan terkait pengelolaan dan pencatatan keuangan. Pelatihan ini dilakukan secara daring melalui *zoom meeting*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data Peserta Pelatihan

Peserta pelatihan ini adalah Usaha Mikro Kecil Menengah sesuai dengan kriteria yang ditentukan oleh Kementerian Koperasi dan UKM dan Bank Indonesia. Peserta pelatihan ini sebanyak 10 UMKM dengan karakteristik usaha kuliner. Peserta mendapatkan pelatihan terkait pelatihan mengenai kegiatan pemasaran, pelatihan terkait proses produksi, pelatihan terkait manajemen organisasi dan legalitas usaha dan yang terakhir pelatihan terkait pengelolaan dan pencatatan keuangan.

Aspek Pemasaran

Dalam aspek pemasaran, peserta mendapatkan pelatihan terkait bagaimana membuat strategi pemasaran untuk usahanya. Pemasaran adalah bagaimana memuaskan pelanggan pada biaya tertentu. Sedangkan tugas dari pemasar adalah menciptakan, mengkomunikasikan dan menghantarkan produk yang bernilai dan cocok. Ada 2 tahap dalam melakukan tahapan pemasaran yakni mengetahui dan menentukan konsumen dan merencanakan "*marketing mix*" atau bauran pemasaran.

Tahap pertama yakni mengetahui dan menentukan konsumen dengan cara

mengkategorisasikan profil konsumen berdasarkan geografis, demografis, psikografis dan perilaku. Pada tahap pertama juga dilakukan segmentasi pasar dan menentukan target konsumen. Sedangkan pada tahap kedua merencanakan *marketing mix* yang didalamnya terdapat rancangan produk, harga, distribusi dan promosi yang memiliki daya tarik dan daya saing.

Pada rancangan produk, setiap usaha harus menentukan produk yang bernilai dan cocok. Produk yang bernilai adalah produk yang memiliki manfaat bagi konsumennya. Produk yang cocok adalah produk yang sesuai dengan target pasar atau pembeli. Produk yang perlu dirancang adalah produk pokok dan kemasan. Terdapat pilihan strategi produk yakni produk yang biasa atau produk yang memiliki keistimewaan.

Pada penentuan harga, setiap usaha harus menentukan harga produk yang sesuai dengan produk dan dapat menguntungkan konsumen. Terdapat beberapa pilihan strategi harga, yakni:

1. Penentuan harga untuk produk biasa yaitu dengan menentukan harga yang lebih rendah/murah
2. Penentuan harga untuk produk biasa yaitu dengan harga yang sama
3. Produk dengan keistimewaan penentuan harga yang sama
4. Produk dengan keistimewaan penentuan harga yang lebih tinggi

Pada aspek distribusi, setiap usaha harus membuat akses yang memudahkan atau menyenangkan konsumen dalam membeli produk. Distribusinya bisa dilakukan secara langsung atau tidak langsung yakni menggunakan perantara atau platform digital.

Pada aspek promosi, harus membuat konsumen mengetahui produk dari setiap usaha, tertarik dan melakukan pembelian terhadap produk tersebut. Cara promosi yang dapat dilakukan secara verbal (kata-kata, suara dan klaim) dan nonverbal (gambar, foto, warna, bentuk). Adapun media yang dapat digunakan yakni media masal (iklan, plang, baligo), personal (tenaga penjual atau salesperson) dan digital (medsos dan website).

Aspek lain yang perlu dirancang yakni people, proses dan physical evidence/bukti fisik ketiga hal ini harus dapat menyenangkan dan meyakinkan konsumen untuk dapat melakukan pembelian terhadap produk. Proses bisnis dapat dikatakan baik apabila memberikan standar produk atau layanan yang sama kepada konsumen secara berulang dan dapat meningkatkan efisiensi dengan cara menghemat waktu dan sumber daya. Physical evidence yang menyenangkan dan meyakinkan dapat dilihat dari kemasan, interior desain dan lingkungan fisik yang baik.

Adapun beberapa tahapan yang dapat dilakukan oleh usaha kecil yakni sebagai berikut:

1. Melakukan riset pasar
2. Mengidentifikasi target pasar
3. Mengidentifikasi unique selling proposition
4. Mengembangkan brand
5. Menentukan tempat penjualan
6. Menentukan tujuan dan anggaran
7. Membina hubungan dengan konsumen

Aspek Produksi

Pada aspek produksi beberapa pelatihan yang diberikan adalah terkait dengan 10 keputusan strategis dalam manajemen operasi. Pelatihan dilakukan agar UMKM dapat merencanakan 10 keputusan strategis ini dengan baik yang terdiri dari:

1. Desain produk dan jasa yakni bagaimana UMKM dapat mendesain produk yang memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan kebutuhan konsumen
2. Perencanaan kualitas yaitu bagaimana UMKM dapat menentukan kualitas produk sesuai dengan ekspektasi konsumen dan menentukan cara-cara yang akan dilakukan untuk mengidentifikasi dan mencapai kualitas tersebut.
3. Desain proses dan kapasitas yaitu bagaimana UMKM dapat merencanakan bagaimana produk akan diproduksi serta menentukan teknologi, sumber daya dan investasi yang

dibutuhkan dalam proses pembuatan produk.

4. Strategi penentuan lokasi yaitu bagaimana UMKM dapat penentuan lokasi dengan mempertimbangkan kedekatan jarak dengan konsumen atau pun pemasok serta pertimbangan biaya, infrastruktur, sistem logistik dan regulasi pemerintah.
5. Strategi penentuan layout yaitu bagaimana UMKM dapat mengintegrasikan kebutuhan kapasitas, sumber daya manusia, teknologi serta persediaan serta menentukan alur material, sumber daya manusia dan informasi secara efisien.
6. Perencanaan sumber daya manusia yaitu bagaimana UMKM dapat merekrut, memotivasi dan mempertahankan sumber daya manusia dengan keahlian yang dimiliki.
7. Manajemen rantai pasok yakni bagaimana UMKM merencanakan sistem rantai pasok yang baik dengan cara menentukan material apa yang akan dibeli serta pemilihan pemasok yang sesuai.
8. Manajemen persediaan yakni bagaimana UMKM dapat merencanakan persediaan dengan cara mengoptimasi kepuasan pelanggan, kemampuan pemasok serta penjadwalan produksi.
9. Penjadwalan yaitu bagaimana UMKM dapat menentukan dan mengimplementasikan penjadwalan jangka menengah serta jangka pendek serta dapat mengutilitasasi sumber daya manusia dan fasilitas dalam memenuhi permintaan pelanggan.
10. Perencanaan pemeliharaan bagaimana UMKM dapat memelihara fasilitas yang dimiliki serta memelihara proses produksi yang dapat *sustainable*.

Para pelaku usaha mendapatkan pelatihan bagaimana merencanakan 10 keputusan strategis manajemen operasi diatas agar proses produksinya berjalan secara efektif dan efisien.

Aspek Manajemen Organisasi dan Legalitas Usaha

Aspek manajemen organisasi dan legalitas usaha menjadi aspek yang menjadi bahan pelatihan dikarenakan banyak dari UMKM memiliki kendala dalam memanage usahanya serta kesulitan dalam mendapatkan informasi terkait legalitas usaha. Pada aspek manajemen organisasi UMKM mendapatkan pelatihan bagaimana memanage sebuah usaha agar dapat berjalan dengan efektif dan efisien. Sebagaimana definisi manajemen yaitu proses untuk mencapai tujuan dengan mengelola sumber daya melalui kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan serta pengendalian.

1. Perencanaan yaitu bagaimana UMKM melakukan penentuan tujuan serta bagaimana strategi dalam mencapai tujuan tersebut. Pembuatan rencana ini dapat dilakukan dengan cara penjadwalan dan melakukan perencanaan anggaran.
2. Pengorganisasian yaitu bagaimana UMKM dapat mengidentifikasi tugas-tugas yang harus dilakukan dan mengkategorisasikan tugas tersebut ke dalam kelompok-kelompok, penentuan hirarki serta mengisi pekerjaan dengan sumber daya manusia yang tepat.
3. Pengarahan yaitu bagaimana UMKM dapat memotivasi tenaga kerja, memimpin dan melakukan komunikasi yang baik
4. Pengendalian yaitu bagaimana UMKM dapat melakukan pengawasan di setiap kegiatan dan jika diperlukan dapat melakukan koreksi serta melakukan evaluasi untuk perbaikan yang berkesinambungan.

Legalitas usaha menjadi hal yang penting untuk UMKM. Kemudahan dalam pendirian UMKM menjadi tantangan dikarenakan banyaknya UMKM yang berdiri tetapi tidak memiliki izin usaha. Sedangkan, negara telah mengatur perlunya izin usaha untuk UMKM dalam pasal 1 angka 4 Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 83 Tahun 2014 Tentang Pedoman Pemberian Izin Usaha Mikro

Dan Kecil (PMDN No 83/2014). Legalitas suatu badan usaha adalah unsur terpenting, karena legalitas merupakan jati diri yang meleagalkan atau mengesahkan suatu badan sehingga diakui oleh masyarakat (Mulhadi, 2010). Pada pelatihan ini, UMKM didorong untuk memiliki setidaknya 4 aspek legal yakni Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Tanda Daftar Perusahaan (TDP) atau sekarang telah diganti dengan Nomor Induk Berusaha (NIB), dan Surat Keterangan Domisili (SKD) atau yang sekarang telah berubah nama menjadi Izin Lokasi. UMKM yang menjadi peserta pelatihan diberikan informasi bagaimana untuk mengurus izin secara online. Perizinan online ini bisa dilakukan melalui Online Single Submission (OSS). Seluruh tahapan dalam proses pengajuan perizinan online diberikan kepada peserta pelatihan.

Aspek Keuangan

Aspek keuangan menjadi aspek yang penting diberikan kepada peserta pelatihan, karena sebagian besar peserta tidak memiliki pencatatan keuangan yang baik. Dalam hal ini pelatihan diberikan agar peserta dapat melakukan pencatatan keuangan yang dilakukan secara berkala sehingga peserta bisa memiliki laporan keuangan yang baik. Setidaknya UMKM memiliki laporan keuangan yaitu neraca usaha mikro dan laporan laba rugi. Narasumber memberikan pelatihan secara detail bagaimana menuliskan laporan keuangan dengan menggunakan tabel yang memudahkan peserta dalam menuliskan komponen-komponen yang ada pada neraca usaha dan laba rugi. Berikut tabel yang digunakan dalam pelatihan pencatatan laporan keuangan:

Tabel 1.1 Neraca Usaha Mikro

Neraca Usaha Mikro (per tanggal 31)	
1.	Aset
1.a	Aset lancar:
	Kas
	Bank

	Piutang Usaha
	Persediaan Barang
	Beban dibayar dimuka
	Perlengkapan
1.b	Aset tetap:
	Tanah yang terkait usaha
	Bangunan yang terkait usaha
	Kendaraan yang terkait usaha
	Akumulasi penyusutan
	Peralatan dan mesin
	Akumulasi penyusutan
1.c	Aset lainnya
Total Aset	
2.	Liabiliti dan Ekuiti
2.a	Liabiliti:
	Hutang usaha
	Hutang bank
2.b	Ekuiti:
	Modal usaha
Total liability dan ekuiti	

Tabel 1.2 Laporan Laba Rugi

Laba/Rugi (Periode harian: 22 hari/bulan) tentative sesuai dengan persetujuan usaha mikro	
1.	Pendapatan:
	a. Penjualan
	b. Harga pokok penjualan
Laba kotor	
2.	Pendapatan lain-lain
Total Pendapatan	
3.	Biaya Usaha:
	a. Gaji pegawai
	b. Gaji pengelola

- c. Transportasi
- d. Telepon/listrik
- e. ATK
- f. Sewa
- g. Lain-lain
- h. Penyusutan

Total Biaya

- 4. Laba bersih sebelum pajak
- 5. Pajak
- 6. Laba bersih setelah pajak

Tabel 1.3 Total Aset

Total Aset	
1.	Rumah
2.	Kendaraan
3.	Aset lainnya
Jumlah Aset	

SIMPULAN

Dampak dari pandemi covid-19 di Indonesia memberikan keresahan yang cukup signifikan bagi para pelaku UMKM. Di masa pandemi COVID-19 yang belum terdapat kepastian kapan akan berakhir, maka UMKM perlu memperhatikan manajemen usaha yang dapat selalu mendukung kegiatan bisnisnya agar tetap bertahan. Kinerja UMKM akan meningkat jika manajemen usaha dapat dikelola dengan baik, mulai dari pengelolaan keuangan, peningkatan strategi pemasaran, pengelolaan sumber daya manusia hingga kegiatan produksi yang sesuai dengan kegiatan bisnisnya.

Hasil dari kegiatan pelatihan dan pendampingan ini, peserta pelatihan yang sebelumnya tidak memiliki pencatatan keuangan yang baik, menjadi memiliki pencatatan keuangan yang baik sehingga dapat memiliki laporan keuangan yakni neraca usaha dan laporan laba rugi. Selain itu, peserta pelatihan juga memiliki kemampuan untuk

memanfaatkan teknologi sebagai media promosi usahanya. Dari sisi manajemen organisasi, legalitas usaha dan produksi juga UMKM bisa mengelolanya dengan lebih baik.

Dengan diadakannya pelatihan dan pendampingan ini, diharapkan para pelaku UMKM semakin memahami bagaimana pengelolaan manajemen usaha yang baik dan tepat dalam kegiatan bisnisnya. Khususnya dalam aspek produksi, pemasaran, sumber daya manusia serta keuangan. Tidak hanya untuk saat ini, namun juga dapat disesuaikan dengan kondisi yang akan terjadi kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bahtiar, R. A. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Serta Solusinya. *Bidang Ekonomi dan Kebijakan Publik Vol XIII No. 10*, 19-24.
- Fibriyani, V., & Mufidah, E. (2018). Pengaruh Faktor Eksternal Dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Pasuruan . *Conference on Innovation and Application of Science and Technology*, 148-157.
- Jabarprov. (2021). *Open Data jabar*. Retrieved from <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-usaha-mikro-kecil-menengah-umkm-berdasarkan-kategori-usaha-di-jawa-barat>
- Pratomo, Y. (2022, 02 22). *IDX Channel*. Retrieved from <https://www.idxchannel.com/economics/umk-makanan-dan-minuman-di-jawa-barat-terbesar-se-indonesia>
- Purwaningsih, R., & Kusuma, P. D. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Dengan Metode Structural Equation Modeling (Studi kasus UKM berbasis Industri Kreatif Kota Semarang). *Prosiding Seminar Nasional Sains dan Teknologi*, 7-12.
- Santika, E. F. (2023, 02 02). *Katadata*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/02/jumlah-umkm-di-indonesia-sepanjang-2022-provinsi-> mana-terbanyak#:~:text=Ini%20terlihat%20dari%20data%20yang,juta%20unit%20usaha%20pada%202022
- Suindari, N. M., & Juniariani, N. M. (2002). Pengelolaan Keuangan, Kompetensi Sumber Daya Manusia Dan Strategi Pemasaran Dalam Mengukur Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Kumpulan Riset Akuntansi Vol. 11 No. 2*, 148-154.
- Wahyudiati, D., & Isroah. (2018). Pengaruh Aspek Keuangan Dan Kompetensi Sumber Daya Manusia (Sdm) Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Desa Kasongan. *Kajian Ilmu Akuntansi*, 1-11.