

PENDAMPINGAN MANAJEMEN OPERASIONAL DAN KEUANGAN BAGI UMKM DIMSUM SUMMIT

Heru Febriansa¹⁾, Nailah Zahwa Tsalisa²⁾, Alta Izzya Awwalina³⁾, Devi Febrianti⁴⁾

Universitas Muhammadiyah Lamongan^{1), 2), 3), 4)}

herufebriansyah69@gmail.com¹⁾, nailazawatsalisa@gmail.com²⁾,

altaizzya83@gmail.com³⁾, devifebrianti92@gmail.com⁴⁾

Abstrak

Kegiatan pengabdian ini memiliki tujuan membantu UMKM Dimsum Summit dalam menyelesaikan masalah di bidang pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia. Pendekatan yang diterapkan adalah metode praktis melalui pendampingan langsung di lokasi, yang melibatkan observasi, wawancara, dan implementasi solusi bersama mitra usaha. Pendampingan terkonsentrasi pada peningkatan promosi digital melalui platform media sosial dengan pembuatan konten video serta poster promosi, perbaikan pemahaman tentang pentingnya standar kerja dalam proses produksi. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan interaksi di media sosial, munculnya konsumen baru, dan peningkatan pemahaman pemilik usaha dalam mengelola pemasaran serta operasional usaha. Melalui pendampingan ini, diharapkan Dimsum Summit dapat mengelola bisnisnya dengan lebih efisien, mandiri, dan berkesinambungan.

Kata kunci: UMKM, Pendampingan, Promosi Digital, Media Sosial, Dimsum Summit

OPERATIONAL AND FINANCIAL MANAGEMENT ASSISTANCE FOR DIMSUM SUMMIT MSMEs

Abstract

This service activity has the purpose of helping Dimsum Summit MSMEs in solving problems in the fields of marketing, finance, and human resources. The approach applied is a practical method through direct on-site assistance, which involves observation, interviews, and implementation of solutions with business partners. The assistance is concentrated on improving digital promotion through social media platforms with the creation of video content and promotional posters, improving understanding of the importance of work standards in the production process. The results of this activity show an increase in interaction on social media, the emergence of new consumers, and an increase in the understanding of business owners in managing marketing and business operations. Through this assistance, it is hoped that Dimsum Summit can manage its business more efficiently, independently, and sustainably.

Keywords: MSMEs, Mentoring, Digital Promotion, Social Media, Dimsum Summit

A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) menjadi salah satu penggerak utama kegiatan ekonomi karena keberadaannya mampu membuka lapangan pekerjaan serta mendukung peningkatan pendapatan masyarakat di berbagai daerah. Sumbangan UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) menunjukkan bahwa sektor ini menjadi penopang utama bagi ekonomi negara dan memberikan kontribusi terhadap distribusi kesejahteraan masyarakat (Maharani & Hasibuan, 2024). Namun banyak UMKM yang masih menghadapi sejumlah tantangan mendasar, terutama terkait manajemen usaha, pemasaran, dan pengeluaran keuangan yang belum berjalan dengan baik (Khamdi, 2025).

Di tengah era digital dan persaingan usaha yang semakin ketat, kemampuan UMKM dalam memanfaatkan teknologi menjadi faktor kunci untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha. Pemanfaatan *digital marketing*, media sosial, serta sistem pencatatan keuangan yang terstruktur dinilai mampu meningkatkan daya saing UMKM dan memperluas jangkauan pasar (Tanuwijaya et al., 2024). Namun pada kenyataannya, banyak pelaku UMKM masih memiliki keterbatasan literasi *digital* dan pemahaman manajemen keuangan, sehingga pencatatan usaha masih dilakukan secara manual dan promosi belum dikelola secara strategis (Christanto et al., 2024).

Permasalahan manajemen keuangan menjadi tantangan yang cukup serius bagi UMKM. Pencatatan keuangan yang tidak sistematis berpotensi menimbulkan kesalahan dalam perhitungan laba, kesulitan memantau arus kas, serta menghambat pengambilan keputusan bisnis yang tepat. Pendampingan dan mentoring dalam penyusunan laporan keuangan terbukti mampu meningkatkan kualitas laporan keuangan, literasi finansial, serta kesiapan UMKM dalam mengelola usaha secara lebih transparan dan akuntabel (Nasyiah & Nandiroh, 2024). Oleh karena itu, penguatan sistem keuangan menjadi aspek penting dalam upaya peningkatan keberlanjutan usaha UMKM.

Selain aspek keuangan, manajemen operasional dan sumber daya manusia juga menjadi faktor penentu keberhasilan UMKM, khususnya pada sektor kuliner. Ketidakteraturan alur kerja dan belum adanya Standar Operasional Prosedur (SOP) sering menyebabkan proses produksi bergantung pada individu tertentu dan berisiko menurunkan konsistensi kualitas produk. Penerapan SOP terbukti mampu meningkatkan efisiensi produksi serta menjaga standar kualitas pada UMKM kuliner (Safitri et al., 2023) (Yuwono et al., 2025).

UMKM Dimsum Summit merupakan salah satu usaha kuliner di Kabupaten Lamongan yang memiliki potensi berkembang, namun masih menghadapi kendala dalam pengelolaan pemasaran, keuangan, dan operasional. Promosi usaha masih terbatas, pencatatan keuangan dilakukan secara manual, serta proses produksi belum sepenuhnya didukung oleh SOP yang jelas. Kondisi ini menyebabkan pengelolaan usaha belum berjalan secara optimal, meskipun produk yang dihasilkan memiliki kualitas rasa yang baik dan diminati konsumen.

Sebagai upaya menjawab permasalahan tersebut, pendekatan pendampingan menjadi strategi yang relevan dan efektif. Pendampingan UMKM tidak hanya berfokus pada peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga mendorong pelaku usaha untuk memahami pentingnya manajemen usaha yang profesional, pemanfaatan teknologi sederhana, serta perencanaan operasional yang sistematis (Kamil et al., 2022) (Putrie et al., 2025). Kombinasi pendampingan pemasaran digital, manajemen keuangan, dan operasional dinilai lebih efektif dibandingkan intervensi tunggal karena mampu meningkatkan kapasitas UMKM secara menyeluruh (Chaerul et al., 2025).

Melalui konteks transformasi digital pasca-pandemi, banyak UMKM yang terdampak penurunan *omset*. Pendampingan pemasaran *digital*, terutama kepada pelaku UMKM yang sebelumnya belum terbiasa terbukti membantu memulihkan pemasaran dan tetap eksis di pasar dengan memanfaatkan *platform digital* (Panjaitan & Sumiati, 2022). Untuk usaha kuliner atau kreasi (termasuk yang ingin dikembangkan menjadi produksi makanan seperti dimsum), pendampingan dalam *digital marketing* manajemen usaha menjadi relevan agar produk bisa lebih dikenal, distribusi lebih luas, dan punya kelangsungan usaha jangka panjang bukan sekadar produksi local (Faiha et al., 2025).

Usaha Dimsum Summit bisa menjadi contoh menarik untuk dibahas dalam konteks ini. Meskipun sudah lama dikenal dan disukai oleh masyarakat, terutama di daerah Lamongan, popularitasnya juga membuat munculnya berbagai jenis dimsum yang lebih modern dan kreatif. Kondisi tersebut menciptakan persaingan antar pelaku usaha semakin tinggi, sehingga penjual

dimsum summit tidak hanya harus mempertahankan pelanggan lama, tetapi juga harus menarik konsumen baru di tengah banyaknya pilihan yang tersedia.

Pada persaingan yang semakin sengit, Dimsum Summit harus menjaga keseimbangan antara menjaga keunikan produk dan menarik pelanggan baru. Rasanya, teksturnya, dan cara penyajiannya yang sudah dikenal oleh masyarakat Lamongan adalah ciri khas penting yang tidak boleh hilang, karena itu adalah nilai utama yang membuat pelanggan lama tetap setia. Namun, seiring perubahan selera konsumen dan munculnya inovasi dimsum modern, Dimsum Summit juga harus beradaptasi dengan mengembangkan menu, menambah variasi produk, meningkatkan tampilan kemasan, serta menggunakan strategi pemasaran yang lebih kreatif. Mencoba mempertahankan ciri khas aslinya sekaligus membuka ruang bagi inovasi ini adalah langkah strategis agar Dimsum Summit tidak hanya bertahan, tetapi juga bisa memperluas pasar di tengah kompetisi yang terus berubah.

Fenomena ini menunjukkan bahwa dibutuhkan pemahaman yang lebih dalam tentang strategi yang digunakan oleh pemilik usaha Dimsum Summit dalam menjaga kelangsungan usahanya. Penelitian ini akan membahas bagaimana usaha kecil dan menengah dimsum mampu tetap bertahan ditengah persaingan yang semakin beragam. Beberapa aspek yang akan dianalisis meliputi pengembangan menu, seperti menghadirkan rasa baru atau menyesuaikan produk dengan selera konsumen, menentukan harga yang menarik namun tetap memberi keuntungan, menerapkan strategi pemasaran yang kreatif meskipun dengan dana terbatas, mengelola modal secara efisien, serta kemampuan untuk berinovasi dan memanfaatkan media digital.

B. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini merupakan bentuk pelayanan kepada publik yang dilaksanakan melalui cara bimbingan tatap muka langsung kepada para pengusaha Dimsum Summit yang termasuk dalam kategori Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Lamongan. Strategi yang dipakai ini bernuansa aplikatif serta mengikutsertakan peran aktif, sebab tim pembimbing terjun langsung membantu mengidentifikasi hambatan dan menerapkan penyelesaian bersama-sama dengan rekan bisnis.

1. Kegiatan dan Pelaksanaan

Kegiatan pendampingan dilaksanakan pada UMKM Dimsum Summit yang beralamat di Jl. Ikan Dorang II No. 10, Sukomulyo, Lamongan. Subjek pendampingan adalah pemilik usaha Dimsum Summit beserta karyawan yang terlibat dalam proses produksi dan penjualan. UMKM ini dipilih karena telah menjalankan usaha lebih dari dua tahun, memiliki legalitas usaha, serta masih menghadapi kendala dalam pengelolaan pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia sebagaimana tercantum dalam laporan pendampingan.

2. Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada periode September hingga Desember 2025. Pelaksanaan kegiatan dilakukan di UMKM Dimsum Summit yang berlokasi di Jl. Ikan Dorang II No. 10, Sukomulyo, Kabupaten Lamongan. Selain di lokasi usaha mitra, beberapa kegiatan pendukung seperti penyusunan materi pendampingan, pembuatan konten promosi digital, serta penyusunan format pencatatan keuangan berbasis komputer dilakukan di luar lokasi usaha, tanpa mengganggu aktivitas operasional mitra. Seluruh kegiatan tetap berfokus pada kebutuhan UMKM Dimsum Summit sebagai mitra pengabdian.

3. Mitra/Subjek Pengabdian

Mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah UMKM Dimsum Summit, yang bergerak di bidang kuliner, khususnya produksi dan penjualan dimsum. Pemilik usaha adalah Sylvia Rahmah Harianto Putri, dengan jumlah karyawan sebanyak tiga orang, terdiri dari dua orang pada bagian produksi dan satu orang pada bagian pemasaran/penjualan.

Subjek pengabdian meliputi pemilik usaha dan karyawan yang terlibat langsung dalam proses produksi, pemasaran, dan pencatatan keuangan. Pemilihan mitra didasarkan pada kriteria UMKM yang telah menjalankan usaha lebih dari dua tahun, memiliki legalitas usaha, serta masih menghadapi permasalahan pada aspek pemasaran, pengelolaan keuangan, dan sumber daya manusia.

4. Prosedur

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan melalui metode pendampingan langsung dengan pendekatan partisipatif. Prosedur pelaksanaan disesuaikan dengan jenis kegiatan pengabdian yang dilakukan, yaitu pendampingan pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia. Tahapan prosedur kegiatan adalah sebagai berikut:

a. Identifikasi Permasalahan

Tahap awal dilakukan melalui observasi lapangan dan wawancara langsung dengan pemilik UMKM Dimsum Summit. Kegiatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi mitra, meliputi keterbatasan promosi digital, pencatatan keuangan yang masih manual, serta belum adanya Standar Operasional Prosedur (SOP) produksi.

b. Pendampingan Pemasaran

Pendampingan pada aspek pemasaran dilakukan melalui kegiatan penyuluhan dan praktik langsung dalam optimalisasi promosi digital. Teknik yang digunakan meliputi pembuatan poster promosi, pembuatan video konten, serta pendampingan dalam pengelolaan media sosial, khususnya Instagram dan TikTok. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan jangkauan pemasaran dan visibilitas produk Dimsum Summit.

c. Pendampingan Keuangan

Pendampingan keuangan dilakukan melalui pelatihan dan praktik penggunaan sistem pencatatan keuangan berbasis komputer sederhana menggunakan Google Spreadsheet. Pemilik usaha didampingi dalam penyusunan format pencatatan transaksi harian, arus kas, dan stok bahan baku, sehingga data keuangan dapat dicatat secara lebih rapi, akurat, dan mudah dipantau.

d. Pendampingan Sumber Daya Manusia

Pendampingan pada aspek sumber daya manusia dilakukan dengan menyusun Standar Operasional Prosedur (SOP) produksi. SOP disusun secara rinci mulai dari tahapan persiapan bahan, proses pengolahan, pembentukan dimsum, hingga standar kualitas produk. SOP ini digunakan sebagai panduan kerja dan alat pelatihan karyawan agar proses produksi berjalan lebih terstruktur dan konsisten.

e. Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui dampak dari kegiatan pendampingan yang telah dilaksanakan. Evaluasi dilakukan dengan mengamati perubahan pada pengelolaan pemasaran, pencatatan keuangan, serta kelancaran proses produksi setelah pendampingan dilakukan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Dimsum Summit diperoleh melalui proses pendampingan yang meliputi aspek pemasaran, manajemen keuangan, dan manajemen operasional. Data hasil pengabdian disajikan secara deskriptif dan dilengkapi dengan tabel untuk memudahkan analisis dan interpretasi hasil kegiatan.

1. Kegiatan dan Pelaksanaan

Kegiatan dan pelaksanaan pendampingan ini memberikan manfaat yang signifikan bagi mahasiswa maupun UMKM mitra. Bagi mahasiswa, kegiatan tersebut menjadi bentuk nyata

pengabdian kepada masyarakat sekaligus sarana penerapan teori dan konsep yang telah diperoleh selama perkuliahan di Universitas Muhammadiyah Lamongan. Melalui keterlibatan langsung dalam pendampingan UMKM Dimsum Summit, mahasiswa juga dapat memenuhi tuntutan akademik mata kuliah *Interprofessional Education* secara kontekstual dan aplikatif.

Selain itu, mahasiswa memperoleh pengalaman praktis dalam melakukan evaluasi terhadap strategi pemasaran yang diterapkan oleh UMKM serta menganalisis dampaknya terhadap peningkatan penjualan. Kegiatan ini juga melatih kemampuan mahasiswa dalam mengidentifikasi berbagai permasalahan yang dihadapi pelaku usaha, khususnya yang berkaitan dengan manajemen pemasaran, pengelolaan sumber daya manusia, pengendalian persediaan, serta pencatatan dan pelaporan keuangan. Pengalaman tersebut diharapkan dapat meningkatkan kompetensi analitis dan *problem solving* mahasiswa dalam menghadapi permasalahan dunia usaha.

Bagi UMKM Dimsum Summit, pendampingan yang dilaksanakan memberikan dukungan berupa kontribusi tenaga dan pemikiran yang membantu meningkatkan efisiensi operasional usaha. Melalui pendampingan ini, UMKM didorong untuk mengoptimalkan strategi pemasaran, memperbaiki sistem manajemen keuangan, serta meningkatkan produktivitas dan kualitas produk yang dihasilkan. Pendampingan juga membantu pelaku UMKM dalam menekan biaya operasional serta memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara lebih efektif.

2. Waktu dan Tempat Pengabdian Kepada Masyarakat

Pengabdian masyarakat ini dilakukan oleh tim penyusun pada objek Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dimsum Summit yang berlokasi Jl. Ikan Dorang II No. 10, Sukomulyo, Lamongan. Dimsum Summit merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang produksi dimsum yang memiliki potensi besar untuk terus berkembang, namun juga menghadapi berbagai tantangan dari segi keuangan, pemasaran, dan SDM-nya.

Setelah melakukan pertimbangan yang matang selama kurang lebih enam hari, kami memutuskan untuk memilih mitra yang relevan untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat, yaitu UMKM Dimsum Summit milik kak Sylvia Rahma. Alasan kami memilih UMKM tersebut adalah karena mereka masih menjalankan usahanya secara manual dengan lingkup yang relatif kecil dan sederhana, serta memenuhi persyaratan kualifikasi yang telah ditentukan. UMKM seperti Dimsum Summit memiliki kelebihan dalam hal fleksibilitas, yaitu kemampuan untuk menyesuaikan produk atau layanan mereka dengan cepat sesuai dengan perubahan permintaan pasar.

Hal ini memungkinkan mitra untuk segera mengubah lini produk atau menyesuaikan strategi pemasaran tanpa harus melalui proses yang rumit dan panjang. Pengusaha dapat dengan mudah bereksperimen dengan resep atau variasi baru yang sesuai dengan selera pasar, seperti dimsum dengan tobiko *sauce* atau tartar *sauce* dengan *topping* unik. Hal ini menjadi salah satu alasan tim penyusun untuk memilih UMKM Dimsum Summit sebagai objek pengabdian masyarakat, karena mereka bergerak di bidang makanan dimsum dan memiliki potensi untuk berkembang. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah dengan pendekatan langsung, di mana peneliti melakukan wawancara dan pengumpulan data secara langsung dengan pelaku UMKM untuk mengetahui masalah yang dihadapi dan menemukan solusi yang tepat.

3. Mitra atau Subjek Pengabdian

Dimsum Summit merupakan usaha rumahan yang termasuk dalam kategori Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berdiri pada Januari 2023 atas inisiatif dan kreativitas pemilik usaha, Sylvi. Usaha ini berlokasi di Jl. Ikan Dorang II No. 10, Sukomulyo, dan bergerak di bidang kuliner, khususnya produksi makanan olahan berupa dimsum. Produk unggulan yang menjadi favorit konsumen adalah dimsum kukus original dengan cita rasa yang konsisten. Keunggulan kualitas produk didukung oleh proses produksi yang dilakukan secara mandiri dengan komposisi

bahan baku yang terjaga, yaitu perpaduan daging dan tepung dengan takaran yang seimbang. Selain itu, Dimsum Summit juga menyediakan berbagai varian saus sebagai pelengkap produk.

Tim penyusun akan melakukan pendampingan langsung kepada mitra untuk memastikan prosesnya berjalan lancar. Pendampingan akan dilakukan secara bertahap sesuai jadwal dan rencana yang telah disepakati, serta disesuaikan dengan ketersediaan waktu dan kesiapan mitra agar tidak mengganggu operasional mereka.

Pendampingan terhadap UMKM Dimsum Summit dilaksanakan secara langsung melalui tatap muka agar proses bimbingan dapat berlangsung lebih efektif dan tidak terhambat oleh kendala teknis. Pada tahap ini, tim memberikan dukungan terutama dalam pengelolaan pemasaran digital, manajemen keuangan, serta penguatan sumber daya manusia.

Pada tanggal 19 Oktober 2025, tim melaksanakan survei lokasi sekaligus wawancara langsung dengan mitra sebagai tahap awal pengenalan serta pengumpulan informasi mengenai UMKM Dimsum Summit. Kegiatan ini bertujuan untuk menggali perkembangan usaha yang mencakup berbagai aspek, antara lain pemasaran, pengelolaan keuangan, dan sumber daya manusia.

Pada tanggal 23 November 2025, tim kembali melaksanakan kegiatan wawancara guna mengidentifikasi berbagai permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Dimsum Summit. Berdasarkan hasil wawancara tersebut, pemilik usaha menyampaikan bahwa masih terdapat sejumlah kendala yang dihadapi, khususnya pada aspek pemasaran, pengelolaan keuangan, serta sumber daya manusia.

Pada aspek pemasaran, kak Sylvi selaku pemilik UMKM Dimsum Summit menyampaikan bahwa jangkauan promosi produk masih tergolong terbatas, khususnya di wilayah Lamongan. Kondisi ini menyebabkan masih banyak masyarakat yang belum mengetahui keberadaan Dimsum Summit. Oleh karena itu, pendampingan yang dilakukan oleh tim pada aspek pemasaran difokuskan pada pembuatan dan pendampingan konten promosi, berupa video dan poster yang menarik. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan efektivitas promosi, memperluas jangkauan audiens, serta meningkatkan visibilitas Dimsum Summit tanpa memerlukan biaya promosi yang besar.

Pada aspek keuangan, kak Sylfi selaku pemilik UMKM Dimsum Summit menjelaskan bahwa permasalahan utamanya adalah terkait masih menggunakan sistem pencatatan keuangan secara manual. Hal ini bisa menyebabkan kesalahan dalam pencatatan, kesulitan dalam mengawasi transaksi, dan informasi keuangan yang tidak akurat. Oleh karena itu pada tanggal 30 November 2025, tim penyusun berinisiatif membuat pencatatan laporan keuangan berbasis komputer, yaitu dengan menggunakan aplikasi Google Spreadsheet. Dengan menggunakan sistem akuntansi komputerisasi, UMKM Dimsum Summit diharapkan dapat mengurangi kesalahan pencatatan, meningkatkan akurasi informasi keuangan, dan memudahkan peng tracking transaksi.

Pada aspek sumber daya manusia, kak Sylvi selaku pemilik UMKM Dimsum Summit menjelaskan bahwa kendala utama terletak pada proses perekrutan karyawan bagian produksi. Meskipun komunikasi internal dan pembagian tugas sehari-hari masih dapat diatasi, pemilik usaha tetap mengalami kesulitan menemukan tenaga kerja yang memenuhi standar keterampilan dan ketelitian yang dibutuhkan. Oleh karena itu, pendampingan pada aspek SDM difokuskan pada penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP) produksi sebagai panduan kerja yang jelas dan mudah diikuti. Melalui SOP ini, proses produksi diharapkan menjadi lebih terstruktur, konsisten, serta mempermudah pelatihan bagi karyawan baru sehingga tidak lagi bergantung pada kemampuan individu tertentu.

Secara keseluruhan, kegiatan pendampingan dilaksanakan dengan pendekatan praktis dan langsung di lapangan, sehingga pemilik usaha Dimsum Summit dapat memahami serta menerapkan setiap materi yang diberikan secara nyata. Pendampingan ini tidak hanya bertujuan untuk

membantu mengatasi permasalahan yang dihadapi mitra, tetapi juga membekali Dimsum Summit dengan pengetahuan dan keterampilan agar mampu mengelola usahanya secara lebih efektif dan berkelanjutan.

Dari aspek pemasaran, Dimsum Summit memanfaatkan media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan TikTok sebagai sarana promosi utama. Strategi pemasaran difokuskan pada penjualan langsung di kegiatan *Car Free Day* (CFD) Alun-Alun Lamongan, yang sekaligus menjadi media interaksi dengan konsumen. Partisipasi pelanggan dalam membagikan konten produk di media sosial turut mendukung peningkatan eksposur merek. Selain itu, kerja sama dengan beberapa *food vlogger* lokal juga pernah dilakukan dan terbukti memberikan dampak positif terhadap peningkatan *omset* usaha.

Pada aspek operasional dan keuangan, modal awal usaha berasal dari tabungan pribadi pemilik. Sistem pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual menggunakan buku tulis, meskipun proses transaksi penjualan telah didukung oleh aplikasi kasir pintar serta penggunaan *Microsoft Excel* untuk pencatatan stok. Dari sisi sumber daya manusia, Dimsum Summit memiliki tiga orang karyawan yang bertugas pada bagian produksi dan penjualan. Proses rekrutmen dilakukan melalui media sosial, disertai dengan pelatihan awal selama kurang lebih satu minggu sebelum karyawan bekerja secara penuh. Pemilik usaha juga menerapkan pemberian *reward* dan motivasi kerja sebagai upaya menjaga kinerja dan semangat tim. Secara keseluruhan, Dimsum Summit memiliki potensi pengembangan yang cukup besar melalui penguatan promosi digital, perbaikan manajemen keuangan, serta peningkatan kapasitas sumber daya manusia dalam mendukung keberlanjutan usaha.



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
NOMOR INDUK BERUSAHA: 1503240380352

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada:

1. Nama Pelaku Usaha	: SYLVIA RAHMAT HARIANTO PUTRI
2. Alamat	: MANTUP TENGAH 001002 MANTUP LAMONGAN, Desa/Kelurahan Mantup, Kec. Mantup, Kab. Lamongan, Provinsi Jawa Timur
3. Nomor Telepon Seluler	:
Email	: um.kntm.g2.0.2.4@gmail.com
4. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI)	: Uluhi Lamoran
5. Skala Usaha	: Usaha Mikro

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai hak akses kepastian, pendaftaran kepastian jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan, serta bukti pemenuhan laporan pertama Wajib Laporan Ketenagakerjaan di Perusahaan (WLP).

Pelaku Usaha dengan NIB tersebut di atas dapat melaksanakan kegiatan berusaha sebagaimana terlampir dengan tetap memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Khusus untuk KBLI dengan klasifikasi risiko rendah sebagaimana terlampir, NIB merupakan perizinan tunggal yang berlaku sebagai sertifikasi jaminan produk halal berdasarkan pernyataan mandiri pelaku usaha dan setelah memperoleh pembinaan dan/atau pendampingan Proses Produk Halal (PPH) dari Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Diterbitkan di Jakarta, tanggal: 15 Maret 2024

**Menteri Investasi dan Hilirisasi/
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,**



Ditandatangani secara elektronik

Dicetak tanggal: 10 Juli 2025

Gambar 1. NIB



**REPUBLIK INDONESIA
(REPUBLIC OF INDONESIA)**
جمهورية إندونيسيا
**SERTIFIKAT HALAL
(HALAL CERTIFICATE)**
شهادة الحلال

Nomor Sertifikat
Certificate Number ID35410026758720825 رقم الشهادة

Berdasarkan keputusan komite fatwa produk halal nomor :
Based on the decision to stipulating halal products of fatwa committee :
على قرار مجلس الفتوى لوزارة الشؤون الدينية لجمهورية إندونيسيا.

KP-SD-202508358841 Tanggal: 28 Agustus 2025

Jenis Produk Type of Product	Penyediaan makanan dan minuman dengan pengolahan	نوع المنتج
Nama Produk Name of Product	-Terlampir / As Attached-	اسم المنتج
Nama Pelaku Usaha Name of Company	AGUNG KURNIAWAN RAHADIN	اسم الشركة
Alamat Pelaku Usaha Company's Address	IKAN DORANG II/26 Lamongan, LAMONGAN, JAWA TIMUR, -	عنوان الشركة
Diterbitkan di Jakarta pada Issued in Jakarta on	28 Agustus 2025	أصدرت الشهادة بجاكرتا في

Telah memenuhi ketentuan perundang-undangan
Has complied with the provision of laws and regulations.
قد استوفت أحكام التشريع

**KEPALA
BADAN PENYELENGGARA JAMINAN PRODUK HALAL
HEAD OF HALAL PRODUCT ASSURANCE BODY
رئيس وكالة ضمان المنتجات الحلال**



Ahmad Haikal Hassan

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Badan Sertifikasi Elektronik, BSSN

Gambar 2. Sertifikasi Halal

Dimsum Summit memiliki berbagai keunggulan yang menjadi daya tarik utama bagi para konsumennya. Seluruh produk diproduksi menggunakan bahan baku pilihan dengan kualitas tinggi

dan selalu dalam kondisi segar. Dalam sektor pangan, kualitas bahan baku memegang peranan penting dalam menentukan cita rasa dan tekstur produk, yang pada akhirnya berpengaruh langsung terhadap tingkat kepuasan pelanggan, khususnya pada skala UMKM. Proses produksi Dimsum Summit juga dilakukan secara *higienis* tanpa penambahan bahan pengawet, sehingga menghasilkan produk yang aman serta layak dikonsumsi.

Secara umum, dimsum yang dihasilkan memiliki tekstur yang lembut dan kenyal, terutama pada bagian isinya. Bahan utama seperti daging diolah hingga halus sehingga memberikan sensasi empuk saat dikonsumsi. Kulit dimsum, baik pada varian siomay maupun hakau, dibuat tipis dan elastis sehingga tetap lembut setelah melalui proses pengukusan. Dimsum yang berkualitas juga tidak terasa kering karena memiliki tingkat kelembapan yang seimbang, menghasilkan sensasi juicy di bagian dalam dengan permukaan yang halus dan tidak mudah robek. Karakteristik tekstur ini menjadi salah satu faktor utama yang meningkatkan minat dan kepuasan konsumen. Di antara berbagai varian yang ditawarkan, produk dengan penjualan tertinggi adalah dimsum kukus original dan dimsum *mix sauce*.

Dalam menjalankan usahanya, pemilik Dimsum Summit kerap menghadapi tantangan untuk menekan biaya produksi, salah satunya melalui penggunaan bahan baku alternatif yang lebih murah. Namun, langkah tersebut dinilai berisiko menurunkan kualitas serta cita rasa produk. Oleh karena itu, pemilik usaha tetap berkomitmen menggunakan bahan baku berkualitas tinggi yang diolah secara segar tanpa tambahan bahan pengawet sebagai bentuk konsistensi dalam menjaga mutu produk dan kepuasan pelanggan.

Dari sisi pemasaran, UMKM Dimsum Summit telah memanfaatkan media *digital* seperti Instagram, WhatsApp, dan TikTok untuk mengiklankan produknya, meskipun aktivitas unggahan masih belum dilakukan secara konsisten. Proses produksi saat ini masih dilakukan secara manual dengan kapasitas produksi sekitar 40 kg daging ayam per bulan, yang mampu menghasilkan kurang lebih 2.200 pcs dimsum.

Dalam penetapan harga, Dimsum Summit mempertimbangkan biaya produksi serta margin keuntungan yang wajar. Harga produk utama ditetapkan bervariasi sesuai dengan jenis dan jumlah isi. Dimsum Original Kukus dijual mulai dengan harga Rp10.000 untuk kemasan isi 4 dan Rp20.000 untuk isi 6 dengan bonus chili oil. Varian Dimsum Topping Sauce Original dijual dengan harga Rp12.000 untuk isi 3, Rp23.000 untuk isi 6, Rp40.000 untuk isi 9, dan Rp60.000 untuk isi 16. Sementara itu, Dimsum *Original Mix* Keju ditawarkan dengan harga Rp25.000 isi 6, Rp45.000 isi 9, dan Rp70.000 isi 16. Adapun Dimsum Keju dijual seharga Rp15.000 untuk isi 3, Rp28.000 untuk isi 6, Rp50.000 untuk isi 9, dan Rp80.000 untuk isi 16.

Metode penentuan harga yang digunakan mengacu pada perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP). Pemberian potongan harga biasanya dilakukan pada kondisi penjualan yang menurun atau pada momen tertentu, meskipun belum memiliki acuan yang baku. Dalam kurun waktu satu tahun terakhir, Dimsum Summit juga telah menghadirkan beberapa inovasi produk baru, di antaranya Udang Keju, Dimsum Isi Keju, Ekado, Dimsum Goreng, serta Ayam Udang Kulit Tahu.



Gambar 3. Dimsum Kukus Original



Gambar 4. Proses Dimsum Mentai

Proses produksi Dimsum Summit dilakukan melalui beberapa tahapan yang terstruktur dan sistematis. Tahap awal dimulai dengan persiapan bahan baku, meliputi daging ayam, bumbu, tepung tapioka, serta bahan pendukung lainnya. Seluruh bahan dipastikan berada dalam kondisi segar dan tersedia secara lengkap untuk menjaga kualitas produk yang dihasilkan.

Tahap selanjutnya adalah proses pengadukan adonan, yaitu dengan mencampurkan daging ayam, bumbu, dan tepung tapioka dalam satu wadah hingga tercampur secara merata. Setelah itu, adonan disimpan di dalam lemari pendingin selama kurang lebih 10 menit. Proses pendinginan ini bertujuan untuk mengontrol kualitas tekstur adonan agar tetap kental, tidak terlalu cair maupun terlalu padat, serta bebas dari gumpalan tepung.

Tahap ketiga merupakan proses pembentukan dimsum. Adonan dikeluarkan dari lemari pendingin, kemudian ditimbang sesuai dengan standar berat per pcs. Selanjutnya, adonan dimasukkan ke dalam kulit dimsum dan diberi topping sesuai varian. Pada tahap ini, konsistensi berat, kerapian bentuk, dan keseragaman ukuran menjadi perhatian utama agar kualitas produk tetap terjaga.

Tahap keempat adalah proses pengukusan. Kukusan dipanaskan terlebih dahulu, kemudian dimsum dikukus selama kurang lebih 10–15 menit hingga matang secara merata. Proses ini dilakukan dengan pengaturan waktu yang tepat agar dimsum tidak menjadi terlalu lembek maupun terlalu keras. Tahap berikutnya adalah pengemasan, yaitu dengan memasukkan dimsum yang telah matang ke dalam box kemasan. Kemasan dipastikan dalam keadaan bersih dan tertutup rapat untuk menjaga kebersihan serta kualitas produk.

Tahap terakhir adalah penyimpanan, di mana box dimsum disimpan di dalam *freezer*. Penataan dilakukan dengan hati-hati dan tidak ditumpuk secara berlebihan guna menjaga bentuk dan mutu dimsum selama proses penyimpanan.



Gambar 5. Dimsum Mix Topping Sauce



Gambar 6. Dimsum Mix Topping Sauce

Penentuan tata letak produksi pada UMKM Dimsum Summit dirancang dengan memisahkan

area produksi dan area outlet. Area produksi atau dapur digunakan untuk proses pembuatan adonan dimsum serta pengemasan produk dalam bentuk frozen. Sementara itu, area outlet difungsikan sebagai tempat penjualan sekaligus pelaksanaan proses akhir, seperti pengukusan, penambahan topping, pengemasan produk siap saji, hingga penyajian kepada pelanggan.

Proses pengemasan dimsum dilakukan di ruang produksi yang terpisah dari dapur utama dengan tujuan menjaga kestabilan suhu dan menyesuaikannya dengan standar yang telah ditetapkan. Pengemasan yang tidak dilakukan sesuai prosedur berpotensi menurunkan kualitas produk, misalnya terjadinya perubahan tekstur dimsum. Oleh karena itu, pengaturan ruang dan alur kerja menjadi faktor penting dalam menjaga mutu produk.

Fasilitas yang tersedia pada UMKM Dimsum Summit meliputi dapur produksi untuk pembuatan dan pengolahan dimsum, freezer sebagai sarana penyimpanan produk, serta berbagai peralatan memasak dan pendukung produksi, seperti steamer, kompor, meja kerja, dan perlengkapan produksi lainnya.



Gambar 7. Layout Area Menu



Gambar 8. Layout Area Kasir

4. Prosedur

a. Identifikasi Permasalahan

Berdasarkan hasil temuan lapangan, Dimsum Summit menghadapi kendala dalam menjalankan strategi pemasaran, terutama pada penggunaan media sosial sebagai sarana promosi. Meskipun sudah memanfaatkan platform seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp, pengelolaannya masih belum optimal karena tidak didukung oleh perencanaan yang terarah dan konsisten. Konten diunggah secara acak tanpa pertimbangan waktu, tren, ataupun ketertarikan audiens. Keterbatasan ini berdampak pada rendahnya jangkauan konten dan minimnya interaksi, sehingga usaha sulit menarik pelanggan baru maupun membangun citra merek yang kuat. Hal ini menjadi penyebab utama mengapa pertumbuhan pasar Dimsum Summit berjalan lambat.

Tidak hanya masalah dalam konteks manajemen saja, tetapi dalam konteks akuntansi atau keuangan masih terdapat kendala, seperti pencatatan laporan keuangan yang masih menggunakan manual, dengan mengimplementasikan sistem akuntansi komputerisasi. Sistem ini dapat memudahkan pencatatan, mengurangi kesalahan, meningkatkan akurasi informasi keuangan, dan memudahkan peng tracking transaksi, sehingga pemilik dapat membuat keputusan bisnis yang lebih tepat dan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Sementara itu pada aspek Sumber Daya Manusia (SDM), pemilik Dimsum Summit mengalami kesulitan dalam merekrut karyawan bagian produksi, khususnya untuk pembuatan adonan. Banyak pelamar belum memenuhi standar keterampilan yang dibutuhkan, seperti ketelitian, konsistensi tekstur, dan kemampuan mempertahankan cita rasa khas dimsum. Oleh karena itu, proses produksi masih sangat bergantung pada pemilik karena belum adanya SOP yang menjelaskan tahapan kerja dengan jelas. Kondisi ini membuat pemilik sulit melimpahkan

tugas kepada karyawan baru dan menimbulkan risiko ketidakkonsistenan kualitas jika produksi tidak ditangani langsung oleh pemilik.

Tim memiliki rencana untuk membantu UMKM Dimsum Summit mengatasi masalah yang mereka hadapi. Kami akan melakukan pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan mereka, yaitu dengan cara-cara berikut:

- 1) Sebagai solusi, diperlukan pendampingan dalam optimalisasi promosi digital melalui pemanfaatan media sosial. Pendekatan ini dapat dilakukan dengan merancang konten dan poster yang menarik, serta melakukan unggahan agar interaksi dan jangkauan audiens semakin luas. Melalui strategi tersebut, Dimsum Summit berpotensi memperluas pangsa pasar, menarik konsumen baru, serta memperkuat citra merek tanpa harus mengeluarkan biaya promosi yang besar (Ningrum & Rahim, 2023).
- 2) Membantu UMKM Dimsum Summit dengan cara mengimplementasikan sistem akuntansi komputerisasi yang dapat memudahkan pencatatan dan pengelolaan keuangan, sehingga dapat mengurangi kesalahan pencatatan dan meningkatkan akurasi laporan keuangan. Karena dengan adanya pengelolaan keuangan yang transparan dan akurat akan berdampak positif terhadap perkembangan bisnis tersebut. Menurut (Hermawan, 2023) Kami juga akan memberikan pelatihan dan pendampingan akuntansi kepada pemilik dan staf UMKM Dimsum Summit untuk meningkatkan kemampuan mitra dalam mengelola keuangan. Dengan demikian, mereka dapat membuat keputusan bisnis yang lebih tepat dan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.
- 3) Solusi untuk pemilik usaha Dimsum Summit adalah menyusun Standar Operasional Prosedur (SOP) produksi yang jelas agar proses kerja tidak bergantung pada satu orang saja. Dengan adanya SOP, alur kerja menjadi lebih mudah dipahami, lebih konsisten, dan lebih efisien, sehingga mempermudah pelatihan karyawan baru. Penerapan SOP juga terbukti dapat meningkatkan efisiensi produksi dan menjaga konsistensi kualitas karena setiap tahapan kerja memiliki standar yang harus diikuti (Safitri et al., 2023).

b. Pendampingan Pemasaran

Pada aspek pemasaran, solusi yang diberikan berfokus pada penguatan promosi digital dengan memaksimalkan pemanfaatan media sosial. Pendampingan dilakukan untuk membantu Dimsum Summit mengelola dan mengoptimalkan konten promosi di Instagram. Strategi yang diterapkan meliputi pembuatan konten visual yang lebih menarik untuk menonjolkan ciri khas dan kualitas produk, pemilihan hashtag yang relevan untuk memperluas jangkauan. Pemilik usaha juga didorong untuk aktif berinteraksi dengan pengikut, baik melalui kolom komentar maupun pesan langsung, guna membangun kedekatan dan meningkatkan loyalitas konsumen.

Optimalisasi pemasaran melalui media sosial diharapkan mampu meningkatkan visibilitas merek, menarik pelanggan baru, serta memperkuat hubungan dengan pelanggan yang sudah ada, tanpa harus mengeluarkan biaya promosi yang besar. Pendekatan ini sejalan dengan tren pemasaran modern yang lebih efektif menjangkau konsumen muda dan pengguna aktif media sosial, terutama di wilayah Lamongan. Kegiatan pembuatan poster promosi Dimsum Summit dilaksanakan terlebih dahulu pada tanggal 23 November 2025. Selanjutnya, pembuatan video konten promosi pemasaran yang diunggah melalui media sosial Dimsum Summit dilakukan pada tanggal 6 Desember 2025 sebagai bagian dari upaya penguatan promosi digital.



Gambar 1. Pendampingan Pembuatan Vidio Konten Promosi



Gambar 2. Poster Dimsum Summit



Gambar 3. Konten Promosi di Instagram
<https://www.instagram.com/reel/DSZR7C8Ed85/?igsh=bjRkNHNmd2gwZTlx>



Gambar 4. Konten Promosi di Tiktok
<https://vt.tiktok.com/ZSPxWdSk3/>

c. Pendampingan Keuangan

Sementara itu, solusi yang diberikan pada aspek keuangan adalah mengimplementasikan sistem akuntansi komputerisasi yang dapat memudahkan pencatatan dan pengelolaan keuangan yaitu dengan menggunakan Google Spreadsheet. Dengan menggunakan sistem ini, Pemanfaatan

teknologi untuk mencatat transaksi bisnis dapat membantu pengusaha melakukan kegiatan operasional. Otomatisasi pencatatan akuntansi menyederhanakan proses akuntansi, menjadikannya lebih cepat dan lebih efisien. Pengusaha tidak perlu lagi membuat laporan keuangan secara manual untuk mengurangi kesalahan dalam proses pencatatan setiap transaksi yang terjadi (One & Sukma, 2023).

Pengimplementasian sistem akuntansi komputerisasi ini diarahkan untuk mendukung peningkatan pengelolaan keuangan pada Dimsum Summit. Selain itu, sistem ini juga dapat membantu meningkatkan transparansi dan akuntabilitas keuangan, sehingga pemilik dapat memiliki gambaran yang lebih jelas tentang kondisi keuangan perusahaan. Dengan demikian, UMKM Dimsum Summit dapat meningkatkan stabilitas keuangan dan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan secara keseluruhan. Pembuatan laporan keuangan dengan menggunakan aplikasi Google Spreadsheet ini dilakukan pada tanggal 30 November 2025.



Gambar 5. Pendampingan Penggunaan Spreadsheet

Laporan Keuangan Dimsum Summit				
Periode : 01 Desember - 31 Desember 2025				
Sisa Uang		Pemasukkan		Pengeluaran
Rp	0	Rp	0	Rp 0
No	Tanggal	Kategori	Deskripsi	Nominal
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				

Gambar 6. Tampilan Format Pencatatan Keuangan Digital

Dalam jangka panjang, implementasi sistem akuntansi komputerisasi juga dapat membantu UMKM Dimsum Summit untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas pengelolaan keuangan, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan kemampuan perusahaan untuk berkembang di pasar yang semakin kompetitif.

d. Pendampingan Sumber Daya Manusia

Pada aspek sumber daya manusia, solusi yang diberikan adalah menyusun Standar Operasional Prosedur (SOP) produksi yang lebih rinci dan mudah diikuti. Dengan adanya SOP, seluruh proses pembuatan dimsum mulai dari pencampuran adonan, pembentukan, pengukusan, hingga standar rasa dapat dilakukan secara konsisten meskipun dikerjakan oleh karyawan yang berbeda. SOP ini juga berfungsi sebagai panduan pelatihan sehingga karyawan baru dapat memahami alur kerja tanpa harus bergantung pada tenaga yang lebih berpengalaman. Penerapan SOP dalam UMKM terbukti meningkatkan keteraturan proses kerja, mengurangi kesalahan produksi, serta memperjelas pembagian tugas sehingga kualitas produk lebih stabil. SOP juga membantu mempercepat proses adaptasi karyawan baru dan meningkatkan efektivitas koordinasi dalam kegiatan operasional (Damayanti & Zainuri, 2025).

SOP ini diharapkan dapat menjadi standar operasional yang berkelanjutan bagi pemilik maupun karyawan, sehingga proses produksi tetap stabil meskipun terjadi pergantian tenaga kerja. Dengan adanya pedoman yang jelas, waktu pelatihan bagi karyawan baru dapat dipersingkat, kesalahan proses dapat diminimalkan, dan kualitas produk dapat lebih terjaga. Selain itu, penyusunan SOP mendukung terciptanya sistem kerja yang lebih teratur dan profesional, sehingga operasional Dimsum Summit dapat berjalan lebih efisien dan konsisten. Proses penyusunan SOP

produksi dilakukan pada tanggal 30 November 2025 sebagai bagian dari kegiatan pendampingan UMKM.



Gambar 7. Pendampingan SDM terkait SOP

TAMBAH SOP (Standard Operating Procedure)		
Tahap	Langkah Kerja	Standar/Garansi Kontrol Kualitas
1. Analisis Data	Kumpulkan data, analisis, interpretasi data, dan buatlah laporan yang akurat.	Presisi data yang akurat.
2. Penentuan standar	• Tentukan standar yang akan digunakan. • Buatlah standar yang akurat. • Buatlah standar yang konsisten. • Buatlah standar yang mudah dipahami.	• Tidak ada standar yang tidak akurat. • Tidak ada standar yang tidak konsisten. • Tidak ada standar yang tidak mudah dipahami.
3. Pelaksanaan Standar	• Lakukan standar yang telah ditentukan. • Lakukan standar yang konsisten. • Lakukan standar yang mudah dipahami.	• Tidak ada standar yang tidak akurat. • Tidak ada standar yang tidak konsisten. • Tidak ada standar yang tidak mudah dipahami.

21

4. Peninjauan	• Lakukan tinjauan yang akurat. • Lakukan tinjauan yang konsisten. • Lakukan tinjauan yang mudah dipahami.	• Tidak ada tinjauan yang tidak akurat. • Tidak ada tinjauan yang tidak konsisten. • Tidak ada tinjauan yang tidak mudah dipahami.
5. Peninjauan	• Lakukan tinjauan yang akurat. • Lakukan tinjauan yang konsisten. • Lakukan tinjauan yang mudah dipahami.	• Tidak ada tinjauan yang tidak akurat. • Tidak ada tinjauan yang tidak konsisten. • Tidak ada tinjauan yang tidak mudah dipahami.
6. Peninjauan	• Lakukan tinjauan yang akurat. • Lakukan tinjauan yang konsisten. • Lakukan tinjauan yang mudah dipahami.	• Tidak ada tinjauan yang tidak akurat. • Tidak ada tinjauan yang tidak konsisten. • Tidak ada tinjauan yang tidak mudah dipahami.
7. Peninjauan	• Lakukan tinjauan yang akurat. • Lakukan tinjauan yang konsisten. • Lakukan tinjauan yang mudah dipahami.	• Tidak ada tinjauan yang tidak akurat. • Tidak ada tinjauan yang tidak konsisten. • Tidak ada tinjauan yang tidak mudah dipahami.

Gambar 8. Lampiran SOP

e. Evaluasi

Hasil evaluasi kegiatan pendampingan menunjukkan bahwa pada aspek pemasaran terjadi perkembangan yang cukup signifikan. Pemanfaatan media sosial melalui pembuatan konten video dan poster promosi mampu meningkatkan interaksi serta memperluas jangkauan konsumen Dimsum Summit. Strategi promosi yang sebelumnya belum terarah menjadi lebih terencana dan efektif dalam menarik perhatian konsumen baru. Meskipun demikian, keberlanjutan hasil ini masih membutuhkan konsistensi dalam pengelolaan konten dan perencanaan promosi secara berkala agar dampaknya dapat terus dirasakan dalam jangka panjang.

Pada aspek keuangan, pendampingan mendorong perubahan dari sistem pencatatan manual menuju pencatatan digital menggunakan *Google Spreadsheet*. Perubahan ini membantu pemilik usaha dalam mencatat transaksi dengan lebih rapi, akurat, dan mudah dipantau. Pemilik mulai memahami kondisi keuangan usaha secara lebih jelas, khususnya terkait arus kas dan pengeluaran. Namun, evaluasi menunjukkan bahwa penerapan sistem ini masih memerlukan pembiasaan dan pendampingan lanjutan agar pencatatan dilakukan secara konsisten serta dapat dimanfaatkan secara optimal sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis.

Sementara itu, pada aspek operasional dan sumber daya manusia, penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP) produksi memberikan dampak positif terhadap keteraturan proses kerja dan konsistensi kualitas produk. SOP membantu mengurangi ketergantungan pada pemilik usaha dan mempermudah pelatihan karyawan baru. Evaluasi menunjukkan bahwa keberhasilan penerapan SOP sangat bergantung pada komitmen pemilik dan karyawan dalam menerapkannya secara disiplin dan berkelanjutan dalam kegiatan operasional sehari-hari.

Secara keseluruhan, kegiatan pendampingan dinilai mampu meningkatkan kapasitas manajerial UMKM Dimsum Summit dalam aspek pemasaran, keuangan, dan operasional. Integrasi pendampingan pada berbagai aspek usaha memberikan hasil yang lebih efektif dibandingkan intervensi tunggal. Meskipun demikian, diperlukan pendampingan lanjutan agar perubahan positif yang telah dicapai dapat terus berkembang dan mendukung keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

D. SIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pendampingan, dapat disimpulkan bahwa program pendampingan manajemen operasional dan keuangan pada UMKM Dimsum Summit memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan pengelolaan usaha. Pada aspek pemasaran, pemanfaatan media sosial yang sebelumnya belum terkelola secara optimal menjadi lebih terarah melalui pembuatan konten promosi yang menarik dan konsisten. Hal ini berdampak pada meningkatnya jangkauan promosi, interaksi dengan konsumen, serta penguatan identitas merek Dimsum Summit di masyarakat, khususnya di wilayah Lamongan.

Dari sisi keuangan, pendampingan mendorong pemilik usaha untuk beralih dari pencatatan manual menuju pencatatan keuangan digital yang lebih tertata. Sistem pencatatan ini membantu pemilik dalam memantau arus kas, mencatat transaksi secara lebih akurat, serta memahami kondisi keuangan usaha sebagai dasar dalam pengambilan keputusan bisnis.

Pada aspek operasional dan sumber daya manusia, penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP) produksi berperan penting dalam menciptakan alur kerja yang lebih jelas dan konsisten. SOP tersebut memudahkan proses pelatihan karyawan baru, mengurangi ketergantungan usaha pada pemilik, serta menjaga mutu dan konsistensi produk yang dihasilkan.

Secara keseluruhan, kegiatan pendampingan ini mampu meningkatkan kapasitas dan pemahaman pemilik usaha dalam mengelola UMKM secara lebih profesional. Pendampingan yang dilakukan tidak hanya membantu mengatasi permasalahan yang ada, tetapi juga menjadi bekal bagi Dimsum Summit untuk berkembang secara berkelanjutan dan memiliki daya saing yang lebih baik di tengah persaingan industri kuliner.

E. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada pemilik UMKM Dimsum Summit yang telah memberikan kesempatan, kepercayaan, serta dukungan penuh selama pelaksanaan kegiatan pendampingan. Keterbukaan dan kerja sama yang baik dari pemilik usaha dan seluruh karyawan sangat membantu kelancaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Universitas Muhammadiyah Lamongan beserta dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta dukungan akademik sehingga kegiatan pengabdian dapat terlaksana dengan baik. Selain itu, penulis mengapresiasi seluruh pihak yang turut berkontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam mendukung keberhasilan kegiatan ini hingga penyusunan laporan selesai.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Chaerul, M., Suyuthi, N. F., Riyadi, S., Djalil, N. A., Yasmi, Y., Rusman, M. K., Sepdiansar, R., Tamsil, E., & Alauddin, A. (2025). Training And Education for Umkm Actors Related to Digital Marketing Strategies and Business Financial Management in Paropo Village, Panakukang District, Makassar City. *Journal of Universal Community Empowerment Provision*, 5(3), 97–104. <https://doi.org/10.55885/jucep.v5i3.713>
- Christanto, L. S., Susilo, A. R., Leman, S. E., Patricia, M., & Malelak, M. I. (2024). Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Untuk Peningkatan Kinerja UMKM Makanan dan Minuman Di Surabaya. *Komatika: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 53–60. <https://doi.org/10.34148/komatika.v4i2.831>

- Faiha, A., Fajar, A., Aris, V., Muhammad, F., Ningsih, S. K., Mubarak, H., & Syarif, A. (2025). *Jurnal Abdimas Ekonomi dan Bisnis Peningkatan Kompetensi Pemasaran Digital Pada UMKM Brochiick melalui Program Pelatihan dan Pendampingan Jurnal Abdimas Ekonomi dan Bisnis*. 5(2), 163–173.
- Hermawan, S. (2023). *Pendampingan Strategi UMKM di Era Digital Melalui Pencatatan Keuangan , Penghitungan Harga Pokok Produksi dan Manajemen Pemasaran untuk Dapat Naik Kelas*. 8(6), 968–979.
- Kamil, I., Ady Bakri, A., Salingkat, S., & Pabisangan Tahirs, J. (2022). Pendampingan UMKM melalui Pemanfaatan Digital Marketing pada Platform E-Commerce UMKM Assistance through the Utilization of Digital Marketing on the e-Commerce Platform. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 3(2), 517–526.
<https://doi.org/10.37680/amalee.v3i2.2782>
- Khamdi, M. A. (2025). Peran Manajemen Keuangan dan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan bagi UMKM Warung Ar Rohman Gresik. *Prosiding Seminar Nasional KONSTELASI*, 2(1), 107–112.
<https://doi.org/10.24002/prosidingkonstelasi.v2i1.10980>
- Maharani, D. A., & Hasibuan, R. R. (2024). Peningkatan Kemampuan Pemasaran Digital Pada Umkm Di Desa Sumbang Purwokerto Untuk Meningkatkan Daya Saing Dan Jangkauan Pasar. *Abdi Makarti*, 3(2), 130. <https://doi.org/10.52353/abdimakarti.v3i2.730>
- Nasyiah, E. Z., & Nandiroh, U. (2024). Enhancing Msme Financial Reporting in East Java: the Role of Mentorship. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 8(3), 521–535.
<https://doi.org/10.24034/j25485024.y2024.v8.i3.6515>
- Ningrum, R., & Rahim, R. (2023). *Pemanfaatan Digital Marketing sebagai Media Promosi pada UMKM Rujak Simpang Jodoh*. 7, 1403–1412.
- One, D., & Sukma, C. (2023). *PERANCANGAN LAPORAN KEUANGAN BERBASIS MICROSOFT EXCEL SESUAI SAK EMKM PADA UMKM*. 4, 25–34.
- Panjaitan, F. A. B. K., & Sumiati, S. (2022). Sosialisasi dan Pendampingan Pemasaran Digital Bagi UMKM Terdampak Covid-19 Dusun Segunung, Jombang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 244–252. <https://doi.org/10.32815/jpm.v3i2.789>
- Putrie, R. A., Nainggolan, H., & Mardhotillah, B. (2025). Pendampingan Manajemen Umkm Melalui Digital Marketing Untuk Meningkatkan Daya Saing Kualitas Produk. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 2235–2241.
<https://doi.org/10.31004/cdj.v6i2.36467>
- Safitri, W., Hartati, N., Huda, M., & Fauzan, E. (2023). *Optimasi Produksi dengan Pembuatan Standar Operasional Prosedur (SOP) pada UMKM Bakso Pentol Shena*. 1(6), 644–650.
- Tanuwijaya, K., Wijaya, A. T., Sikomena, A., Harjanti, D., & Marchyta, N. K. (2024). Pendampingan Pemanfaatan Teknologi Digital Sebagai Strategi Pemasaran Umkm Nurul Ismiati. *Jurnal*

Kreativitas Dan Inovasi (Jurnal Kreanova), 4(3), 110–118.
<https://doi.org/10.24034/kreanova.v4i3.6901>

Yuwono, V. K., Soediro, M., & Grasielda, I. (2025). *Pengaruh Penerapan SOP terhadap Efektivitas Kinerja Internal dan Dampaknya terhadap Kualitas Produk UMKM Kuliner di Surabaya*. 11(1), 59–66.