

Analisis Manajemen dan Tantangan UMKM Yourfav Smoothies sebagai Usaha Minuman Sehat di Imogiri, Bantul

Arin Nur Pratiwi¹, Devita Alfian Nurfiana^{2*}, Reny Wintari³, Oktavia Eka Nahayun⁴, Dika Prawita⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

*Corresponding author

E-mail: devitaalfia@gmail.com*

Article History:

Received: Jun, 2025

Revised: Jun, 2025

Accepted: Jun, 2025

Abstract: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam mendorong perekonomian lokal di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menggali secara mendalam manajemen usaha serta tantangan yang dihadapi oleh salah satu UMKM bidang kuliner, yaitu Yourfav Smoothies yang berlokasi di Imogiri, Bantul. UMKM ini bergerak di sektor minuman berbahan dasar buah segar dengan berbagai varian rasa dan topping. Studi ini dilakukan melalui metode observasi lapangan dan wawancara langsung dengan pemilik usaha. Fokus utama dalam penelitian ini mencakup aspek manajemen sumber daya manusia, pemasaran, keuangan, produksi, serta hambatan-hambatan yang terjadi selama operasional. Hasil observasi menunjukkan bahwa meskipun dijalankan secara mandiri, Yourfav Smoothies telah menunjukkan efektivitas dalam pengelolaan usahanya. Komitmen terhadap kualitas produk, pelayanan konsumen, serta kreativitas dalam promosi menjadi nilai lebih yang mendorong pertumbuhan usaha ini. Namun demikian, tantangan dalam bentuk keterbatasan peralatan, fluktuasi bahan baku, dan promosi digital yang tidak konsisten masih menjadi hambatan yang perlu segera diatasi.

Keywords:

UMKM, Manajemen, SDM, Pemasaran, Keuangan, Produksi.

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memenuhi peran yang sangat penting dalam perekonomian suatu negara, terutama dalam memfasilitasi kemajuan ekonomi dan menghasilkan peluang kerja. UMKM sering mengatasi kekosongan pasar yang diabaikan oleh perusahaan besar, dan mereka memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap inovasi dan heterogenitas produk. Dengan menunjukkan karakteristik seperti pengurangan skala bisnis, kemampuan beradaptasi, dan kapasitas untuk merespons pasar yang berfluktuasi dengan cepat, UMKM diposisikan untuk memenuhi tuntutan lokal dan regional dengan cara yang lebih

efektif (Adi, 2021).

Kehadiran UMKM tidak dapat diberantas atau dihindari dari lanskap sosial kontemporer bangsa. Hal ini disebabkan keuntungan substansialnya dalam hal distribusi pendapatan komunal yang merata. Sebaliknya, UMKM memiliki kapasitas untuk menyerap tenaga kerja dalam skala besar, mengingat demografi penduduk Indonesia yang luas, sehingga berkontribusi pada pengurangan tingkat pengangguran. Dari perspektif ini, jelas bahwa keberadaan UMKM sangat diperlukan dan tidak dapat dibebaskan dari lingkungan sosial modern bangsa. Hal ini disebabkan keuntungan signifikan mereka dalam memfasilitasi distribusi pendapatan kolektif yang lebih seragam (Anggraeni, F, I. Hardjanto, 2021; Kurniawan & Haryati, 2017)

Paradigma UMKM telah diartikulasikan secara luas oleh para ahli, termasuk karakterisasi UMKM yang dikemukakan oleh (Susilowati et al., 2022). Pada dasarnya, UMKM adalah perusahaan atau usaha yang dioperasikan oleh individu, kolektif, badan usaha, atau rumah tangga. UMKM diklasifikasikan sebagai perusahaan produktif yang dimiliki oleh individu, kolektif, atau badan hukum yang termasuk dalam penunjukan usaha mikro.

Selain itu menurut (Susilowati et al., 2022), UMKM di Indonesia diatur melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, yang menetapkan klasifikasi usaha mikro, kecil, dan menengah berdasarkan dua indikator utama, yaitu jumlah kekayaan bersih (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) serta total omzet penjualan tahunan. Usaha mikro merupakan bentuk usaha produktif yang dijalankan oleh individu atau badan usaha, dengan kriteria memiliki kekayaan bersih maksimal Rp 50 juta dan omzet tahunan tidak lebih dari Rp 300 juta. Selanjutnya, usaha kecil adalah usaha mandiri yang tidak menjadi cabang dari usaha lain, baik dimiliki secara perorangan maupun kelompok, dengan kekayaan bersih antara Rp 50 juta hingga Rp 500 juta dan omzet tahunan berkisar antara Rp 300 juta hingga Rp 2,5 miliar. Sementara itu, usaha menengah adalah usaha yang berdiri sendiri, tidak berafiliasi langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau besar lainnya. Usaha ini memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500 juta hingga Rp 10 miliar dan omzet tahunan antara Rp 2,5 miliar hingga Rp 50 miliar. Menurut (Sarjana et al., 2021) tidak hanya berdasarkan aset dan omzet, tetapi UMKM juga dikategorikan menurut banyaknya tenaga kerja. Usaha mikro mempekerjakan tidak lebih dari 10 orang, sedangkan usaha kecil memiliki tenaga kerja mulai dari 10 hingga 30 orang, dan perusahaan menengah mempekerjakan antara 30 dan 300 individu.

Salah satu UMKM yang muncul sebagai respons terhadap tren tersebut adalah Yourfav Smoothies, sebuah usaha minuman sehat yang didirikan pada tahun 2024 oleh Faizah di Imogiri, Daerah Istimewa Yogyakarta. Berawal dari inisiatif keluarga, usaha ini menawarkan berbagai varian smoothies berbahan dasar buah segar dan topping menarik, dengan pendekatan pelayanan yang fleksibel dan ramah terhadap preferensi konsumen. Keunikan ini menjadikan Yourfav Smoothies tidak hanya sebagai penyedia produk, tetapi juga sebagai agen perubahan gaya hidup sehat.

Namun demikian, seperti halnya banyak UMKM lainnya, Yourfav Smoothies menghadapi sejumlah tantangan dalam operasionalnya, mulai dari fluktuasi harga dan kualitas bahan baku, keterbatasan modal, hingga belum optimalnya strategi pemasaran, pengelolaan keuangan dan produksi. Selain itu, keterbatasan kemampuan sumber daya manusia dalam aspek teknis tertentu, seperti pemilihan bahan baku berkualitas, juga menjadi tantangan tersendiri yang berpotensi memengaruhi konsistensi produk. Tantangan-tantangan ini, jika tidak ditangani secara tepat, dapat menghambat pertumbuhan usaha dan mengurangi daya saingnya di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

Berdasarkan latar belakang tersebut, kegiatan observasi ini bertujuan untuk mengetahui masalah yang dihadapi oleh Yourfav Smoothies dan mencari solusi yang tepat dan mudah diterapkan, terutama di bidang SDM, keuangan, pemasaran, dan produksi. Kegiatan ini difokuskan untuk membantu meningkatkan kemampuan manajemen usaha dan memperkuat strategi bisnis agar usaha bisa terus berjalan dan berkembang.

Dengan pendekatan partisipatif dan berbasis data lapangan, hasil pengabdian ini diharapkan mampu menjadi model pemberdayaan UMKM yang dapat direplikasi di wilayah lain, serta mendorong terciptanya ekosistem wirausaha yang adaptif, inklusif, dan berkelanjutan.

Metode

Observasi ini dilakukan terhadap UMKM Yourfav Smoothies Imogiri, sebuah usaha minuman yang bergerak di bidang olahan smoothies berbasis buah segar dan bubuk rasa seperti coklat, dengan berbagai pilihan topping. Usaha ini didirikan oleh Faizah pada awal tahun 2024 di wilayah Imogiri, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta, sebagai cabang dari usaha utama yang lebih dulu dirintis oleh adiknya di Kulon Progo. Dalam kegiatan operasional sehari-hari, Faizah dibantu oleh tiga orang karyawan.

Proses observasi dirancang secara bertahap dengan pendekatan deskriptif-kualitatif. Tujuannya adalah untuk memperoleh pemahaman yang utuh mengenai sistem operasional, strategi pemasaran, dan manajemen usaha yang diterapkan oleh pelaku UMKM. Observasi dilakukan secara langsung di lokasi usaha dan dilengkapi dengan sesi wawancara semi-terstruktur bersama pemilik. Kegiatan ini dilakukan secara fleksibel, menyesuaikan dengan waktu operasional usaha agar tidak mengganggu aktivitas pelayanan terhadap pelanggan.

Dalam tahap awal, dilakukan identifikasi karakteristik usaha, meliputi jenis produk, target pasar, sistem pelayanan, dan strategi pemasaran yang digunakan. Faizah menjelaskan bahwa pemasaran utama dilakukan melalui media sosial TikTok dan platform pesan antar seperti GoFood dan ShopeeFood. Usaha ini tidak memiliki hari libur tetap dan hanya tutup saat ada keperluan khusus dari pemilik atau seluruh tim.

Selanjutnya, wawancara difokuskan pada pemetaan kendala yang dihadapi pelaku usaha. Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan beberapa permasalahan utama, seperti: efisiensi proses produksi yang belum optimal, keterbatasan waktu dalam mengedit dan membuat konten promosi di TikTok, serta belum adanya pencatatan keuangan yang rapi dan terstruktur. Pemilik usaha juga masih terlibat langsung dalam pembelian bahan baku untuk menjaga kualitas, namun hal ini menyita cukup banyak waktu.

Setelah data dari observasi dan wawancara terkumpul, dilakukan penyusunan laporan yang memuat gambaran umum operasional usaha serta permasalahan yang dihadapi. Meskipun tidak dilakukan intervensi atau pelatihan secara langsung, hasil observasi ini memberikan potret nyata tentang bagaimana UMKM skala kecil beroperasi di lapangan, sekaligus memperlihatkan tantangan-tantangan khas yang sering ditemui oleh pelaku usaha pemula.

Hasil

A. Manajemen Sumber Daya Manusia

Dalam pengelolaan sumber daya manusia, UMKM *Yourfav Smoothies* menetapkan jumlah karyawan sesuai kebutuhan operasional harian. Saat ini usaha dikelola oleh Faizah selaku pemilik dan dibantu oleh tiga orang karyawan. Penetapan tugas dilakukan berdasarkan uraian pekerjaan yang jelas, dengan pembagian peran utama seperti pembuat *smoothies*, kasir, dan bagian persiapan bahan baku. Spesifikasi pekerjaan didasarkan pada keterampilan dasar yang dibutuhkan, seperti kemampuan

meracik minuman, mengoperasikan mesin blender, menjaga kebersihan area kerja, serta memberikan pelayanan yang ramah kepada pelanggan. Karyawan yang bertugas membuat minuman diharapkan sudah memiliki pengalaman atau setidaknya mampu beradaptasi dengan cepat.

Proses rekrutmen dilakukan secara informal, melalui jalur rekomendasi teman atau unggahan di media sosial seperti status WhatsApp. Meskipun terlihat sederhana, pemilik tetap mempertimbangkan aspek penting seperti sikap, etika kerja, tanggung jawab, dan kemampuan dasar. Seleksi biasanya dilakukan secara langsung melalui komunikasi singkat dan observasi terhadap kepribadian serta potensi calon karyawan untuk menyesuaikan diri dengan budaya kerja UMKM yang fleksibel namun tetap profesional. Karyawan yang memiliki pengalaman sebelumnya, seperti bekerja di kedai kopi, hanya membutuhkan pelatihan singkat selama satu hingga dua hari sebelum mulai bekerja.

Pelatihan bagi karyawan baru dilakukan langsung oleh pemilik secara praktis dan personal. Mereka diajarkan untuk mengenali berbagai jenis buah, mengukur takaran bahan secara akurat, serta mempertahankan standar rasa yang konsisten. Sistem pelatihan ini dilakukan di tempat kerja dengan metode praktik langsung, yang dianggap lebih efisien dan mudah dipahami. Selain itu, pemilik secara rutin memberikan arahan atau evaluasi harian guna meningkatkan keterampilan dan produktivitas kerja. Karyawan yang menunjukkan kinerja baik, inisiatif, dan loyalitas biasanya diberi tanggung jawab tambahan, sebagai bentuk pengembangan potensi dan motivasi.

UMKM ini belum memiliki aturan resmi terkait kenaikan jabatan atau tanggung jawab, tetapi pemilik memberikan apresiasi kepada karyawan yang menunjukkan kinerja baik, inisiatif, dan loyalitas dengan menambah tanggung jawab kerja secara informal. Dalam hal kesejahteraan, pemilik memberikan fleksibilitas jam kerja serta kebebasan mengajukan cuti tiga hingga empat kali per bulan tanpa pemotongan gaji, asalkan dikomunikasikan dengan baik. Gaji dibayarkan setiap dua minggu dengan sistem perhitungan hari kerja aktif, sehingga tercipta transparansi dan keadilan. Proses pengunduran diri atau pemberhentian karyawan dilakukan secara kekeluargaan melalui musyawarah, dan sejauh ini baru satu karyawan yang pernah mengundurkan diri karena alasan keluarga, dengan proses yang berlangsung baik tanpa konflik.

Dalam melihat kebutuhan SDM ke depan, pemilik memproyeksikan adanya penambahan tenaga kerja seiring dengan potensi pertumbuhan usaha. Jika terjadi

peningkatan permintaan secara konsisten atau rencana ekspansi, maka karyawan tambahan akan dibutuhkan, terutama untuk shift malam atau bagian produksi dan logistik. Namun, penambahan tersebut akan dilakukan secara bertahap dan realistis, dengan mempertimbangkan kondisi keuangan dan stabilitas omzet harian. Solusi jangka pendek seperti merekrut tenaga paruh waktu juga mulai dipertimbangkan untuk menghadapi lonjakan musiman.

Meskipun struktur usaha masih kecil dan belum terdapat mutasi atau rotasi kerja, pemilik membuka peluang untuk itu di masa depan apabila karyawan sudah menunjukkan kesiapan dan kompetensi lintas fungsi. Saat ini, pemilik lebih memfokuskan pada penguatan keahlian individu sesuai tugas masing-masing agar kualitas pelayanan tetap optimal. Mengenai sistem pensiun, UMKM ini belum memiliki skema formal. Namun untuk pesangon, pemilik memberikan pertimbangan berdasarkan masa kerja dan kontribusi karyawan. Bila masa kerja masih singkat, biasanya pesangon tidak diberikan, namun untuk masa kerja panjang dan kontribusi besar, pemilik bersedia memberikan pesangon sukarela sesuai kemampuan finansial usaha.

Masalah yang sering muncul dalam pengelolaan SDM umumnya bersifat ringan dan masih bisa ditangani langsung, seperti kebersihan area kerja yang kurang diperhatikan. Untuk menyelesaikan hal ini, pemilik lebih memilih pendekatan persuasif dan komunikatif, seperti memberikan teguran lisan secara sopan agar tidak menyinggung perasaan karyawan. Pendekatan kekeluargaan ini dinilai efektif karena sejauh ini belum pernah terjadi konflik serius, dan suasana kerja tetap terjaga secara harmonis.

B. Manajemen Pemasaran

Dalam hal pemasaran, *Yourfav Smoothies* Imogiri mengedepankan pendekatan yang adaptif dan berbasis pada pemahaman langsung terhadap selera pasar. Produk utama yang ditawarkan adalah minuman *smoothies* segar berbahan dasar buah-buahan seperti mangga, alpukat, durian, pisang, buah naga, stroberi, dan kurma. Selain varian buah, terdapat juga pilihan rasa kekinian seperti cokelat, taro, matcha, dan red velvet. Seluruh minuman disajikan dalam kondisi dingin, dengan tambahan topping seperti *whipped cream*, keju parut, atau *choco chips* yang dapat dipilih sesuai preferensi pelanggan. Pelayanan bersifat fleksibel dan personal, seperti memberikan pilihan tanpa gula atau rendah gula, dan pemilik usaha aktif menjalin komunikasi dengan pelanggan untuk menerima masukan maupun permintaan varian rasa tertentu.

Strategi pemasaran yang diterapkan bersifat sederhana namun efektif. Riset pasar dilakukan melalui interaksi langsung dengan pelanggan setiap hari. Pemilik mencermati komentar, saran, maupun kecenderungan pembelian pelanggan sebagai dasar untuk mengembangkan varian baru. Selain itu, tren minuman di media sosial seperti TikTok dan Instagram diamati secara rutin agar produk yang ditawarkan tetap relevan dan menarik minat generasi muda. Metode riset ini dilakukan secara fleksibel, di mana setiap ide baru langsung diuji dalam bentuk produk uji coba, lalu dinilai dari segi penerimaan pasar dan jumlah penjualan.

Distribusi produk dilakukan melalui dua jalur utama, yakni penjualan langsung di lokasi dan pemesanan melalui layanan pesan-antar seperti GoFood dan ShopeeFood. Produk dikemas dalam cup plastik berpenutup lengkap dengan logo usaha, sedotan, dan sendok kecil bila diperlukan, sehingga tetap higienis dan praktis saat dikonsumsi. Pemanfaatan platform digital ini terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan, terutama di hari-hari sibuk dan momen promosi tertentu.

Promosi dilakukan melalui media sosial dengan menggunakan akun Instagram dan TikTok resmi, @yourfavsmoothies.imogiri. Konten yang diunggah berfokus pada proses pembuatan minuman, testimoni pelanggan, ulasan rasa, serta informasi mengenai promo atau menu baru. Selain itu, pemilik juga memanfaatkan fitur promosi dari aplikasi GoFood dan ShopeeFood untuk meningkatkan visibilitas produk. Meskipun skala promosi masih terbatas, penyebaran informasi dari mulut ke mulut yang berasal dari pengalaman positif pelanggan menjadi salah satu kekuatan pemasaran yang paling berpengaruh bagi keberlanjutan usaha.

Penetapan harga produk dilakukan secara realistis dan kompetitif, dengan kisaran antara Rp 12.000 hingga Rp 20.000 tergantung ukuran dan topping yang dipilih. Untuk penjualan melalui platform digital, harga disesuaikan dengan memperhitungkan potongan komisi dari aplikasi, namun tetap mempertahankan margin keuntungan. Strategi harga ini mempertimbangkan kualitas bahan baku yang digunakan serta kemampuan daya beli konsumen di wilayah Imogiri, sehingga tetap terjangkau tanpa mengorbankan mutu.

Pengelolaan umpan balik pelanggan menjadi bagian penting dalam menjaga kualitas layanan dan produk. Keluhan maupun saran dari pelanggan ditanggapi secara langsung oleh pemilik. Misalnya, pada kasus tertentu di mana rasa alpukat dinilai pahit, meskipun secara visual buah tampak baik, pemilik kemudian mengambil langkah seleksi bahan baku yang lebih ketat dan mempercepat proses

pengolahan setelah pembelian. Komunikasi terbuka dan kesediaan untuk mengganti produk yang tidak sesuai menjadi bentuk komitmen usaha terhadap kepuasan pelanggan.

Meski demikian, terdapat beberapa tantangan dalam manajemen pemasaran, salah satunya adalah keterbatasan waktu pemilik untuk secara rutin memperbarui konten promosi di media sosial. Hal ini disebabkan oleh peran ganda pemilik yang juga menangani operasional harian. Persaingan di platform digital juga cukup tinggi, sehingga usaha ini harus terus berinovasi dalam membuat konten menarik yang mampu memikat perhatian konsumen. Untuk mengatasi hal ini, pemilik mulai menjadwalkan waktu tertentu untuk produksi konten dan memanfaatkan momentum viral seperti tren musiman.

Secara keseluruhan, strategi pemasaran *Yourfav Smoothies* Imogiri dibangun di atas kedekatan dengan pelanggan, kualitas produk yang terjaga, serta pemanfaatan media sosial dan layanan pesan-antar secara efisien. Meskipun dijalankan secara mandiri oleh pemilik, pendekatan yang responsif terhadap kebutuhan pasar membuat usaha ini tetap bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin kompetitif.

C. Manajemen Produksi

Yourfav Smoothies Imogiri menjalankan proses produksi dengan alur sederhana namun terorganisir. Perencanaan dimulai dari pemilihan bahan baku segar seperti *strawberry*, mangga, alpukat, durian, kurma, dan buah naga. Pembelian dilakukan secara rutin oleh pemilik agar kualitas tetap terjaga. Buah dicuci, dikupas, lalu dipotong dan disimpan dalam wadah tertutup di lemari pendingin agar tetap segar hingga siap diolah.

Produksi dilakukan berdasarkan pesanan (*made to order*). Takaran setiap bahan telah ditentukan, mulai dari buah, susu, es batu, hingga topping seperti keju atau *whipped cream*. Proses pencampuran menggunakan blender, dan hasil akhir dikemas dalam gelas plastik berlabel. Penyajian dibuat menarik untuk mendukung promosi visual di media sosial.

Pengendalian dilakukan langsung oleh pemilik, mulai dari pemilihan bahan hingga penyajian. Buah yang rusak atau terlalu matang langsung disisihkan. Konsistensi rasa dijaga melalui takaran yang sama, dan kebersihan selalu diperhatikan. Setiap hari dilakukan evaluasi bahan dan penjualan untuk menekan pemborosan.

Mutu produk dijaga melalui keterlibatan aktif pemilik dalam semua tahap. Penilaian kualitas, terutama pada buah seperti alpukat, mengandalkan pengalaman. Penyimpanan bahan dan pemilihan pemasok juga disesuaikan untuk menjaga stabilitas rasa dan efisiensi.

Meski demikian, tantangan tetap ada. Harga bahan baku yang fluktuatif dan keterbatasan penyimpanan membuat beberapa menu harus dikurangi saat bahan sulit didapat. Buah beku pernah dicoba, namun belum optimal karena keterbatasan *freezer*. Kesalahan dalam penanganan bahan juga masih terjadi, terutama saat staf baru belum terbiasa. Untuk itu, pelatihan sederhana rutin dilakukan agar mutu tetap konsisten.

Secara keseluruhan, manajemen produksi di *Yourfav Smoothies* Imogiri menekankan kualitas dan efisiensi dengan keterlibatan langsung pemilik. Strategi ini menjadi dasar penting dalam menjaga kelangsungan dan pengembangan usaha ke depan.

D. Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan pada *Yourfav Smoothies* Imogiri dijalankan secara sederhana dan manual melalui pencatatan arus kas harian menggunakan buku kas. Meskipun belum menggunakan sistem digital, pemilik usaha menerapkan disiplin dalam pencatatan agar kondisi keuangan tetap terpantau secara akurat. Dana usaha dipisahkan dengan tegas dari dana pribadi, sementara modal awal sepenuhnya berasal dari dana pribadi yang diperoleh melalui penjualan aset keluarga dan dukungan keluarga tanpa keterlibatan investor eksternal. Kepemilikan penuh atas usaha ini memberikan fleksibilitas dalam pengambilan keputusan, sekaligus menuntut kehati-hatian dalam pengelolaan sumber daya yang terbatas.

Sejalan dengan hal tersebut, pencatatan pemasukan dan pengeluaran dilakukan secara langsung oleh pemilik sehingga memberikan gambaran nyata terkait kondisi kas harian usaha. Pengawasan keuangan dilakukan secara menyeluruh dengan rutin melakukan pencocokan antara catatan buku kas dan saldo kas fisik. Praktik ini terbukti efektif dalam menjaga kestabilan keuangan dan mempermudah deteksi ketidaksesuaian transaksi yang mungkin terjadi.

Selain itu, keuntungan usaha tidak langsung digunakan untuk konsumsi pribadi, melainkan dialokasikan kembali sebagai modal pengembangan bisnis. Sebagian laba disisihkan sebagai dana cadangan darurat, sementara sisanya digunakan untuk pembelian bahan baku berkualitas, pembaruan peralatan produksi, serta kegiatan promosi untuk memperluas jangkauan pasar. Pemilik juga menggunakan laba tersebut untuk menambah variasi produk, dengan tujuan menarik

konsumen baru sekaligus mempertahankan loyalitas pelanggan yang sudah ada.

Dalam hal investasi, pemilik melakukan pengelolaan secara bertahap dan berdasarkan kebutuhan nyata di lapangan. Contohnya adalah pembelian blender dengan kapasitas lebih besar guna meningkatkan efisiensi saat volume pelanggan meningkat, serta pengadaan *freezer* tambahan untuk menjaga kualitas bahan baku terutama selama musim hujan yang berpotensi mempercepat pembusukan buah. Di samping itu, pemilik juga mempertimbangkan rencana ekspansi usaha, termasuk kemungkinan pembukaan cabang baru di lokasi strategis. Namun, keputusan tersebut diambil secara hati-hati dengan mempertimbangkan kesiapan finansial dan sumber daya agar stabilitas usaha tetap terjaga.

Meskipun sistem keuangan yang diterapkan masih sederhana dan menghadapi berbagai tantangan, hal ini menegaskan pentingnya pengembangan sistem pembukuan yang lebih modern dan terstruktur ke depannya. Dengan pemanfaatan aplikasi keuangan yang sederhana namun efektif bagi UMKM, proses pencatatan dan pembuatan laporan keuangan berkala dapat dilakukan dengan lebih efisien. Selain itu, sistem yang lebih baik juga akan membantu dalam analisis profitabilitas dan perencanaan keuangan jangka panjang secara lebih akurat. Dengan demikian, Yourfav Smoothies Imogiri tidak hanya mampu menjaga stabilitas usaha, tetapi juga dapat tumbuh secara sehat dan bersaing lebih baik dalam menghadapi dinamika pasar yang semakin kompetitif.

Kesimpulan

UMKM Yourfav Smoothies Imogiri menunjukkan pengelolaan usaha yang adaptif dan terstruktur meskipun berskala kecil. Pada aspek manajemen sumber daya manusia, Faizah selaku pemilik mengelola tim secara langsung dengan pendekatan kekeluargaan, pelatihan praktis, dan sistem kerja yang fleksibel namun tetap profesional. Evaluasi dilakukan secara harian dan karyawan diberi ruang untuk berkembang meski belum ada sistem formal.

Dalam manajemen pemasaran, Pemilik memanfaatkan media sosial seperti TikTok dan Instagram untuk mempromosikan produk serta menjaga interaksi aktif dengan pelanggan. Strategi pemasaran yang berbasis tren dan kebutuhan pasar terbukti efektif, meskipun keterbatasan waktu dalam membuat konten promosi menjadi salah satu kendala yang dihadapi.

Dari sisi manajemen keuangan, pencatatan keuangan dilakukan secara manual

namun disiplin dan terpisah dari dana pribadi. Keuntungan usaha dialokasikan kembali untuk kebutuhan operasional dan pengembangan, seperti pembelian bahan baku, alat produksi, hingga promosi. Meskipun belum memanfaatkan teknologi keuangan, pemilik menyadari pentingnya pembukuan digital sebagai langkah ke depan.

Sementara dalam manajemen produksi, proses kerja telah tersusun dengan baik dan mengedepankan efisiensi serta kualitas. Produksi dilakukan berdasarkan pesanan dengan takaran yang sudah ditentukan, serta pengawasan langsung oleh pemilik untuk menjaga konsistensi rasa dan kebersihan. Tantangan seperti keterbatasan penyimpanan dan fluktuasi harga bahan baku diatasi melalui evaluasi rutin dan pelatihan karyawan.

Secara keseluruhan, Yourfav Smoothies Imogiri mampu menjaga kelangsungan usahanya melalui manajemen yang praktis, efisien, dan responsif. Keterlibatan aktif oleh pemilik menjadi fondasi utama dalam mempertahankan kualitas produk serta membangun loyalitas pelanggan di tengah persaingan pasar yang dinamis.

Daftar Referensi

- Adi, T. W. (2021). *Bisnis Mikro Kecil dan Menengah* (K. S. Lunivananda (ed.); 1st ed.). CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Anggraeni, F, I. Hardjanto, A. H. (2021). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(4), 892–896. <https://doi.org/10.31949/jb.v2i4.1525>
- Kurniawan, M., & Haryati, N. (2017). Analisis strategi pengembangan usaha minuman sari buah sirsak. *Industria: Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*, 6(2), 97–102.
- Sarjana, S., Susandini, A., & Azmi, Z. (2021). Manajemen UMKM. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Susilowati, H., Ratnaningrum, Andriana, M., Hargyatni, T., & Sholihah, E. (2022). *Kinerja Bisnis UMKM di Era Digital*.