



Analisis Strategi Pengelolaan Keuangan, Promosi, dan Tantangan Pengembangan UMKM Mikro di Kota Kendari

Harjun¹, Abdullah Igo BD², Sayful Fajar³

Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan
Universitas Haluoleo Kendari^{1,2,3}

*Email harjun@uho.ac.id; abdullahigoBD@uho.ac.id; SayfulFajar22@gmail.com

Diterima: 03-10-2025 | Disetujui: 13-10-2025 | Diterbitkan: 15-10-2025

ABSTRACT

This study aims to provide an overview of the financial management practices implemented by MSMEs to maintain business stability, the development plans designed by MSMEs to expand or improve their businesses in the future, and recommendations for future implementation. The research method used was a qualitative one, with a direct survey approach in the form of direct interviews with MSMEs. The results revealed that MSMEs make a positive contribution to improving family finances, employment, and local economic growth. Thus, the existence of MSMEs plays a crucial role in alleviating unemployment and achieving economic equality in society.

Keywords: MSMEs; financial management strategies; challenges

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui gambaran tentang pengelolaan keuangan yang diterapkan oleh pelaku UMKM untuk menjaga stabilitas usaha, bentuk rencana pengembangan yang dirancang oleh para pelaku UMKM untuk memperluas atau meningkatkan usaha mereka ke depan serta rekomendasi yang dapat dilakukan kedepannya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan survey langsung berupa wawancara langsung dengan pelaku UMKM. Hasil penelitian didapatkan informasi bahwa UMKM memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan ekonomi keluarga, penyerapan tenaga kerja, dan pergerakan ekonomi lokal. Dengan demikian, keberadaan UMKM berperan penting dalam pengentasan pengangguran dan pemerataan ekonomi masyarakat.

Katakunci: UMKM; strategi pengelolaan keuangan; tantangan

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Harjun, Abdullah Igo BD, & Sayful Fajar. (2025). Analisis Strategi Pengelolaan Keuangan, Promosi, dan Tantangan Pengembangan UMKM Mikro di Kota Kendari. Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi, 1(4), 1916-1924. <https://doi.org/10.63822/58sbqb27>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah menjadi pilar ekonomi Indonesia. Menurut data Kementerian UMKM RI, jumlah UMKM di Indonesia mencapai sekitar 64,19 juta unit pada tahun 2023–2024. Kontribusi sektor UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional juga signifikan, yaitu sekitar 60–61%, serta menyerap sekitar 97% tenaga kerja. Namun demikian, meskipun demikian besar jumlah dan peranannya, UMKM di Indonesia menghadapi berbagai tantangan dalam hal pengelolaan keuangan, akses permodalan, penggunaan teknologi, dan perluasan pasar.

Salah satu masalah yang kerap dihadapi UMKM adalah kesulitan dalam naik kelas usaha. Dari data terbaru, meskipun jumlah UMKM mikro sangat banyak, hanya sebagian kecil yang berhasil berkembang menjadi usaha kecil atau menengah. Misalnya, dari jutaan unit usaha mikro, hanya sekitar 600 ribu unit yang telah mencapai omzet Rp 300 juta sampai Rp 2 miliar per tahun, dan jumlahnya menurun drastis ketika naik ke usaha kecil dengan omzet Rp 2 miliar hingga Rp 15 miliar. Hal ini mengindikasikan bahwa banyak UMKM tidak memiliki kapasitas untuk tumbuh lebih besar, yang bisa disebabkan oleh berbagai faktor internal maupun eksternal.

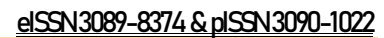
Tantangan utama UMKM yang sering disebut dalam laporan resmi dan studi sebelumnya meliputi: (a) keterbatasan akses terhadap pembiayaan atau modal usaha; (b) kurangnya pemahaman dan praktik pengelolaan keuangan secara formal atau tertata; (c) kurangnya legalitas seperti izin usaha atau dokumen formal lainnya; (d) persaingan, terutama dari usaha sejenis dan produk impor; serta (e) keterbatasan dalam pemasaran dan promosi, terutama dalam memanfaatkan teknologi digital atau media sosial.

Contoh nyata dari studi terdahulu: penelitian “Strategi Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro di Pedesaan” oleh Abdul Mu’as (2022) menunjukkan bahwa pelaku UMKM desa umumnya menggunakan pencatatan keuangan yang sangat sederhana dan menghadapi keterbatasan akses pembiayaan formal. Penelitian “Penerapan Pencatatan Keuangan Sederhana pada UMKM Elf’s Cake” juga menemukan bahwa pencatatan keuangan sederhana (arus kas, laporan laba rugi, neraca) yang dilakukan secara manual sangat membantu dalam efisiensi operasional dan pengambilan keputusan usaha kecil.

Di sisi promosi dan pemasaran, beberapa penelitian telah mengkaji pemanfaatan media sosial dan marketplace. Misalnya, studi “Penggunaan Media Sosial dan Market Place Untuk Mengembangkan Pemasaran UMKM pada Kelompok UMKM Hantaran Kota Kediri” (qualitative descriptive) menemukan bahwa platform seperti Instagram, TikTok, Facebook, WA Business, dan marketplace Shopee dan Tokopedia digunakan untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk. Namun, penelitian ini juga mengungkapkan bahwa banyak pelaku belum siap dengan adaptasi teknologi dan belum secara optimal menggunakan promosi digital secara sistematis.

Meskipun banyak penelitian telah membahas aspek pengelolaan keuangan dan pemasaran digital di UMKM, ada beberapa kesenjangan yang masih muncul:

1. Banyak studi fokus pada UMKM yang sudah cukup mapan atau usaha dengan durasi bertahun-tahun, sedangkan UMKM baru berdiri (misalnya 2-6 bulan) kurang mendapat perhatian.
2. Studi kualitatif mendalam pada usaha yang ukurannya kecil dan dengan sumber daya sangat terbatas (modal, karyawan sedikit) masih relatif sedikit, terutama usaha layanan jasa (bengkel motor, tukang cukur) dibandingkan usaha produksi/kuratif seperti makanan atau kerajinan.
3. Aspek pengelolaan keuangan sering dilihat secara umum (pencatatan, literasi), namun belum banyak menggali dinamika internal seperti bagaimana pelaku memutar modal, mengatur margin



4. Pada aspek promosi, banyak penelitian meneliti penggunaan media sosial secara umum, namun kurang yang membandingkan strategi promosi alternatif (offline vs online, brosur/pamflet vs media sosial vs kerjasama instansi) dalam konteks usaha kecil dan baru dengan sumber daya terbatas.

Dengan demikian, tujuan utama penelitian ini adalah mengungkap strategi pengelolaan keuangan, pelayanan dan promosi, serta tantangan dan rencana pengembangan usaha pada UMKM kecil/baru melalui studi kualitatif. Penelitian ini tidak hanya bertujuan memberikan gambaran empiris tetapi juga menawarkan masukan praktis bagi para pelaku usaha, pembuat kebijakan, dan lembaga pendukung UMKM. Manfaat teoritisnya adalah memperkaya literatur UMKM khususnya di area kombinasi keuangan, promosi, dan operasional usaha kecil baru; manfaat praktisnya adalah membantu pelaku usaha dalam merumuskan strategi yang realistis dalam menghadapi kendala nyata, memperkuat legalitas, dan memperluas jangkauan pasar.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan survey langsung berupa wawancara langsung dengan pelaku UMKM.

Hasil Wawancara

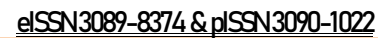
1. UMKM Bengkel Motor

Nama Pemilik Usaha : Erwin

Alamat Usaha : Jl. Prof. Abdurrauf Tarimana
Lama Usaha Berdiri : 4 bulan
Jumlah Karyawan : 1 orang

- Alasan membuka usaha karena memiliki kemampuan di bidang perbengkelan.

1918



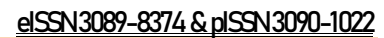
- ## 2. UMKM Tukang Cukur

Jumlah Karyawan : 2 orang

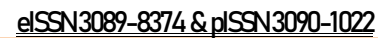
3. UMKM Rental PlayStation (PS)

Jumlah Karyawan : 2 orang

1919



- 1920



3. Strategi Promosi dan Pelayanan

- **Bengkel motor** mengandalkan pelayanan berkualitas.
- **Tukang cukur** menggunakan media sosial sebagai alat promosi.
- **Rental PS** memanfaatkan media sosial dan menjaga kenyamanan tempat.
- **Penjual gorengan** fokus pada cita rasa dan kualitas produk.

4. Pengelolaan Keuangan

- Mencatat pemasukan dan pengeluaran.
- Menyisihkan sebagian pendapatan untuk tabungan atau modal.

5. Legalitas dan Rencana Pengembangan

- Menambah unit usaha (rental PS).
- Meningkatkan promosi (bengkel motor).
- Menjalin kerja sama dengan pihak lain (tukang cukur). Sementara itu, penjual gorengan masih berfokus pada stabilitas usaha yang sudah ada.

- Membuka lapangan kerja (bengkel motor dan tukang cukur).
- Meningkatkan pendapatan keluarga (penjual gorengan dan rental PS).
- Mendorong aktivitas ekonomi lokal.

Analisis Strategi Pengelolaan Keuangan, Promosi, dan Tantangan Pengembangan UMKM Mikro di Kota Kendari
(Harjun, et al.)



Gambar 1: Dokumentasi wawancara dengan Bengkel Motor



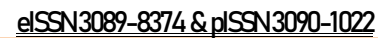
Gambar 2 : Dokumentasi wawancara dengan Pangkas Rambut



Gambar 3 : Dokumentasi wawancara dengan Rental PS



Gambar 4 : Dokumentasi wawancara dengan Penjual Gorengan



DAFTAR PUSTAKA

- Analisis Strategi Pengelolaan Keuangan, Promosi, dan Tantangan Pengembangan UMKM Mikro di Kota Kendari*
(Harjun, et al.)