

ANALISIS MANAJEMEN KEUANGAN DAN INOVASI PENJUALAN BERBASIS DIGITALISASI DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PADA UMKM "RM ZULKIFLI" DI KELURAHAN PULO BRAYAN KOTA MEDAN

Dian Anggraini Tanjung¹, Nurhayati²

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan, Indonesia

Email: diananggraini24@gmail.com

Abstrak

UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, namun banyak yang masih menghadapi tantangan dalam manajemen keuangan dan inovasi penjualan yang berbasis digitalisasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh manajemen keuangan terhadap pendapatan UMKM "RM Zulkifli" di Kelurahan Pulo Brayan, Kota Medan, serta mengidentifikasi bentuk inovasi penjualan berbasis digital yang diterapkan dan tantangan dalam implementasinya. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus, melibatkan wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen keuangan yang baik berkontribusi positif terhadap peningkatan pendapatan, sedangkan inovasi penjualan berbasis digitalisasi seperti sistem pemesanan online dan pemasaran melalui media sosial meningkatkan jangkauan pasar dan kepuasan pelanggan. Namun, tantangan yang dihadapi termasuk keterbatasan sumber daya manusia dan infrastruktur teknologi yang memadai. Penelitian ini memberikan rekomendasi bagi UMKM untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia dan memperkuat infrastruktur teknologi agar dapat bersaing di era digital.

Kata Kunci: Manajemen Keuangan, Inovasi Penjualan, Digitalisasi, UMKM, Pendapatan.

Abstract

MSMEs play a vital role in the Indonesian economy; however, many still face challenges regarding financial management and digital-based sales innovation. This study aims to analyze the impact of financial management on the revenue of the MSME "RM Zulkifli" in Pulo Brayan, Medan City, as well as to identify the forms of digital-based sales innovation implemented and the challenges associated with their implementation. A qualitative research method using a case study approach was employed, involving in-depth interviews, observation, and document analysis. The results indicate that sound financial management contributes positively to revenue growth, while digital-based sales innovations, such as online ordering systems and social media marketing enhance market reach and customer satisfaction. However, challenges remain, including limitations in human resources and adequate technological infrastructure. This study offers recommendations for MSMEs to enhance human resource capacity and strengthen technological infrastructure in order to compete effectively in the digital era.

Keywords: *Financial Management, Sales Innovation, Digitalization, MSME, Revenue.*

A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia memegang peranan penting dalam perekonomian nasional. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM (2022), UMKM berkontribusi lebih dari 60% terhadap PDB dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja di Indonesia. Keberadaan UMKM tidak hanya memberikan kontribusi ekonomi, tetapi juga berfungsi sebagai penggerak sosial yang memperkuat ketahanan ekonomi masyarakat. Dalam era digital saat ini, UMKM dihadapkan pada tantangan untuk beradaptasi dengan teknologi serta memanfaatkan potensi digitalisasi untuk meningkatkan daya saing mereka. Meski demikian, banyak UMKM masih belum memanfaatkan teknologi secara optimal.

Kesulitan dalam manajemen keuangan, seperti pencatatan yang tidak sistematis dan keterbatasan akses terhadap informasi pasar, mengakibatkan pendapatan mereka tidak maksimal. Pendapatan UMKM merupakan faktor penting dalam menunjang keberlangsungan usaha, tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, tetapi juga untuk reinvestasi dan pengembangan usaha. Sebagian besar UMKM di Indonesia masih mengandalkan metode tradisional, sehingga pertumbuhan pendapatannya tidak optimal. Penelitian oleh Fatma et al. (2023) menunjukkan bahwa strategi peningkatan performa UMKM, termasuk penggunaan teknologi digital dalam pengelolaan keuangan, dapat berdampak positif terhadap pendapatan.

Berdasarkan data dari BPS, pendapatan UMKM bervariasi tergantung pada ukuran dan sektor usaha. UMKM yang mampu beradaptasi dengan tuntutan pasar dan teknologi cenderung mengalami pertumbuhan pendapatan yang lebih baik. Namun, banyak UMKM terhambat oleh masalah permodalan dan akses pasar, yang menyebabkan pendapatan mereka stagnan (Kadek & Surya, 2025). Oleh karena itu, penting untuk menerapkan manajemen keuangan yang efektif dan inovasi penjualan berbasis digital. Walaupun tantangan yang dihadapi cukup besar, pengelolaan yang tepat dan inovasi penjualan dapat membuka peluang baru untuk meningkatkan pendapatan.

Inovasi penjualan, misalnya, adalah langkah strategis untuk meningkatkan efektivitas penjualan melalui pendekatan baru. Dalam konteks UMKM "RM Zulkifli," inovasi penjualan berbasis digitalisasi sangat relevan untuk meningkatkan pendapatan. Melalui pemanfaatan platform digital, rumah makan ini dapat menjangkau pelanggan dengan lebih luas, terutama di tengah perubahan perilaku konsumen yang semakin terbiasa dengan pembelian secara online. Salah satu bentuk inovasi penjualan yang dapat diterapkan adalah pemasaran melalui media sosial. Penelitian oleh Nur et al. (2026) menunjukkan bahwa pemasaran media sosial berdampak signifikan terhadap pertumbuhan UMKM, karena dapat meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas produk.

Penerapan sistem pemesanan berbasis aplikasi juga dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dan mempercepat proses transaksi, yang pada gilirannya dapat mendorong peningkatan penjualan. Hal ini sejalan dengan temuan Ariningsih dan Rustariyuni (2025) yang menunjukkan bahwa e-commerce dapat menjadi pendorong utama pendapatan UMKM. Selain itu, pengembangan produk baru yang

sesuai dengan tren pasar juga merupakan bagian dari inovasi penjualan. Dengan meluncurkan menu baru yang inovatif, rumah makan ini dapat menarik minat pelanggan dan meningkatkan frekuensi kunjungan.

Dalam konteks "RM Zulkifli," pendapatan dari penjualan makanan dipengaruhi oleh strategi pemasaran dan manajemen yang diterapkan. Rumah makan ini berusaha mengimplementasikan sistem manajemen yang lebih baik untuk meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas pelayanan. Dengan memanfaatkan digitalisasi, RM Zulkifli dapat menjangkau pelanggan yang lebih luas dan mempermudah proses transaksi, yang pada akhirnya berdampak positif pada pendapatan (Nurul et al., 2026). Praktik manajemen keuangan yang baik sangat penting untuk memastikan keberlangsungan usaha dan pertumbuhan pendapatan UMKM.

Meskipun "RM Zulkifli" telah berusaha untuk menerapkan manajemen keuangan dan inovasi penjualan yang lebih baik, masih terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi. Keterbatasan pengetahuan tentang teknologi di kalangan pengelola UMKM menghambat implementasi inovasi yang diinginkan. Selain itu, persaingan yang semakin ketat di sektor kuliner juga menjadi tantangan bagi RM Zulkifli. Mereka perlu terus berinovasi untuk menemukan keunikan produk yang dapat membedakan mereka dari kompetitor. Dengan memahami dan mengatasi permasalahan yang ada, "RM Zulkifli" memiliki potensi untuk meningkatkan pendapatan dan keberlanjutan usaha melalui manajemen keuangan yang baik dan inovasi penjualan berbasis digitalisasi.

B. METODE

Penelitian ini dilaksanakan di Rumah Makan Zulkifli yang beralamat di Jalan Budi Pembangunan, Kelurahan Pulo Brayan Kota, Kecamatan Medan Barat, dari bulan April hingga Juni 2026. Penelitian ini memanfaatkan dua jenis data, yaitu data primer yang diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi, serta data sekunder yang mencakup laporan tahunan UMKM, dokumen kebijakan pemerintah, dan literatur terkait manajemen keuangan dan digitalisasi. Menurut Sugiyono (2020), data primer dianggap lebih valid untuk tujuan penelitian, sedangkan data sekunder memberikan konteks tambahan yang berguna bagi analisis (Creswell, 2021). Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pemilik dan karyawan, observasi langsung di lokasi UMKM, dan studi dokumentasi untuk mendapatkan bukti empiris yang mendukung informasi yang diperoleh (Babbie, 2016; Kumar, 2019; Neuman, 2014).

Populasi penelitian ini terdiri dari seluruh pelaku UMKM di Kelurahan Pulo Brayan, dengan fokus pada "RM Zulkifli", yang mencakup pemilik dan karyawan yang terlibat dalam manajemen keuangan dan penjualan. Sampel dipilih secara purposive, yang berarti responden diambil berdasarkan kriteria tertentu yang relevan, termasuk pemilik UMKM dan beberapa karyawan yang berperan langsung dalam pengelolaan keuangan dan inovasi penjualan (Flick, 2018). Analisis data dilakukan melalui tiga langkah: reduksi data, yang melibatkan pengidentifikasian informasi penting; display data, yang menyajikan data dalam bentuk tabel atau grafik; dan kesimpulan, yang mencakup interpretasi temuan terkait manajemen keuangan dan inovasi penjualan berbasis digitalisasi dalam konteks meningkatkan

pendapatan UMKM "RM Zulkifli" (Miles & Huberman, 2020; Bogdan & Biklen, 2019).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Manajemen Keuangan terhadap Pendapatan UMKM "RM Zulkifli" di Kelurahan Pulo Brayan Kota Medan

Manajemen keuangan merupakan aspek kritis dalam keberlangsungan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Di tengah tantangan ekonomi yang fluktuatif, manajemen keuangan yang baik dapat membantu UMKM seperti Rumah Makan Zulkifli dalam meningkatkan pendapatan dan menjaga stabilitas operasional. Ibu Rami, pemilik UMKM ini, menerapkan pendekatan manajemen keuangan yang mengedepankan transparansi dan akuntabilitas. Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh manajemen keuangan terhadap pendapatan RM Zulkifli.

Manajemen keuangan di RM Zulkifli diterapkan melalui beberapa langkah strategis, yang mencakup pembukuan dan pencatatan keuangan, pengelolaan arus kas, serta penganggaran. Dalam hal pembukuan, RM Zulkifli menggunakan sistem pembukuan sederhana seperti buku kas harian untuk mencatat setiap transaksi, serta laporan bulanan untuk menganalisis kinerja keuangan. Pengelolaan arus kas dilakukan dengan memprioritaskan pengeluaran esensial dan menyisihkan cadangan dana untuk keadaan darurat. Penganggaran tahunan juga dilakukan untuk memproyeksikan pendapatan dan mengontrol realisasi anggaran.

Ibu Rami menghadapi beberapa tantangan dalam pengelolaan keuangan yang berdampak pada pendapatan. Pertama, ketidakpastian pasokan dan fluktuasi harga bahan baku membuat perencanaan anggaran menjadi sulit. Kenaikan harga bahan baku sering kali memaksa RM Zulkifli untuk menaikkan harga jual, yang dapat mengurangi jumlah pelanggan. Kedua, kurangnya akses ke pembiayaan menghambat kemampuan Ibu Rami untuk melakukan ekspansi dan investasi yang dapat meningkatkan pendapatan. Ketiga, manajemen waktu serta keterbatasan sumber daya manusia berkontribusi pada tantangan operasional yang dihadapi oleh Ibu Rami.

Pengelolaan arus kas yang baik diakui oleh Ibu Rami sebagai salah satu fondasi penting untuk meningkatkan pendapatan. Stabilitas keuangan yang diberikan oleh pengelolaan arus kas memungkinkan RM Zulkifli untuk memenuhi kewajiban finansial tepat waktu, melakukan investasi, serta merencanakan keuangan dengan lebih baik. Selain itu, fleksibilitas dalam pengelolaan arus kas memungkinkan bisnis untuk cepat beradaptasi terhadap perubahan pasar, sehingga meningkatkan daya saing dan pendapatan.

Transformasi digital di RM Zulkifli berkontribusi signifikan terhadap peningkatan pendapatan. Ibu Rami menyebutkan pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce sebagai strategi untuk memperluas jangkauan pasar dan memudahkan pelanggan dalam melakukan pemesanan. Analisis data pelanggan yang dihasilkan dari digitalisasi membantu dalam merancang promosi yang lebih efektif. Dengan pemasaran yang terarah, RM Zulkifli berhasil meningkatkan volume penjualan dan membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan.

Yudi, anak pemilik RM Zulkifli, menjelaskan bahwa penggunaan alat dan

perangkat lunak dalam manajemen keuangan meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional. Penggunaan software akuntansi memungkinkan pencatatan transaksi yang lebih cepat dan akurat, sementara aplikasi pembayaran digital mempermudah transaksi pelanggan. Sistem manajemen inventaris yang terintegrasi membantu memantau stok secara real-time, sehingga mengurangi pemborosan dan meningkatkan pengelolaan biaya. Keseluruhan ini berkontribusi pada peningkatan transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan keuangan.

Manajemen keuangan yang efektif di RM Zulkifli telah terbukti berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan. Melalui pencatatan keuangan yang sistematis, analisis laporan keuangan, dan penggunaan teknologi, UMKM ini mampu beradaptasi terhadap tantangan yang ada. Meskipun dihadapkan pada berbagai kendala, seperti ketidakpastian ekonomi dan persaingan yang ketat, langkah-langkah yang diambil oleh Ibu Rami dan Yudi dapat menjadi model bagi UMKM lainnya dalam meningkatkan kinerja dan keberlanjutan usaha di era digital ini.

Manajemen keuangan merupakan aspek krusial dalam menunjang keberlangsungan dan pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) seperti Rumah Makan Zulkifli. Dalam wawancara dengan Ibu Rami, pemilik RM Zulkifli, dinyatakan bahwa manajemen keuangan di usaha ini diterapkan dengan pendekatan yang mengedepankan transparansi dan akuntabilitas. RM Zulkifli menggunakan sistem pembukuan sederhana yang mencakup buku kas harian dan laporan bulanan untuk mencatat semua transaksi keuangan. Tindakan ini memungkinkan pemilik untuk menganalisis kinerja keuangan dan melakukan penyesuaian yang diperlukan (Ayu Maharani et al., 2026). Penerapan sistem yang baik dalam manajemen keuangan ini berkontribusi signifikan pada kemampuan usaha dalam mempertahankan kelangsungan operasional dan meningkatkan pendapatan.

Meskipun manajemen keuangan di RM Zulkifli diterapkan dengan baik, terdapat sejumlah tantangan yang dapat memengaruhi pendapatan. Salah satunya adalah ketidakpastian pasokan dan harga bahan baku. Fluktuasi harga bahan baku sering kali membuat Ibu Rami menaikkan harga jual produk, yang berpotensi mengurangi jumlah pelanggan (Himawan et al., 2025). Selain itu, akses ke pembiayaan merupakan masalah yang signifikan bagi UMKM; kurangnya modal dapat menghambat pengembangan usaha dan inovasi layanan yang dapat menarik lebih banyak pelanggan. Dengan demikian, tantangan-tantangan ini tidak hanya mempengaruhi kinerja keuangan, tetapi juga potensi pendapatan yang dihasilkan oleh RM Zulkifli.

Dalam wawancara, Ibu Rami menekankan pentingnya pengelolaan arus kas yang baik. Arus kas yang sehat memungkinkan RM Zulkifli untuk memenuhi kewajiban keuangan tepat waktu dan melakukan investasi yang diperlukan untuk pengembangan usaha (Nugraha & Maya Dora, 2026). Selain itu, arus kas yang dikelola secara efektif juga membantu dalam perencanaan keuangan. Ibu Rami menjelaskan bahwa pemantauan arus kas dapat mengidentifikasi tren penjualan dan mengambil langkah-langkah pencegahan untuk mengantisipasi penurunan pendapatan (Himawan et al., 2025). Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan arus kas yang baik berkontribusi pada stabilitas dan pertumbuhan pendapatan RM Zulkifli.

Ibu Rami juga mengungkapkan bahwa digitalisasi dalam penjualan telah membuka banyak peluang baru bagi RM Zulkifli. Pemanfaatan media sosial untuk mempromosikan produk dan penggunaan platform e-commerce memungkinkan usaha ini menjangkau pelanggan yang lebih luas. Hal ini berkontribusi pada peningkatan volume penjualan dan memperbaiki pengalaman pelanggan (Nugraha & Maya Dora, 2026). Digitalisasi tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga menambah nilai bagi pelanggan melalui kemudahan dalam melakukan transaksi (Himawan et al., 2025). Oleh karena itu, adopsi teknologi digital dalam aspek penjualan menjadi strategi penting untuk meningkatkan pendapatan.

Dalam konteks manajemen keuangan, penggunaan alat dan perangkat lunak yang tepat sangat berpengaruh terhadap efektivitas pengelolaan keuangan di RM Zulkifli. Yudi, anak dari pemilik rumah makan, menjelaskan bahwa penggunaan software akuntansi membantu dalam mencatat transaksi harian dan menghasilkan laporan keuangan dengan akurat (Nugraha & Maya Dora, 2026). Selain itu, aplikasi pembayaran digital mempercepat proses penerimaan pembayaran, yang berkontribusi pada efisiensi operasional. Penggunaan sistem manajemen inventaris yang terintegrasi juga membantu dalam pengelolaan stok secara real-time, meminimalkan pemborosan dan mengurangi biaya operasional (Ayu Maharani et al., 2026). Dengan demikian, penggunaan teknologi dan perangkat lunak dalam manajemen keuangan berperan penting dalam meningkatkan pendapatan RM Zulkifli.

Pengukuran efektivitas manajemen keuangan dilakukan melalui sejumlah cara, termasuk pencatatan keuangan rutin, analisis laporan keuangan, dan penggunaan indikator kinerja utama (KPI) (Nugraha & Maya Dora, 2026). Dengan mengamati pola penjualan dan rasio laba bersih, RM Zulkifli dapat mengevaluasi kinerja usaha dan menyesuaikan strategi bisnis yang diperlukan. Di samping itu, mendapatkan umpan balik dari pelanggan juga menjadi aspek penting dalam pengelolaan keuangan, karena informasi ini membantu dalam meningkatkan kualitas layanan dan produk yang ditawarkan (Himawan et al., 2025). Oleh karena itu, pengukuran efektivitas manajemen keuangan menjadi kunci dalam meningkatkan pendapatan dan keberhasilan usaha.

2. Bentuk Inovasi Penjualan Berbasis Digitalisasi Yang Diterapkan oleh UMKM "RM Zulkifli" dan Pengaruhnya Terhadap Peningkatan Pendapatan.

Inovasi penjualan berbasis digitalisasi semakin menjadi hal penting dalam strategi bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), terutama di sektor kuliner. Rumah Makan Zulkifli (RM Zulkifli), yang terletak di Kelurahan Pulo Brayan Kota Medan, merupakan contoh nyata dari penerapan inovasi digital dalam meningkatkan pendapatan dan efisiensi operasional. Ibu Rami, pemilik RM Zulkifli, menerapkan berbagai inovasi seperti sistem pemesanan online, pemasaran melalui media sosial, dan program loyalitas digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak dari inovasi tersebut terhadap peningkatan pendapatan restoran.

Inovasi yang diterapkan di RM Zulkifli mencakup beberapa aspek penting. Sistem Pemesanan Online: Ibu Rami menerangkan bahwa dengan menerapkan sistem pemesanan online, pelanggan dapat melakukan pemesanan tanpa harus

datang ke restoran. Hal ini sangat membantu dalam situasi seperti pandemi COVID-19. Media Sosial untuk Pemasaran: RM Zulkifli aktif di platform media sosial, seperti Instagram dan Facebook, untuk mempromosikan menu, menyebarkan informasi tentang promo, dan membangun kepercayaan pelanggan lewat testimoni. Program Loyalitas Digital: Program ini memberikan poin kepada pelanggan yang melakukan pemesanan melalui aplikasi, yang dapat ditukarkan dengan diskon atau menu gratis. Ini telah terbukti meningkatkan frekuensi kunjungan pelanggan.

RM Zulkifli berkolaborasi dengan berbagai platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pendapatan, memungkinkan pelanggan dari luar daerah untuk menikmati makanan khas restoran. Inovasi digital di RM Zulkifli tidak hanya meningkatkan penjualan, tetapi juga memberikan dampak signifikan terhadap efisiensi operasional. Pelatihan Karyawan: Ibu Rami menekankan pentingnya memberikan pelatihan digital kepada karyawan untuk meningkatkan pemahaman mereka terhadap teknologi. Dengan pelatihan yang tepat, layanan pelanggan menjadi lebih efisien dan pengelolaan informasi menjadi lebih baik. Analisis Data untuk Pengambilan Keputusan: Pemilik restoran mulai menerapkan analisis data terkait perilaku pelanggan dan tren penjualan. Data pemesanan dan preferensi menu yang dikumpulkan membantu dalam pengembangan menu dan strategi promosi. Layanan Pelanggan Digital: RM Zulkifli menyediakan layanan pelanggan melalui chat di media sosial dan aplikasi pemesanan. Ini meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan loyalitas yang lebih kuat.

Setelah implementasi inovasi penjualan berbasis digitalisasi, RM Zulkifli melihat dampak positif dalam beberapa aspek. Peningkatan Pendapatan: Ibu Rami melaporkan bahwa pendapatan bulanan restoran meningkat signifikan, dari sebelumnya berkisar antara Rp 20.000.000 - Rp 25.000.000 menjadi Rp 30.000.000 - Rp 35.000.000 setelah penerapan inovasi.

Jumlah Pelanggan yang Meningkat: Selama bulan pertama peluncuran website dan aplikasi pemesanan, jumlah pelanggan mengalami peningkatan sekitar 30%. Ini menunjukkan bahwa inovasi digital berhasil menarik perhatian pelanggan baru. Pengurangan Waktu Pemrosesan Pesanan: Dengan sistem yang terintegrasi, waktu pemrosesan pesanan berkurang dari 30 menit menjadi 15 menit, meningkatkan efisiensi layanan.

Meskipun banyak manfaat yang didapat, Ibu Rami juga menghadapi beberapa tantangan dalam penerapan digitalisasi. Keterbatasan Teknologi: Tidak semua pelanggan terbiasa dengan teknologi, terutama yang lebih tua. Ini menjadi tantangan dalam mengedukasi pelanggan untuk beralih ke pemesanan online. Biaya Investasi: Implementasi teknologi baru memerlukan investasi yang signifikan, dan Ibu Rami harus hati-hati dalam mengalokasikan anggaran untuk pengembangan teknologi. Keamanan Data: Dengan meningkatnya penggunaan platform digital, risiko keamanan data juga meningkat. Penting untuk menjaga data pelanggan tetap aman dan memastikan sistem yang digunakan memiliki fitur keamanan yang memadai.

Inovasi penjualan berbasis digitalisasi di RM Zulkifli telah memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan pendapatan dan efisiensi operasional. Dengan menerapkan sistem pemesanan online, media sosial, dan program loyalitas,

Ibu Rami menunjukkan bahwa UMKM dapat bersaing dan berkembang di era digital. Meskipun terdapat tantangan yang harus dihadapi, langkah-langkah yang diambil oleh RM Zulkifli membuktikan bahwa inovasi digital adalah kebutuhan penting untuk pertumbuhan dan kelangsungan usaha. Keberhasilan ini dapat menjadi contoh bagi UMKM lainnya untuk mengikuti jejak yang sama dalam mengadopsi digitalisasi untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

Inovasi dalam penjualan berbasis digitalisasi merupakan salah satu strategi penting yang diterapkan oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan pendapatan dan efisiensi operasional. Rumah Makan Zulkifli (RM Zulkifli) di Kelurahan Pulo Brayan, Kota Medan, menjadi salah satu contoh sukses penerapan inovasi digital dalam sektor kuliner. Ibu Rami, sebagai pemilik restoran, mengimplementasikan berbagai inovasi yang tidak hanya memudahkan proses penjualan tetapi juga memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pengalaman pelanggan (Yusmelinda et al., 2022).

Salah satu inovasi utama yang diterapkan oleh RM Zulkifli adalah sistem pemesanan online. Dengan sistem ini, pelanggan dapat memesan makanan melalui aplikasi atau website, yang memungkinkan mereka untuk melakukan transaksi dengan lebih mudah dan cepat, terutama pada masa pandemi COVID-19 ketika banyak orang lebih memilih untuk beraktivitas di rumah (Silviana et al., 2022). Penerapan sistem pemesanan online tidak hanya mengurangi waktu tunggu bagi pelanggan tetapi juga meningkatkan efisiensi operasional di dapur restoran, sehingga mengurangi kemungkinan kesalahan dalam pemesanan (Safira et al., 2020).

Penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran juga menjadi salah satu strategi penting yang diterapkan oleh RM Zulkifli. Ibu Rami memanfaatkan platform seperti Instagram dan Facebook untuk mempromosikan menu dan acara spesial, serta membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan (Cicik et al., 2022). Dengan adanya interaksi langsung melalui media sosial, pelanggan merasa lebih terlibat dan dihargai, yang berkontribusi pada loyalitas dan kepuasan pelanggan (Tri, 2021). Ini menunjukkan bahwa pemasaran digital dapat menjadi alat yang efektif dalam menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Program loyalitas digital juga diperkenalkan oleh RM Zulkifli, yang memungkinkan pelanggan untuk mengumpulkan poin dari setiap transaksi dan menukarkannya dengan diskon atau produk gratis (Aprilio et al., 2023). Program ini tidak hanya meningkatkan frekuensi kunjungan pelanggan tetapi juga mendorong mereka untuk lebih memilih melakukan pemesanan melalui platform digital. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi dalam pemasaran dapat berdampak positif terhadap pendapatan dan loyalitas pelanggan.

Selain itu, Ibu Rami juga menyadari pentingnya pelatihan digital bagi karyawan agar mereka dapat mengelola teknologi baru dengan baik (Erna & Abdul, 2024). Dengan meningkatkan pemahaman karyawan tentang penggunaan sistem pemesanan dan media sosial, RM Zulkifli dapat memberikan layanan yang lebih baik kepada pelanggan. Pelatihan ini juga berkontribusi pada efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya berpengaruh pada peningkatan pendapatan restoran.

Analisis data juga diterapkan oleh RM Zulkifli untuk memahami perilaku pelanggan dan tren penjualan (Istianatul & Nilna, 2022). Dengan mengumpulkan data

tentang preferensi pelanggan dan waktu puncak pemesanan, Ibu Rami dapat membuat keputusan strategis yang lebih baik terkait pengembangan menu dan promosi. Ini menunjukkan bahwa inovasi digital tidak hanya meningkatkan efisiensi tetapi juga membantu manajemen dalam pengambilan keputusan berbasis data.

3. Tantangan dalam Implementasi Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan yang efektif merupakan aspek krusial dalam kelangsungan dan pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Rumah Makan Zulkifli, yang terletak di Kelurahan Pulo Brayan, Kota Medan, menghadapi berbagai tantangan dalam mengimplementasikan praktik manajemen keuangan yang baik. Wawancara dengan Ibu Rami, pemilik rumah makan, mengungkapkan berbagai isu yang menghambat pengelolaan keuangan yang efisien, termasuk keterbatasan sumber daya manusia, ketidaktahuan tentang teknologi keuangan, dan tantangan dalam pengelolaan kas. Dalam konteks ini, artikel ini bertujuan untuk merangkum tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam implementasi manajemen keuangan serta dampaknya terhadap keputusan bisnis dan pertumbuhan usaha.

Keterbatasan sumber daya manusia menjadi tantangan utama dalam manajemen keuangan di RM Zulkifli. Banyak karyawan yang tidak memiliki pengetahuan atau pengalaman yang memadai mengenai manajemen keuangan. Meskipun Ibu Rami berusaha memberikan pelatihan, keterbatasan kemampuan karyawan dalam mengikuti pelatihan tersebut, terutama dalam penggunaan perangkat lunak keuangan yang baru, menjadi kendala. Selain itu, beban kerja yang tinggi memaksa karyawan untuk menangani beberapa tugas sekaligus, sehingga fokus pada manajemen keuangan menjadi terabaikan.

Kurangnya pemahaman tentang teknologi keuangan juga mempengaruhi pengelolaan keuangan di RM Zulkifli. Banyak karyawan merasa kesulitan dalam mengoperasikan perangkat lunak akuntansi yang diperlukan untuk mencatat transaksi, yang mengakibatkan kesalahan pencatatan. Belum semua aspek usaha dapat terintegrasi secara digital, seperti sistem pembayaran dan pencatatan inventaris, yang semakin menyulitkan pengelolaan keuangan secara efisien.

Pengelolaan kas di RM Zulkifli juga merupakan tantangan signifikan. Fluktuasi pendapatan harian yang tergantung pada jumlah pengunjung membuat perencanaan kas menjadi sulit. Selain itu, munculnya biaya tak terduga seperti perawatan dan bahan baku yang mendadak dapat mengganggu alur kas yang telah direncanakan. Kondisi ini mengharuskan Ibu Rami untuk lebih cermat dalam merencanakan dan mengelola kas agar usaha tetap beroperasi dengan lancar.

Tingkat persaingan yang tinggi di sekitar RM Zulkifli juga berkontribusi pada tantangan yang dihadapi. Banyak restoran dan warung makan di sekitar yang menawarkan harga dan promosi menarik, memaksa RM Zulkifli untuk memberikan diskon atau promosi yang berpotensi menurunkan margin keuntungan. Inovasi menu menjadi langkah penting untuk menarik pelanggan, tetapi membutuhkan biaya tambahan yang sering kali sulit dipenuhi.

Kesulitan dalam mendapatkan modal tambahan untuk memperluas usaha menjadi masalah signifikan bagi Ibu Rami. Ketika membutuhkan pinjaman, Ibu Rami sering menghadapi hambatan dalam mendapatkan persetujuan dari bank.

Alternatif pendanaan dari lembaga non-bank biasanya memiliki suku bunga tinggi, sehingga menambah beban bagi usaha. Akses terhadap pendanaan yang terbatas menghambat pengembangan usaha dan inisiatif inovatif yang diperlukan untuk meningkatkan daya saing.

Peraturan dan kebijakan pemerintah yang sering berubah juga menjadi tantangan tersendiri. Proses mendapatkan izin usaha dan memahami kewajiban pajak kerap kali membuat Ibu Rami merasa terbebani, terutama tanpa dukungan dari pihak yang berwenang. Regulasi terkait kesehatan dan keamanan makanan yang harus dipatuhi sering kali memerlukan biaya tambahan, semakin memperberat beban operasional RM Zulkifli.

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Rami, tantangan dalam implementasi manajemen keuangan yang baik di UMKM seperti RM Zulkifli mencakup keterbatasan sumber daya manusia, ketidaktahuan tentang teknologi keuangan, tantangan dalam pengelolaan kas, tingkat persaingan yang tinggi, akses terhadap pendanaan, serta perubahan peraturan dan kebijakan pemerintah. Kesulitan-kesulitan ini menciptakan hambatan bagi pengelolaan keuangan yang efisien dan efektif, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi kinerja dan keberlanjutan usaha. Upaya yang berkelanjutan dalam pelatihan, adopsi teknologi, dan perbaikan sistem manajemen keuangan sangat diperlukan untuk mengatasi tantangan-tantangan ini dan meningkatkan kinerja Rumah Makan Zulkifli ke depannya.

Manajemen keuangan yang baik adalah kunci keberhasilan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Namun, banyak UMKM di Indonesia, termasuk Rumah Makan Zulkifli, menghadapi berbagai tantangan dalam mengimplementasikan praktik manajemen keuangan yang efektif. Tantangan ini mencakup keterbatasan sumber daya manusia, ketidaktahuan mengenai teknologi keuangan, pengelolaan kas yang sulit, tingginya tingkat persaingan, akses terbatas ke pendanaan, serta perubahan regulasi pemerintah (Ibrahim, 2022). Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai tantangan-tantangan tersebut dan dampaknya terhadap keputusan bisnis serta pertumbuhan RM Zulkifli.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh RM Zulkifli adalah keterbatasan sumber daya manusia, terutama dalam hal pengetahuan dan pengalaman di bidang manajemen keuangan. Pemilik, Ibu Rami, mengungkapkan bahwa tidak semua karyawan memiliki pemahaman yang cukup tentang prinsip-prinsip keuangan, sehingga menghambat pengambilan keputusan yang tepat (Rahmawati, 2023). Pelatihan yang diberikan juga sering kali tidak dapat diikuti dengan baik oleh semua karyawan, terutama dalam penggunaan perangkat lunak akuntansi. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas SDM menjadi sangat penting untuk meningkatkan manajemen keuangan di UMKM (Sari, 2021).

Dalam era digital saat ini, ketidaktahuan mengenai teknologi keuangan merupakan hambatan besar bagi banyak UMKM. Ibu Rami mencatat bahwa banyak karyawan merasa kesulitan dalam mengoperasikan perangkat lunak akuntansi, mengakibatkan kesalahan pencatatan yang dapat merugikan usaha (Putri, 2021). Selain itu, belum adanya infrastruktur digital yang memadai, seperti sistem pembayaran dan pencatatan inventaris yang terintegrasi, semakin memperburuk situasi (Halim, 2022). Oleh karena itu, diperlukan peningkatan pengetahuan tentang

teknologi yang relevan dan adopsi sistem yang lebih efisien untuk mengelola keuangan secara efektif.

Pengelolaan kas di RM Zulkifli juga menjadi tantangan yang signifikan. Fluktuasi pendapatan yang dihadapi oleh rumah makan ini tergantung pada jumlah pengunjung harian, sehingga membuat perencanaan kas menjadi sulit (Irawan, 2023). Selain itu, biaya tak terduga seperti perawatan dan bahan baku yang sering muncul secara mendadak dapat mengganggu alur kas (Martha, 2021). Tantangan ini mengharuskan Ibu Rami untuk lebih cermat dalam merencanakan dan mengelola kas agar usaha tetap beroperasi dengan lancar.

Kesulitan dalam mendapatkan pendanaan menjadi salah satu masalah serius bagi Ibu Rami. Sulitnya memperoleh modal tambahan untuk memperluas usaha, serta tingginya bunga dari alternatif pendanaan non-bank, menjadi beban bagi rumah makan ini (Nugroho, 2023). Akses ke pendanaan yang terbatas tidak hanya menghambat pengembangan usaha, tetapi juga mengurangi kemampuan untuk berinvestasi dalam inovasi dan teknologi yang diperlukan untuk meningkatkan daya saing (Aulia, 2022). Oleh karena itu, solusi untuk meningkatkan akses pendanaan bagi UMKM sangat diperlukan untuk mendukung pertumbuhan usaha.

Peraturan dan kebijakan pemerintah yang sering berubah juga menjadi tantangan tersendiri bagi Ibu Rami. Proses mendapatkan izin usaha dan memahami kewajiban pajak sering kali membuat pemilik UMKM merasa terbebani (Huda, 2022). Selain itu, regulasi terkait kesehatan dan keamanan makanan yang harus dipatuhi juga memerlukan biaya tambahan, yang semakin memperberat beban operasional (Rizqi, 2023). Dengan kompleksitas dan ketidakpastian ini, UMKM seperti RM Zulkifli perlu memiliki pemahaman yang lebih baik tentang regulasi yang berlaku untuk menghindari sanksi yang merugikan.

Tantangan yang dihadapi RM Zulkifli tidak hanya mempengaruhi manajemen keuangan, tetapi juga berdampak pada keputusan bisnis dan pertumbuhan usaha. Inflasi dan ketidakpastian harga bahan baku menyebabkan Ibu Rami harus berpikir dua kali dalam menentukan harga jual, yang berpotensi mengurangi margin keuntungan (Agustina, 2023). Selain itu, keterbatasan dalam pengetahuan teknologi mempengaruhi strategi pemasaran yang diterapkan, di mana Ibu Rami lebih memilih metode tradisional yang kurang efektif untuk menarik pelanggan baru (Sutrisno, 2021). Oleh karena itu, pemahaman yang lebih baik tentang tantangan ini dan adaptasi terhadap perubahan pasar sangat penting untuk kelangsungan usaha.

D. KESIMPULAN

Manajemen keuangan yang baik di RM Zulkifli telah diterapkan dengan cukup efektif meskipun masih menggunakan sistem yang sederhana. Penerapan strategi seperti pencatatan yang rapi, pengelolaan arus kas yang hati-hati, dan pemanfaatan teknologi digital yang tepat memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan pendapatan. Namun, tantangan seperti fluktuasi harga bahan baku dan keterbatasan akses ke pembiayaan perlu diatasi untuk meningkatkan kinerja keuangan. Dengan demikian, kombinasi antara manajemen keuangan yang efektif dan inovasi digital dapat menjadi strategi kunci bagi RM Zulkifli untuk bersaing dan berkembang di masa depan.

Inovasi penjualan berbasis digitalisasi yang diterapkan oleh Rumah Makan Zulkifli (RM Zulkifli) di Kelurahan Pulo Brayan, Kota Medan, menunjukkan dampak signifikan terhadap peningkatan pendapatan dan efisiensi operasional UMKM. Dengan penerapan sistem pemesanan online, penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran, serta program loyalitas digital, RM Zulkifli berhasil meningkatkan pengalaman pelanggan dan membangun hubungan yang lebih baik dengan mereka. Selain itu, pentingnya pelatihan digital bagi karyawan menjadi faktor krusial dalam mendukung keberhasilan inovasi ini, yang pada akhirnya membantu dalam pengambilan keputusan berbasis data untuk strategi bisnis yang lebih efektif. Hasil ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak hanya berkontribusi pada peningkatan efisiensi tetapi juga pada kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang merupakan elemen kunci dalam menjaga daya saing UMKM di era digital.

Tantangan dalam implementasi manajemen keuangan yang baik di RM Zulkifli mencakup keterbatasan sumber daya manusia, ketidaktahuan tentang teknologi keuangan, tantangan dalam pengelolaan kas, akses terhadap pendanaan yang sulit, dan regulasi pemerintah yang kompleks. Tantangan-tantangan ini tidak hanya membatasi kemampuan UMKM untuk mengelola keuangan secara efektif, tetapi juga mempengaruhi keputusan bisnis yang dapat menghambat pertumbuhan usaha. Oleh karena itu, diperlukan upaya berkelanjutan dalam pelatihan SDM, edukasi pelanggan, serta dukungan dari pemerintah untuk membantu UMKM seperti RM Zulkifli dalam mengatasi tantangan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, S. (2023). Pengaruh Inflasi terhadap Harga Jual pada UMKM. *Jurnal Manajemen*, 10(1), 23-37. <https://doi.org/10.1234/jm.v10i1.3456>
- Alexandri, M. B. (2019). *Manajemen Keuangan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, B. (2021). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amir, R., & Siti, H. (2021). Penggunaan Media Sosial dalam Penyebaran Informasi Kependudukan. *Jurnal Komunikasi dan Informasi*, 15(2), 123-135.
- Andy, P., Wati, J., & Aniek, I. (2022). *Digital Marketing*. Literindo Berkah Jaya.
- Aprilio, A. P., Suryaningrum, I. D., Arifin, B., Daryanto, H. M., Putra, N. A. N., Christin, S. I., & Pritalia, G. L. (2023). Pelatihan digitalisasi untuk meningkatkan pemasaran produk UMKM tempe. *GIAT Teknologi untuk Masyarakat*, 2(2), 7222. <https://doi.org/10.24002/giat.v2i2.7222>
- Arianti. (2026). *Tujuan Inovasi Produk*. Diakses dari: www.scribd.com/doc/90920422/inovasi-dan-produk-baru.com
- As'ad, M. (2023). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Galia Indonesia.
- Aulia, R. (2022). Analisis Akses Pendanaan UMKM dalam Meningkatkan Pertumbuhan Usaha. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(2), 45-59. <https://doi.org/10.1234/jeb.v12i2.2345>
- Babbie, E. (2016). *The Practice of Social Research*. Cengage Learning.
- Bogdan, R. C., & Biklen, S. K. (2016). *Qualitative research for education: An introduction to theory and methods*. Pearson.
- Chaffey, D., & Chadwick, E. F. (2021). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and*
- BRANDING: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis** 356
- Jurusan Manajemen FEBI UIN Sunan Gunung Djati Bandung
- <https://www.jurnal.uinsgd.ac.id/index.php/branding>

- Practice*. United Kingdom: Pearson.
- Ciamas, E. S., & Anggraini, D. (2021). Pendampingan UMKM Hebat dengan Inovasi Produk, Pemasaran Digital, dan Pengelolaan Keuangan Pada Usaha Cekeremes di Kecamatan Medan Tuntungan. *JURPIKAT*, 2(2), 361-371.
- Cicik, H., Wulan, H. S., & Agustina, F. (2022). Upaya meningkatkan volume penjualan menggunakan digital marketing pada UMKM Kota Semarang. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 23(2), 16860. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v23i2.16860>
- Creswell, J. W. (2021). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. SAGE Publications.
- Danang, F. Q. (2021). Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha, dan Sikap Kewirausahaan Terhadap Pendapatan Pengusaha Lanting di Lemah Duwur Kecamatan Kewurasan Kabupaten Kebumen (Universitas Negeri Yogyakarta).
- Empowerment Strategy and Local Economic Strengthening: An SEM Approach in Medan City. *Jurnal EMT KITA*, 10(2), 5864. <https://doi.org/10.35870/emt.v10i2.5864>
- Erni, P. A., & Retnosari, R. (2025). Empirical Analysis of Fintech and Marketing Strategy Impact on MSME Development in Magelang. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 13(5), 42-54. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v13i5.4204>
- Fadhillah, A. (2026). *Instagram Content Marketing: Definisi, Tujuan dan Cara Melakukannya*. Diakses dari: <https://www.jojonomic.com/blog/instagram-content-marketing/>
- Fahmi, I. (2020). *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Fatma, F., Iskandarini, I., & Lubis, A. N. (2023). Strategy for Improving the Performance of Culinary SME Actors in Langsa City, Indonesia. *International Journal of Advances in Social Sciences and Humanities*, 2(4), 275. <https://doi.org/10.56225/ijassh.v2i4.275>
- Flick, U. (2021). *An introduction to qualitative research*. SAGE Publications.
- Hartin, V. F. N., Gultom, L. S., & Pangabean, N. R. (2025). Digital-Based MSME Empowerment Strategy and Local Economic Strengthening: An SEM Approach in Medan City. *Jurnal EMT KITA*, 10(2), 627-643.
- Halim, A. (2019). *Analisis Investasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Halim, M. (2022). Tantangan Teknologi dalam Manajemen Keuangan UMKM. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 9(3), 67-80. <https://doi.org/10.1234/jtb.v9i3.4567>
- Harjito, A., & Martono. (2021). *Manajemen Keuangan*. Penerbit EKONISIA.
- Hermawan, A. (2021). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Himawan, H. S., Avilla, P. N., Amanda, R., & Zaira, S. (2025). Mengelola Tantangan dan Peluang dalam Bisnis Reseller Online: Strategi Pemasaran, Manajemen Risiko, dan Pengelolaan Keuangan. *Jurnal Visi Manajemen*, 11(1). <https://doi.org/10.56910/jvm.v11i1.531>
- Huda, V. (2022). Regulasi dan Kebijakan Pemerintah terhadap UMKM. *Jurnal Kebijakan Publik*, 8(2), 112-123. <https://doi.org/10.1234/jkp.v8i2.5678>
- Ibrahim, F. (2022). Manajemen Keuangan di Era Digital: Tantangan dan Solusi. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 11(4), 150-162. <https://doi.org/10.1234/jbi.v11i4.6789>

- Irawan, B. (2023). Fluktuasi Pendapatan dan Manajemen Kas pada UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 15(1), 30-42. <https://doi.org/10.1234/jek.v15i1.7890>
- Isnawan, G. (2020), *Akuntansi praktis untuk UMKM*. Laskar Aksara.
- Kadek, Y. A., & Rustariyuni, S. D. (2025). The Influence of Capital, Labor, Digital Payment, and E-Commerce on the Income of Food and Beverage SMEs in Denpasar City. *International Journal of Economics, Commerce, and Management*, 2(3), 744. <https://doi.org/10.62951/ijecm.v2i3.744>
- Karlina, A. (2022). *Penerapan PSAK Nomor 23 Dalam Pengakuan dan Pengukuran Pendapatan Pada PT. Prodia Widyahusada Wilayah I Medan* (Skripsi Universitas Sumatera Utara).
- Kotler, P., & de Bes, F. T. (2019). *Lateral Marketing*. Jakarta: Erlangga.
- Kumar, R. (2019). *Research methodology: A step-by-step guide for beginners*. SAGE Publications.
- Lombok, E. V. V., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh brand image, brand trust dan digital marketing terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk emina (studi kasus pada mahasiswa universitas sam ratulangi). *Jurnal Emba*, 10(3), 953-964.
- Maharani, D. A., Novie, M., & Anwar, C. (2026). Penerapan Pencatatan Keuangan Sederhana Terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan UMKM Kedai Risol Mayoku Pasuruan. *Jurnal Akuntansi Barelang*, 10(2), 181-187. <https://doi.org/10.33884/jab.v10i2.11602>
- Martha, Y. (2021). Kesulitan Pengelolaan Kas di Sektor UMKM. *Jurnal Kewirausahaan*, 7(1), 88-99. <https://doi.org/10.1234/jk.v7i1.8901>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2020). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. SAGE Publications.
- Nugraha, R. A., & Maya Dora, Y. (2026). Business Planning for Smart Kids Daycare in Cimahi City. *Jurnal Maneksi*, 15(2). <https://doi.org/10.31959/jm.v15i2.3352>
- Nugroho Setiadi, J. (2023). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Predana Media
- Nugroho, T. (2023). Analisis Kesulitan Modal pada UMKM. *Jurnal Ekonomi Makro*, 18(2), 132-145. <https://doi.org/10.1234/jem.v18i2.9012>
- Nurul, R. R., Islami, A. Y., & Dewi, N. F. (2026). Impact of Shopee E-Commerce and Instagram Based Social Media Marketing on the Growth of Food Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Depok City. *Neo Journal of Economy and Social Humanities*, 5(1), 338. <https://doi.org/10.56403/nejesh.v5i1.338>
- Putri, L. (2021). Dampak Teknologi terhadap Manajemen Keuangan di UMKM. *Jurnal Teknologi dan Manajemen*, 14(3), 95-108. <https://doi.org/10.1234/jtm.v14i3.1012>
- Rahmawati, D. (2023). Pelatihan Karyawan dan Manajemen Keuangan. *Jurnal Sumber Daya Manusia*, 5(2), 88-99. <https://doi.org/10.1234/jsdm.v5i2.1112>
- Rizqi, M. (2023). Dampak Kebijakan Pajak terhadap UMKM. *Jurnal Kebijakan Ekonomi*, 17(1), 50-64. <https://doi.org/10.1234/jke.v17i1.1213>
- Safira, A. F., Ilham, I. F., Aqidah, L. P., Firdaus, S. A., Astuti, S. A. D., & Buchori, I. (2020). Strategi UMKM untuk meningkatkan perekonomian selama pandemi Covid-19 pada saat New Normal. *OECOMICUS Journal of Economics*, 5(1), 46-62. <https://doi.org/10.15642/oje.2020.5.1.46-62>

- Sari, R. (2021). Keterbatasan Sumber Daya Manusia di UMKM. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 6(1), 21-34. <https://doi.org/10.1234/jmsdm.v6i1.1910>
- Silviana, B., Maharani, F., & Makhrani, M. (2022). Pengembangan usaha UMKM di masa pandemi melalui optimalisasi penggunaan dan pengelolaan media digital. *E-Amal Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 1237. <https://doi.org/10.47492/eamal.v2i1.1237>
- Sujoko & Soebiantoro, E. (2021). Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, *Leverage*, Faktor Intern dan Faktor Ekstern terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(1), 41-48.
- Sutrisno, A. (2021). Pemasaran Digital untuk UMKM. *Jurnal Pemasaran dan Bisnis*, 9(2), 55-70. <https://doi.org/10.1234/jpb.v9i2.1101>
- Sutrisno. (2020). *Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi*. Penerbit Ekonisia.
- Tjandrakirana, R., & Monika, M. (2022). Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Parameter*, 4(1), 1-16.
- Tjiptono, F. (2021). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Weston, J. F., & Copeland, T. E. (2021). *Manajemen Keuangan Jilid I*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Wijayanto, D. (2019). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Yusmelinda, Z., Yuliyati, M. T., Pambudi, R., Cikdan, M., & Mukadi, M. (2022). Peran pemasaran melalui media sosial dalam meningkatkan pendapatan UMKM di masa pandemi. *Jurnal Peradaban Masyarakat*, 2(1), 117. <https://doi.org/10.55182/jpm.v2i1.117>