

## Analisis Pengembangan Manajemen Organisasi Pada UMKM Dapur Mama Iceng (DMI) Desa Ngepoh

Taufikurrahman, Akhmad Qhusoyyi Shobri, Della Atanti, Ria Mei Yustiana, Ririn Aprilia Dewanti, Rizka Salma Nabila

Sains Data, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Email : [taufikurrahman.if@upnjatim.ac.id](mailto:taufikurrahman.if@upnjatim.ac.id), [20012010100@student.upnjatim.ac.id](mailto:20012010100@student.upnjatim.ac.id),

[20013010036@student.upnjatim.ac.id](mailto:20013010036@student.upnjatim.ac.id), [20042010068@student.upnjatim.ac.id](mailto:20042010068@student.upnjatim.ac.id),

[20011010124@student.upnjatim.ac.id](mailto:20011010124@student.upnjatim.ac.id), [20012010117@student.upnjatim.ac.id](mailto:20012010117@student.upnjatim.ac.id)

Jl. Rungkut Madya No.1, Gn. Anyar, Kec. Gn. Anyar, Kota SBY, Jawa Timur 6029

**Abstract.** *Strengthening micro, small and medium enterprises has great strategic importance, because they have the potentials to contribute to community economic activities, such as becoming the main source of income to improve the welfare of the majority of the people. MSME expertise is important because it increases MSME productivity and efficiency. In applying the MSME management model, it is necessary to carry out a Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats (SWOT) analysis of daily operations related to business aspects, so that MSMEs know the development of their business in general. and appreciate it.*

**Keywords:** *Micro, small and medium enterprises (MSMEs), Organizational Management, HR Management, Financial Management, Marketing Management, SWOT Analysis*

**Abstrak.** Penguatan usaha mikro, kecil, dan menengah memiliki kepentingan strategis yang besar, karena memiliki potensi untuk turut berkontribusi dalam kegiatan ekonomi masyarakat, seperti menjadi sumber pendapatan utama untuk meningkatkan kesejahteraan sebagian besar rakyat. Keahlian UMKM penting karena meningkatkan produktivitas dan efisiensi UMKM. Dalam menerapkan model pengelolaan UMKM, perlu dilakukan analisis Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats (SWOT) terhadap operasional sehari-hari terkait dengan aspek bisnis, sehingga UMKM mengetahui perkembangan usahanya secara umum. dan menghargainya.

**Kata kunci:** UMKM, Manajemen Organisasi, Manajemen SDM, Manajemen Keuangan, Manajemen Pemasaran, Analisis SWOT

### LATAR BELAKANG

Banyaknya UMKM baru muncul di desa-desa di Indonesia, menunjukkan pertumbuhan positif UMKM setiap tahunnya. Usaha mikro kecil menengah (UMKM) masih ada dan tidak dapat dihilangkan dari masyarakat modern, terutama dalam membantu perekonomian bagi pelaku usaha itu sendiri. Banyak sekali contoh UMKM yang berkembang terlebih dalam golongan usaha mikro, seperti usaha kue tradisional,

*Received Mei 30, 2023; Revised Mei 20, 2023; Accepted Juni 05, 2023*

\* Taufikurrahman, [taufikurrahman.if@upnjatim.ac.id](mailto:taufikurrahman.if@upnjatim.ac.id)

usaha warung sembako, dan juga industri roti. Industri roti merupakan bagian dari industri makanan jadi yang berbahan baku tepung terigu dalam proses produksinya ini juga sangat digemari oleh masyarakat umum, dari anak-anak hingga orang dewasa, sehingga perkembangannya pun dapat dikatakan cepat, dengan proses pembuatan yang tidak sulit dan harga yang cukup terjangkau dari harga beli bahan roti hingga penjualan roti itu sendiri. Salah satu industri roti yang kita temukan di Desa Ngepoh, Kecamatan Dringu, Kabupaten Probolinggo ini adalah Industri Roti Mama Iceng. Industri roti ini berbasis UMKM yang memproduksi dan menerima pembuatan roti basah dan kering. Produk utamanya adalah roti pisang coklat dan beberapa jajanan tradisional seperti risoles.

Dalam penelitian ini, peneliti berusaha meningkatkan keuntungan Industri Roti Mama Iceng menggunakan strategi pengembangan bisnis dengan menggunakan analisis *Strengths, Weakness, Opportunities, dan Threats* (SWOT) dan juga membahas manajemen SDM serta Organisasi dalam UMKM tersebut.

## **KAJIAN TEORITIS**

### **UMKM**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha yang memegang kedudukan cukup penting bagi ekonomi negara Indonesia. Kegiatan kewirausahaan tersebut terbukti mampu menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat. UMKM sendiri memiliki makna yakni bisnis yang dijalankan oleh setiap individu, kelompok, usaha kecil atau rumah tangga. usaha yang dilakukan oleh tiap individu, kelompok, badan usaha kecil atau rumah tangga. UMKM di Indonesia dijadikan pondasi utama bagi berkembangnya perekonomian negara, tujuannya adalah untuk mendorong kemandirian dalam pembangunan masyarakat, khususnya di bidang ekonomi.

### **Manajemen Organisasi**

Manajemen organisasi menafsirkan tentang informasi sebuah lingkungan untuk mendapatkan arti tentang bagaimana kondisi perusahaan dan kegiatan dalam sebuah perusahaan atau badan usaha. Menurut (Rapini T., Kristiyana N., Santoso A., & Setyawan, n.d.), menjelaskan bahwa fungsi pengaturan organisasi dalam sebuah sector usaha informal dapat membantu menentukan arah keberlangsungan UMKM bergerak di bidang usahanya, dan membantu lebih fokus dalam pendelegasian setiap fungsi organisasinya.

### **Manajemen Sumber Daya Manusia**

Manajemen merupakan sebuah ilmu yang mengembangkan suatu proses yang menggunakan manusia serta sumber daya yang mendukung lainnya secara efektif dan efisien guna mencapai titik tujuan tertentu (Susan, 2019). Manajemen adalah suatu proses yang meliputi sebuah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengarahannya yang dilaksanakan untuk mencapai 5 tujuan yang telah ditetapkan (Dethan, 2019). Sumber daya manusia adalah sumber daya organisasi yang paling penting untuk kesuksesan bisnis (Widiansyah et al., 2018). Pada dasarnya sumber daya manusia merupakan sumber ide, faktor penggerak dan faktor penentu dari setiap aktivitas perusahaan. Dessler mendefinisikan manajemen sumber daya manusia sebagai pelaksanaan dan kebijakan yang berkaitan dengan kegiatan pribadi atau manusia dalam posisi manajerial, seperti: Rekrutmen, seleksi, pelatihan, kompensasi dan evaluasi. Secara umum, terdapat dua kelompok sumber daya dalam suatu organisasi, yaitu (1) sumber daya manusia dan (2) sumber daya non manusia.

Manajemen Sumber Daya Manusia memberi sumbangan yang begitu besar untuk tujuan-tujuan sebuah perusahaan selain itu juga dalam fungsinya manajemen SDM dan Tindakan untuk memastikan bahwa SDM telah digunakan secara efektif dan adil untuk kepentingan sendiri, organisasi, dan masyarakat (Iskandar, 2018).

### **Manajemen Keuangan**

Menurut (Rachmiyantono R., 2019) manajemen keuangan adalah sebuah proses memperkirakan, menyatukan, mengeluarkan, menyertakan serta melakukan perencanaan kas yang dibutuhkan bagi perusahaan atau individu supaya dapat berjalan dengan lancar. Perilaku manajemen keuangan sangat dibutuhkan di era modern seperti ini sebab dengan berjalannya waktu para konsumen mempengaruhi keamanan keuangan dan standar hidup seseorang. Sikap keuangan pelaku UMKM dapat dilihat dari sudut pandang psikologis manusia saat mengevaluasi praktik pengelolaan keuangan, sehingga menjadi prinsip yang harus diperhatikan saat mengambil keputusan keuangan (Humaira & Sagoro, 2018). Perilaku manajemen keuangan merupakan upaya untuk mempelajari pola pikir investor, termasuk proses emosional yang terlibat dan dampaknya terhadap proses pengambilan keputusan (Setyawan & Wulandari, 2020).

## **Manajemen Pemasaran**

(Hery SE, 2019) manajemen pemasaran merupakan ilmu yang digunakan untuk memilih sasaran pasar serta memperoleh, melindungi, dan menghubungkan nilai pelanggan yang terbaik. Dalam konsep pemasaran yang berfungsi untuk mempengaruhi pengalaman konsumen dengan berbagai cara yaitu konsep experiential marketing. Experiential marketing adalah tentang mendapatkan pengalaman dari manfaat yang diperoleh dan membangkitkan perasaan dan emosi yang mempengaruhi pemasaran, khususnya penjualan. Manajemen pemasaran sangat penting dalam dunia bisnis baik di perusahaan kecil maupun besar.

## **Analisis SWOT**

Analisis SWOT merupakan bagian dari perencanaan dalam mengidentifikasi isu-isu termasuk yang tergolong Strengths, Weaknesses, Opportunities dan Threats. Mengembangkan kekuatan dan memperbaiki kelemahan dapat memastikan pencapaian tujuan (Istiqomah, I., & Andriyanto, 2017).

## **METODE PENELITIAN**

Metode kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Data Relevan dibutuhkan untuk penelitian ini yang didapatkan melalui penggunaan metode yang sesuai dengan permasalahan pada penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran secara menyeluruh mengenai perkembangan UMKM Dapur Mama Iceng. Macam penelitian yang kami gunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Observasi, wawancara, dan studi dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif ini

### **Observasi**

Observasi adalah teknik untuk mengumpulkan data secara spesifik dibanding teknik lainnya. Observasi terbagi menjadi dua; Observasi partisipan & Observasi Non-Partisipan. Observasi non-partisipan yaitu ketika peneliti mengamati partisipan tanpa berinteraksi langsung. sedangkan dalam observasi partisipan, peneliti ikut berpartisipasi dari kelompok yang diteliti.

### **Wawancara**

Menurut Sugiyono (2019) tentang pengertian wawancara, “Wawancara adalah pertemuan dua orang yang ada untuk saling memberikan informasi serta gagasan dengan cara tanya jawab untuk mengembangkan makna tentang suatu topik.”

## **Dokumentasi**

Metode pengumpulan data yang terakhir adalah dokumentasi. Dokumentasi adalah cara mendapatkan pengetahuan dan informasi berbentuk gambar, arsip, buku, dokumen, dan informasi untuk mendukung penelitian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Analisa Lingkungan Internal Perusahaan**

Analisa lingkungan internal perusahaan melalui fungsi bisnis sebagai berikut:

#### **1. Organisasi**

Tujuan dibuatnya UMKM Dapur Mama Iceng yaitu untuk menambah penghasilan yang nantinya bisa membantu perekonomian. Berawal dari jiwa kreatifitas Ibu Retno dalam membuat berbagai jenis kue, munculah keinginan Ibu Retno dalam berbisnis di bidang kue. Dibuatnya UMKM Dapur Mama Iceng ini adalah usulan dari salah satu pelanggan Ibu Retno dan Ibu Retno juga ingin meningkatkan lapangan pekerjaan bagi orang-orang di sekitar rumah Ibu Retno dengan didukung *skill* membuat kue yang dimiliki Ibu Retno. Dalam UMKM ini Ibu Retno juga memiliki sebuah produk yang di ambil dari pasar yang ada di kota yaitu Pisang Coklat yang biasanya disebut PISCOK. Dengan adanya produk tersebut juga membuat pemilik UMKM ini semakin percaya bahwa ada kesempatan yang besar dalam pengembangan UMKM ini karena masih belum ada yang menjual produk tersebut di daerahnya.

Dalam proses menjalankan UMKM ini, Ibu Retno memiliki 2 karyawan yang sudah memiliki tugas masing-masing dalam proses produksi hingga pengemasan. Adapun tugas yang diberikan kepada karyawannya adalah mulai dari pencetakan kue, pengemasan, hingga bersih-bersih. Dalam hal produksi, Ibu Retno melakukan produksi hampir setiap hari karena pesanan yang diterima juga hampir setiap hari. Dalam hal pengawasan produksi kinerja dan rekrutmen ditangani secara langsung oleh pemilik usaha dengan melakukan pengawasan karyawan sangat membantu Ibu Retno dalam menjaga kualitas produksi dan mempertahankan hubungan yang baik antara karyawan dan pelanggan.

#### **2. Sumber Daya Manusia**

##### **a) Rekrutmen**

Berdasarkan wawancara yang dilakukan ke UMKM Dapur Mama Iceng, kami mendapatkan hasil yaitu rekrutmen yang dilakukan oleh Ibu Retno dengan cara yang sederhana dan tidak menggunakan syarat yang ketat. Dalam hal persyaratan Ibu Retno tidak membatasi mengenai latar pendidikan yang dimiliki oleh karyawannya. Latar

belakang pendidikan yang dimiliki oleh karyawan Dapur Mama Iceng berbeda-beda mulai dari SD hingga SMA. Dalam hal perekrutan Ibu Retno lebih mendahulukan bagi orang terdekat terlebih dahulu yang diterima menjadi karyawan. Ibu Retno juga melakukan tes sederhana yaitu dengan melaksanakan tes mengenai pencetakan kue agar Ibu Retno nantinya tidak kesusahan lagi untuk melatih karyawannya dalam memproduksi kue. Dalam hal ini saran strategi yang baik untuk UMKM Dapur Mama Iceng adalah melakukan rekrutmen dengan lebih modern dengan persyaratan karyawan harus memiliki pengalaman pembuatan kue.

#### **b) Pelatihan**

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan Ibu Retno, pelatihan untuk karyawan juga dilakukan oleh pemilik usaha ini demi mengembangkan *skill* yang dimiliki oleh karyawannya. Ada dua tahap pelatihan yang dilakukan oleh Ibu Retno dalam pengembangan *skill* karyawan. Pertama, yaitu pelatihan awal ketika karyawan baru masuk menjadi karyawan, untuk pelatihan ini berisi mengenai pelatihan pencetakan kue, pengisian varian rasa ke dalam kue, pengovenan kue hingga pengemasan kue tersebut. Untuk tahap pelatihan yang kedua yaitu ditujukan kepada karyawan yang sudah bekerja lebih dari 2 bulan di Dapur Mama Iceng. Ibu Retno mendaftarkan karyawannya dalam pelatihan 2 bulan sekali yang biasanya diadakan oleh pemerintah kabupaten, pelatihan ini bertujuan agar karyawan bisa lebih berkembang lagi karena dilatih oleh pembuat kue yang lebih profesional yang diundang oleh pihak pemerintahan kabupaten. Dalam pelatihan ini berisi mengenai pembuatan kue hingga pemasaran kue tersebut. Saran yang baik dalam hal pelatihan pemilik usaha Dapur Mama Iceng lebih memperbanyak lagi mengenai pelatihan terhadap karyawan agar karyawan tetap bisa terus berkembang dan memberi efek yang positif terhadap UMKM ini.

#### **c) Penilaian Kinerja**

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan pemilik usaha ini, penilaian kinerja ini dilakukan agar pemilik usaha bisa melakukan evaluasi terhadap karyawannya jika mengalami penurunan performa. Dalam proses penilaian pemilik usaha menggunakan metode yaitu mengukur kinerja karyawan terhadap tugas yang dimilikinya dan juga penilaian terhadap hubungan karyawan dengan konsumen. Penilaian ini dilakukan sendiri secara langsung oleh Ibu Retno agar pemilik bisa secara langsung mengetahui kinerja dari karyawan dan mengetahui bagaimana profesionalitas karyawan dalam mengemban tugasnya.

### 3. Fungsi Pemasaran

#### a. Menganalisis Pelanggan

Hasil analisis pelanggan dalam UMKM Dapur Mama Iceng. Harga yang diberikan oleh pemilik usaha di tiap-tiap produk yang sangat terjangkau membuat UMKM ini memiliki target konsumen secara ekonomi yaitu mulai dari kalangan kecil, menengah, hingga atas. Dalam target konsumen secara umur juga UMKM ini memiliki target konsumen di segala umur karena UMKM ini memiliki berbagai varian rasa sehingga produk ini bisa dikonsumsi dan diminati oleh berbagai kalangan. Kesimpulannya dari hasil analisis di atas adalah pelanggan atau target konsumen yang dimiliki oleh Dapur Mama Iceng mencakup semua demografi, mulai dari anak kecil hingga orang dewasa, laki-laki dan perempuan, sehingga UMKM ini dapat memenuhi kebutuhan kue masyarakat sekitar.

#### b. Menjual produk

Wawancara mengenai penjualan produk ini dengan pemilik usaha, produk ini dijual di rumah pemilik sendiri, mengirim ke toko terdekat dan juga menerima berbagai pesanan dari konsumen yang berada di desa dan juga di desa lain. Dapur Mama Iceng juga melayani pesanan dalam acara lamaran, pernikahan, lebaran, arisan, yasinan, rapat dan acara-acara besar yang dilakukan konsumen tanpa adanya batas minimal pemesanan.

#### c. Perencanaan barang dan jasa

Dalam hal perencanaan produk UMKM ini memproduksi berbagai varian produk mulai dari pastel, pisang coklat, hingga kue nona manis. Pengemasan dalam produk ini menggunakan plastik dan mika. Namun juga menerima *request* apabila meminta pengemasan dengan menggunakan kotak kardus. Dalam hal branding UMKM ini juga menempelkan stiker pada kemasan agar konsumen bisa mengingat dan mengenali produk UMKM ini. UMKM Dapur Mama Iceng juga melakukan strategi menjaga hubungan yang baik kepada pelanggan dengan mempertahankan cita rasa yang dimiliki produk tersebut sehingga kedepannya konsumen memiliki minat untuk membeli ulang.

#### d. Harga

Ibu Retno menetapkan harga mulai dari Rp 1.000 hingga Rp 5.000 per item, tergantung pada jenis produk. Produk tersebut ada yang menggunakan plastik, mika dan kotak kardus. Dengan harga di atas bisa menjangkau berbagai kalangan konsumen karena memiliki harga yang sangat terjangkau.

#### e. Promosi

Dapur Mama Iceng melakukan promosi nya melalui *word of mouth* dan hanya melalui media Whatsapp. Dapur Mama Iceng belum memiliki media sosial dan brosur untuk publikasi, hal ini dikarenakan pemilik usaha hanya fokus terhadap proses produksi dan menghiraukan mengenai pemasaran produknya. Dapat disimpulkan bahwa promosi yang dilakukan Dapur Mama Iceng belum maksimal dikarenakan elemen pekerja di UMKM ini hanya fokus di proses produksi.

### **Analisis SWOT**

Analisis SWOT adalah strategi perencanaan yang mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Ini dimaksudkan untuk membantu pemilik bisnis membuat strategi SO (kekuatan-peluang), WO (kelemahan-peluang), ST (kekuatan-ancaman), dan WT (kelemahan-ancaman).

#### **a) *Strength* (kekuatan)**

- Memiliki berbagai jenis produk
- Sudah memiliki NIB
- Sudah memiliki logo dan kemasan yang cukup baik

#### **b) *Weakness* (Kelemahan)**

- Belum memiliki foto produk
- Produk tidak tahan lama
- Pemasaran hanya melalui *words of mouth*
- Belum ada pembukuan usaha

#### **c) *Opportunity* (Peluang)**

- Konsumen dapat memilih berbagai jenis produk
- Modal yang dikeluarkan sedikit
- Pembuatannya mudah dilakukan dan bahan baku mudah didapat
- Peminat pada saat hari raya meningkat

#### **d) *Threats* (Ancaman)**

- Tidak stabilnya harga bahan baku
- Produk mudah ditiru
- Banyaknya pesaing yang berdekatan

Dengan mempertimbangkan analisis SWOT sebelumnya, kita dapat membuat kesimpulan tentang strategi alternatif berikut:

- 1) Strategi SO

Dengan melakukan inovasi baru untuk menguasai pangsa pasar yang baru dengan cara melakukan penonjolan proses pembuatan cepat higienis dan dapat dikonsumsi semua umur, sehingga omzet dapat meningkat karena Dapur Mama Iceng memiliki harga yang variatif dan relatif terjangkau serta dapat memanfaatkan peluang yang ada yaitu loyalitas dan minat beli ulang konsumen.

2) Strategi WO

Membuat foto setiap produk agar produk yang dipasarkan lebih menarik konsumen. Meningkatkan pemasaran produk dengan memanfaatkan media sosial yang ada seperti Instagram, Whatsapp, Facebook, dan Tiktok. Selain itu, promosi bisa dilakukan melalui *e-commerce* seperti shopee food, grabfood dan gofood. Strategi selanjutnya yaitu dengan membuat pembukuan sederhana yang mudah dipahami.

3) Strategi ST

Mengunggulkan produk dengan ciri khas yang membedakannya dari produk pesaing. Selain itu, produk juga memiliki kelebihan seperti proses yang cepat dan higienis dengan harga yang terjangkau sehingga konsumen melakukan pembelian ulang.

4) Strategi WT

Mencari harga bahan baku yang harganya stabil sehingga dapat menentukan harga yang pasti dan mampu bersaing dengan pesaing lain. Menonjolkan produk dengan ciri khas tersendiri sehingga berbeda dengan produk pesaing.

#### 4. Keuangan

Dapur Mama Iceng masih belum memiliki catatan keuangan untuk produksinya, karena untuk modal produksi masih mengambil dari uang pribadi. Untuk catatan pengeluarannya belum sistematis karena hanya menggunakan perkiraan dari penggunaan modal dan bahan produksi sehingga belum terdapat pencatatan keuangan.

Modal Dapur Mama Iceng berawal dari Rp 500.000 dan mulai bertambah seiring banyaknya pesanan, sehingga pencatatan keuangannya masih belum sistematis. Ibu Retno memberikan gaji untuk pegawainya sebesar Rp 35.000 per hari. Dapur Mama Iceng mengambil laba sebesar 25% dari hasil per produk dan sudah dipotong gaji karyawan, seperti contoh yang diberikan Ibu Retno: Dapur Mama Iceng menjual kue Nona Manis sebanyak 350 pcs dengan harga Rp 2.000 dalam 1 hari, maka  $Rp\ 2.000 \times 350\ pcs = Rp\ 700.000$ . Lalu dari hasil penjualan tersebut dikurangi gaji karyawan, maka perhitungannya:  $Rp\ 700.000 - (Rp\ 35.000 \times 2) = Rp\ 625.000$

Kemudian diambil 25% untuk laba, maka  $\text{Rp } 625.000 \times 25\% = \text{Rp } 156.250$

Sehingga diambil sebesar Rp 156.250 untuk labanya dari hasil penjualan dikurangi gaji karyawan dari  $\text{Rp } 625.000 - \text{Rp } 156.250 = \text{Rp } 468.750$

Rp 468.750 adalah hasil penjualan kue Nona Manis yang sudah dipotong laba dan untuk gaji karyawan. Sehingga sisa dari uang tersebut akan digunakan kembali untuk membeli bahan atau uang produksi. Perhitungan ini dilakukan untuk pembayaran gaji karyawan per harinya.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Setelah melakukan penelitian tentang industri Roti Mama Iceng, ditemukan bahwa berdasarkan analisis matriks SWOT yang ada, ada beberapa strategi alternatif yang dapat digunakan oleh industri untuk mempertimbangkan. Strategi-strategi ini termasuk mengembangkan produk baru untuk meningkatkan pangsa pasar, membuat foto untuk setiap produk yang lebih menarik, dan mulai memasarkannya di media sosial agar dapat dijangkau oleh banyak konsumen, menonjolkan kekhasan dari produk yang berbeda dari produk pesaing lain dan mulai mencari harga bahan baku yang harganya stabil sehingga dapat menentukan harga yang pasti dan menguntungkan serta mampu bersaing dengan pesaing lain. Untuk analisis manajemen SDM para karyawan sudah mendapatkan pelatihan yang memadai namun dirasa kurang intens dalam mengikuti pelatihan karena tujuan pelatihan ini sangat penting agar karyawan dapat terlatih dalam proses pembuatan roti dan dapat memajukan UMKM itu sendiri. Saran untuk Dapur Mama Iceng sendiri yakni perlunya peningkatan pemasaran produk secara luas melalui media sosial.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Para penulis menyampaikan rasa terima kasih terutama kepada UMKM Dapur Mama Iceng (DMI), Pemerintah Kabupaten Probolinggo, Kecamatan Dringu, Desa Ngepoh, Kelompok KKN-T 53 UPN Veteran Jawa Timur 2023, dan Bapak Taufikurrahman, S.Pd., M.Pd selaku dosen pembimbing lapangan KKN-T Kelompok 53 atas kerjasamanya dalam pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata Tematik UPN Veteran Jawa Timur 2023 dan penulisan jurnal ANALISIS PENGEMBANGAN MANAJEMEN ORGANISASI PADA UMKM DAPUR MAMA ICENG (DMI).

## DAFTAR REFERENSI

- Dethan, M. A. (2019). Efektivitas Pengelolaan Alokasi Dana Desa (ADD): Suatu Pendekatan Teoritis. *Jurnal Akuntansi : Transparansi Dan Akuntabilitas*, 15–19.
- Hery SE. (2019). *Manajemen Pemasaran*.
- Humaira, I., & Sagoro, E. M. (2018). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, Dan Kepribadian Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pada Pelaku Umkm Sentra Kerajinan Batik Kabupaten Bantul. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(1). <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19363>
- Iskandar, D. (2018). Strategi Peningkatan Kinerja Perusahaan Melalui Pengelolaan Sumber Daya Manusia Dan Kepuasan Kerja Dan Dampaknya Terhadap Produktivitas Karyawan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 1, 23–31.
- Istiqomah, I., & Andriyanto, I. (2017). Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Kaliputu Kudus). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 362–382. <https://doi.org/10.21043/bisnis>
- Rachmiyantono R. (2019). Financial Knowledge Dan Locus of Control Dalam Financial Management (Studi Empiris Keluarga Di Kecamatan Demak Kabupaten Demak Provinsi Jawa Barat). *Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, 8(1), 107–115.
- Rapini T., Kristiyana N., Santoso A., & Setyawan, F. (n.d.). *strategi Pengembangan Produk Jipang Berbasis Pelatihan Manajemen Usaha Dan Pemasaran Yang Kreatif. Masyarakat Berdaya Dan Inovasi. 1 (1)*.
- Setyawan, W., & Wulandari, S. (2020). Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa Kelas Karyawan Di Cikarang. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 11(1), 47–60. <https://doi.org/10.17509/jimb.v11i1.20509>
- Susan, E. (2019). Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 952–962.
- Widiansyah, A., Sitasi, C., Widiansyah, :, Peranan, ), Daya, S., Sebagai, P., & Penentu, F. (2018). Peranan Sumber Daya Pendidikan sebagai Faktor Penentu dalam Manajemen Sistem Pendidikan. *Manajemen Sistem Pendidikan. Cakrawala*, 18(2), 229–234. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala>