

Implementasi Manajemen Bisnis UMKM

(Studi kasus pada UMKM Riva Cake & Bakery)

Winda Apriani¹, Dian Tri Nurhalisza², Arinta Nurani³, Kariska⁴, Aditya Muhammad⁵

¹Universitas Djuanda, windaapriani874@gmail.com

²Universitas Djuanda, diannur101@gmail.com

³Universitas Djuanda, arintanuran77@gmail.com

⁴Universitas Djuanda, kariska08@gmail.com

Universitas Djuanda, amadit685@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan mempelajari pentingnya penerapan manajemen yang dapat dijadikan ilustrasi dan petunjuk bagi pelaku usaha. Metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan deksriptif- kualitatif. Sumber data utama berasal dari data sekunder yang diperoleh melalui studi literatur. Teknik analisis data menggunakan tiga alur yaitu reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa manajemen bisnis penting bagi pelaku usaha agar usaha dapat berjalan meski di tengah-tengah situasi sulit. Penelitian menunjukkan bahwa bisnis yang dikelola dengan prinsip manajemen bisnis mampu untuk bertahan dan menjaga keberlanjutan operasional bisnis. Implementasi manajemen bisnis sangat penting untuk diwujudkan oleh pelaku UMKM dalam menjalankan bisnis.

Kata Kunci: Manajemen, Bisnis, UMKM

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Sektor ini memberikan kontribusi yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan pekerjaan, dan pengurangan tingkat kemiskinan (Riyadi & Mujanah, 2021). Namun, meskipun memiliki potensi yang besar, banyak UMKM di berbagai daerah di Indonesia yang masih menghadapi kesulitan dalam mengelola operasional bisnis dan memasarkan produk mereka secara efisien (Raharja & Natari, 2021). UMKM memiliki peranan yang krusial dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam menciptakan peluang kerja, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan menggerakkan perekonomian lokal.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi UMKM adalah keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola bisnis. Banyak pelaku UMKM yang masih mengalami kesulitan dalam mengatur keuangan, merencanakan strategi, mengembangkan merek, menentukan target pasar, serta memanfaatkan platform daring untuk mempromosikan produk mereka (Wali, 2022).

Di era globalisasi yang terus maju, manajemen bisnis sangat penting untuk meningkatkan pemahaman manajemen bisnis dan mengatasi hambatan – hambatan dalam mengelola bisnis. Salah satu tantangan terbesar bagi UMKM adalah pengelolaan bisnis yang efisien dan berkelanjutan. Dalam konteks ini, manajemen bisnis yang baik menjadi kunci utama untuk menghadapi persaingan, meningkatkan produktivitas, serta memastikan keberlanjutan usaha. UMKM perlu menerapkan strategi yang komprehensif dalam bidang pemasaran, operasional, keuangan, dan sumber daya manusia agar mampu bertahan dan berkembang.

Studi kasus ini berfokus pada *Riva Cake & Bakery*, sebuah UMKM yang bergerak di sektor kuliner, khususnya dalam produksi kue dan roti di Kabupaten Bogor. Berdiri sejak tahun 2010, *Riva Cake & Bakery* telah berhasil mengembangkan usahanya melalui berbagai strategi manajemen bisnis yang adaptif dan inovatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana implementasi manajemen bisnis diterapkan oleh UMKM ini dalam menghadapi dinamika pasar, tantangan operasional, dan persaingan di industri kuliner.

Penelitian ini akan memberikan gambaran tentang implementasi manajemen bisnis yang diterapkan oleh *Riva Cake & Bakery*, termasuk dalam hal pengelolaan sumber daya manusia, inovasi produk, pemasaran digital, serta pengelolaan keuangan. Diharapkan hasil studi ini dapat memberikan wawasan bagi UMKM lainnya dalam mengembangkan bisnis mereka di tengah perubahan pasar yang cepat dan kompetitif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis tematik untuk mengidentifikasi dan menginterpretasikan pola-pola tematik dalam data yang dikumpulkan dari wawancara, observasi, dan dokumentasi pada UMKM Riva *Cake & Bakery*. Analisis tematik dipilih karena metode ini memungkinkan peneliti untuk memahami bagaimana praktik manajemen bisnis diterapkan secara sistematis dalam usaha kecil dan menengah (UMKM), serta untuk mengeksplorasi keterkaitan antar aspek manajemen bisnis, seperti pemasaran, operasional, keuangan, dan sumber daya manusia.

Berikut tahapan dalam metode analisis yang digunakan:

1. Reduksi Data

Langkah pertama dalam analisis adalah mengorganisir data yang diperoleh dari berbagai sumber (wawancara, observasi, dan dokumen). Data yang relevan kemudian dipilih dan disederhanakan tanpa mengabaikan esensi informasi. Pada tahap ini, peneliti mengidentifikasi bagian-bagian data yang berkaitan dengan topik utama, yaitu implementasi manajemen bisnis di Riva *Cake & Bakery*.

2. Pengodean (*Coding*)

Setelah data direduksi, peneliti melakukan proses pengodean, yaitu memberi label pada unit-unit data yang mengandung informasi penting. Koding ini dilakukan untuk mengelompokkan data ke dalam kategori-kategori berdasarkan tema utama, seperti strategi pemasaran, pengelolaan operasional, pengelolaan keuangan, dan pengelolaan sumber daya manusia. Kategori ini dibentuk berdasarkan kerangka teori manajemen bisnis dan temuan lapangan.

3. Pengelompokan Tema (*Theme Development*)

Data yang telah dikodekan selanjutnya dianalisis untuk menemukan tema-tema utama yang muncul. Tema ini mewakili isu-isu kunci dalam implementasi manajemen bisnis, seperti inovasi produk, penggunaan teknologi dalam pemasaran digital, manajemen keuangan, serta pelatihan dan pengembangan

karyawan. Pada tahap ini, peneliti juga melihat hubungan antar tema dan bagaimana mereka saling mempengaruhi dalam konteks UMKM.

4. Penarikan Kesimpulan

Setelah tema-tema utama diidentifikasi, peneliti menyusun interpretasi berdasarkan temuan tersebut. Proses ini melibatkan analisis mendalam untuk memahami bagaimana masing-masing tema berkontribusi terhadap keberhasilan atau tantangan yang dihadapi oleh *Riva Cake & Bakery* dalam menjalankan bisnisnya. Kesimpulan dibuat dengan merujuk kembali pada tujuan penelitian, yaitu mengidentifikasi praktik manajemen bisnis yang efektif pada UMKM ini.

5. Verifikasi dan Triangulasi Data

Untuk meningkatkan validitas temuan, analisis data dilengkapi dengan teknik triangulasi, yaitu membandingkan informasi dari berbagai sumber data (wawancara, observasi, dan dokumentasi) untuk memastikan konsistensi dan keakuratan temuan. Teknik ini digunakan untuk memverifikasi apakah strategi manajemen bisnis yang diidentifikasi telah diterapkan secara konsisten dan efektif dalam operasional UMKM.

Dengan menggunakan metode analisis tematik ini, penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam mengenai implementasi manajemen bisnis di *Riva Cake & Bakery* serta memberikan wawasan yang relevan bagi UMKM lain dalam mengembangkan strategi manajemen yang efektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Riva Cake & Bakery berdiri sejak tahun 2010. Beralamatkan di Villa Mutiara Lido Blok D5/19 Cigombong, Kec. Cigombong, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Produksi pertama dimulai dengan roti burger sebelum kemudian berinovasi dengan memproduksi aneka roti dan kue seperti, roti unyil, kue basah dan kering, kue ulang tahun, dan jajanan pasar. Adapun produk unggulan dari UMKM *Riva Cake & Bakery* ini ialah produk “sarmut” atau sarang semut yang biasa juga disebut bolu karamel.

Kue sarmut ini memiliki ciri khas yaitu tekstur berpori-pori yang menyerupai sarang semut, yang diperoleh dari proses pembuatan yang teliti. Selain itu, *Riva Cake & Bakery* telah memperoleh legalitas dengan mendapatkan sertifikat halal, NIR, PIRT, dan HAKI.

Manajemen SDM pada UMKM *Riva Cake & Bakery*

Berdasarkan observasi dan wawancara yang telah dilakukan, struktur organisasi UMKM *Riva Cake & Bakery* tergolong sederhana, dengan jumlah karyawan yang terbatas, yakni dua orang. Kedua karyawan tersebut masing-masing bertanggung jawab atas produksi dan penjualan. Pemilihan karyawan lebih mengandalkan relasi personal, seperti rekomendasi dari keluarga atau kenalan pemilik usaha. Hal ini menunjukkan bahwa proses rekrutmen yang dilakukan masih bersifat informal dan belum berbasis pada kompetensi yang dibutuhkan.

UMKM *Riva Cake & Bakery*, sebagai usaha keluarga, mengandalkan anggota keluarga untuk menjalankan Sebagian besar anggota keluarga untuk menjalankan Sebagian besar operasional bisnis. Meskipun telah mempekerjakan dua orang karyawan tambahan, proses pelatihan yang diberikan masih cenderung terbatas dan informal. Karyawan hanya mendapatkan pelatihan sesuai dengan kebutuhan saat itu, tanpa adanya program pengembangan SDM yang terstruktur. Hal ini mengindikasikan kurangnya perhatian terhadap peningkatan kapasitas sumber daya manusia di Perusahaan.

Manajemen Keuangan

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, system pencatatan keuangan pada UMKM *Riva Cake & Bakery* masih sangat sederhana. Pemilik usaha umumnya mencatat transaksi secara manual dalam buku catatan. Belum ada penggunaan software akuntansi atau aplikasi keuangan lainnya untuk membantu pengelolaan keuangan. Akibatnya, data keuangan yang dihasilkan kurang akurat dan sulit untuk dianalisis secara mendalam. Hal ini dapat menghambat pengambilan Keputusan bisnis yang efektif.

UMKM Riva *Cake & Bakery* belum memiliki system pengelolaan arus kas yang baik. Pemilik usaha cenderung mengandalkan intuisi dalam mengelola keuangan, tanpa adanya perencanaan yang matang. Akibatnya, seringkali terjadi kekurangan atau kelebihan dana. Kondisi ini dapat berisiko mengganggu kelancaran operasional bisnis, terutama saat menghadapi fluktuasi permintaan.

Manajemen Pemasaran

UMKM Riva *Cake & Bakery* telah memilih Lokasi strategis di salah satu pusat perbelanjaan sebagai salah satu saluran distribusi utama. Lokasi yang mudah diakses oleh berbagai segmen konsumen ini tentunya memberikan keuntungan dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, Perusahaan juga aktif menjalin kemitraan dengan merek kue dan roti ternama. Kemitraan ini diharapkan dapat meningkatkan visibilitas merek dan memperluas jaringan distribusi. Namun, perlu diperhatikan bahwa ketergantungan pada mitra bisnis dapat menimbulkan risiko tertentu, seperti persaingan yang tidak sehat atau perubahan kebijakan kemitraan.

UMKM Riva *Cake & Bakery* telah memanfaatkan media sosial, sebagai sarana promosi. Meskipun demikian, aktivitas pemasaran digital yang dilakukan masih belum optimal. Keterbatasan waktu dan tenaga menjadi kendala utama dalam pengelolaan akun media social. Padahal, pemasaran digital memiliki potensi yang besar untuk menjangkau potensi yang besar untuk menjangkau target konsumen yang lebih luas dan membangun engagement yang kuat. Perusahaan perlu mengalokasikan sumber daya yang lebih memadai untuk pengembangan strategi pemasaran digital yang komprehensif.

KESIMPULAN

UMKM Riva *Cake & Bakery* memiliki potensi besar untuk semakin berkembang dengan kualitas produk yang memang sudah baik. Namun, pengelolaan bisnisnya masih perlu ditingkatkan, terutama dalam hal sumber daya manusia, keuangan, dan pemasaran.

1. Manajemen Sumber Daya Manusia: perlu adanya sistem rekrutmen dan pelatihan yang lebih formal.
2. Manajemen Keuangan: perlu perbaikan dalam pencatatan.
3. Manajemen Pemasaran: perlu optimalisasi pemasaran digital dan integrasi strategi pemasaran yang lebih baik.

Untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan, *Riva Cake & Bakery* disarankan untuk membangun system manajemen yang lebih terstruktur, mengoptimalkan penggunaan teknologi, serta memperkuat branding dan pemasaran. Dengan berbagai perbaikan tersebut, *Riva Cake & Bakery* dapat meningkatkan efisiensi, profitabilitas, dan daya saing di pasar.

REFERENSI

- Endrawati, T., Safarudin, M. S., Windreis, C., Mulyadi, A. R., Zahruddin, A., & Yusnanto, T. (2023). Pelatihan Manajemen Bisnis dan Pemasaran Online bagi UMKM di Berbagai Provinsi. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 4501-4512.
- Falih, M. S. A, Rizqi, R. M. and Ananda, N. A. (2019) 'Pengelolaan Keuangan Dan Pengembangan Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Kasus Pada Umkm Madu Hutan Lestari Sumbawa)', *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1). doi: 10.37673/jmb.v2i1.302.
- Hasan, S., Diwyarthi, N. D. M. S., Nugroho, H., Muniarty, P., Amruddin, Santoso, A., Sarjana, S., Afandi, A., Sari, Y. P., Tarigan, B. A., & Solehudin, N. (2022). *Pengantar Manajemen*. Padang: Get Press.
- Ismail, J. K., Nugroho, H., Indriana, I. H., Hendrayady, A., Sarjana, S., Purnamasari, M. S., Syamsiyah, N., Yahya, Supriatna, A., Sudirman, A., Riati, Lestari, D. S., Yuzalmi, N., & Kraugusteeliana. (2022). *Pengantar Manajemen*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Kasmir (2017) *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo.

- Kemenristekdikti (2019) 'Peraturan menteri riset, teknologi, dan pendidikan tinggi Republik Indonesia nomor 24 tahun 2019 tentang manajemen inovasi perguruan tinggi', 2019, pp. 1–11.
- Kotler dan Keller. (2012), *Manajemen Pemasaran, Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Masram., Muah. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia Profesional*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Niar, H., Sudirman, A., Yuniningsih, T., Febrianti, E., Saluy, A. B., Nobelson, Pohan, V. Y., Mardiatmi, A. B. D., Rochaendi, E., Pramono, S., Sumarsih, Sarjana, S., Roekminiati, S., Asnah, Ali, S., Herawati, A. R., Keke, Y., Lestari, D. S., Jufri, M. T., & Handayani, H. (2022). *Dasar-Dasar Manajemen: Suatu Pengantar*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Otoritas Jasa Keuangan, goto, F. (2021) '*Buku Pintar Finansial: Pengelolaan Keuangan Untuk UMKM*'. Jakarta: Tirta Segara.
- Sarjana, S., Susandini, A., Azmi, Z., Ratnasari, K., Luhgianto, Noviany, H., & Setyowati, L. (2022). *Manajemen UMKM (Konsep dan Stratregi di Era Digital)*. Aureka Media Aksara.
- Sulastri, L. (2016). *Manajemen Usaha Kecil Menengah*. LGM - LaGood's Publishing.
- Yanuar, D. (2016) 'Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau dari Aspek Pasar, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan pada UMKM Makanan Khas Bangka di Kota Pangkalpinang', *Jurnal E-KOMBIS*, II(1), p. 41.