

Strategi Penguatan Manajemen Usaha Pada Usaha Kecil Warung Makan Pak Amin

Rahman¹, Rinto Alexandro²

¹Prodi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Palangka Raya

²Universitas Palangka Raya

rahman02@fkip.upr.ac.id Telp: +62896933128XX

Abstract

Small businesses play a strategic role in driving the people's economy and improving the welfare of local communities. However, most small business actors are still faced with various obstacles, especially in terms of business management that has not been professionally organized. This research focused on Warung Makan Pak Amin as a case study, with the aim of examining the various managerial problems faced and designing a strengthening strategy that is in accordance with field conditions. The research used a descriptive qualitative method with data collection techniques through direct observation, in-depth interviews with owners and employees, and documentation of stall operational activities. The findings showed weaknesses in several important aspects, such as unsystematic financial recording, lack of work structure and division of tasks, and conventional business promotion. Suggested strategies include digitizing financial management, drafting and training work SOPs, and optimizing digital platforms as a means of promotion and customer service. Implementation of these strategies is expected to improve efficiency, productivity, and business sustainability. This study is expected to be a practical reference for other MSME players in building an adaptive management system based on local strengths in the midst of growing economic challenges.

Keywords: Business management, small businesses, strengthening strategies, food stalls, MSMEs.

Abstrak

Usaha kecil memiliki peran strategis dalam menggerakkan roda perekonomian rakyat dan meningkatkan kesejahteraan komunitas lokal. Namun, sebagian besar pelaku usaha kecil masih dihadapkan pada berbagai kendala, khususnya dalam hal pengelolaan usaha yang belum tertata secara profesional. Penelitian ini difokuskan pada Warung Makan Pak Amin sebagai studi kasus, dengan tujuan untuk mengkaji berbagai persoalan manajerial yang dihadapi serta merancang strategi penguatan yang sesuai dengan kondisi lapangan. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi langsung, wawancara mendalam dengan pemilik dan karyawan, serta dokumentasi aktivitas operasional warung. Temuan penelitian menunjukkan adanya kelemahan pada beberapa aspek penting, seperti pencatatan keuangan yang tidak sistematis, kurangnya struktur kerja dan pembagian tugas, serta promosi usaha yang masih konvensional. Strategi yang disarankan mencakup digitalisasi manajemen keuangan, penyusunan dan pelatihan SOP kerja, serta optimalisasi platform digital sebagai sarana promosi dan layanan pelanggan. Implementasi strategi tersebut diharapkan dapat meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan keberlanjutan usaha. Kajian ini diharapkan menjadi acuan praktis bagi pelaku UMKM lain dalam membangun sistem manajemen yang adaptif dan berbasis pada kekuatan lokal di tengah tantangan ekonomi yang terus berkembang.

Kata Kunci: Manajemen usaha, usaha kecil, strategi penguatan, warung makan, UMKM.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam struktur perekonomian Indonesia. Peranannya sangat signifikan dalam menciptakan kesempatan kerja, memperkuat ekonomi lokal, serta menjaga ketahanan ekonomi nasional di tengah ketidakpastian global. Sektor ini dikenal fleksibel, tangguh, dan cepat beradaptasi terhadap berbagai kondisi ekonomi. Saat ini, UMKM mampu menyerap 97% total tenaga kerja di Indonesia dan menyumbangkan lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional (Siaran Pers Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2025). Hal ini menandakan bahwa UMKM bukan hanya berkontribusi secara kuantitatif, tetapi juga memiliki potensi besar dalam mendorong pemerataan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Salah satu sektor UMKM yang berkembang paling pesat adalah bidang kuliner. (Sari & Harmedia, 2022), (Nainggolan et al., 2023). (Sari et al., 2024), (Rosida et al., 2024), (Prayoga et al., 2023),

Perubahan pola konsumsi masyarakat, pertumbuhan populasi, serta meningkatnya gaya hidup masyarakat urban telah memicu tumbuhnya berbagai jenis usaha kuliner di seluruh wilayah Indonesia. Dari warung makan tradisional hingga kafe modern, usaha kuliner tidak hanya menawarkan produk makanan dan minuman, tetapi juga menciptakan pengalaman konsumen yang khas. Keunggulan sektor ini terletak pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan primer masyarakat secara langsung serta memiliki nilai budaya yang kuat karena sering kali menyajikan makanan khas lokal. Di antara berbagai bentuk usaha kuliner yang berkembang di tingkat lokal, warung makan tradisional tetap menjadi pilihan favorit masyarakat karena menawarkan harga yang terjangkau, rasa yang sesuai dengan lidah lokal, serta suasana yang akrab dan sederhana. Warung makan seperti ini biasanya menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat, baik sebagai tempat makan maupun ruang interaksi sosial. Warung Makan Pak Amin merupakan salah satu bentuk usaha kecil di sektor kuliner yang beroperasi di Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah. Usaha ini telah eksis lebih dari lima tahun dan memiliki basis pelanggan tetap yang cukup loyal. Menu yang disajikan umumnya adalah masakan rumahan yang digemari masyarakat setempat, seperti aneka olahan ayam, ikan, dan sayuran khas daerah. Namun, meskipun secara produk telah diterima oleh pasar, warung ini masih menghadapi sejumlah tantangan yang cukup kompleks dalam hal pengelolaan usaha. (Angling N, 2023), (Bismala, 2017), (Narto et al., 2023), (Sari et al., 2020), (S. Napitupulu et al., 2022), (D. Napitupulu & Manalu, 2023), (Ezizwita et al., 2020), (Purwani et al., 2019), (Sukirman & Indaryani, 2014), (Yudistria et al., 2023).

Beberapa permasalahan utama yang dihadapi oleh Warung Makan Pak Amin meliputi pencatatan keuangan yang masih dilakukan secara manual dan tidak sistematis, ketidakteraturan dalam pembagian kerja antar karyawan, hingga promosi usaha yang masih bergantung pada metode konvensional seperti dari mulut ke mulut. Ketiga aspek ini berpengaruh langsung terhadap efisiensi operasional dan peluang pengembangan usaha ke depan. Sebagai contoh, pencatatan keuangan yang tidak tertata menyulitkan pemilik dalam mengetahui kondisi keuangan aktual, termasuk dalam mengidentifikasi besarnya laba bersih, efektivitas biaya operasional, atau menyusun anggaran pengembangan usaha. Selain itu, tidak adanya sistem kerja yang terstruktur dan pembagian tugas yang jelas mengakibatkan tumpang tindih pekerjaan dan rendahnya produktivitas, terutama saat warung mengalami lonjakan pengunjung. Dari sisi pemasaran, keterbatasan pemanfaatan media sosial dan teknologi digital membuat jangkauan pasar Warung Makan Pak Amin relatif stagnan. Padahal, di era digital saat ini, kehadiran usaha di platform daring dapat memberikan keuntungan besar dalam memperluas basis pelanggan dan meningkatkan visibilitas merek. Permasalahan tersebut mencerminkan bahwa manajemen usaha kecil masih menjadi tantangan utama yang belum banyak tersentuh oleh pembinaan maupun pendampingan berkelanjutan. (Handajani et al., 2023), (Reinaldi et al., 2024), (Vikaliana et al., 2021), (Singgih, 2020), (Ismail et al., 2021), (Herlina et al., 2019). Oleh karena itu, perlu adanya upaya strategis untuk meningkatkan kapasitas manajerial pemilik usaha kecil melalui pendekatan yang bersifat praktis, aplikatif, dan relevan dengan konteks lokal. Urgensi dari penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk merumuskan strategi penguatan manajemen usaha yang tepat guna bagi Warung Makan Pak Amin, yang nantinya dapat dijadikan model dalam pemberdayaan UMKM sejenis. Strategi tersebut diharapkan mencakup perbaikan sistem pencatatan keuangan, pengelolaan sumber daya manusia, serta penguatan aspek pemasaran melalui media digital. Dengan adanya penguatan pada dimensi manajerial ini, Warung Makan Pak Amin diharapkan mampu meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan daya saing usaha dalam jangka panjang. Penelitian ini juga sangat relevan dalam konteks pemulihan ekonomi pascapandemi COVID-19, di mana pelaku UMKM dituntut untuk dapat beradaptasi dengan berbagai bentuk transformasi, baik dalam sistem operasional, pemasaran, maupun dalam pengelolaan sumber daya. Transformasi digital yang sebelumnya dianggap sebagai pilihan kini telah menjadi kebutuhan pokok. Oleh karena itu, strategi penguatan manajemen juga harus mencakup adaptasi teknologi dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran usaha. Dalam penelitian ini, digunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menggali permasalahan secara mendalam serta merumuskan solusi strategis yang kontekstual. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung terhadap aktivitas operasional Warung Makan Pak Amin, wawancara mendalam dengan pemilik dan karyawan, serta studi dokumentasi terhadap kegiatan dan catatan usaha yang tersedia. Data yang dikumpulkan dianalisis secara kualitatif untuk memahami dinamika manajerial yang terjadi dan mengidentifikasi celah-celah yang dapat diperbaiki. (Churiyah et al., 2021), (Rokhayati et al., 2022), (Rahman et al.,

2025), (Wajdi et al., 2021), (Aji et al., 2023).

Hasil dari penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi dalam bentuk temuan akademik, tetapi juga memberikan manfaat praktis bagi pelaku usaha kecil lainnya. Strategi penguatan yang disusun diharapkan bersifat replikatif, artinya dapat diadopsi oleh usaha sejenis di wilayah lain dengan menyesuaikan pada kondisi dan potensi lokal masing-masing. Dengan memperkuat manajemen usaha, pelaku UMKM seperti Pak Amin dapat memiliki kontrol yang lebih baik terhadap jalannya usaha, mampu mengambil keputusan yang berbasis data, serta memiliki arah pengembangan usaha yang lebih jelas. Strategi ini juga dapat mendorong kemandirian ekonomi lokal dan memperkuat peran UMKM dalam mewujudkan pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Dengan demikian, penelitian ini merupakan langkah strategis untuk memfasilitasi penguatan kapasitas pelaku usaha kecil dalam menghadapi tantangan zaman yang semakin kompleks. Upaya peningkatan manajerial bukan hanya penting untuk keberlanjutan Warung Makan Pak Amin, tetapi juga dapat menjadi bagian dari gerakan kolektif dalam memperkuat sektor UMKM sebagai fondasi utama perekonomian nasional di masa depan.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk menggambarkan secara mendalam kondisi manajemen usaha Warung Makan Pak Amin. Pendekatan ini dipilih agar peneliti dapat memahami konteks, perilaku, dan dinamika yang terjadi di lingkungan usaha secara utuh. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam dengan pemilik serta studi dokumentasi terhadap pencatatan transaksi harian dan dokumen pembelian bahan baku. Observasi dilakukan selama dua minggu untuk mengetahui pola kerja harian, alur operasional, dan interaksi antara pemilik, karyawan, dan pelanggan. Wawancara mendalam difokuskan pada aspek perencanaan usaha, pengelolaan keuangan, manajemen SDM, serta strategi pemasaran. Data yang diperoleh dianalisis secara tematik dengan mengelompokkan temuan berdasarkan isu-isu utama manajerial yang dihadapi oleh usaha. Validitas data diperkuat melalui triangulasi sumber dan teknik. Hasil analisis kemudian digunakan sebagai dasar dalam merumuskan strategi penguatan manajemen yang sesuai dengan kondisi dan kapasitas Warung Makan Pak Amin.

HASIL DAN DISKUSI

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Warung Makan Pak Amin memiliki kekuatan utama pada kualitas rasa makanan dan harga yang terjangkau. Warung ini dikenal oleh masyarakat sekitar karena menyajikan masakan khas Kalimantan Tengah dengan cita rasa konsisten. Namun, di balik keunggulan tersebut, terdapat beberapa permasalahan manajerial yang menghambat potensi pengembangan usaha.

1. Manajemen Keuangan

Permasalahan utama yang dihadapi oleh Warung Makan Pak Amin terletak pada aspek pencatatan keuangan yang masih dilakukan secara manual, sederhana, dan belum terstruktur dengan baik. Seluruh transaksi pemasukan dan pengeluaran hanya dicatat secara sporadis di buku tulis biasa, bahkan tidak jarang hanya mengandalkan ingatan pemilik tanpa bukti fisik atau sistem pencatatan yang memadai. Kondisi ini menimbulkan ketidakakuratan dalam data keuangan, sehingga pemilik tidak dapat secara pasti menghitung total pendapatan harian, biaya operasional, maupun margin keuntungan yang diperoleh. Selain itu, tidak adanya pemisahan yang jelas antara keuangan pribadi dan keuangan usaha menyebabkan pencampuran dana yang berisiko terhadap keberlanjutan usaha, terutama ketika terjadi kebutuhan mendesak secara personal. Dampak dari lemahnya manajemen keuangan ini adalah kesulitan dalam melakukan evaluasi usaha secara periodik, menetapkan target pengembangan, serta menyusun strategi pembiayaan dan ekspansi. Oleh karena itu, diperlukan strategi penguatan manajemen keuangan, seperti digitalisasi pencatatan menggunakan aplikasi sederhana, penyusunan laporan berkala, dan edukasi dasar tentang pembukuan. Penguatan ini menjadi langkah penting agar Warung Makan Pak Amin mampu mengelola keuangannya secara profesional, transparan, dan berorientasi pada pertumbuhan usaha jangka panjang.

Strategi Penguatan

a. Menggunakan aplikasi pencatatan keuangan sederhana seperti Buku Kas atau Catatan Keuangan Harian UMKM.

Untuk memperbaiki sistem pencatatan keuangan yang masih manual dan tidak terstruktur di Warung Makan Pak Amin, penggunaan aplikasi pencatatan keuangan digital menjadi langkah strategis yang efektif. Aplikasi seperti BukuKas atau Catatan Keuangan Harian UMKM menawarkan antarmuka yang sederhana dan mudah dipahami oleh pelaku usaha kecil tanpa latar belakang akuntansi. Fitur-fitur pada aplikasi ini memungkinkan pencatatan pemasukan dan pengeluaran secara real time, menyimpan data historis, dan menyusun laporan otomatis. Dengan pemanfaatan aplikasi ini, pemilik warung dapat mengelola keuangan secara lebih rapi, transparan, dan efisien, sekaligus menjadi dasar dalam pengambilan keputusan usaha ke depan.

b. Memberikan pelatihan dasar mengenai pembukuan sederhana kepada pemilik usaha agar dapat menyusun laporan keuangan harian, mingguan, dan bulanan.

Penguatan kapasitas manajemen usaha tidak akan maksimal tanpa adanya pemahaman dasar dari pelaku usahanya sendiri. Oleh karena itu, pelatihan dasar pembukuan sederhana sangat penting diberikan kepada pemilik Warung Makan Pak Amin. Pelatihan ini mencakup cara mencatat pemasukan dan pengeluaran, menyusun laporan harian, serta merangkum laporan keuangan mingguan dan bulanan secara sistematis. Materi pelatihan dapat disesuaikan dengan konteks UMKM lokal agar mudah dipahami dan langsung dapat diterapkan. Dengan bekal ini, pemilik warung dapat memantau performa usaha secara lebih objektif, meminimalkan risiko kebocoran dana, serta membuat perencanaan usaha yang lebih terarah dan berkelanjutan.

c. Menerapkan prinsip pemisahan antara keuangan pribadi dan usaha untuk menjaga akurasi pencatatan.

Salah satu prinsip dasar dalam manajemen keuangan usaha adalah memisahkan antara dana pribadi dan dana usaha. Di Warung Makan Pak Amin, hal ini belum diterapkan dengan baik, sehingga menyebabkan pencampuran dana yang berisiko terhadap keberlangsungan usaha. Oleh karena itu, strategi penguatan yang harus segera diterapkan adalah pemisahan rekening atau tempat penyimpanan uang antara kebutuhan rumah tangga dan operasional warung. Langkah sederhana ini akan sangat membantu dalam menjaga akurasi pencatatan keuangan serta memberikan gambaran yang lebih realistis tentang kondisi keuangan usaha. Selain itu, hal ini juga menciptakan disiplin finansial yang akan berdampak positif dalam pengambilan keputusan bisnis yang lebih rasional dan profesional.

2. Manajemen Sumber Daya Manusia

Warung Makan Pak Amin saat ini mempekerjakan 6 orang karyawan yang bertugas membantu dalam aktivitas memasak, menyiapkan pesanan, serta melayani pelanggan. Meskipun jumlah tenaga kerja tergolong cukup untuk skala usaha kecil, namun sistem kerja yang diterapkan masih bersifat informal dan tidak memiliki struktur yang jelas. Selama ini, pembagian tugas dilakukan secara spontan berdasarkan kebiasaan harian dan kesepakatan lisan tanpa panduan tertulis. Tidak adanya standar operasional prosedur (SOP) menyebabkan karyawan bekerja tanpa acuan yang pasti, sehingga terjadi tumpang tindih tugas atau bahkan kekosongan peran ketika situasi menjadi sibuk, terutama pada jam makan siang atau akhir pekan saat jumlah pelanggan meningkat drastis. Kurangnya efisiensi kerja ini berpengaruh pada kecepatan pelayanan, konsistensi kualitas hidangan, serta kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Oleh karena itu, sangat penting bagi Warung Makan Pak Amin untuk mulai menyusun SOP sederhana yang mencakup alur kerja harian, pembagian peran yang proporsional, serta panduan pelayanan pelanggan. Penerapan sistem kerja yang lebih terstruktur ini akan membantu meningkatkan produktivitas karyawan, memperbaiki koordinasi kerja, dan menciptakan lingkungan usaha yang lebih profesional serta siap untuk berkembang ke skala yang lebih besar.

Strategi Penguatan:

a. Menyusun SOP sederhana yang mengatur tugas harian karyawan, alur kerja dapur, hingga standar pelayanan pelanggan.

Penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang sederhana namun aplikatif menjadi langkah penting untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan di Warung Makan Pak

Amin. SOP dapat mencakup pembagian tugas harian karyawan, seperti siapa yang bertanggung jawab di dapur, di area pelayanan, atau pada kebersihan. Alur kerja di dapur juga perlu diatur agar proses memasak lebih cepat dan tidak saling mengganggu. Selain itu, standar pelayanan pelanggan juga harus dirumuskan, seperti cara menyambut tamu, mencatat pesanan, hingga menyampaikan makanan dengan sopan. Dengan adanya SOP, seluruh kegiatan usaha dapat berjalan lebih tertib, konsisten, dan profesional.

b. Melakukan pelatihan kerja kepada karyawan, terutama dalam hal kebersihan, kecepatan pelayanan, dan komunikasi dengan pelanggan.

Agar SOP yang telah disusun dapat dijalankan secara optimal, pelatihan kerja kepada karyawan menjadi hal yang mutlak dilakukan. Pelatihan dapat difokuskan pada peningkatan kesadaran akan pentingnya kebersihan area kerja dan penyajian makanan yang higienis. Selain itu, karyawan perlu dilatih untuk memberikan pelayanan yang cepat dan responsif, terutama di saat warung dalam kondisi ramai. Kemampuan berkomunikasi secara ramah dan sopan kepada pelanggan juga harus ditingkatkan karena menjadi bagian dari citra usaha. Melalui pelatihan ini, karyawan akan memiliki keterampilan dan pemahaman yang lebih baik dalam menjalankan tugasnya, sehingga meningkatkan kualitas operasional secara keseluruhan.

c. Menyusun jadwal kerja dan sistem insentif sederhana untuk meningkatkan motivasi dan kinerja karyawan.

Kehadiran jadwal kerja yang terstruktur akan membantu memastikan seluruh aktivitas di Warung Makan Pak Amin berjalan lancar dan adil bagi semua karyawan. Jadwal ini dapat disusun secara mingguan atau bulanan dengan pembagian waktu kerja yang seimbang agar tidak terjadi kelelahan berlebihan. Selain itu, untuk meningkatkan semangat kerja dan loyalitas, perlu diterapkan sistem insentif sederhana, seperti bonus harian untuk kinerja baik, uang lembur, atau penghargaan bulanan. Sistem insentif ini tidak harus besar, namun mampu memberikan apresiasi yang mendorong motivasi. Dengan strategi ini, pemilik usaha dapat membentuk tim kerja yang lebih solid, produktif, dan merasa dihargai atas kontribusinya.

3. Strategi Pemasaran

Strategi promosi yang diterapkan oleh Warung Makan Pak Amin hingga saat ini masih bersifat konvensional dan sangat terbatas. Usaha ini lebih banyak bergantung pada pelanggan tetap dan promosi dari mulut ke mulut yang memang telah terbentuk secara alami dari pengalaman konsumen yang puas. Meskipun pendekatan ini memiliki nilai positif dalam membangun kepercayaan pelanggan lokal, namun tidak cukup untuk memperluas jangkauan pasar, terutama di era digital saat ini. Warung belum memanfaatkan media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, atau *WhatsApp Business*, yang sebenarnya dapat menjadi sarana efektif dan murah untuk mengenalkan produk serta menarik pelanggan baru. Belum ada dokumentasi visual yang konsisten mengenai menu makanan, promo harian, atau testimoni pelanggan yang dapat dibagikan secara daring. Padahal, promosi digital berpotensi meningkatkan eksposur warung kepada masyarakat yang lebih luas, termasuk generasi muda yang sangat aktif di platform online. Oleh karena itu, strategi penguatan promosi perlu diarahkan pada pemanfaatan media digital, dimulai dari pembuatan akun media sosial, konten promosi sederhana namun menarik, hingga kerja sama dengan pelanggan untuk membagikan ulasan. Langkah ini penting untuk mendukung pertumbuhan usaha yang lebih modern, kompetitif, dan berkelanjutan. (Bahagia et al., 2024)

Strategi Penguatan:

a. Membuat akun media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk membagikan foto menu, testimoni pelanggan, dan promosi mingguan.

Sebagai upaya meningkatkan jangkauan pemasaran, Warung Makan Pak Amin perlu mulai memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan TikTok yang sangat populer di kalangan masyarakat, khususnya generasi muda. Akun media sosial ini dapat digunakan untuk membagikan konten visual menarik seperti foto dan video menu makanan, suasana warung, testimoni pelanggan, hingga promosi mingguan. Konsistensi dalam mengunggah konten akan membantu membangun branding warung secara perlahan namun efektif. Dengan pendekatan ini, warung dapat memperkuat citra usaha, menjangkau pelanggan baru secara organik, serta menciptakan kedekatan emosional dengan pengikutnya melalui interaksi langsung di media sosial.

b. Mendaftarkan usaha pada platform layanan pesan antar seperti *GoFood* atau *GrabFood* untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas.

Dalam era digital dan mobilitas tinggi, layanan pesan antar makanan menjadi salah satu kebutuhan utama masyarakat. Oleh karena itu, Warung Makan Pak Amin disarankan untuk mendaftarkan usahanya ke platform seperti *GoFood* atau *GrabFood*. Melalui platform ini, warung dapat menjangkau pelanggan di luar lingkungan sekitar yang mungkin belum mengetahui keberadaannya. Selain menambah saluran distribusi, kehadiran di aplikasi tersebut juga meningkatkan kredibilitas usaha di mata konsumen digital. Pemilik warung hanya perlu menyiapkan daftar menu digital, memastikan ketersediaan stok, serta menjaga kualitas makanan agar tetap konsisten. Langkah ini akan memperluas pasar sekaligus membuka peluang pertumbuhan omset harian secara signifikan.

c. Mengadakan program loyalitas pelanggan seperti diskon khusus untuk pembelian rutin.

Membangun kedekatan dengan pelanggan tetap dapat menjadi salah satu strategi untuk menjaga keberlangsungan usaha Warung Makan Pak Amin. Salah satu cara efektif yang bisa diterapkan adalah dengan membuat program loyalitas pelanggan, misalnya diskon khusus setiap pembelian kelima, atau potongan harga untuk pelanggan yang rutin datang setiap minggu. Program ini tidak hanya memberikan apresiasi kepada pelanggan setia, tetapi juga menjadi insentif agar pelanggan kembali melakukan pembelian. Selain itu, pelanggan yang merasa dihargai cenderung akan merekomendasikan warung kepada orang lain, sehingga dampaknya juga turut memperluas promosi dari mulut ke mulut secara lebih positif dan berkelanjutan.

4. Pengelolaan Bahan Baku dan Inventori

Pengadaan bahan baku di Warung Makan Pak Amin hingga kini masih dilakukan secara harian dan bersifat spontan, tanpa adanya sistem perencanaan atau pencatatan yang jelas. Pemilik warung membeli bahan makanan berdasarkan perkiraan kebutuhan harian, yang sering kali tidak akurat karena tidak didukung oleh data penjualan atau catatan stok sebelumnya. Akibatnya, warung kerap mengalami kekurangan bahan baku saat permintaan meningkat secara tiba-tiba, terutama pada jam makan siang atau akhir pekan.

Hal ini menyebabkan pelayanan menjadi terhambat, bahkan bisa membuat pelanggan kecewa karena menu yang diinginkan tidak tersedia. Di sisi lain, pembelian bahan secara mendadak juga sering kali mengakibatkan harga yang lebih mahal karena tidak ada negosiasi harga atau pembelian dalam jumlah besar. Selain itu, tidak adanya sistem stok yang tertata membuat pemilik kesulitan mengontrol persediaan, sehingga potensi pemborosan atau bahan yang rusak pun menjadi lebih besar. Oleh karena itu, diperlukan strategi penguatan manajemen persediaan, seperti pencatatan stok secara rutin, analisis kebutuhan bahan berdasarkan tren penjualan, dan kerja sama dengan pemasok tetap. Strategi ini penting untuk menjamin kelancaran operasional serta menjaga kualitas dan ketersediaan menu setiap hari.

Strategi Penguatan:

a. Menyusun daftar bahan baku pokok dan membuat perencanaan pembelian mingguan.

Langkah awal dalam memperbaiki manajemen persediaan di Warung Makan Pak Amin adalah menyusun daftar bahan baku pokok yang rutin dibutuhkan untuk operasional harian, seperti beras, minyak goreng, sayuran, daging, dan bumbu dapur. Setelah itu, warung perlu merancang perencanaan pembelian secara mingguan berdasarkan estimasi kebutuhan yang didasarkan pada data penjualan sebelumnya. Perencanaan ini akan membantu menghindari pembelian impulsif, mempermudah kontrol anggaran, serta memungkinkan pemilik melakukan pembelian dalam jumlah lebih besar sehingga mendapat harga lebih ekonomis. Strategi ini mendukung efisiensi biaya dan menjamin ketersediaan bahan secara konsisten.

b. Menerapkan sistem pencatatan stok masuk dan keluar secara manual atau digital sederhana.

Untuk memastikan pengelolaan stok yang lebih tertib dan transparan, Warung Makan Pak Amin perlu mulai menerapkan sistem pencatatan persediaan. Sistem ini dapat dilakukan secara manual menggunakan buku stok harian atau melalui aplikasi digital sederhana seperti Excel, BukuKas, atau aplikasi UMKM lainnya. Pencatatan stok masuk dan keluar secara rutin akan membantu pemilik memantau penggunaan bahan baku, mengidentifikasi kebutuhan restock

secara akurat, serta mencegah pemborosan akibat kelebihan atau kekurangan stok. Dengan sistem ini, pemilik juga dapat melakukan evaluasi terhadap pola penggunaan bahan dan mengatur rotasi persediaan agar tidak ada yang kedaluwarsa.

c. Menjalin kemitraan dengan pemasok tetap untuk menjamin ketersediaan dan harga bahan baku yang stabil.

Salah satu strategi penting dalam memperkuat manajemen pengadaan adalah menjalin hubungan kemitraan jangka panjang dengan pemasok tetap. Warung Makan Pak Amin dapat bekerja sama dengan pemasok lokal untuk menyediakan bahan baku secara rutin sesuai kebutuhan mingguan. Dengan adanya kesepakatan tetap, pemilik warung dapat menikmati kepastian pasokan, harga yang lebih stabil, dan kemungkinan mendapat prioritas saat stok bahan langka. Selain itu, kemitraan ini juga membuka peluang untuk mendapatkan diskon pembelian dalam jumlah besar serta membangun kepercayaan dan komunikasi yang baik dengan pemasok. Hubungan ini akan membantu menjaga kesinambungan operasional warung dan kualitas produk yang ditawarkan kepada pelanggan.

5. Pemanfaatan Teknologi dan Digitalisasi

Salah satu tantangan utama yang dihadapi Warung Makan Pak Amin adalah minimnya pemanfaatan teknologi dalam pengelolaan usaha. Saat ini, seluruh proses usaha masih dilakukan secara manual, mulai dari pencatatan keuangan hingga promosi. Pemilik warung belum familiar dengan penggunaan aplikasi pencatatan keuangan digital seperti BukuKas, Akuntansi UKM, atau aplikasi sederhana lainnya yang sebenarnya dapat membantu mencatat arus kas harian secara lebih akurat dan efisien. Selain itu, pemasaran pun masih mengandalkan metode tradisional dari mulut ke mulut, tanpa adanya pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Facebook, atau WhatsApp Business yang sangat efektif dalam menjangkau konsumen baru di era digital. Ketidakterbukaan terhadap teknologi ini menyebabkan warung kesulitan dalam meningkatkan daya saing dan memperluas pangsa pasar. Padahal, penerapan teknologi sederhana bisa sangat membantu dalam pengambilan keputusan usaha, analisis keuntungan, manajemen stok, hingga peningkatan layanan pelanggan. Oleh karena itu, penting untuk mendorong pemilik usaha agar lebih terbuka terhadap pelatihan dan pendampingan digitalisasi usaha, agar Warung Makan Pak Amin tidak tertinggal dalam ekosistem bisnis yang kini semakin terdigitalisasi. Transformasi digital menjadi kunci dalam penguatan manajemen dan keberlanjutan usaha di masa depan.

Strategi Penguatan:

a. Mendapatkan pendampingan dari lembaga pendidikan atau komunitas digital untuk pelatihan penggunaan teknologi.

Salah satu solusi strategis yang dapat dilakukan oleh Warung Makan Pak Amin dalam menghadapi tantangan digitalisasi adalah menjalin kerja sama dengan lembaga pendidikan seperti universitas atau sekolah kejuruan, serta komunitas digital lokal yang memiliki program pendampingan UMKM. Melalui kerja sama ini, pemilik usaha dapat mengikuti pelatihan langsung mengenai penggunaan aplikasi pencatatan keuangan, manajemen stok berbasis digital, hingga strategi pemasaran melalui media sosial. Pendampingan ini juga akan memberikan pendekatan praktis dan personal sesuai kebutuhan usaha, sehingga mempermudah proses adaptasi teknologi. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kompetensi digital, tetapi juga membuka jaringan baru yang mendukung pengembangan usaha ke depan.

b. Menerapkan digitalisasi secara bertahap sesuai dengan kemampuan dan kesiapan sumber daya manusia yang tersedia.

Digitalisasi usaha tidak harus dilakukan secara drastis, tetapi dapat diterapkan secara bertahap agar pemilik dan karyawan dapat menyesuaikan diri tanpa tekanan. Warung Makan Pak Amin bisa memulainya dengan hal-hal sederhana, seperti mencatat pemasukan dan pengeluaran harian menggunakan aplikasi keuangan yang mudah digunakan. Setelah itu, bisa dilanjutkan dengan membuat akun media sosial usaha untuk mengenalkan produk dan menjalin komunikasi dengan pelanggan. Pendekatan bertahap ini memungkinkan pemilik untuk mengukur efektivitas penggunaan teknologi sambil meningkatkan keterampilan digital karyawan. Dengan cara ini, proses transformasi digital akan berjalan lebih lancar, terukur, dan berkelanjutan sesuai kapasitas usaha.

Melalui penerapan berbagai strategi penguatan manajemen usaha yang telah dirancang secara terarah dan kontekstual, Warung Makan Pak Amin memiliki potensi besar untuk mengalami transformasi yang signifikan dalam aspek operasional dan pengelolaan bisnis. Langkah-langkah seperti peningkatan pencatatan keuangan, penyusunan standar operasional kerja, optimalisasi pemasaran digital, hingga pengelolaan stok yang lebih tertib, akan berdampak langsung pada efisiensi proses kerja harian dan kestabilan keuangan usaha. Selain itu, dukungan dari komunitas UMKM serta pemanfaatan teknologi secara bertahap akan membuka peluang lebih luas untuk menjangkau pasar baru dan memperkuat hubungan dengan pelanggan lama.

Perbaikan dalam manajemen sumber daya manusia juga akan meningkatkan kinerja dan kepuasan kerja karyawan, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap kualitas layanan. Dengan strategi yang tepat, usaha kecil seperti Warung Makan Pak Amin tidak hanya mampu bertahan di tengah persaingan bisnis yang dinamis, tetapi juga berpotensi tumbuh lebih kuat dan adaptif terhadap perubahan zaman. Pendekatan ini menegaskan bahwa profesionalisme dalam pengelolaan, meskipun dalam skala usaha kecil, merupakan kunci utama untuk menciptakan usaha yang berkelanjutan dan berdaya saing tinggi.

SIMPULAN

Penelitian ini menegaskan pentingnya penguatan manajemen usaha bagi keberlanjutan dan perkembangan usaha kecil seperti Warung Makan Pak Amin. Permasalahan yang ditemukan mencakup aspek keuangan, sumber daya manusia, pemasaran, pengelolaan stok, dan pemanfaatan teknologi. Strategi penguatan yang disarankan meliputi digitalisasi pencatatan keuangan, penyusunan SOP kerja, pemanfaatan media sosial untuk promosi, dan integrasi ke dalam jaringan komunitas UMKM.

Strategi ini bersifat praktis dan dapat diimplementasikan secara bertahap sesuai kapasitas pelaku usaha. Penguatan manajemen usaha berbasis pendekatan lokal dan adaptif menjadi kunci dalam mendorong daya saing dan keberlanjutan UMKM. Warung Makan Pak Amin dapat menjadi contoh bahwa dengan strategi yang tepat dan kemauan untuk berubah, usaha kecil dapat berkembang dan menghadapi tantangan zaman secara efektif. Penelitian ini juga memberikan implikasi bagi pembuat kebijakan dan lembaga pendamping untuk lebih fokus pada pelatihan manajemen praktis bagi pelaku UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada bapak Amin selaku pemilik Warung Makan yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian hingga selesai penulis melakukan kajian disana terhadap usaha yang di jalankan selama ini, semoga tetap selalu lancar dalam usahanya.

DAFTAR RUJUKAN

- Aji, G., Pujiyanto, E., Zaen, A. S., Indriyani, V., & Ulufal Qolbi, A. (2023). Strategi Pertumbuhan Internasional Untuk Usaha Kecil Dan Menengah. *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 3(1), 32–40. <http://journal.stiestekom.ac.id/index.php/dinamikapage32>
- Angling N. (2023). Penguatan UMKM Sebagai Upaya Mewujudkan Kedaulatan Bangsa. *Kementerian Keuangan - Kemenkeu Learning Center (KLC)*.
- Bahagia, D. S., Numan, A., & Saputra, S. (2024). *Strategi Perencanaan Bisnis untuk Meningkatkan Keberhasilan UMKM Dedi*. 1(3), 123–130.
- Bismala, L. (2017). Model Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 5(1), 19–26. <https://doi.org/10.37715/jee.v5i1.383>
- Churiyah, M., Susanti, E., Pratikto, H., & Malang, U. N. (2021). Strategy for Strengthening MSME Competitiveness During the COVID-19 Pandemic. *Jurnal Karinov*, 4(2), 129–135.
- Ezizwita, Srihasnita, R., & Maivalinda. (2020). Strategi Penguatan Manajemen Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Pada Industri Pengolahan Makanan. *Menara Ilmu*, XIV(02), 23–37.
- Handajani, L., Akram, A., & Sokarina, A. (2023). Penguatan Manajemen Usaha Untuk Mendukung Kontinuitas Operasional Badan Usaha Milik Desa. *Jurnal Pengabdian Magister* <https://jppipa.unram.ac.id/index.php/jppmpi/article/view/4815%0>

- Herlina, H., Purwati, N. E., & Liwaul, L. (2019). Analisis Strategi Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Pengembangan Usaha UD. Mete Mubaraq Lombe Kota Kendari. *Business UHO: Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(2), 209. <https://doi.org/10.52423/bujab.v4i2.9461>
- Ismail, Y., Aneta, Y., & Monoarfa, V. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Penguatan Manajemen Usaha dan Strategi Pemasaran pada Usaha Kabupaten Gorontalo Utara membangun kemandirian perekonomiannya dengan berbasis kepada potensi kekayaan alam yang dimiliki. *Jurnal sibermas*, 1(1), 14.
- Nainggolan, B., Rasmewahni, & Fitrianiingsih. (2023). *Penguatan Manajemen Usaha dan Strategi Pemasaran Pada Umkm Aneka Roti Ibu Mimin Di Desa Sei Suka Deras Kecamatan Sei Suka Kabupaten Batu Bara*. 2(1), 26–29.
- Napitupulu, D., & Manalu, O. (2023). Penguatan Manajemen Kewirausahaan Untuk Mendorong Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Umkm) di Kalangan Mahasiswa Universitas Mandiri Bina Prestasi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Multi Displin Ilmu*, 1(2), 31–34. <https://jurnal.itscience.org/index.php/jpmasdi>
- Napitupulu, S., Pratiwi, R., Tardin, & Mulyadi. (2022). Penguatan Manajemen Usaha Kuliner Kelurahan Cipinang Melayu. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Pengabdian*, 302–307.
- Narto, Yusuf, M. H., & HM, G. B. (2023). Strategi Penguatan Daya Saing UMKM Sebagai Upaya Pemulihan Pasca Pandemi Covid-19 di Kabupaten Gresik. *JITMI: Jurnal Ilmiah Teknik dan Manajemen Industri*, Vol 6(No 2). <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JITM/article/view/23074>
- Prayoga, D. S., Oktaviani, R., & Hermawan, A. (2023). Penguatan Bisnis UMKM Kue Karisma di Kota Malang melalui Pendampingan Manajemen Usaha. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(9), 2010–2021. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v1i9.463>
- Purwani, T., Dharmawan, A., & Prihati, Y. (2019). *WASANA NYATA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Penguatan Manajemen Usaha Digital Design*. 3(1), 174–179. https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/wasana_nyata
- Rahman, Alexandro, R., Lenlioni, L., Nugraha, K., Zola, P., & Setyanto, A. (2025). *Peningkatan Kinerja Dan Keberlangsungan Usaha UMKM Sektor Pedagang Kecil Pada Pasar Besar Kota Palangka Raya Melalui Peningkatan Literasi Keuangan*. 6(1), 75–83.
- Reinaldi, M., Suyatno, A., & Hastut, I. (2024). Strategi Manajemen Keuangan Untuk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *jurnal Akutansi Dan Investasi*, 1 (1)(1), 14–25.
- Rokhayati, I., Harsuti, H., Pujiasuti, R., Purnomo, S. D., Adhitya, B., & Danuta, K. S. (2022). Sistem Manajemen Keuangan sebagai Strategi Penguatan UMKM Masyarakat di Desa Kutaliman Kecamatan Kedungbanteng Kabupaten Banyumas. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2(4), 1197–1202. <https://doi.org/10.54082/jamsi.395>
- Rosida, F., Ikhtia Zahra, I., Widyaningrum, M. F., Nugroho, R. H., & Ikaningtyas, M. (2024). Perencanaan Strategi Bisnis Usaha Online: UMKM. *ManBiz: Journal of Management and Business*, 3(1), 175–185. <https://doi.org/10.47467/manbiz.v3i1.6463>
- Sari, D. P., Saragih, D. M., Novianti, S. S., Sari, D. N., Zahra, A., Prayogi, B., Sinurat, M., Cahyadi, L., Hartanto, B., & Siregar, A. (2024). *Penguatan manajemen umkm di desa paya lombang kec. tebing tinggi kab. serdang bedagai*. 5(6), 12707–12710.
- Sari, R., & Harmedia, R. (2022). *Sosialisasi Manajemen Usaha dan Strategi Pemasaran pada UMKM di Desa Melati II Socialization of Business Management and Marketing Strategy to MSMEs in Melati II Village*. 2(4), 149–153.
- Sari, S. S., Nuringwahyu, S., & Hardati, R. N. (2020). Strategi Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Meningkatkan Penjualan. *Jiagabi*, 9(1), 43–54.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2025). Pemerintah Dorong UMKM Naik Kelas , Tingkatkan Kontribusi terhadap Ekspor Indonesia., *Siaran Pers HM.4.6/27/SET.M.EKON.3/01/2025 Pemerintah*.
- Singgih, M. N. (2020). Strategi Penguatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Sebagai Refleksi Pembelajaran Krisis Ekonomi Indonesia. *Ekonomi Modernisasi*, 3(3), 218–227. <http://e-journal.ukanjuruhan.ac.id>

- Sukirman, & Indaryani, M. (2014). Strategi Pemberdayaan Usaha Kecil Menuju Kemandirian Usaha dengan Menerepkan Manajemen Profesional. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(1), 1–14. https://jurnal.um-palembang.ac.id/ilmu_manajemen/article/download/252/224
- Vikaliana, R., Mariam, S., Rachmat Hidayat, Y., & Aryani, F. (2021). Strategi Peningkatan Kinerja UMKM Melalui Pendampingan Manajemen Persediaan dan Akuntansi Sederhana. *Jurnal karya Abadi*, 5(3), 423–430.
- Wajdi, F., Mangifera, L., & Isa, M. (2021). Strategi Penguatan Inkubator Bisnis Dalam Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah. *Jurnal Manajemen DayaSaing*, 22(2), 101–107. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v22i2.12720>
- Yudistria, Y., Primian, I., & Rina, N. (2023). Penguatan Usaha Kecil Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Organisasi*, 2(1). <https://doi.org/10.58290/jmbo.v2i1.138>