

ANALISIS HAMBATAN PRODUKSI DAN TRANSFORMASI PEMASARAN DIGITAL DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UMKM DU' ANAK KASENGAN MANDING SUMENEP

Isyanto¹, Samsul Arifin², Khiorul Fatah³, Lailatul Maulida⁴, Putri Ulandari⁵,
Rahmad Hariyanto Akbar⁶, Raihan Ijlal Atallah⁷, Ahmad Muhammad⁸

¹⁻⁸Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wiraraja

*isyanto@wiraraja.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis risiko operasional yang terjadi pada proses produksi di UMKM Du' Anak, khususnya pada tahapan pengeringan produk, serta mengkaji solusi yang dapat diterapkan untuk mengatasi kendala tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara mendalam kepada pemilik usaha, karyawan, dan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pengeringan produk mengalami hambatan akibat faktor cuaca yang tidak menentu, pencatatan keuangan yang tidak teratur, serta pemasaran yang masih mengandalkan metode tradisional word of mouth tanpa pemanfaatan media digital. Solusi yang diusulkan meliputi penggunaan oven untuk pengeringan yang lebih optimal, penerapan pencatatan keuangan sederhana yang sistematis, serta pemanfaatan media sosial dan marketplace sebagai kanal pemasaran digital. Implementasi solusi tersebut diharapkan dapat meningkatkan kualitas produk, efisiensi operasional, dan daya saing UMKM Du' Anak di era digital dan pasca pandemi COVID-19. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi pelaku UMKM dalam mengelola risiko operasional secara efektif demi keberlanjutan usaha.

Kata Kunci : *UMKM, Pencatatan Keuangan, Pemasaran Digital, Risiko Operasional*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia yang memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional serta penyerapan tenaga kerja. Hingga saat ini, jumlah UMKM di Indonesia mencapai lebih dari 64 juta unit usaha yang berkontribusi sekitar 61% terhadap PDB dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional. Peran strategis UMKM ini menjadikannya sebagai pilar utama dalam mendorong pemerataan ekonomi dan pengentasan kemiskinan di Indonesia. Namun demikian, UMKM menghadapi berbagai tantangan yang menghambat kemampuan mereka untuk naik kelas dan berdaya saing di pasar yang semakin kompetitif, khususnya dalam era digital dan globalisasi.

Kendala utama yang dihadapi UMKM meliputi keterbatasan akses modal, kurangnya pengetahuan dan kemampuan manajerial, rendahnya tingkat digitalisasi, serta hambatan dalam memperluas pasar dan memenuhi standar produk. Selain itu, pelaporan keuangan yang belum optimal juga menjadi

kendala dalam mendapatkan akses pembiayaan formal. Dalam konteks pengembangan UMKM, transformasi digital dan peningkatan kapasitas kewirausahaan menjadi fokus utama. Digitalisasi UMKM, seperti pemanfaatan platform Google My Business dan pemasaran digital, menjadi salah satu strategi penting untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional.

Pendampingan melalui pelatihan kewirausahaan, analisis SWOT, dan penerapan model bisnis seperti Business Model Canvas juga menjadi bagian dari upaya pemberdayaan UMKM agar mampu bersaing dan naik kelas secara berkelanjutan, peran berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, perguruan tinggi, dan sektor swasta, sangat krusial dalam memberikan dukungan teknis, pembiayaan, serta kebijakan yang kondusif. Perguruan tinggi, misalnya, berkontribusi melalui technopreneurship dan inkubasi bisnis yang membantu UMKM mengadopsi inovasi teknologi dan meningkatkan daya saing produk. Kebijakan pemerintah yang mempermudah akses permodalan, seperti

Kredit Usaha Rakyat (KUR), serta penyederhanaan regulasi juga menjadi faktor penting dalam pengembangan UMKM di Indonesia

Dengan memperkuat sinergi antara pelaku UMKM dan berbagai pemangku kepentingan serta mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital, UMKM di Indonesia memiliki potensi besar untuk tumbuh dan berkontribusi lebih optimal bagi perekonomian nasional, khususnya dalam menghadapi tantangan global dan dinamika ekonomi yang terus berubah. Produksi merupakan salah satu aspek terpenting dalam kegiatan ekonomi, baik di sektor industri, pertanian, maupun jasa. Tujuan utama dari proses produksi adalah untuk menciptakan nilai tambah dengan mengolah input menjadi output yang bernilai jual dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Namun dalam pelaksanaannya, kegiatan produksi seringkali menghadapi berbagai hambatan yang dapat mengganggu kelancaran dan efisiensi operasional.

Hambatan produksi dapat bersifat internal maupun eksternal dan mencakup berbagai aspek seperti ketersediaan bahan baku, tenaga kerja, teknologi, dan modal. Menurut Wibowo dan Anindita (2020), hambatan produksi adalah segala bentuk kendala atau gangguan yang menyebabkan turunnya produktivitas, terganggunya proses operasional, atau meningkatnya biaya produksi secara signifikan. Hambatan ini dapat bersumber dari faktor internal perusahaan seperti kurangnya keterampilan tenaga kerja atau kerusakan mesin, maupun faktor eksternal seperti fluktuasi harga bahan baku, kebijakan pemerintah, hingga bencana alam.

Dalam konteks industri kecil dan menengah (IKM), hambatan produksi cenderung lebih kompleks karena keterbatasan sumber daya dan akses terhadap teknologi. Penelitian yang dilakukan oleh Siregar, et al. (2021) menunjukkan bahwa 72% pelaku IKM mengalami gangguan produksi akibat keterlambatan pasokan bahan baku dan kurangnya pengetahuan teknis dalam mengoperasikan mesin modern. Hal ini

diperparah oleh minimnya akses terhadap pembiayaan dan pelatihan yang memadai.

Selain itu, pandemi COVID-19 juga turut memperburuk hambatan produksi di berbagai sektor. Studi oleh Putri dan Nugroho (2022) menyebutkan bahwa gangguan logistik, pembatasan mobilitas, serta ketidakpastian pasar telah menyebabkan banyak usaha mengalami penurunan kapasitas produksi secara drastis, bahkan hingga harus menghentikan operasional sementara.

UMKM Du' Anak merupakan sebuah usaha dagang yang bergerak di bidang produksi makanan olahan dengan enam tahapan operasional utama, yaitu: pertama, pembuatan adonan; kedua, proses memasak; ketiga, pemotongan produk; keempat, pengeringan; kelima, penggorengan; dan keenam, pengemasan. Dari keenam tahapan tersebut, proses pengeringan menjadi salah satu tahap yang paling krusial dan sekaligus paling berisiko karena sangat dipengaruhi oleh faktor cuaca yang sulit diramalkan. Kelembaban tinggi dan suhu yang tidak menentu dapat menyebabkan proses pengeringan menjadi tidak optimal, sehingga produk menjadi kurang kering atau bahkan berisiko mengalami kerusakan seperti pembusukan dan penurunan kualitas.

Selain tantangan teknis dalam proses produksi, UMKM Du' Anak juga menghadapi permasalahan penurunan penjualan yang signifikan pasca pandemi COVID-19. Data terbaru menunjukkan bahwa sektor kuliner mengalami penurunan penjualan rata-rata sekitar 20-30% selama dan setelah pandemi, akibat perubahan pola konsumsi masyarakat, pembatasan sosial, dan ketidakpastian ekonomi. Kondisi ini menambah beban risiko operasional yang harus dihadapi oleh UMKM Du' Anak dalam menjaga kelangsungan bisnisnya.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis risiko operasional pada proses pengeringan di UMKM Du' Anak dan mencari solusi yang tepat untuk mengatasi kendala tersebut, sehingga kualitas produk dan kinerja bisnis dapat terjaga dengan baik. Berdasarkan latar belakang tersebut, penting untuk

mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang menjadi hambatan dalam proses produksi agar dapat dicarikan solusi yang tepat guna meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan daya saing usaha.

METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk memahami secara mendalam risiko operasional yang terjadi pada proses produksi di UMKM Du' Anak, Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggali informasi kontekstual dan subjektif dari pelaku usaha serta pihak terkait, sehingga memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai fenomena yang diteliti, Peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap proses operasional, Wawancara dilakukan secara mendalam (in-depth interview) untuk memperoleh informasi detail dan perspektif dari berbagai pihak yang terlibat dalam proses produksi dan pemasaran.

Pengumpulan informasi didapatkan melalui informan kunci yaitu pemilik UMKM Du' Anak, informan utama karyawan, dan informan pendukung yaitu konsumen, teknik analisis data yang digunakan adalah triangulasi sumber, triangulasi metode, dan triangulasi waktu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada UMKM Du' Anak terdapat beberapa temuan utama yang mengindikasikan adanya risiko operasional dan kendala dalam pengelolaan usaha yang berdampak pada kinerja produksi dan pemasaran. Pertama, proses pengeringan produk menjadi salah satu tahapan yang paling rentan terhadap gangguan, terutama disebabkan oleh faktor cuaca yang buruk dan sulit diprediksi. Kondisi ini termasuk dalam kategori risiko keuangan yang dapat mengganggu keberlangsungan usaha apabila tidak segera diperbaiki.

Pendekatan pemasaran yang terbatas ini menyebabkan jangkauan pasar menjadi sempit dan kurang relevan dengan perkembangan teknologi dan perilaku

konsumen saat ini yang semakin mengarah pada penggunaan platform digital. Akibatnya, potensi peningkatan penjualan dan perluasan pasar menjadi terbatas, terutama di era pasca pandemi COVID-19 yang menuntut adaptasi digital dalam bisnis. Temuan-temuan ini menunjukkan bahwa risiko operasional dan manajemen usaha yang terjadi di UMKM Du' Anak tidak hanya berasal dari faktor teknis produksi, tetapi juga dari aspek keuangan dan pemasaran. Oleh karena itu, diperlukan upaya terpadu untuk mengelola risiko tersebut secara efektif agar dapat meningkatkan kualitas produk, efisiensi operasional, dan daya saing usaha di pasar yang semakin kompetitif.

1. Masalah Pengeringan Produk dan Solusi Penggunaan Oven

Hambatan yang terjadi di UMKM Du' Anak pada proses pengeringan produk akibat faktor cuaca yang buruk dan sulit diprediksi. Kondisi cuaca seperti kelembaban tinggi dan hujan yang tidak menentu menghambat proses pengeringan secara alami, sehingga produk tidak mencapai tingkat kekeringan yang optimal. Hal ini berpotensi menurunkan kualitas produk dan memperpendek masa simpan, yang pada akhirnya dapat mengganggu kepuasan konsumen dan keberlanjutan usaha. Untuk mengatasi permasalahan ini, solusi yang dapat diterapkan adalah penggunaan sistem pengeringan dengan oven.

Pengeringan menggunakan oven memungkinkan proses pengeringan berlangsung secara lebih konsisten dan maksimal, tanpa tergantung pada kondisi cuaca luar. UMKM Du' Anak dapat mengurangi ketergantungan pada faktor eksternal yang tidak dapat dikendalikan, seperti cuaca, sehingga risiko kerusakan produk akibat pengeringan yang tidak sempurna dapat diminimalisir. Selain itu, penggunaan oven juga dapat meningkatkan efisiensi proses produksi karena waktu pengeringan menjadi lebih singkat dan terukur. Du' Anak untuk meningkatkan kapasitas produksi dan menjaga konsistensi kualitas produk, yang pada akhirnya dapat memperkuat posisi usaha di pasar.

2. Pencatatan Keuangan yang Tidak Teratur dan Solusinya

UMKM Du' Anak, yang menyebabkan kesulitan dalam mengelola arus kas, menghitung biaya produksi, dan mengevaluasi kinerja usaha secara menyeluruh. Menurut Mulyadi (2016) pencatatan keuangan yang baik berfungsi untuk mengontrol arus kas, memastikan likuiditas, dan memberikan gambaran jelas mengenai kinerja keuangan usaha. Selain itu, penerapan pencatatan keuangan sederhana juga mendukung UMKM dalam memenuhi kewajiban perpajakan sesuai dengan Pasal 29 Undang-Undang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (UU KUP), sehingga usaha dapat berjalan secara legal dan teratur (Jurnal Media Akademik, 2024).

Pencatatan yang teratur dan sederhana ini juga dapat meningkatkan efisiensi operasional dan membuka akses ke pendanaan eksternal, karena laporan keuangan yang jelas menjadi salah satu syarat penting dalam pengajuan modal atau kredit usaha. Dengan demikian, penerapan pencatatan keuangan sederhana yang mencakup modal, HPP, BEP, pengeluaran, dan pendapatan sangat penting untuk meningkatkan pengelolaan keuangan UMKM. Du' Anak, mengurangi risiko keuangan, dan mendukung keberlanjutan usaha.

3. Pemasaran yang masih menggunakan sistem tradisional dan Solusi untuk transformasi pemasaran digital

Temuan penelitian menunjukkan bahwa UMKM Du' Anak masih mengandalkan metode pemasaran tradisional berupa word of mouth (mulut ke mulut) yang memiliki keterbatasan dalam menjangkau pasar yang lebih luas dan beragam. Dalam era digital saat ini, strategi pemasaran yang hanya mengandalkan cara tradisional tersebut kurang relevan dan berpotensi menghambat pertumbuhan usaha.

Solusi yang tepat untuk mengatasi permasalahan ini adalah dengan memanfaatkan platform media sosial populer seperti TikTok, Instagram, dan WhatsApp, serta melakukan pemasaran melalui marketplace digital. Penggunaan media sosial

memungkinkan UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan interaksi dengan konsumen, dan mempromosikan produk secara lebih efektif dan efisien.

Data terbaru menunjukkan bahwa Indonesia memiliki sekitar 143 juta pengguna aktif media sosial pada awal 2025, yang setara dengan 50,2% dari total populasi (sekitar 285 juta jiwa) (We Are Social, 2025). Platform yang paling banyak digunakan di Indonesia meliputi:

- WhatsApp sebagai aplikasi pesan instan paling populer, menjadi media komunikasi utama bagi jutaan pengguna di Indonesia (We Are Social, 2025)
- Instagram dengan 103 juta pengguna di Indonesia, menawarkan potensi besar untuk pemasaran visual produk melalui fitur foto, video, dan iklan berbayar (Databoks, 2025)
- TikTok yang memiliki 108 juta pengguna dewasa di Indonesia, menjadi platform favorit untuk konten video pendek yang viral dan efektif dalam menjangkau audiens muda (Databoks, 2025)

Selain media sosial, marketplace juga merupakan kanal penting untuk memperluas distribusi produk. Marketplace seperti Tokopedia, Shopee, dan Lazada memungkinkan pelaku usaha UMKM untuk menjual produk secara online dengan biaya relatif rendah dan akses ke pasar yang sangat luas.

Dengan memanfaatkan media sosial dan marketplace, UMKM dapat melakukan promosi digital yang lebih terarah dan interaktif, meningkatkan brand awareness, serta mempermudah konsumen dalam melakukan pembelian. Strategi ini juga memungkinkan pengumpulan data pelanggan yang berguna untuk pengembangan produk dan pemasaran di masa depan.

Secara teori, pemasaran digital merupakan bagian dari transformasi bisnis yang mengintegrasikan teknologi informasi untuk meningkatkan efektivitas pemasaran dan memperluas pasar (Kotler & Keller, 2016). Penggunaan media sosial dan marketplace merupakan strategi pemasaran

modern yang dapat meningkatkan daya saing usaha di era digital.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengidentifikasi beberapa risiko operasional utama yang dihadapi UMKM Du' Anak dalam menjalankan proses produksi dan pengelolaan usaha. Pertama, proses pengeringan produk sangat rentan terhadap gangguan akibat faktor cuaca yang buruk dan sulit diprediksi, sehingga berpotensi menurunkan kualitas produk. Solusi yang tepat adalah dengan menggunakan sistem pengeringan berbasis oven, yang mampu menjamin proses pengeringan lebih konsisten dan optimal tanpa tergantung kondisi cuaca.

Kedua, pencatatan keuangan di UMKM Du' Anak masih belum teratur dan sistematis, sehingga menyulitkan pengelolaan arus kas dan evaluasi kinerja usaha. Penerapan pencatatan keuangan sederhana yang mencakup modal, harga pokok produksi (HPP), break even point (BEP), pengeluaran, dan pendapatan sangat dianjurkan untuk meningkatkan transparansi dan pengelolaan keuangan yang lebih baik.

Ketiga, strategi pemasaran yang selama ini hanya mengandalkan metode tradisional word of mouth memiliki keterbatasan dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Pemanfaatan media sosial populer seperti TikTok, Instagram, dan WhatsApp, serta pemasaran melalui marketplace digital, dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan interaksi dengan konsumen, dan mendorong pertumbuhan penjualan secara signifikan.

Secara keseluruhan, penerapan solusi-solusi tersebut diharapkan dapat membantu UMKM Du' Anak mengelola risiko operasional secara lebih efektif, meningkatkan kualitas produk, memperbaiki manajemen keuangan, dan mengoptimalkan pemasaran di era digital. Dengan demikian, UMKM Du' Anak dapat mempertahankan daya saing dan keberlanjutan usaha di tengah tantangan bisnis pasca pandemi COVID-19.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Isyanto, S.Pd., M.Pd., selaku dosen pembimbing lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan selama pelaksanaan penelitian ini. Kesabaran dan dedikasi Bapak sangat membantu saya dalam menghadapi berbagai tantangan di lapangan hingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis juga menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada Ibu Suyono dan Bapak Sarif, pemilik UMKM Du' Anak, atas kesediaan dan kerjasama yang diberikan selama proses penelitian. Bantuan, waktu, serta informasi yang Ibu dan Bapak berikan sangat berarti dan menjadi sumber data yang sangat berharga bagi kelancaran penelitian ini. Semoga segala kebaikan dan dukungan yang telah diberikan mendapat balasan yang berlimpah dari Tuhan Yang Maha Esa.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung. (2020). Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman Terhambat Selama Pandemi Corona. *Kontan.co.id*.
- Akbar, R., & Nugrahini, D. S. (2021). Analisis Manajemen Risiko dalam Operasional Usaha Roti Bakar 77. *JOIPAD: Journal of Islamic Philanthropy and Disaster*, 2.
- Amelia, M. N., Prasetyo, Y. E., & Maharani, I. (2017). Analisis Risiko Operasional pada UMKM Kerupuk Bu Mitro. *AKSARA: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 8(2), 1516-1522.
- Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM). (2023). *Kajian Sektor Formal Investasi UMKM Memperkuat Pilar Ekonomi Nasional* [PDF].
- Budiarto, R., Putero, S. H., Suyatna, H., & Astuti, P. (2021). *Pengembangan UMKM: Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis*. UGM Press.

- Databoks. (2025). *Daftar Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 2025*.
- Jurnal Media Akademik. (2024). Penerapan Pencatatan Keuangan Sederhana pada UMKM Elf's Cake. *Jurnal Media Akademik*, 2(7).
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2023). Pentingnya Pembukuan Keuangan untuk UMKM.
- Kementerian Negara Perencanaan Pembangunan Nasional/BAPPENAS. (2015). *Laporan Akhir Penyiapan Rancangan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2015-2019 Bidang UMKM dan Koperasi*
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Mulyadi. (2016). *Sistem Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Putri, S. A., & Nugroho, R. A. (2022). Dampak Pandemi terhadap Rantai Pasok dan Produksi UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 24(2), 145–158. <https://doi.org/10.9744/jmk.24.2.145-158>
- Rofiqoh, I., Zulhawati, A. D., Buchdadi, A. D., & Gurendrawati, E. (2023). *UMKM Naik Kelas (Pemberdayaan Ekonomi Skala Mikro)*. Pustaka Pelajar.
- RRI. (2025). *Pengguna Media Sosial Dunia 2025 Tembus Lima Miliar*.
- Siregar, F., Hidayat, M., & Lestari, N. (2021). Analisis Faktor Produksi dan Hambatan Operasional pada Industri Kecil Menengah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 36(1), 75–89. <https://doi.org/10.22146/jebi.62093>
- We Are Social & Hootsuite. (2025). *Digital 2025 Global Overview Report*.
- Wibowo, A., & Anindita, D. (2020). *Manajemen Produksi dan Operasi: Teori dan Praktik*. Jakarta: Kencana Prenada Media.