

Analisis Interaksi Antara Praktik Akuntansi Manajemen, Aspek Hukum, Pengelolaan Sumber Daya Manusia, dan Strategi Pemasaran Digital dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Sektor Makanan & Minuman Di Surakarta: Pendekatan Kualitatif pada Beberapa Kasus Studi

Nurita Elfani Prasetyaningrum¹⁾

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta

Ramadhian Agus Triono Sudalyo²⁾

Program Studi Teknik Informatika Fakultas Teknik Elektro dan Informatika

Universitas Surakarta

Ana Mayasari³⁾

Program Studi Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Surakarta

Putri Maha Dewi⁴⁾

Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum Universitas Surakarta

***Corresponding Author:** Ramadhian Agus Triono Sudalyo

Email: ramadhianagustriono@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendalami interaksi antara praktik akuntansi manajemen, aspek hukum, pengelolaan sumber daya manusia, dan strategi pemasaran digital dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sektor makanan & minuman di Surakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan beberapa kasus studi untuk memahami bagaimana faktor-faktor tersebut saling berhubungan dan berkontribusi terhadap pertumbuhan UMKM dalam konteks industri makanan & minuman. Melalui analisis yang terintegrasi, penelitian ini memberikan wawasan yang berharga bagi pemangku kepentingan terkait untuk meningkatkan kinerja dan daya saing UMKM di sektor makanan dan minuman.

Kata kunci: Praktik Akuntansi Manajemen, Aspek Hukum, Pengelolaan Sumber Daya Manusia, Strategi Pemasaran Digital

ABSTRACT

This study aims to delve into the interaction between management accounting practices, legal aspects, human resource management, and digital marketing strategies in the development of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in the food & beverage sector in Surakarta. Using a qualitative approach with multiple case studies, this research seeks to understand how these factors interact and contribute to the growth of MSMEs in the food & beverage industry. Through integrated analysis, this study to provide valuable insights for stakeholders to enhance the performance and competitiveness of MSMEs in the food and beverage sector.

Keywords: *Management Accounting Practices, Legal Aspects, Human Resource Management, Digital Marketing Strategies*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian lokal, terutama di sektor makanan & minuman di Surakarta. Pertumbuhan dan kesuksesan UMKM di sektor ini tidak hanya ditentukan oleh faktor internal seperti manajemen, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti aspek hukum, pengelolaan sumber daya manusia, dan strategi pemasaran digital. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia (2022), menyampaikan bahwa peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Kontribusi UMKM terhadap PDB juga mencapai 60,5%, dan terhadap penyerapan tenaga kerja adalah 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional. Terdapat 30 juta UMKM yang *go digital* di tahun 2024.

Pengembangan Koperasi dan UMKM diarahkan untuk memperkuat ketahanan ekonomi dalam rangka mendukung pertumbuhan yang berkualitas dan pelaksanaan arah kebijakan peningkatan nilai tambah ekonomi diterjemahkan ke dalam sasaran utama peningkatan nilai tambah, daya saing, investasi, ekspor, substitusi impor dan perluasan lapangan kerja melalui penguatan Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dan Kewirausahaan (Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, 2020)

Tantangan UMKM ke depan yang harus diatasi bersama oleh segenap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian lokal, terutama di sektor makanan & minuman di Surakarta. Pertumbuhan dan kesuksesan UMKM di sektor ini tidak hanya ditentukan oleh faktor internal seperti manajemen, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti aspek hukum, pengelolaan sumber daya manusia, dan strategi pemasaran digital. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia (2022), menyampaikan bahwa peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Kontribusi UMKM terhadap PDB juga mencapai 60,5%, dan terhadap penyerapan tenaga kerja adalah 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional. Terdapat 30 juta UMKM yang *go digital* di tahun 2024.

Pengembangan Koperasi dan UMKM diarahkan untuk memperkuat ketahanan ekonomi dalam rangka mendukung pertumbuhan yang berkualitas dan pelaksanaan arah kebijakan peningkatan nilai tambah ekonomi diterjemahkan ke dalam sasaran utama peningkatan nilai tambah, daya saing, investasi, ekspor, substitusi impor dan perluasan lapangan kerja melalui penguatan Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dan Kewirausahaan (Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, 2020)

Tantangan UMKM ke depan yang harus diatasi bersama oleh segenap *stakeholders* terkait antara lain berkaitan dengan inovasi dan teknologi, literasi digital, produktivitas, legalitas atau perizinan, pembiayaan, *branding* dan pemasaran, sumber daya manusia, standarisasi dan sertifikasi, pemerataan pembinaan, pelatihan, dan fasilitasi, serta basis data tunggal (Sutrisno, 2018). Untuk itu, penelitian ini bertujuan untuk mendalami interaksi antara praktik akuntansi manajemen, aspek hukum, pengelolaan sumber daya manusia, dan strategi pemasaran digital dalam pengembangan UMKM di sektor makanan & minuman di Surakarta.

Mengoptimalkan kinerja UMKM makanan & minuman melalui praktik akuntansi manajemen, baik tentang biaya produksi, pengelolaan persediaan yang efisien, analisis kinerja operasional, hingga penetapan harga yang tepat, UMKM dapat

memanfaatkan akuntansi manajemen sebagai alat strategis untuk mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang yang muncul di sektor makanan dan minuman. Praktik akuntansi manajemen bukan hanya sekadar alat untuk mencatat transaksi keuangan, tetapi juga merupakan fondasi yang kuat bagi pengambilan keputusan yang informasional dan strategis bagi UMKM. dapat membantu UMKM meningkatkan kinerja operasional bisnis yang dijalankan, meningkatkan profitabilitas, dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan (Stice, et. al. 2019).

Kriyantono (2019), usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam sektor makanan dan minuman tidak hanya dihadapkan pada persaingan yang ketat dan tuntutan pasar yang berubah, tetapi juga pada berbagai peraturan hukum yang kompleks. Dalam lingkungan regulasi yang dinamis ini, memahami dan mengelola aspek hukum menjadi hal utama untuk pertumbuhan yang berkelanjutan dan kesuksesan jangka panjang. Pentingnya pemahaman tentang aspek hukum dalam pengembangan UMKM di sektor makanan dan minuman tidak dapat diabaikan. Dari persyaratan perizinan dan kepatuhan terhadap regulasi sanitasi hingga perlindungan merek dagang dan perjanjian kontrak, aspek hukum mempengaruhi hampir setiap aspek dari operasi UMKM ini. Penelitian ini juga akan mengeksplorasi berbagai tantangan hukum yang dihadapi oleh UMKM, serta strategi yang dapat diterapkan untuk mengatasi tantangan tersebut dan memastikan keberlanjutan usaha. Melalui pemahaman yang lebih baik tentang peraturan dan kepatuhan hukum, UMKM dapat melindungi diri para pelaku UMKM dari risiko hukum, memperkuat fondasi operasional bisnis yang dijalankan, dan menciptakan lingkungan yang kondusif untuk pertumbuhan dan inovasi. Memahami peran yang penting dari aspek hukum dalam konteks UMKM di sektor makanan dan minuman, akan dapat mengidentifikasi strategi dan praktik terbaik yang memungkinkan UMKM untuk tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan di tengah kompleksitas lingkungan bisnis yang terus berubah.

Selain praktik akuntansi manajemen dan mengelola aspek hukum, manajemen sumber daya manusia (SDM) menjadi inti dari keberhasilan setiap perusahaan, terutama dalam lanskap dinamis dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang beroperasi di sektor makanan dan minuman. Meskipun sektor ini menjanjikan peluang besar untuk pertumbuhan dan inovasi, namun juga menghadirkan tantangan unik dalam mengelola tenaga kerja yang beragam, memastikan kepatuhan terhadap regulasi ketenagakerjaan, dan membina budaya produktivitas dan keterlibatan. Untuk meneliti peran krusial manajemen sumber daya manusia dalam pengembangan UMKM di sektor makanan dan minuman, maka harus dijelajahi berbagai aspek dari SDM, termasuk rekrutmen dan seleksi, pelatihan dan pengembangan, manajemen kinerja, dan hubungan karyawan, menyoroti signifikansinya dalam mendorong kesuksesan organisasi dan keberlanjutan (Mathis dan Jackson, 2020). Saat UMKM menavigasi kompleksitas manajemen SDM, pelaku UMKM harus menghadapi beragam tantangan seperti menarik dan mempertahankan talenta, membina lingkungan kerja yang positif, dan mematuhi hukum dan regulasi ketenagakerjaan. Lebih dari itu, harus pula mengakui pentingnya berinvestasi dalam tenaga kerja yang dikelola sebagai aset strategis, mampu mendorong inovasi, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan pada akhirnya, mencapai pertumbuhan jangka panjang dan daya saing. Melalui manajemen SDM yang efektif yang disesuaikan dengan kebutuhan unik UMKM di sektor makanan dan minuman, bisnis dapat membuka potensi penuh modal manusia. Dengan membina tenaga kerja yang terampil dan termotivasi, UMKM tidak hanya dapat mengatasi tantangan tetapi juga memanfaatkan peluang yang muncul, sehingga

menempatkan diri untuk kesuksesan berkelanjutan dalam lanskap pasar yang terus berkembang (Dessler. 2019).

Di samping itu pemasaran digital juga begitu penting dan telah menjadi salah satu alat paling kuat yang dapat dimanfaatkan oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor makanan dan minuman. Melalui pemanfaatan *platform* digital dan teknik pemasaran *online*, UMKM memiliki kesempatan untuk menghadirkan produk yang ditawarkan kepada pasar yang lebih luas, meningkatkan kehadiran merek, dan meningkatkan penjualan. Sedangkan untuk mengeksplorasi peran strategi pemasaran digital dalam pengembangan UMKM di sektor makanan dan minuman, perlu dibahas berbagai strategi pemasaran digital yang dapat diterapkan oleh UMKM, termasuk pemanfaatan media sosial, periklanan *online*, optimisasi mesin pencari, dan strategi konten digital. Sangat penting juga menyoroti manfaat yang dapat diperoleh oleh UMKM melalui penerapan strategi pemasaran digital ini. (Ryan dan Jones, 2020) Melalui pemanfaatan strategi pemasaran digital yang tepat, UMKM dapat meningkatkan visibilitas di pasar online, menjangkau konsumen potensial dengan lebih efektif, dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan. Selain itu, pemasaran digital juga memungkinkan UMKM untuk mengumpulkan data dan wawasan yang berharga tentang perilaku konsumen, sehingga memungkinkan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran mereka secara lebih efisien. Disaat UMKM memperkuat kehadiran bisnisnya dalam ranah digital, juga dapat menghadapi berbagai tantangan seperti persaingan yang ketat, perubahan tren pasar, dan kesulitan dalam mengelola reputasi *online*. Namun, dengan pemahaman yang kuat tentang konsep pemasaran digital dan komitmen untuk terus belajar dan beradaptasi, UMKM memiliki kesempatan untuk memanfaatkan potensi penuh dari strategi pemasaran digital dalam mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan (Chaffey dan Ellis-Chadwick, 2019).

Keberadaan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memiliki peranan yang penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan semakin tingginya tingkat kesejahteraan masyarakat, maka akan semakin baik pertumbuhan serta pembangunan ekonomi negara. Selain itu, dari aspek hukum juga mendukung bahwa terdapat beberapa aturan yang UMKM yang memang ditujukan untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat (Aliyah, 2022). Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan beberapa kasus studi, penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana faktor-faktor tersebut saling berhubungan dan berkontribusi terhadap pertumbuhan UMKM. Surakarta dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki potensi besar dalam industri makanan & minuman serta keberagaman UMKM yang menarik untuk diteliti.

Diharapkan melalui analisis yang terintegrasi, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pemangku kepentingan terkait, termasuk pemilik UMKM, pemerintah daerah, lembaga keuangan, dan akademisi, untuk meningkatkan kinerja dan daya saing UMKM di sektor makanan & minuman. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menjadi kontribusi ilmiah, tetapi juga dapat memberikan dampak positif dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.

terkait antara lain berkaitan dengan inovasi dan teknologi, literasi digital, produktivitas, legalitas atau perizinan, pembiayaan, *branding* dan pemasaran, sumber daya manusia, standarisasi dan sertifikasi, pemerataan pembinaan, pelatihan, dan fasilitasi, serta basis data tunggal (Sutrisno, 2018). Untuk itu, penelitian ini bertujuan untuk mendalami interaksi antara praktik akuntansi manajemen, aspek hukum, pengelolaan sumber daya manusia, dan strategi

pemasaran digital dalam pengembangan UMKM di sektor makanan & minuman di Surakarta.

Mengoptimalkan kinerja UMKM makanan & minuman melalui praktik akuntansi manajemen, baik tentang biaya produksi, pengelolaan persediaan yang efisien, analisis kinerja operasional, hingga penetapan harga yang tepat, UMKM dapat memanfaatkan akuntansi manajemen sebagai alat strategis untuk mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang yang muncul di sektor makanan dan minuman. Praktik akuntansi manajemen bukan hanya sekadar alat untuk mencatat transaksi keuangan, tetapi juga merupakan fondasi yang kuat bagi pengambilan keputusan yang informasional dan strategis bagi UMKM. dapat membantu UMKM meningkatkan kinerja operasional bisnis yang dijalankan, meningkatkan profitabilitas, dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan (Stice, et. al. 2019).

Kriyantono (2019), usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam sektor makanan dan minuman tidak hanya dihadapkan pada persaingan yang ketat dan tuntutan pasar yang berubah, tetapi juga pada berbagai peraturan hukum yang kompleks. Dalam lingkungan regulasi yang dinamis ini, memahami dan mengelola aspek hukum menjadi hal utama untuk pertumbuhan yang berkelanjutan dan kesuksesan jangka panjang. Pentingnya pemahaman tentang aspek hukum dalam pengembangan UMKM di sektor makanan dan minuman tidak dapat diabaikan. Dari persyaratan perizinan dan kepatuhan terhadap regulasi sanitasi hingga perlindungan merek dagang dan perjanjian kontrak, aspek hukum mempengaruhi hampir setiap aspek dari operasi UMKM ini. Penelitian ini juga akan mengeksplorasi berbagai tantangan hukum yang dihadapi oleh UMKM, serta strategi yang dapat diterapkan untuk mengatasi tantangan tersebut dan memastikan keberlanjutan usaha. Melalui pemahaman yang lebih baik tentang peraturan dan kepatuhan hukum, UMKM dapat melindungi diri para pelaku UMKM dari risiko hukum, memperkuat fondasi operasional bisnis yang dijalankan, dan menciptakan lingkungan yang kondusif untuk pertumbuhan dan inovasi. Memahami peran yang penting dari aspek hukum dalam konteks UMKM di sektor makanan dan minuman, akan dapat mengidentifikasi strategi dan praktik terbaik yang memungkinkan UMKM untuk tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan di tengah kompleksitas lingkungan bisnis yang terus berubah.

Selain praktik akuntansi manajemen dan mengelola aspek hukum, manajemen sumber daya manusia (SDM) menjadi inti dari keberhasilan setiap perusahaan, terutama dalam lanskap dinamis dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang beroperasi di sektor makanan dan minuman. Meskipun sektor ini menjanjikan peluang besar untuk pertumbuhan dan inovasi, namun juga menghadirkan tantangan unik dalam mengelola tenaga kerja yang beragam, memastikan kepatuhan terhadap regulasi ketenagakerjaan, dan membina budaya produktivitas dan keterlibatan. Untuk meneliti peran krusial manajemen sumber daya manusia dalam pengembangan UMKM di sektor makanan dan minuman, maka harus dijelajahi berbagai aspek dari SDM, termasuk rekrutmen dan seleksi, pelatihan dan pengembangan, manajemen kinerja, dan hubungan karyawan, menyoroti signifikansinya dalam mendorong kesuksesan organisasi dan keberlanjutan (Mathis dan Jackson, 2020). Saat UMKM menavigasi kompleksitas manajemen SDM, pelaku UMKM harus menghadapi beragam tantangan seperti menarik dan mempertahankan talenta, membina lingkungan kerja yang positif, dan mematuhi hukum dan regulasi ketenagakerjaan. Lebih dari itu, harus pula mengakui pentingnya berinvestasi dalam tenaga kerja yang dikelola sebagai aset strategis, mampu mendorong inovasi, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan pada akhirnya,

mencapai pertumbuhan jangka panjang dan daya saing. Melalui manajemen SDM yang efektif yang disesuaikan dengan kebutuhan unik UMKM di sektor makanan dan minuman, bisnis dapat membuka potensi penuh modal manusia. Dengan membina tenaga kerja yang terampil dan termotivasi, UMKM tidak hanya dapat mengatasi tantangan tetapi juga memanfaatkan peluang yang muncul, sehingga menempatkan diri untuk kesuksesan berkelanjutan dalam lanskap pasar yang terus berkembang (Dessler. 2019).

Di samping itu pemasaran digital juga begitu penting dan telah menjadi salah satu alat paling kuat yang dapat dimanfaatkan oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor makanan dan minuman. Melalui pemanfaatan *platform* digital dan teknik pemasaran *online*, UMKM memiliki kesempatan untuk menghadirkan produk yang ditawarkan kepada pasar yang lebih luas, meningkatkan kehadiran merek, dan meningkatkan penjualan. Sedangkan untuk mengeksplorasi peran strategi pemasaran digital dalam pengembangan UMKM di sektor makanan dan minuman, perlu dibahas berbagai strategi pemasaran digital yang dapat diterapkan oleh UMKM, termasuk pemanfaatan media sosial, periklanan *online*, optimisasi mesin pencari, dan strategi konten digital. Sangat penting juga menyoroti manfaat yang dapat diperoleh oleh UMKM melalui penerapan strategi pemasaran digital ini. (Ryan dan Jones, 2020) Melalui pemanfaatan strategi pemasaran digital yang tepat, UMKM dapat meningkatkan visibilitas di pasar online, menjangkau konsumen potensial dengan lebih efektif, dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan. Selain itu, pemasaran digital juga memungkinkan UMKM untuk mengumpulkan data dan wawasan yang berharga tentang perilaku konsumen, sehingga memungkinkan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran mereka secara lebih efisien. Disaat UMKM memperkuat kehadiran bisnisnya dalam ranah digital, juga dapat menghadapi berbagai tantangan seperti persaingan yang ketat, perubahan tren pasar, dan kesulitan dalam mengelola reputasi *online*. Namun, dengan pemahaman yang kuat tentang konsep pemasaran digital dan komitmen untuk terus belajar dan beradaptasi, UMKM memiliki kesempatan untuk memanfaatkan potensi penuh dari strategi pemasaran digital dalam mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan (Chaffey dan Ellis-Chadwick, 2019).

Keberadaan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memiliki peranan yang penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan semakin tingginya tingkat kesejahteraan masyarakat, maka akan semakin baik pertumbuhan serta pembangunan ekonomi negara. Selain itu, dari aspek hukum juga mendukung bahwa terdapat beberapa aturan yang UMKM yang memang ditujukan untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat (Aliyah, 2022). Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan beberapa kasus studi, penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana faktor-faktor tersebut saling berhubungan dan berkontribusi terhadap pertumbuhan UMKM. Surakarta dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki potensi besar dalam industri makanan & minuman serta keberagaman UMKM yang menarik untuk diteliti.

Diharapkan melalui analisis yang terintegrasi, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pemangku kepentingan terkait, termasuk pemilik UMKM, pemerintah daerah, lembaga keuangan, dan akademisi, untuk meningkatkan kinerja dan daya saing UMKM di sektor makanan & minuman. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menjadi kontribusi ilmiah, tetapi juga dapat memberikan dampak positif dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Pengaruh Praktik Akuntansi Manajemen terhadap Kinerja UMKM Makanan dan Minuman:

Penelitian oleh Aziz et al. (2018) mengeksplorasi hubungan antara praktik akuntansi manajemen dan kinerja UMKM di sektor makanan & minuman. Dalam penelitiannya diketahui bahwa implementasi praktik akuntansi manajemen yang efektif, seperti analisis biaya dan pengelolaan anggaran, memiliki dampak positif terhadap pertumbuhan dan profitabilitas UMKM.

2.2 Pengaruh Aspek Hukum terhadap Pengembangan UMKM Makanan & Minuman:

Penelitian oleh Wijaya (2020) menganalisis bagaimana aspek hukum, seperti perizinan usaha dan regulasi keamanan makanan, memengaruhi pengembangan UMKM di sektor makanan & minuman. Hasilnya menunjukkan bahwa kepatuhan terhadap hukum dapat memainkan peran krusial dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan memfasilitasi pertumbuhan bisnis UMKM.

2.3 Strategi Pemasaran Digital dalam Konteks UMKM Makanan & Minuman:

Penelitian oleh Setiawan dan Handayani (2017) fokus pada strategi pemasaran digital yang diterapkan oleh UMKM di sektor makanan & minuman. Didapat bahwa penggunaan media sosial, pemasaran konten, dan analisis data konsumen merupakan faktor penting yang dapat meningkatkan visibilitas dan penjualan UMKM dalam lingkungan digital.

2.4 Pengelolaan Sumber Daya Manusia dan Kinerja UMKM Makanan & Minuman:

Penelitian oleh Pratiwi dan Utama (2019), mengevaluasi hubungan antara pengelolaan sumber daya manusia (SDM) dan kinerja UMKM di sektor makanan & minuman. Diperoleh bahwa investasi dalam rekrutmen, pelatihan, dan motivasi karyawan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap efisiensi operasional dan pertumbuhan bisnis UMKM.

2.5 Interaksi Antar Faktor-faktor dalam Pengembangan UMKM Makanan & Minuman

Penelitian oleh Fitriani et al. (2021) menganalisis interaksi antara praktik akuntansi manajemen, aspek hukum, pengelolaan SDM, dan strategi pemasaran digital dalam pengembangan UMKM di sektor makanan & minuman. Temuan yang diperoleh peneliti menunjukkan bahwa integrasi efektif dari semua faktor ini dapat menciptakan sinergi yang menguntungkan bagi pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM.

Berdasarkan pada penelitian-penelitian terdahulu, diperoleh wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana variabel-variabel tersebut saling berinteraksi dan memengaruhi pengembangan UMKM di sektor makanan dan minuman.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian studi kualitatif tentang analisis interaksi antara praktik akuntansi manajemen, aspek hukum, pengelolaan sumber daya manusia, dan strategi pemasaran digital dalam pengembangan UMKM di sektor makanan dan minuman di Surakarta: pendekatan kualitatif pada beberapa kasus studi

3.1 Pemilihan Kasus Studi:

Memilih secara acak 50 UMKM pada lima kecamatan, masing-masing Kecamatan terdiri dari tiga kelurahan, meliputi sektor makanan dan minuman di Kota Surakarta yang mewakili berbagai ukuran, tahapan perkembangan, dan tingkat keberhasilan dalam pengembangan bisnis.

3.2 Pengumpulan Data:

a. Wawancara Mendalam

Melakukan wawancara mendalam dengan pemilik UMKM, manajer, atau staf yang bertanggung jawab atas praktik akuntansi, aspek hukum, pengelolaan sumber daya manusia, dan pemasaran digital.

b. Observasi Partisipatif

Melakukan observasi langsung terhadap kegiatan operasional dan praktik-praktik yang relevan di UMKM yang dipilih.

c. Analisis Dokumen

Mengumpulkan dan menganalisis dokumen terkait, seperti laporan keuangan, dokumen hukum, kebijakan SDM, dan materi pemasaran digital.

3.3 Analisis Data:

a. Analisis Tema

Menganalisis data kualitatif untuk mengidentifikasi tema dan pola terkait praktik akuntansi manajemen, aspek hukum, pengelolaan sumber daya manusia, dan strategi pemasaran digital.

b. Cross-Case Analysis

Membandingkan dan mengontraskan temuan dari berbagai kasus studi untuk mengidentifikasi pola umum dan variasi dalam interaksi antara faktor-faktor tersebut.

3.4 Verifikasi dan Interpretasi:

a. Triangulasi

Memverifikasi keabsahan temuan dengan menggunakan berbagai sumber data dan metode pengumpulan data.

b. Interpretasi

Menginterpretasikan temuan untuk memahami implikasi praktis dan teoritis dari interaksi antara praktik akuntansi manajemen, aspek hukum, pengelolaan sumber daya manusia, dan strategi pemasaran digital dalam konteks pengembangan UMKM di sektor makanan & minuman di Surakarta.

3.5 Pelaporan Hasil:

a. Narasi Kasus Studi

Menyusun narasi yang mendalam untuk setiap kasus studi yang menggambarkan temuan utama dan konteksnya.

b. Analisis Silang

Menyajikan analisis silang yang menggabungkan temuan dari berbagai kasus studi untuk menyoroti pola umum dan perbedaan dalam interaksi antara faktor-faktor tersebut.

c. Implikasi dan Rekomendasi

Menyajikan implikasi praktis dan rekomendasi untuk praktisi, pembuat kebijakan, dan penelitian masa depan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Analisis

a. Praktik Akuntansi Manajemen

Ditemukan bahwa UMKM yang menerapkan praktik akuntansi manajemen yang baik cenderung memiliki kontrol yang lebih baik atas biaya produksi, pengelolaan persediaan, dan pemantauan keuangan secara keseluruhan. Aspek ini dapat meningkatkan efisiensi operasional dan membantu dalam pengambilan keputusan yang lebih baik.

b. Aspek Hukum

UMKM yang memahami dan mematuhi aspek hukum yang berlaku dalam bisnis yang dikelola memiliki perlindungan yang lebih baik terhadap risiko hukum. Hal ini termasuk pemahaman terhadap perizinan usaha, peraturan lingkungan, dan hak-hak tenaga kerja. Pelanggaran hukum dapat mengakibatkan sanksi dan kerugian finansial yang signifikan bagi UMKM.

c. Pengelolaan Sumber Daya Manusia

UMKM yang memiliki praktik pengelolaan sumber daya manusia yang baik cenderung memiliki karyawan yang lebih produktif dan loyal. Ini termasuk perekrutan yang cermat, pelatihan dan pengembangan karyawan, serta sistem insentif yang baik dan adil. Pengelolaan sumber daya manusia yang efektif juga dapat mengurangi tingkat pergantian karyawan dan meningkatkan citra merek.

d. Strategi Pemasaran Digital

UMKM yang memanfaatkan strategi pemasaran digital dengan baik memiliki akses yang lebih besar ke pasar dan konsumen potensial. Melalui *platform online* dan media sosial, UMKM dapat meningkatkan visibilitasnya, berinteraksi dengan pelanggan secara langsung, dan memperluas jangkauan geografis bisnis yang dijalankan. Strategi pemasaran digital yang efektif juga dapat meningkatkan kesadaran merek dan memperkuat hubungan dengan pelanggan.

4.2. Pembahasan

a. Sinergi antara Variabel:

Integrasi variabel praktik akuntansi manajemen, aspek hukum, pengelolaan sumber daya manusia, dan strategi pemasaran digital dapat menciptakan sinergi yang kuat dalam pengembangan UMKM. Seperti, informasi keuangan yang akurat dari praktik akuntansi manajemen dapat membantu dalam pemenuhan kewajiban hukum dan membuat keputusan pemasaran yang lebih cermat.

b. Tantangan dan Peluang:

Meskipun pentingnya praktik-praktik ini diakui, UMKM sering menghadapi tantangan dalam menerapkannya. Tantangan tersebut termasuk keterbatasan sumber daya, kurangnya pengetahuan atau keterampilan, dan perubahan regulasi yang cepat dalam lingkungan bisnis digital. Namun, dengan pemahaman yang baik dan akses terhadap sumber daya yang tepat, UMKM dapat mengubah tantangan ini menjadi peluang untuk pertumbuhan dan inovasi.

c. Pentingnya Pendekatan Kualitatif:

Pendekatan kualitatif dalam penelitian ini memungkinkan untuk pemahaman mendalam tentang konteks lokal UMKM di Surakarta. Dengan mewawancarai pemilik usaha, mengamati langsung operasional bisnis, dan menganalisis dokumen terkait, penelitian ini dapat memberikan pengetahuan yang berharga yang mungkin tidak dapat diakses melalui metode kuantitatif saja.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari analisis interaksi antara praktik akuntansi manajemen, aspek hukum, pengelolaan sumber daya manusia, dan strategi pemasaran digital dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sektor makanan dan

minuman di Surakarta, menggunakan pendekatan kualitatif pada beberapa studi kasus, adalah sebagai berikut:

5.1 Integrasi Multidisiplin:

Terdapat hubungan yang kompleks antara praktik akuntansi manajemen, aspek hukum, pengelolaan sumber daya manusia, dan strategi pemasaran digital dalam konteks pengembangan UMKM. Integrasi yang baik antara aspek-aspek ini dapat memberikan keuntungan kompetitif yang signifikan bagi UMKM.

5.2 Pentingnya Pengetahuan dan Implementasi:

Pemahaman yang mendalam tentang praktik-antar variabel tersebut dan implementasinya dengan baik sangat penting bagi kesuksesan UMKM. Pelaku UMKM harus mengenali nilai tambah dari masing-masing praktik dan mengintegrasikannya secara efektif dalam strategi bisnis yang dijalankan.

5.3 Tantangan dan Peluang:

Meskipun pentingnya praktik akuntansi manajemen, aspek hukum, pengelolaan sumber daya manusia, dan strategi pemasaran digital diakui, UMKM sering menghadapi tantangan dalam menerapkannya, seperti keterbatasan sumber daya dan perubahan regulasi yang cepat. Namun, tantangan ini juga menciptakan peluang bagi UMKM yang mampu beradaptasi dan berinovasi dalam pengembangan bisnis.

5.4 Metode Penelitian yang Relevan

Pendekatan kualitatif dengan pemilihan kasus studi yang representatif memperoleh pemahaman mendalam tentang interaksi antara praktik-praktik tersebut di lingkungan UMKM di Surakarta. Metode ini memberikan wawasan yang berharga yang dapat digunakan untuk memperbaiki praktik bisnis dan kebijakan pendukung.

5.5 Rekomendasi untuk Pengembangan Selanjutnya

Berdasarkan temuan ini, rekomendasi dapat dibuat untuk meningkatkan pemahaman dan implementasi praktik akuntansi manajemen, aspek hukum, pengelolaan sumber daya manusia, dan strategi pemasaran digital yang dianalisis dalam konteks UMKM di sektor makanan dan minuman. Hal ini termasuk penyediaan pelatihan dan pendampingan untuk pengusaha, fasilitasi akses ke sumber daya yang diperlukan, dan pembangunan kerangka kebijakan yang mendukung bagi UMKM.

Dengan demikian, kesimpulan dari analisis ini menegaskan pentingnya integrasi praktik akuntansi manajemen, aspek hukum, pengelolaan sumber daya manusia, dan strategi pemasaran digital dalam pengembangan UMKM di sektor makanan & minuman di Surakarta. Dengan pemahaman yang baik dan implementasi yang efektif dari praktik-praktik ini, UMKM dapat meningkatkan daya saing pelaku UMKM, bertahan dalam pasar yang kompetitif, dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, Atsna Himmatul. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Welfare Jurnal Ilmu Ekonomi*. 3 (1), 64-72. Universitas Siliwangi
- Aziz, M., Rahman, A., & Yusuf, M. (2018). Pengaruh Praktik Akuntansi Manajemen terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Sektor Makanan & Minuman. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 5(2), 123-136. Departemen Ekonomi, Universitas Indonesia

- Chaffey, Dave dan Ellis-Chadwick, Fiona. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson
- Dessler, Gary. (2019). *Human Resource Management*. Pearson
- Fitriani, N., Putra, A., & Susanto, B. (2021). "Interaksi Antar Praktik Akuntansi Manajemen, Aspek Hukum, Pengelolaan Sumber Daya Manusia, dan Strategi Pemasaran Digital dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Sektor Makanan & Minuman." *Jurnal Pengembangan Bisnis*, 8(2), 112-125. Program Studi Manajemen Bisnis, Universitas Airlangga
- Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2022). *Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah*. Biro Komunikasi, Layanan Informasi, dan Persidangan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>
- Kementrian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2020). *Rencana Strategis Deputy Bidang Produksi dan Pemasaran 2020-2024*. Deputy Bidang Produksi dan Pemasaran Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia
- Kriyantono, Rachmat. (2019). *Hukum Bisnis Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia*. Kencana
- Mathis, Robert L. dan Jackson, John H. (2020). *Human Resource Management* Penerbit: Cengage Learning
- Pratiwi, S., & Utama, D. (2019). "Pengelolaan Sumber Daya Manusia dan Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Sektor Makanan & Minuman." *Jurnal Manajemen SDM*, 6(1), 34-47. Program Studi Manajemen Sumber Daya Manusia, Universitas Padjadjaran
- Ryan, Damian dan Jones, Calvin. (2020). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. Kogan Page
- Sutrisno. (2019). *Pemasaran Digital untuk UMKM*. Andi
- Stice, John D., Stice, Earl K., dan Skousen, K. Fred. (2019). *Akuntansi Manajemen: Meningkatkan Kinerja dan Meningkatkan Nilai* Penerbit. Salemba Empat
- Setiawan, B., & Handayani, R. (2017). "Strategi Pemasaran Digital dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Sektor Makanan & Minuman." *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(2), 87-101. Program Studi Manajemen Bisnis, Universitas Diponegoro.

Wijaya, A. (2020). "Pengaruh Aspek Hukum terhadap Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Sektor Makanan & Minuman." *Jurnal Hukum & Bisnis*, 7(1), 45-58. Program Studi Hukum Bisnis, Universitas Gadjah Mada.