

Pengembangan Usaha Mikro Makanan Olahan dengan Pendekatan Pengelolaan Keuangan, Produksi, dan Pemasaran Syariah

DOI : 10.30595/jhes.v8i2.28946

Encep Saepudin¹, Darodjat²

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Puwokerto: Email: encep.1972@gmail.com; darodjatjt@gmail.com

Abstrak

Pelaku usaha mikro dan kecil di Banyumas umumnya menekuni bidang kuliner dan makanan, namun kontribusinya terhadap perekonomian daerah belum berdampak besar karena terhambat sejumlah persoalan pada pengelolaan keuangan, produksi, dan pemasaran yang Islami. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui hubungan pengelolaan keuangan, proses produksi, dan pemasaran usaha mikro dan kecil produk makanan olahan berdasarkan prinsip syariah terhadap pengembangan usahanya dan bagaimana peluang dan tantangan kemitraan usaha mikro dan kecil usaha mikro dan kecil produk makanan olahan bersama pemerintah dan instansi swasta dalam mengembangkan usahanya. Temuan penelitian ini adalah permasalahan usaha mikro makanan olahan, yaitu keterbatasan modal, belum mencatat pendapatan dan pengeluaran, belum menjaga kualitas dan kuantitas produk, serta masih terbatas pemasarannya. Permasalahan ini menyebabkannya kesulitan mengembangkan usahanya. Peluang kemitraan dengan pemerintah dan badan usaha nasional pun masih terhambat pada belum semua usaha mikro bergabung pada perhimpunan usaha mikro. Hal ini menjadi tantangan sendiri agar semua usaha mikro bergabung pada perhimpunan tersebut sehingga dapat meningkatkan kuantitas dan kualitas produknya dan berkinerja tinggi.

Kata-kata kunci : Usaha Mikro, Makanan Olahan, Keuangan, Produksi, Pemasaran,

Abstract

Micro and small business entrepreneurs in Banyumas generally engage in the culinary and food sector, but their contribution to the regional economy has not had a significant impact due to a number of issues in financial management, production, and Islamic marketing. The purpose of this study is to determine the relationship between financial management, production processes, and marketing of micro and small processed food businesses based on sharia principles and their business development, as well as the opportunities and challenges of partnerships between micro and small processed food businesses and the government and private institutions in developing their businesses. The findings of this study are the problems faced by micro processed food businesses, namely limited capital, not recording income and expenditure, not maintaining product quality and quantity, and

limited marketing. These problems make it difficult for them to develop their businesses. Opportunities for partnerships with the government and national business entities are also hampered by the fact that not all micro businesses have joined micro business associations. This poses a challenge in itself, as all micro businesses need to join these associations in order to improve the quantity and quality of their products and achieve high performance

Keywords: Microbusinesses, Processed Foods, Finance, Production, Marketing

Pendahuluan

Usaha mikro dan kecil (UMK) mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu daerah dan mewujudkan stabilitas nasional karena membuka lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat (Mumtahanah, *et al.*, 2023). Keberadaannya perlu terus ditingkatkan secara kuantitas dan kualitas melalui pemberdayaannya, kemudahan akses sumber modal, serta pemasaran (Irawan, 2020). Kabupaten Banyumas memiliki 91.251 unit usaha mikro, 22 unit usaha kecil, dan 50 unit usaha menengah (Rachmat & Imam, 2025). Sebanyak 30% atau setara 27 ribu unit bergerak dibidang kuliner, yaitu jasa makanan dan minuman (Prabowo, 2024). Kehadirannya menggerakkan kegiatan ekonomi daerah karena bidang usahanya memanfaatkan sumberdaya alam (SDA) dan padat karya, terutama pada pertanian, peternakan, perkebunan, perikanan, dan usaha rumah makan sehingga membentuk peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) (Sajiwo *et al.*, 2023). Pelaku usahanya berasal dari berbagai kalangan dan lintas usia, yang kini juga melibatkan pelajar dan mahasiswa dengan memproduksi dan memasarkan produk kuliner, kerajinan tangan, dan fashion.

Kontribusinya terhadap perekonomian daerah belum berdampak pada pengembangan skala usahanya yang tetap saja sulit naik kelas dari usaha mikro menjadi usaha kecil dan selanjutnya karena terkendala sejumlah masalah dalam manajemen (Saepudin & Mukarromah, 2022). Penerapan manajemen merupakan tantangan paling umum dihadapi UMKM karena keterbatasan pengetahuan dan keterampilannya sehingga operasional usahanya masih menerapkan manajemen konvensional ditengah kemajuan teknologi yang sangat pesat (Putri *et al.*, 2025). Permasalahan yang dihadapi usaha mikro dan kecil di Banyumas, di antaranya adalah pelaku usaha belum memahami pengelolaan keuangan (Saepudin & Mukarromah, 2022), belum memahami standar prosedur higienis karena pengetahuan tentang keamanan pangan dan higienitas dalam produk terbatas (Latifasari; Faizah; Kurniawati, 2023), kualitas produksi yang rendah dan tidak tahan lama sehingga membatasi jangkauan pasar yang luas (Pratama; Winanti; Susanto; Santos, 2023). Permasalahan dapat diselesaikan dengan cara mempertimbangkan karakteristik masing-masing daerah sehingga mampu mengembangkan usahanya, mendorong pemerataan, serta meningkatkan kesejahteraan usaha itu sendiri dan masyarakat (Putri *et al.*, 2025).

Pelaku UMKM umumnya belum menyusun laporan keuangan dengan memadai karena keterbatasan pengetahuannya dan sumberdaya manusia (SDM). Kegiatan pelaporan keuangannya sebatas pencatatan pendapatan dan pengeluaran, tanpa memperhitungkan harga pokok penjualan (HPP) sehingga perolehan labanya tidak akurat dan diragukan efisiensi biaya produksinya (Aidah et al., 2023). Permasalahan lainnya terletak pada kemampuan produksi dan pemasarannya yang umumnya juga masih terkendala pada kompetensi SDM-nya dan kemampuan berinovasi minim. Padahal keduanya ini merupakan prasyarat yang dibutuhkannya dalam menghadapi persaingan bisnis yang makin ketat (Bagis et al., 2024). Selain itu kepeduliannya pada proses produksi halal pun masih minim karena belum mengetahui dan mendapatkan penyuluhan tentang program sertifikasi halal yang sudah dicanangkan pemerintah (Pamungkas et al., 2023).

Berbagai upaya peningkatan skala usahanya sudah seringkali dilakukan dan tetap saja belum menyelesaikan permasalahan tersebut (Saepudin & Utami, 2023). Hal ini disebabkan jumlah pelaksanaan pelatihannya terbatas, sedangkan jumlah usaha mikro dan kecil banyak dan terus bertambah (Afifah; Pamungkas; Istianah; & Mulyanto, 2023). Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menjelaskan hubungan pengelolaan keuangan, proses produksi, dan pemasaran usaha mikro dan kecil produk makanan olahan berdasarkan prinsip syariah terhadap pengembangan usahanya dan bagaimana peluang dan tantangan kemitraan usaha mikro dan kecil usaha mikro dan kecil produk makanan olahan bersama pemerintah dan instansi swasta dalam mengembangkan usahanya.

Metode

Riset ini menggunakan penelitian analisis normatif, dimana akan berfokus pada analisis penyelesaian sengketa litigasi yang didaftarkan tertara nomor 4/Pdt.G.S/2024/PA.Badg dan penyelesaian non litigasi pada permasalahan mediasi diluar pengadilan, dimana perkara yang uraikan dicari atas permasalahan yang ada di lapangan. Analisis ini dilakukan untuk membandingkan antara kedua penyelesaian tersebut untuk dicari perbedaan. Pengumpulan data didapatkan pada sumber-sumber studi pustaka seperti jurnal, buku, dan putusan pengadilan 4/Pdt.G.S/2024/PA.Badg untuk bahas analisis dan menguatkan argument penulis dalam menganalisis.

Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan naratif. Peneliti mendeskripsikan kehidupan pelaku usaha mikro hasil produk olahan yang tergabung dalam Bakulmu dan mengumpulkan pengalaman dan pernyataannya yang berkaitan dengan tema penelitian. Untuk memudahkan penelitian, maka ditetapkan pelaku UMKM di Kecamatan Ajibarang menjadi objek penelitiannya, terutama yang tergabung dalam komunitas Bakulmu. Alasannya karena kecamatan ini menempati posisi kedua dalam populasi UMKM terbanyak di Banyumas, yaitu sebanyak 5.523 usaha mikro dan 39 usaha kecil (Setiyono, *et al.*, 2023). Dalam

melakukan wawancara pada informan, peneliti melakukan observasi ke beberapa titik lokasi pelaku usaha mikro. Dalam observasi ditemukan informasi yang memperkaya pertanyaan tertutup yang sudah disusun berdasarkan variabel penelitian. Kemudian mengompilasi hasil observasi dan daftar pertanyaan sehingga menghimpun sebuah kesimpulan.

Adapun metodenya dengan cara melakukan survei dengan mengunjungi lokasi paling ramai dari aktivitasnya di Kecamatan Ajibarang. Adapun pilihan lokasinya adalah usaha mikro makanan olahan yang berada di sisi jalan sepanjang jalan utama nasional dan provinsi, serta kondisi rumah dan warung usahanya. Wawancara bersama beberapa pelaku usaha yang tergabung dalam komunitas Bakulmu dan studi pustaka berupa peraturan pemerintah untuk saling memperkuat fakta dan data yang diperoleh, Guna mempertajam jawaban dari temuan metode tersebut dengan cara menyusun indikator meliputi sejumlah aspek, yaitu manajemen keuangan syariah, manajemen produksi syariah, manajemen pemasaran syariah, serta pengembangan usaha. Tahapan analisis datanya bermula dari mereduksi semua data hasil wawancara bersama tiga informan dan observasi usaha mikro produk makanan olahan di beberapa lokasi di Kecamatan Ajibarang. Pereduksiannya dengan cara memilih pernyataan-pernyataan informan dan situasi lapangan berdasarkan rumusan masalah. Berdasarkan pereduksian tersebut akan menyajikan sekumpulan informasi tentang upaya usaha mikro makanan olahan dalam mengembangkan usahanya berdasarkan manajemen keuangan, produksi, dan pemasaran syariah sehingga dapat ditarik sebuah kesimpulan untuk menjawab dari tujuan penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Guna mengembangkan usaha mikro makanan olahan dengan pendekatan pengelolaan keuangan, produksi, dan pemasaran syariah, Majelis Ekonomi Bisnis Pariwisata Pimpinan Cabang Muhammadiyah (MEBP PCM) Ajibarang turut berkontribusi dengan menghimpun dan melakukan pembinaan terhadap usaha mikro kecil dalam kelompok Bakulmu. Jumlah usaha mikro kecil yang berhimpun sebanyak 80 unit. Modal usaha mikro yang mayoritas bergerak di bidang makanan olahan kisaran Rp.500 ribu – Rp. 2 juta per unitnya. Majelis menginventarisasi permasalahan usaha mikro yang menjadi mitranya seputar keuangan, produksi, dan pemasaran. Dalam hal keuangan, pelaku usaha masih memiliki modal terbatas dan hanya mengandalkan perputaran usaha. Mayoritas belum tersentuh lembaga keuangan dan koperasi karena berbagai alasan.

Permasalahan produknya adalah produk belum tahan lama, pengepakan, sarana dan prasarana serba terbatas dan sederhana. Cita rasa produknya sering berubah-ubah dan tampilannya sederhana karena belum tersentuh inovasi dan kreativitas. Beberapa jenis produknya hanya diproduksi pada hari raya Idul Fitri atau momen tertentu, di antaranya saat pesta pernikahan dan sunatan. Makanan

olahan merupakan salah satu turunan dari bidang usaha makanan dan minuman. Makanan olahan ini merupakan makanan apa pun yang telah melalui bentuk perubahan, seperti fermentasi, pengeringan, dan pengalengan dengan bahan tambahan sehingga menjadi pola makan yang lengkap. Beberapa jenis makanan olahan yang diperdagangkan di kawasan ini di antaranya *fried chicken*, burger, bakso, mie ayam, soto ayam dan daging, aneka susu, roti, kue jajanan pasar, jajanan khas Banyumasan, kue kering, dan sebagainya.

Berdasarkan observasi pada sejumlah pelaku usaha yang ditemui sekitar jalan utama Ajibarang itu diketahui permasalahannya memiliki kemiripan masalah di tempat lain, di antaranya adalah belum menyusun laporan keuangan secara tertulis, keterbatasan modal, proses meracik masih mengandalkan perasaan dalam operasionalnya, kapasitas produksi terbatas, mutu belum terjaga, pemasaran mengandalkan pelanggan dekat rumah pelaku usahanya, dan keterbatasan akses informasi pelatihan. Mayoritas pelaku usaha tidak membedakan uang belanja keluarga dan hasil usaha sehingga seringkali mengambil uang hasil penjualan untuk kepentingan belanja keluarga.

Tabel 1. Temuan Wawancara Bersama Informan

Variabel Pertanyaan	Kesimpulan Jawaban Informan		
	1	2	3
Manajemen Keuangan Syariah	Tidak ada rencana keuangan dan modal tergantung pendapatan hari ini. Tidak ada Batasan uang hasil usaha dan uang kebutuhan keluarga. Tidak ada kejelasan besaran laba atau profit yang diperoleh pada hari itu. Tidak ada gaji.	Belum semua punya rencana keuangan. Modal mengandalkan dari perputaran jual beli produk. Pelaku usaha meng-ambil uang untuk pemenuhan keluarga dari hasil berdagang. Besaran profit tidak jelas. Tidak ada batasan gaji bagi pelaku usaha.	Secara umum masih andalkan pengalamanan otodidak. Tidak ada catatan pendapatan dan pengeluaran usaha. Besaran laba atau profit tidak tercatat dengan baik. Mengabaikan gaji bagi pelaku usaha.
Manajemen Produksi Syariah	Kualitas tidak ter-jaga. Bahan baku mencari yang murah karena disesuaikan dengan besaran modal yang tersedia pada hari itu.	Kualitas produk rendah. Tidak ada standar produksi.	Kualitas tidak ter-jaga. Rasanya pun berubah-ubah
Manajemen Pemasaran Syariah	Hanya mengandal-kan pelanggan dekat rumah. Ada penam-pung produk makanan olahan buatan pelaku usaha mikro yang berlokasi di pasar induk Aji-barang.	Ada juga yang berjualan secara online	Masih banyak jualan di tempat, tetapi yang jualan online juga ada
Pengebangan Usaha	Secara umum belum ada gambaran usaha mikro	Usaha mikro sulit naik kelas menjadi usaha	Masih mengandalkan

mengembang-kan usahanya. Usahanya dari dulu sampai sekarang seperti yang sekarang kondisi dan kiner-janya.	kecil bila belum mengelola keuangan, produksi, dan pema-saran secara profes-i-onal.	tetangga dan lingkungan sekitar dan kadang memakai media, seperti WA dan medsos lainnya
--	---	---

Pelaku usaha mikro olahan di Ajibarang ini seringkali mengabaikan pengelolaan keuangan, di antaranya tidak membedakan uang untuk kebutuhan keluarga dan usaha. Pengambilan uang tanpa mencatat besaran nominalnya untuk pemenuhan keperluan keluarga atau usaha. Pengambilan ini menyebabkan ketidaktahuan pendapatan yang sebenarnya dari hasil penjualan pada hari itu dan besaran keuntungan yang diperoleh. Kebutuhan modal berbeda setiap harinya karena daya beli pelanggan sangat bergantung dari besaran gaji atau honor sebagai buruh serabutan. Pada umumnya biaya produksi yang harus dikeluarkan pada awal bulan, pertengahan, dan akhir bulan berbeda-beda. Biaya produksi di awal bulan lebih besar dari yang lainnya pelanggan sudah menerima gaji sehingga daya belinya pun meningkat. Sebaliknya pelanggan mulai mengurangi anggaran belanjanya pada setiap akhir bulan sehingga pelaku usaha pun mengurangi biaya produksinya. Termasuk saat bahan baku mengalami kenaikan harga yang direspon pelaku usaha dengan mengganti bahan baku yang lebih murah. Padahal pergantian ini membuat kualitas produk menjadi berkurang. Informasi yang berkaitan dengan transaksi-transaksi tersebut tidak terekam dalam pembukuan sederhana. Hal ini menyebabkan ketidaktahuannya secara rinci tentang anggaran tentang modal, biaya belanja bahan baku, belanja operasional, upah, biaya-biaya lainnya. Uang tunai yang tersedia tidak mencerminkan keadaan usaha yang sebenarnya, di antaranya besaran keuntungan.

Kelemahan ini menyebabkan seringkali usaha mikro makanan olahan ini menutup usahanya sementara waktu karena kehabisan modal. Permasalahan jangka pendek saja belum dapat terpenuhi dan terencana dengan baik sehingga sulit baginya untuk mengembangkan usahanya. Ketiadaan laporan keuangan sederhana menyebabkannya kesulitan menyusun evaluasi dan proyeksi usahanya. Sebab pelaku usaha mikro tidak mengetahui keuntungan yang diperoleh setiap periode tertentu, misalnya bulanan, yang menjadi dasar usaha memproyeksikan rencana usaha masa depannya. Ketidakmampuan pencatatan pembukuan karena latar belakang pendidikannya pun minim, mayoritas SD dan SMP. Hal ini memengaruhinya dalam mencatat penempatan pendapatan dan pengeluaran pada posisi yang seharusnya sehingga akan langsung diketahui laba atau rugi atas kegiatan usaha pada hari tersebut. Dalam mengelola usahanya pun tidak menjelaskan besaran gaji atau honor yang harus diterima pelaku usaha. Keuntungan yang diperoleh belum memperhitungkan biaya gaji pelaku usaha dan

juga honor yang diterima pegawainya bila melibatkan orang lain.

Permasalahan-permasalahan ini menyebabkan kinerja usaha dan produktivitasnya rendah. Pada gilirannya menyulitkannya untuk menetapkan proyeksi usaha masa datang sehingga menyebabkannya terjebak skala usahanya tidak naik kelas menjadi usaha kecil dan menengah, melainkan tetap menjadi usaha mikro. Atas permasalahan tersebut, para informan sepakat bahwa perlunya pelatihan pencatatan pembukuan sederhana bagi pelaku usaha mikro makanan olahan di Ajibarang. Pembukuaan ini akan mencatat segala transaksi pendapatan dan pengeluarannya keseharian sehingga akan diketahui kinerjanya selama periode tertentu, misalnya pekanan, bulanan, semester, dan tahun.

Informan 1 menyatakan bahwa anggotanya yang bergabung dalam Bakulmu belum memahami dan manfaat pembukuan bagi keberlanjutan usahanya. Pendapatan dan pengeluaran usahanya hanya terekam dalam ingatannya tanpa tercatat dengan baik pada sebuah buku. Guna mengatasinya melalui sinergi dengan pemerintah dan perguruan tinggi untuk menggelar pelatihan pembukuan bagi usaha mikro. Pelatihan ini meningkatkan kemampuannya dalam pengelolaan keuangan yang lebih tertata baik berdasarkan kaidah akuntansi yang sederhana. Sebagian usaha mikro sudah bergabung dalam komunitas seperti Bakulmu dan Aspikmas, dimana keduanya seringkali mengadakan kegiatan pendidikan dan pelatihan peningkatan keahlian bagi anggota, di antaranya pelatihan pengelolaan keuangan. Bergabungnya usaha mikro makanan olahan Ajibarang dalam komunitas membuka akses informasi pelatihan dan pendidikan sehingga diharapkan pengelolaan keuangannya menjadi lebih baik lagi di masa depannya.

Begitu pun dengan informan 2 menjelaskan bahwa mayoritas usaha mikro tidak mencatat pembelian bahan baku meski memiliki nota pembeliannya, tidak memasukan gaji atau honor atas pekerjaannya, serta tidak mencatat biaya transportasi dan biaya-biaya lain meski berkaitan dengan usahanya. Sebagai kawasan ekonomi dan persimpangan utama pergerakan manusia dan barang dari jalur Pantai Utara Jawa (Pantura) menuju Pantai Selatan Jawa atau sebaliknya, Ajibarang kaya aneka jenis makanan olahan, baik makanan tradisional maupun jajanan umumnya. Beberapa makanan olahan tradisional yang bisa ditemui di Ajibarang, di antaranya tempe mendoan, kempel dages, ranjem, getuk goreng, cimplung, ondol, gembus, klanting, nopia, sroto, bakso, mie ayam, ayam geprek, pecel ayam dan pecel lele, siomay, batagor, jajanan pasar, martabak, dan sebagainya. Adapun peralatan yang dipergunakan di antaranya *mixer*, kompor gas, cetakan, penggorengan, ulekan, dan saringan.

Umumnya makanan olahan paling banyak diujakan pelaku usaha mikro karena mudah membuatnya dan mudah memasarkannya. Proses produksinya terbilang mudah dan mempergunakan alat-alat yang sederhana dengan harga yang terjangkau. Terlebih lagi adalah di antaranya telah menjadikannya sebagai usaha

keluarga yang sudah dilakukan turun temurun. Untuk prosesnya dimulai dari pemilihan dan pembelian bahan baku yang disesuaikan dengan jenis makanan olahan yang diproduksinya. Beberapa jenis bahan baku yang seringkali dipergunakan dalam meracik makanan olahan, di antaranya gandum, tepung terigu, beras, kacang-kacangan, gula pasir, gula merah, penyedap rasa, susu sapi, coklat, mentega, daging sapi dan daging ayam, ikan segar, singkong, jagung, kentang, sayur mayur, buah-buahan, jamur, telur, madu, dan sebagainya.

Harga bahan baku relatif tidak stabil dan sewaktu-waktu bisa naik atau turun. Pelaku usaha mikro umumnya tidak menstok bahan baku karena tidak tahan lama pada beberapa jenis, volume pembeliannya terbatas untuk hari ini dan esok, dan keterbatasan modal. Dalam proses produksinya, dari olah observasi ditemukan, cita rasa seringkali berubah menjadi manis atau asin karena tidak ada standar bakunya. Penggunaan bumbu penyedap berdasarkan perasaan saja, tanpa bantuan timbangan. Pengakuan sejumlah pelaku usaha mikro terungkap kalau kadang perasaan hati sedang bahagia dan sedih berpengaruh pada cita rasa. Dikarenakan modal terbatas, maka volume produksi dan bahan baku yang dipergunakan cenderung memilih sesuai dengan kemampuan. Kualitas produknya kadang menjadi taruhan akibat pemilihan bahan baku berdasarkan kemampuan modal ini. Tidak ada standar kualitas produk dalam ukuran, lama proses pemasakan, racikan, dan rasa karena semuanya itu sesuai taksiran kebiasaan saja. Hal ini menyebabkan hasil produksinya mengabaikan mutunya. Seringkali mengiaskannya dengan harga sesuai kualitas produk. Berdasarkan hasil observasi pada beberapa titik sentra makanan olahan, mayoritas harganya semisal jajanan pasar sekitar Rp.1000 – 5.000 per butirnya, harga semisal mie bakso dan soto kisaran Rp.10.000 – 20.000 per porsi, harga aneka ayam olahan dan martabak kisaran Rp.10.000 – 25.000 per potong.

Ketiga informan menjelaskan bahwa pelaku usaha sebenarnya membutuhkan pelatihan, misalnya pelatihan produk halal, pelatihan produksi makanan olahan yang berstandar mutu terbaik, serta proses pengolahannya yang higienis. Kehadiran komunitas usaha mikro membantunya meningkatkan keterampilan dalam pemilihan dan pengolahan bahan baku sehingga model, tekstur, rasanya cenderung lebih baik dari sebelumnya. Informan 2 menyatakan bahwa umumnya pelaku usaha belum memperhatikan kualitas bahan baku dan volume produksinya. Usaha mikro memiliki kelemahan laten pada strategi pemasaran karena hanya fokus pada produksi tanpa memahami bagaimana memasarkannya. Selama ini, penjualannya memakai cara konvensional, yaitu memajang produknya di toko atau booth sambil berharap orang-orang yang lalu lalang mau berhenti untuk membeli produknya.

Pernyataan yang disampaikan informan memiliki kesamaan, yaitu model pemasarannya sangat bergantung dari usia dan latar belakang pendidikannya.

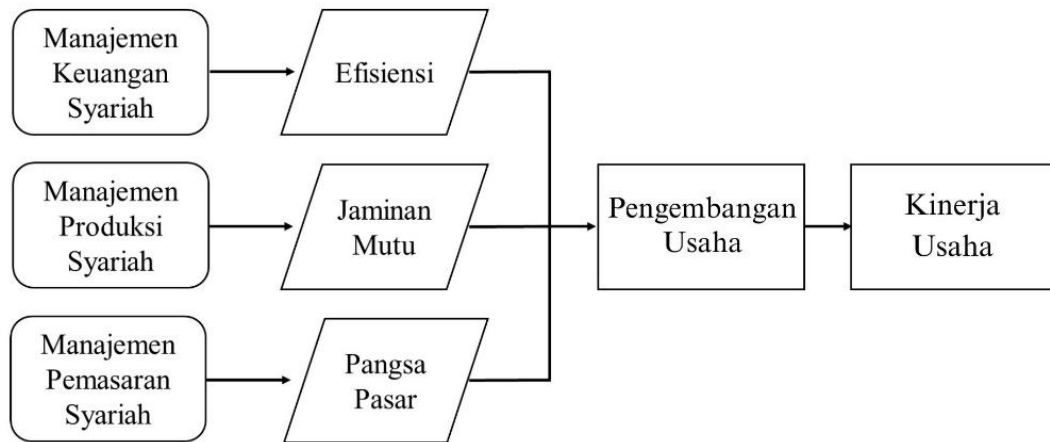
Mayoritas pelaku usaha berusia sudah paruh baya, kisaran 45-55 tahun, dan latar pendidikannya umumnya tamatan SD dan SMP. Bagi yang berusia paruh baya, model pemasarannya umumnya mengandalkan tetangga dan orang yang singgah saat melintasi jalan raya. Keterbatasan modal juga turut mengendalikan usaha mikro kurang menggarap pasar-pasar potensial yang jauh dari lokasi rumahnya.

Pelaku usaha yang berusia muda, latar pendidikannya SMP dan SMA. Terdapat pula beberapa orang menyandang gelar sarjana. Bagi pelaku usaha yang memiliki pendidikan formal sudah memadai akan lebih mudah dalam memahami pemasaran dan cenderung melakukan riset pasar sederhana. Setidaknya pelaku usaha akan mempertimbangkan segmen pasar untuk menjadi pasarnya, misalnya anak sekolah, pegawai kantor, ibu-ibu, atau orang yang sedang melintasi jalan. Mayoritas pelaku usaha tetap saja berjualan secara tradisional dan masih mengandalkan pelanggan seputar rumahnya, sebagian lagi mengandalkan penjualan media sosial, di antaranya *whatsapp*, *tik tok*, dan *shoope*. Ada juga yang memanfaatkan aplikasi *whatsapp* (WA) untuk mendapatkan pelanggannya dalam jarak tertentu. Pada umumnya, pelaku usaha hanya fokus pada produksi karena merasa menguasai keterampilan memproduksi makanan olahan tertentu. Sebagian di antaranya mengakui keterampilannya diperoleh secara turun temurun. Selanjutnya justru bingung atau tidak tahu produk untuk mencari atau menentukan calon pembeli utamanya. Terdapat pelaku usaha yang masih menjajakan usahanya dengan cara dari menemui pelanggan dari pintu ke pintu. Tentu saja mobilitasnya menyebabkan kelelahan karena dilakukan dengan berjalan kaki dengan jarak yang cukup jauh dari rumahnya.

Sejak dua tahun terakhir sudah masuk jasa layanan Goofood dan Grabfood sehingga Sebagian di antaranya sudah bergabung menjadi mitranya. Namun sebagian lagi belum bersedia bergabung karena menilai pola pembagian komisi lebih menguntungkan pihak jasa layanan online. Meski keberatan dengan skema pembagian komisinya tetap memilih bergabung dalam aplikasi tersebut, hanya saja tidak ikut sejumlah agenda promosinya. Pola pemasaran konvensional membuat perputaran penjualannya agak lambat dan area pemasarannya terbatas. Hal ini menyebabkan omset penjualannya pun rendah sehingga memengaruhi pada kinerjanya dengan. Atas permasalahan pemasaran yang diungkap para informan disepakati perlunya pelatihan strategi pemasaran bagi pelaku usaha makanan olahan dengan bermitra bersama instansi pemerintah dan swasta, serta organisasi keagamaan. Bakulmu, yang merupakan salah satu perkumpulan usaha mikro di Ajibarang, melakukan kerjasama dengan instansi lain menggelar pelatihan pemasaran secara online dengan cara mengoptimalkan Tik Tok dan Whatsapp untuk memperluas pemasarannya.

Dalam sebuah pelatihan, beberapa peserta yang berumur paruh baya mengalami kesulitan memanfaatkan aplikasi media sosial untuk mempromosikan

usahanya. Bahkan terdapat pula yang kurang percaya diri menampilkan diri dan produknya. Pelaku usaha yang masih muda umurnya dan berlatar pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) dan sarjana relatif lebih aktif untuk mencoba aplikasi yang disampaikan narasumber. Kelompok pelaku usaha bisa memanfaatkannya sejak mendokumentasikan objek makanan olahan, mengaktifkan salah satu aplikasi media sosial, mengunggah, dan kemudian menyebarkanluaskannya.



Gambar 1. Alur Pembenahan Usaha Mikro

Pemilik usaha umumnya mengembangkan usahanya karena melihat suatu peluang dimana orang lain tidak mampu menangkap peluang dan memulai usaha, serta menjalankan usahanya hingga berhasil. Adapun alur pengembangannya bisa dimulai dari riset pasar, menentukan jenis produk, penentuan biaya produksi, inovasi produk agar berbeda dengan pesaing, memenuhi kebutuhan pelanggan, menggiatkan promosi. Gambar 1 merupakan alur pembenahan usaha mikro makanan olahan di Ajibarang yang dibuat berdasarkan kesimpulan dari hasil wawancara dan observasi. Berdasarkan gambar tersebut, maka pengembangan usaha mikro makanan olahan di Ajibarang dengan cara melakukan perbaikan dan pembenahan pengelolaan keuangan sederhana. Pembenahannya agar dapat mengetahui kinerja usaha berdasarkan hasil dari pendapatan dikurangi pembiayaannya.

Pengelolaan keuangan juga akan mengetahui modal yang dibutuhkannya. Selama ini, kebutuhan modal sangat ditentukan dari pendapatan yang diperoleh pada hari tersebut. Kualitas bahan baku dan jaminan mutu produk merupakan tujuan dari pembenahan produksi. Pelaku usaha dapat memanfaatkan sarana dan prasarana produksi untuk menghasilkan produk makanan olahan yang berkualitas dan sesuai cita rasa pelanggan. Inovasi produk menjadi upaya menjaga loyalitas pelanggan agar tidak menimbulkan kebosanan pada cita rasa tertentu dengan menghadirkan cita rasa baru. Inovasi menjadi keharusan karena umumnya produk makanan olahan buatan usaha mikro kurang memperhatikan inovasi. Pembenahan

pemasaran akan memperluas segmen dan ruang lingkup pasar. Hal ini meningkatkan pangsa pasarnya, yang sebelum terbatas hanya mengandalkan pelanggan sekitar rumah menjadi lebih luas karena dibantu berbagai aplikasi media sosial. Perbaikan dan pembenahan tiga elemen usaha mikro makanan olahan ini akan meningkatkan kinerja usahanya. Peningkatan ini yang akan mendorongnya untuk mengembangkan usahanya lebih lanjut. Mengembangkan usaha makanan olahan merupakan harapan besar dari pelaku usaha mikro. Namun belum banyak harapan ini terealisasi karena tantangannya sangat kompleks dan saling berkaitan satu sama lainnya, terutama pada permodalan, produksi, dan pemasaran.

Permodalannya masih bergantung pada pemasaran, sedangkan pemasaran sangat bergantung pada mutu produk. Produk merupakan hasil produksi yang bergantung dari besaran pendapatan hasil penjualan untuk membeli bahan baku yang berkualitas. Untuk memutuskan rantai hambatan dan menyatukannya dalam sebuah ekosistem usaha mikro makanan olahan dapat ditempuh sejumlah teknik. Pertama, memahami pasar dengan riset sederhana agar dapat menetapkan sasaran sesuai dengan keinginan pelanggan dan sumber permodalannya. Pemahaman ini juga akan menghimpun informasi siklus hidup produk makanan olahannya sehingga bisa diantisipasi dengan inovasi dan kreativitas sehingga melahirkan produk baru. Produk baru itu sebenarnya bukan benar-benar baru, melainkan hanya penambahan rasa dan bentuknya saja. Kedua, mengoptimalkan manajemen keuangan dengan cara mencatat pendapatan dan pengeluaran setiap harinya. Usaha mikro sebaiknya tetap mencatat dalam pembukuannya meliputi harta, kewajiban, modal, penghasilan, serta laporan neraca dan laporan rugi laba untuk satu tahun periode. Pembukuan yang sederhana dan disesuaikan dengan kemampuannya akan menggambarkan kinerja usahanya.

Ketiga, pengembangan usaha berikutnya pada upaya meningkatkan jumlah pelanggannya dengan cara menjaga standar mutu produk. Untuk meningkatkan mutunya, pelaku usaha sebaiknya bersedia mendengarkan umpan balik (*feedback*) dari pelanggan. Umpan balik ini menjadi pendorong melahirkan inovasi produk makanan olahan yang unik dan menarik, serta berstandar mutu tinggi. Keempat, pemasaran yang efektif dan efisien akan meningkatkan jumlah pelanggan dan penjualannya. Pemasarannya dengan memanfaatkan semua saluran, misalnya optimalisasi kepuasan pelanggan sehingga pelanggan akan dengan sendirinya menjadi endorser gratis, serta optimalisasi media sosial dan aplikasi *marketplace*, di antaranya Whatsapp, Tik Tok, toko online, dan sebagainya.

Kecamatan Ajibarang memiliki 5.523 unit usaha mikro, yang mayoritas beroperasi dibidang kuliner. Jumlah ini menempatkannya sebagai kecamatan yang paling banyak pelaku usaha mikronya dibandingkan kecamatan-kecamatan lain di Kabupaten Banyumas. Dari hasil observasi diketahui pelaku usaha mikro makanan

olahan di Ajibarang belum banyak tersentuh program pemerintah karena masih banyak yang belum bergabung pada komunitas atau perhimpunan usaha. Umumnya masih bergerak sendiri-sendiri dan kurang berminat mengikuti pelatihan-pelatihan peningkatan kompetensi diri dengan alasan kesibukan menjalankan usahanya.

Pemerintah Kabupaten Banyumas memiliki program pemberdayaan usaha mikro dan koperasi, yang dituangkan dalam Peraturan Daerah Kabupaten Banyumas Nomor 7 Tahun 2022 Tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro. Adapun program ini berada pada dinas yang mengurus koperasi dan usaha mikro kecil (UMK). Informan 1 menjelaskan bahwa Pemerintah Kabupaten Banyumas memiliki sejumlah program kerja untuk meningkatkan keterampilan usaha mikro kecil dalam mengelola keuangan, meningkatkan mutu produksi, serta pemasaran digital. Kegiatan peningkatan kompetensi ini dilaksanakan secara berkala sebagai wujud mengimplementasikan Peraturan Bupati Banyumas Nomor 21 Tahun 2022 Tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Bupati Banyumas Nomor 39 Tahun 2009 Tentang Tata Cara Penyaluran Dana Pinjaman Bergulir Bagi Pelaku Usaha Mikro dan Usaha Kecil Kabupaten Banyumas. Selain memakai anggaran dari APBD, Pemkab Banyumas melalui Dinas Tenaga Kerja Koperasi dan UKM melakukan sinergi dengan swasta, misalnya, Gojek. Kerjasama ini diharapkan memperluas pasar UKM dan meningkatkan kinerjanya.

Pilihan kerjasama dengan aplikasi online tersebut karena mayoritas UKM berusaha dibidang kuliner, di antaranya aneka jenis keripik, soto, jajanan tradisional khas Banyumas, dan sebagainya. Peningkatan kemampuan pelakunya akan berdampak besar bagi kemajuan usahanya tersebut. Kondisi ini merupakan peluang kemitraan antara usaha mikro makanan olahan Ajibarang, Pemerintah Kabupaten Banyumas, instansi swasta yang beroperasi di Indonesia. Hanya saja, peluang kemitraan itu terganjal pada sejumlah tantangan, yaitu pelaku usahanya belum seluruhnya berhimpun pada komunitas dan perbedaan latar belakang pengetahuan dan pendidikan formal. Perbedaan ini mengharuskan materi pelatihan keterampilan bagi usaha mikro perlu menyesuaikan pada latar belakang pesertanya. Seperti Bakulmu, komunitas usaha mikro Ajibarang, sebanyak 80 anggotanya tidak semuanya mampu menyerap pelatihan bila disampaikan dengan model ceramah keilmuan, sebaliknya dengan praktik akan lebih mudah mengenyanya.

Pengumpulan pelaku usaha mikro makanan olahan dalam satu organisasi lebih memudahkan mengakses berbagai sumber kegiatan dan kerjasama dengan berbagai pihak, baik instansi pemerintah dan swasta. Sebaliknya bagi instansi pemerintah dan swasta akan lebih mudah melaksanakan program kerjanya karena lebih hubungannya dengan satu pihak saja sehingga lebih efisien, lebih cepat, dan

massal. Sebagian anggotanya malah bergabung pada organisasi lain juga dengan harapan mendapatkan akses mengikuti pelatihan peningkatan kompetensi agar hasil produksinya makin bermutu dan berkemampuan baik pengelolaan usahanya. Masing-masing organisasi memiliki program kerja yang saling menguatkan satu sama lainnya. Latar belakang usia, menurut informan 2, juga memengaruhi usaha mikro saat mengikuti pelatihan keterampilan dan peninjauan kemitraan dengan pihak lain. Pelaku usaha yang usianya makin sepuh cenderung kurang cepat menangkap materi yang disampaikan. Padahal pelatihan merupakan sesuatu yang seharusnya diikuti pelaku usaha karena meningkatkan keterampilan sehingga membuat proses produksi makin berkualitas produknya, penggunaan dana makin efisien, serta produktivitas dan inovasinya tinggi.

Mengakses sumber pelatihan dengan biaya murah atau mungkin gratis bisa menjadi solusi terbaik. Sinergi antara pemerintah, swasta, dan organisasi yang menghimpun usaha mikro makanan olahan menjadi keharusan karena masing-masing pihak sebenarnya juga saling membutuhkan satu sama lainnya. Dengan begitu, peluang kemitraannya sangat terbuka luas. Pertemuan yang intensif akan membuka kerjasama pada berbagai program kerja yang bertujuan meningkatkan kapasitas keterampilan usaha mikro dan kecil. Pemerintah berkepentingan karena kalau usaha mikro makin baik pengelolannya akan meningkatkan produksinya sehingga dibutuhkan tenaga kerja. Kebutuhan ini membuka lapangan kerja. Bila usaha mikro menyerap angkatan kerja akan meningkatkan daya beli Masyarakat. Peningkatan daya beli ini meningkatkan kegiatan ekonomi setempat sehingga berpengaruh pertumbuhan ekonomi. Ketidaktahuan materi program kerja pemerintah, menurut informan 3, merupakan penyebab komunitas usaha mikro belum dapat bersinergi dengan pemerintah dan instansi swasta. Karena itu, akses informasi itu menjadi penting untuk menghubungkannya sehingga tercipta sinergi yang saling menguntungkan semua pihak. Pemberdayaan dan pengembangannya selayaknya melibatkan banyak pihak. Sebab usaha mikro memiliki keterbatasan dalam akses modal, produksi, peningkatan mutu produksi, dan pemasaran.

Berdasarkan observasi dan wawancara dapat disimpulkan peluang kemitraan komunitas usaha mikro dan kecil (UMK) di Ajibarang, pemerintah Kabupaten Banyumas, dan instansi swasta di Banyumas masih terbuka luas dengan melinierkan program kerja masing-masing untuk dicarikan titik temunya. Pemerintah Kabupaten Banyumas telah mencantumkan program pemberdayaan UMK sebagai upaya meningkatkan kesejahteraan rakyatnya. Keterbatasan anggaran mengharuskan programnya berdasarkan skala prioritas sehingga dipastikan belum mengakomodasi kebutuhan semua UMK di Banyumas. Karena itu, pemerintah setempat membuka ruang bagi instansi untuk melakukan kemitraan dalam bentuk pendidikan dan pelatihan, peningkatan kualitas produk dan sertifikasi halal, serta membuka kesempatan bagi UMK untuk menjadi peserta pameran. Sejumlah kerjasama pemerintah Banyumas dan swasta di antaranya

kesediaan anggota Perhimpunan Hotel Restoran Indonesia (PHRI) Banyumas menyediakan display bagi produk UMK, membantu pemasaran digital bagi anak-anak muda melalui Ruang Ide Coworking Space, kerjasama dengan PT Sarana Multi Infrastruktur (Persero) untuk mendukung pengembangan UMK, dan sebagainya.

Kerjasama-kerjasama tersebut dapat dilanjutkan di masa depan dengan penyesuaian kebutuhannya. Kerjasama baru pun masih prospektif karena persoalan dan permasalahannya sangat kompleks. Adapun tantangan kerjasama ini selayaknya dari pihak komunitas UMK menyiapkannya yang akan melakukan kemitraan, baik pola pikir dan kegiatan usahanya. Hal ini untuk menghindari permasalahan baru karena umumnya belum memiliki laporan yang tertulis sehingga menyulitkan sejumlah pihak untuk menginventarisasi permasalahan dan persoalannya untuk dicarikan solusinya. Kelemahan ini memengaruhi kegiatan produk dan pemasaran karena umumnya UMK belum melakukan produksi dan pemasaran produknya, terutama makanan olahan tradisional dengan budaya setempat, dengan baik dan masih sekadar *sing penting jualan*. Dengan kesiapan sumberdaya manusia (SDM) UMK, laporan tertulis, serta ketersediaan peralatan produksinya akan menjamin kemitraan yang saling menguntungkan bagi semua pihak. Kemitraan ini akan membangun perekonomian di Kabupaten Banyumas, khususnya Kecamatan Ajibarang.

Simpulan

Permasalahan usaha mikro makanan olahan di Kecamatan Ajibarang, yaitu keterbatasan modal, belum mencatat pendapatan dan pengeluaran, belum menjaga kualitas dan kuantitas produk, serta masih terbatas pemasarannya. Permasalahan usaha mikro makanan olahan, yaitu keterbatasan modal, belum mencatat pendapatan dan pengeluaran, belum menjaga kualitas dan kuantitas produk, serta masih terbatas pemasarannya. Permasalahan ini menyebabkannya kesulitan mengembangkan usahanya. Peluang kemitraan dengan pemerintah dan badan usaha nasional pun masih terhambat pada belum semua usaha mikro bergabung pada perhimpunan usaha mikro. Hal ini menjadi tantangan sendiri agar semua usaha mikro bergabung pada perhimpunan tersebut sehingga dapat meningkatkan kuantitas dan kualitas produknya dan berkinerja tinggi.

Daftar Rujukan

- Afifah, D. N., Pamungkas, R. B., -, I., & Mulyanto, A. (2023). Pelatihan Sistem Jaminan Produk Halal Bagi Kelompok Usaha Mikro Kecil Menengah Banyumas. *Jurnal Pengabdian Teknik Dan Sains (JPTS)*, 3(01), 1–5. <https://doi.org/10.30595/jpts.v3i01.14805>
- Aidah, R. N., Pinandhito, G. S., Ayu, L. I., Ramadhan, L., & Tiara, A. (2023). UMKM Dalam Perspektif Keuangan Dan Manajemen. *RATIO: Reviu Akuntansi*

- Kontemporer Indonesia*, 4(2), 149–156.
<https://jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/REVIU/article/view/18242/6088>
- Bagis, F., Badharudin, A. Y., & Hidayah, A. N. (2024). Pelatihan Ecoprint Sebagai Upaya Pengembangan UMKM kabupaten Banyumas. *Jurnal BUDIMAS*, 6(3), 1–7. <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/JAIM/article/view/14887/5993>
- Irawan, D. (2020). Peningkatan Daya Saing Usaha Micro Kecil dan Menengah Melalui Jaringan Usaha. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 11(2), 103–116. <https://journal.ikopin.ac.id>
- Latifasari, N., Faizah, & Kurniawati, A. D. (2023). Sosialisasi Cara Produksi Pangan Olahan yang Baik pada Pengrajin Tempe Dage di Desa Ciberung , Ajibarang Banyumas. *Indonesian Journal of Community Service and Innovation (IJCOSIN)*, 3(3), 18–25. <https://doi.org/10.20895/ijcosin.v3i2.1085>
- Muntahanah, S., & Zuhaena, F. (2023). Maksimalisasi Keuntungan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Manggleng Dabakir. 02(01), 30–35. <https://doi.org/10.56681/wikuacity.v2i1.63>
- Pamungkas, R. B., Afifah, D. N., Istianah, & Mulyanto, A. (2023). Pelatihan Sistem Jaminan Produk Halal Bagi Kelompok Usaha Mikro Kecil Menengah Banyumas. *Jurnal Pengabdian Teknik Dan Sains*, 3(1), 1–5. <https://jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/JPTS/article/view/14805/5555>
- Prabowo, D. (2024). Dari 27 Ribu UMKM Kuliner di Banyumas, Baru 5400 Pelaku Usaha Kuliner Yang Terhubung Dengan Platform Digital. *Radar Banyumas*. <https://radarbanyumas.disway.id/purwokerto/read/115727/dari-27-ribu-umkm-kuliner-di-banyumas-baru-5400-pelaku-usaha-kuliner-yang-terhubung-dengan-platform-digital>
- Pratama, Aiza Yudha; Winati, Famila Dwi; Susanto, I., Haq, M. F., & Santoso, Tegar; Alfatan, A. T. (2023). Akselerasi Revitalisasi Proses Pemasaran Dage Desa Ciberung Menuju Economic Growth and Market Expansion (pp. 527–539). <https://doi.org/https://doi.org/10.37339/jurpikat.v4i3.1460>
- Putri, D. M., Syifa, N. M., Rahajuni, D., & Anggraeni, O. (2025). Peran Galeri UKM Banyumas Raya Dalam Memperluas Jaringan Pemasaran Bagi UMKM Lokal. *JURNAL AKUNTANSI (JA)*, 13(1), 27–38. <https://jurnalfe.ustjogja.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/4512/1216>
- Rachmat, N. H., & Imam, M. (2025). *Data Informasi dan Komunikasi Banyumas 2025*. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/[https://static.banyumaskab.go.id/website/documents/opening/2025-03/Data dan Informasi Kabupaten Banyumas 2025.pdf](https://static.banyumaskab.go.id/website/documents/opening/2025-03/Data%20dan%20Informasi%20Kabupaten%20Banyumas%202025.pdf)
- Saepudin, E., & Mukarromah, S. (2022). *Strategi Pengembangan Model Bisnis bagi Anggota Madrasah Bisnis Muhammadiyah*. 1(1), 13–26.
- Saepudin, E., & Utami, R. F. (2023). Pemberdayaan Usaha Mikro Binaan Lazismu

Banyumas Melalui Pemahaman Akad Pembiayaan Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 1383–1396.

Sajiwo, B. B., Kahfi, S., Cahyaningrum, B., & Waliko. (2023). Pendampingan Umkm Dengan Pendekatan Asset Based Community. *Prosiding Kampelmas*, 2(1), 71–80.

Setiyono; Mudjianto; Munsyarif. (2023). *Data dan Informasi Kabupaten Banyumas 2023* (Vol. 7, Issue April). <https://static.banyumaskab.go.id/website/documents/opening/2023-04/DIK2023.pdf>