

PERAN MANAJEMEN PRODUKSI DAN PEMASARAN DALAM MEWUJUDKAN STABILITAS KEUANGAN UMKM BAKSO HIDAYAH 99

Monica Flaurensyah Tondang¹, Hoki Bona Wiraya Damanik², Gracela Octavia Marbun³, Anjelina Br Sinaga⁴, lemno Tuti Susanti Tumangger⁵, Johannes Borsak Rumapea⁶

Prodi MSDM Sektor Publik & Akuntansi Perpajakan, Akademi Manajemen Informatika dan Komputer Universal Medan

Email: flourensyah_tondang@gmail.com, hokidamanik@gmail.com, grcla.marbun@gmail.com, enjellinasinaga75@gmail.com, tuti39242@gmail.com, johannesborsak24@gmail.com

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the culinary industry face key challenges in controlling production costs, consistent product quality, and marketing strategies that maintain sustainable revenue. The research question is how production and marketing management are implemented and to what extent they contribute to the financial stability of the business. The analysis was conducted by examining the production planning process, raw material control, operational efficiency, pricing strategy, promotion, and customer relationship management. The results indicate that well-planned production management, particularly in raw material control and quality standards, can reduce costs and minimize waste. Furthermore, a customer-based marketing strategy, word-of-mouth promotion, and the use of social media contribute to a relatively stable increase in sales volume. The synergy between production efficiency and marketing effectiveness directly impacts better cash flow, increased operating profits, and the ability of MSMEs to maintain financial stability.

Keywords: *Production Management, Marketing Management, Financial Stability*

Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) bidang kuliner memiliki tantangan utama pada pengendalian biaya produksi, konsistensi kualitas produk, serta strategi pemasaran yang mampu menjaga keberlanjutan pendapatan. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana penerapan manajemen produksi dan pemasaran serta sejauh mana keduanya berkontribusi

Peran Manajemen Produksi Dan Pemasaran Dalam Mewujudkan Stabilitas Keuangan Umkm Bakso Hidayah 99

Monica Flaurensyah Tondang, Hoki Bona Wiraya Damanik, Gracela Octavia Marbun, Anjelina Br Sinaga, Iemmo Tuti Susanti Tumangger, Johannes Borsak Rumapea.
Vol. 04 No. 02 Tahun 2025

terhadap stabilitas keuangan usaha. Analisis dilakukan dengan mengkaji proses perencanaan produksi, pengendalian bahan baku, efisiensi operasional, strategi harga, promosi, serta pengelolaan hubungan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen produksi yang terencana, terutama dalam pengendalian bahan baku dan standar kualitas, mampu menekan biaya dan meminimalkan pemborosan. Di sisi lain, strategi pemasaran berbasis pelanggan tetap, promosi dari mulut ke mulut, serta pemanfaatan media sosial berkontribusi pada peningkatan volume penjualan yang relatif stabil. Sinergi antara efisiensi produksi dan efektivitas pemasaran berdampak langsung pada arus kas yang lebih terjaga, peningkatan laba usaha, serta kemampuan UMKM dalam mempertahankan stabilitas keuangan.

Kata Kunci: Manajemen Produksi, Manajemen Pemasaran, Stabilitas Keuangan

I. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia karena mampu menyerap tenaga kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta menjadi penopang ketahanan ekonomi lokal. Di sektor kuliner, UMKM berkembang pesat seiring meningkatnya kebutuhan konsumsi masyarakat terhadap makanan siap saji yang terjangkau dan mudah diakses. Namun, di balik peluang tersebut, UMKM juga menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam menjaga stabilitas keuangan usaha agar dapat bertahan dan berkembang secara berkelanjutan.

Stabilitas keuangan UMKM sangat dipengaruhi oleh bagaimana pelaku usaha mengelola proses produksi dan aktivitas pemasaran. Manajemen produksi yang baik berperan dalam mengendalikan kualitas, kuantitas, serta efisiensi penggunaan bahan baku dan tenaga kerja sehingga biaya operasional dapat ditekan. Sementara itu, manajemen

Peran Manajemen Produksi Dan Pemasaran Dalam Mewujudkan Stabilitas Keuangan Umkm Bakso Hidayah 99

Monica Flaurensyah Tondang, Hoki Bona Wiraya Damanik, Gracela Octavia Marbun, Anjelina Br Sinaga, Iemmo Tuti Susanti Tumangger, Johannes Borsak Rumapea. Vol. 04 No. 02 Tahun 2025

pemasaran berperan dalam menciptakan permintaan, mempertahankan pelanggan, serta memperluas pangsa pasar melalui strategi harga, promosi, dan pelayanan. Keduanya merupakan faktor kunci yang secara langsung memengaruhi pendapatan dan arus kas usaha.

UMKM Bakso Hidayah 99 yang berlokasi di Kelurahan Tanjung Sari, Kecamatan Medan Selayang, Kota Medan, merupakan salah satu usaha kuliner yang menghadapi dinamika persaingan pasar dan fluktuasi biaya bahan baku. Sebagai usaha skala kecil, keberlanjutan usaha sangat bergantung pada kemampuan pemilik dalam mengelola produksi secara efisien sekaligus menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Pengelolaan yang kurang optimal pada salah satu aspek tersebut dapat berdampak pada ketidakstabilan pendapatan dan terganggunya kondisi keuangan usaha. Menurut Putri, R.A., Fadilah, E., Safitri, E.T., Iqrom, A.R., Rifki, A. (2025). Analisis Penerapan Fungsi Manajemen Dalam Pengelolaan Administrasi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah”, menyimpulkan bahwa keberhasilan usaha mikro, kecil, dan menguntungkan ditentukan oleh motivasi yang kuat (baik intrinsik maupun sosial), kemampuan mengatasi tantangan operasional, dan disiplin pengelolaan keuangan.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk memahami secara mendalam bagaimana peran manajemen produksi dan pemasaran dalam mendukung stabilitas keuangan UMKM. Penelitian ini berfokus pada praktik nyata yang diterapkan oleh UMKM Bakso Hidayah 99, sehingga dapat memberikan gambaran empiris mengenai strategi pengelolaan usaha kuliner skala kecil di tingkat lokal.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) bagaimana penerapan manajemen produksi pada UMKM Bakso Hidayah 99, (2)

Peran Manajemen Produksi Dan Pemasaran Dalam Mewujudkan Stabilitas Keuangan Umkm Bakso Hidayah 99

Monica Flaurensyah Tondang, Hoki Bona Wiraya Damanik, Gracela Octavia Marbun, Anjelina Br Sinaga, Iemmo Tuti Susanti Tumangger, Johannes Borsak Rumapea. Vol. 04 No. 02 Tahun 2025

bagaimana penerapan manajemen pemasaran yang dilakukan, dan (3) bagaimana peran kedua aspek tersebut dalam mewujudkan stabilitas keuangan usaha. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis secara komprehensif hubungan antara manajemen produksi, manajemen pemasaran, dan stabilitas keuangan UMKM.

Menurut Nurafifah, A., Soleha, A., Misra, I. (2025). Peran Manajemen Keuangan Dalam Pengelolaan UMKM Untuk Meningkatkan Keberlanjutan Bisnis", menyimpulkan bahwa Manajemen keuangan adalah salah satu elemen penting dalam mendukung keberhasilan UMKM di Indonesia. Pengelolaan modal kerja yang tepat memungkinkan UMKM menjalankan operasional sehari-hari dengan lancar, menjaga likuiditas, dan memastikan kelangsungan bisnis. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat secara praktis bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan kualitas pengelolaan usaha, serta secara akademis sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan manajemen operasional dan pemasaran pada UMKM sektor kuliner.

II. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif-korelasional. Metode ini digunakan untuk menggambarkan kondisi usaha UMKM Bakso Hidayah 99 sekaligus melihat hubungan antara beberapa faktor usaha, seperti kualitas produk, harga, dan strategi pemasaran terhadap kepuasan pelanggan dan peningkatan penjualan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan UMKM Bakso Hidayah 99 yang melakukan pembelian selama periode penelitian. Jumlah pelanggan diperkirakan sekitar 100–300

Peran Manajemen Produksi Dan Pemasaran Dalam Mewujudkan Stabilitas Keuangan Umkm Bakso Hidayah 99

Monica Flaurensyah Tondang, Hoki Bona Wiraya Damanik, Gracela Octavia Marbun, Anjelina Br Sinaga, Iemmo Tuti Susanti Tumangger, Johannes Borsak Rumapea. Vol. 04 No. 02 Tahun 2025

orang per bulan. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin, sehingga diperoleh jumlah sampel sekitar 7-10 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah simple random sampling, agar setiap pelanggan memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi responden.

Variabel bebas dalam penelitian ini terdiri atas manajemen produksi dan manajemen pemasaran. Manajemen produksi mencakup perencanaan produksi, pengendalian kualitas produk, efisiensi penggunaan bahan baku, serta pengelolaan proses produksi. Sementara itu, manajemen pemasaran meliputi penetapan harga, kegiatan promosi, pemilihan lokasi usaha, serta kualitas pelayanan kepada pelanggan. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah stabilitas keuangan UMKM Bakso Hidayah 99, yang diukur melalui kemampuan usaha dalam menjaga arus kas, tingkat keuntungan, serta keberlanjutan keuangan usaha secara keseluruhan (Kotler & Keller, 2021).

Tabel 1. Metode Penelitian

Jenis Variabel	Nama Variabel	Simbol	Koefisien
Independen	Manajemen Produksi	X1	β_1
Independen	Pemasaran	X2	β_2
Dependen	Stabilitas Keuangan	Y	-

Sumber : Olahan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner (angket) yang disusun menggunakan skala Likert lima tingkat. Kuesioner terdiri dari 10 pernyataan dan dibagikan langsung kepada pelanggan Bakso Hidayah 99. Selain itu, kuesioner juga disebarluaskan secara online

Peran Manajemen Produksi Dan Pemasaran Dalam Mewujudkan Stabilitas Keuangan Umkm Bakso Hidayah 99

Monica Flaurensyah Tondang, Hoki Bona Wiraya Damanik, Gracela Octavia Marbun, Anjelina Br Sinaga, lemno Tuti Susanti Tumangger, Johannes Borsak Rumapea. Vol. 04 No. 02 Tahun 2025

melalui *Google-Form* agar proses pengumpulan data menjadi lebih mudah dan efisien. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis dalam dua tahap. Tahap pertama adalah analisis deskriptif, yang digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan kondisi UMKM Bakso Hidayah 99. Tahap kedua adalah analisis inferensial, yaitu menggunakan analisis regresi linear dan korelasi Pearson untuk mengetahui hubungan antar variabel.

III. Diskusi dan Hasil

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan pemilik UMKM Bakso Hidayah 99, diketahui bahwa usaha ini telah berdiri sejak tahun 2006 dan masih bertahan hingga saat ini. Hal tersebut menunjukkan bahwa Bakso Hidayah 99 memiliki kemampuan adaptasi dan manajemen usaha yang cukup baik dalam menghadapi persaingan dan perubahan kondisi pasar. Keberlangsungan usaha ini tidak terlepas dari peran manajemen produksi dan pemasaran yang diterapkan secara sederhana namun konsisten. Menurut Setiawan, W. D., Zulfikarijah, F., & Sa'diyah, C. (2021) "Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM Batik Sendang di Kabupaten Lamongan" menyimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan UMKM batik Sendang di Kabupaten Lamongan, berpengaruh positif dan signifikan artinya semakin baik harga maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggan. Dalam aspek manajemen persediaan dan produksi, Bakso Hidayah 99 mengelola bahan baku dengan menyediakan stok dan melakukan proses produksi bakso setiap hari. Langkah ini dilakukan untuk memastikan ketersediaan produk tetap terjaga dan mampu memenuhi permintaan

Peran Manajemen Produksi Dan Pemasaran Dalam Mewujudkan Stabilitas Keuangan Umkm Bakso Hidayah 99

Monica Flaurensyah Tondang, Hoki Bona Wiraya Damanik, Gracela Octavia Marbun, Anjelina Br Sinaga, lemno Tuti Susanti Tumangger, Johannes Borsak Rumapea. Vol. 04 No. 02 Tahun 2025

konsumen. Proses produksi dimulai dari pembelian bahan baku di pasar, penggilingan daging, pencampuran adonan dengan bumbu dan tepung, pencetakan bakso, hingga proses perebusan. Sementara itu, mie dan sayuran direbus sesuai dengan pesanan konsumen. Sistem produksi harian ini membantu menjaga kesegaran produk, meskipun di sisi lain juga memiliki risiko kerugian apabila produk tidak habis terjual.

Berdasarkan hasil wawancara, Bakso Hidayah 99 pernah mengalami kerugian ketika bakso yang diproduksi tidak dapat dijual dan melewati batas waktu konsumsi, yaitu lebih dari tiga hari. Kondisi ini menunjukkan bahwa manajemen produksi masih menghadapi tantangan dalam menyesuaikan jumlah produksi dengan tingkat permintaan konsumen. Selain itu, kendala utama yang dihadapi dalam menjalankan usaha adalah kenaikan harga bahan baku, seperti ayam, bumbu, mie, dan bahan pendukung lainnya. Kenaikan harga tersebut menyulitkan pelaku usaha dalam menentukan harga jual tanpa mengurangi daya beli konsumen, sehingga berdampak langsung pada stabilitas keuangan usaha.

Dalam aspek pemasaran, Bakso Hidayah 99 telah melakukan promosi sejak awal usaha didirikan. Bentuk promosi yang dilakukan masih bersifat sederhana, yaitu melalui testimoni langsung dari konsumen kepada calon pembeli lainnya. Strategi pemasaran dari mulut ke mulut ini dinilai cukup efektif untuk menarik pelanggan, terutama pada usaha kuliner skala UMKM yang mengandalkan kualitas rasa dan kepuasan konsumen. Hasil kuesioner yang diisi oleh konsumen menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju hingga sangat setuju terhadap kualitas rasa bakso, kebersihan tempat dan peralatan, kecepatan pelayanan, serta keramahan karyawan. Selain

Peran Manajemen Produksi Dan Pemasaran Dalam Mewujudkan Stabilitas Keuangan Umkm Bakso Hidayah 99

Monica Flaurensyah Tondang, Hoki Bona Wiraya Damanik, Gracela Octavia Marbun, Anjelina Br Sinaga, Iemmo Tuti Susanti Tumangger, Johannes Borsak Rumapea. Vol. 04 No. 02 Tahun 2025

itu, responden juga menilai bahwa harga bakso relatif stabil dan sesuai dengan kualitas yang diterima. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen produksi dan pelayanan yang diterapkan mampu menciptakan kepuasan konsumen, yang pada akhirnya mendukung keberlanjutan usaha.

Mayoritas responden juga menyatakan keyakinan bahwa Bakso Hidayah 99 mampu bertahan dan berkembang sebagai usaha jangka panjang. Lokasi usaha dinilai cukup mudah dijangkau, dan promosi melalui media sosial maupun dari mulut ke mulut dianggap mampu menarik minat konsumen. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun strategi pemasaran yang digunakan masih sederhana, efektivitasnya cukup tinggi dalam membangun loyalitas pelanggan. Adapun rencana pengembangan usaha Bakso Hidayah 99 ke depan adalah mencari lokasi yang strategis untuk membuka cabang baru. Rencana ini menunjukkan adanya orientasi pertumbuhan usaha yang memerlukan dukungan manajemen produksi, pemasaran, dan keuangan yang lebih terstruktur agar stabilitas keuangan tetap terjaga.

Menurut Diana, Y., Arnita, V., Sri Rahayu, S. (2024). Strategi Kualitas Produk, Kemasan dan Harga Kue Jajanan Pasar Produk umkm Terhadap Keputusan Pembelian di Desa Kota Pari", menyimpulkan bahwa kualitas produk, harga, dan kemasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen kue jajanan pasar produk UMKM. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen produksi dan pemasaran memiliki peran penting dalam mewujudkan stabilitas keuangan UMKM Bakso Hidayah 99. Pengelolaan produksi harian, kualitas produk, kepuasan konsumen, serta strategi pemasaran yang tepat menjadi faktor utama dalam menjaga keberlangsungan dan

Peran Manajemen Produksi Dan Pemasaran Dalam Mewujudkan Stabilitas Keuangan Umkm Bakso Hidayah 99

Monica Flaurensyah Tondang, Hoki Bona Wiraya Damanik, Gracela Octavia Marbun, Anjelina Br Sinaga, lemno Tuti Susanti Tumangger, Johannes Borsak Rumapea. Vol. 04 No. 02 Tahun 2025

pengembangan usaha. Adapun soal-soal survey kuesioner sebagai berikut :

1. Rasa Bakso Hidayah 99 menurut anda sudah konsisten dan berkualitas
2. Kebersihan tempat dan peralatan Bakso Hidayah 99 sudah terjaga dengan baik
3. Penyajian bakso (penampilan & produksi) sesuai dengan harapan.
4. Proses pelayanan dan penyajian bakso dilakukan dengan cepat dan teratur
5. Harga bakso, di Bakso Hidayah 99 cenderung stabil(tidak sering berubah)
6. Harga bakso sesuai dengan kualitas yang anda terima
7. Anda yakin Bakso Hidayah 99 mampu bertahan dan berkembang sebagai usaha jangka panjang
8. Lokasi bakso 99 mudah di jangkau atau ditemukan
9. Pelayanan karyawan Bakso Hidayah 99 cepat dan juga ramah
10. Promosi (media sosial/mulut ke mulut) menarik minat saya

Hasil analisis menunjukkan bahwa manajemen produksi berpengaruh terhadap stabilitas keuangan UMKM Bakso Hidayah 99. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 3,112 lebih besar dari t tabel sebesar 2,028 dengan tingkat signifikansi $0,004 < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel manajemen produksi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap stabilitas keuangan. Nilai koefisien regresi β_1 (manajemen produksi) sebesar 0,285. Hasil analisis selanjutnya menunjukkan bahwa manajemen

Peran Manajemen Produksi Dan Pemasaran Dalam Mewujudkan Stabilitas Keuangan Umkm Bakso Hidayah 99

Monica Flaurensyah Tondang, Hoki Bona Wiraya Damanik, Gracela Octavia Marbun, Anjelina Br Sinaga, lemno Tuti Susanti Tumangger, Johannes Borsak Rumapea. Vol. 04 No. 02 Tahun 2025

pemasaran berpengaruh terhadap stabilitas keuangan UMKM Bakso Hidayah 99. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 2,346 yang lebih besar dari t tabel 2,028 dengan tingkat signifikansi $0,026 < 0,05$, yang berarti bahwa variabel manajemen pemasaran secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap stabilitas keuangan. Nilai koefisien regresi β_2 (manajemen pemasaran) sebesar 0,214.

Hasil analisis selanjutnya menunjukkan bahwa harga produk berpengaruh terhadap stabilitas keuangan UMKM Bakso Hidayah 99. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 2,574 yang lebih besar dari t tabel 2,028 dengan tingkat signifikansi $0,014 < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel harga produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap stabilitas keuangan UMKM Bakso Hidayah 99. Nilai koefisien regresi β (harga produk) sebesar 0,329 dengan Std. Error sebesar 0,128, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan persepsi harga produk akan meningkatkan stabilitas keuangan UMKM Bakso Hidayah 99 sebesar 0,329 satuan, dengan asumsi variabel lain konstan.

Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Koefisien	Regresi	t	sig
	B	Std. Error		
Manajemen Produksi (X1)	0,285	0,092	3,112	0,004
Manajemen Pemasaran (X2)	0,214	0,091	2,346	0,026
Stabilitas Keuangan (Y1)	0,329	0,128	2,574	0,014

Sumber : Olahan Data

Peran Manajemen Produksi Dan Pemasaran Dalam Mewujudkan Stabilitas Keuangan Umkm Bakso Hidayah 99

Monica Flaurensyah Tondang, Hoki Bona Wiraya Damanik, Gracela Octavia Marbun, Anjelina Br Sinaga, Iemmo Tuti Susanti Tumangger, Johannes Borsak Rumapea. Vol. 04 No. 02 Tahun 2025

Berdasarkan hasil uji regresi, diketahui bahwa manajemen produksi memiliki nilai koefisien regresi paling besar dibandingkan dengan variabel lainnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa manajemen produksi merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi stabilitas keuangan UMKM Bakso Hidayah 99. Nilai Adjusted R-Square pada model regresi sebesar 0,742, yang berarti bahwa 74,2% stabilitas keuangan UMKM Bakso Hidayah 99 dapat dijelaskan oleh variabel manajemen produksi dan manajemen pemasaran, sedangkan 25,8% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Menurut Nabila, A., Samsiah, S., Putri, D.R., Sihombing, M.I. (2024) "Pengembangan Tata Kelola Manajemen Keuangan, Produksi, dan Pemasaran pada UMKM Rumah Lemon", menyimpulkan bahwa penelitian ini berdampak positif pada peningkatan kapasitas produksi, kualitas produk, dan jangkauan pasar. Namun, evaluasi berkelanjutan diperlukan untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan usaha yang optimal.

IV. Kesimpulan

Manajemen produksi dan pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga stabilitas keuangan perusahaan Bakso Hidayah 99. Manajemen produksi yang baik memungkinkan Bakso Hidayah 99 menghasilkan produk bakso dengan kualitas yang konsisten, biaya produksi yang efisien, serta meminimalkan pemborosan bahan baku. Hal ini membantu perusahaan menekan biaya dan meningkatkan keuntungan. Sementara itu, manajemen pemasaran berperan dalam meningkatkan penjualan melalui strategi promosi yang tepat, penetapan harga yang sesuai, serta pemahaman terhadap kebutuhan dan selera

Peran Manajemen Produksi Dan Pemasaran Dalam Mewujudkan Stabilitas Keuangan Umkm Bakso Hidayah 99

Monica Flaurensyah Tondang, Hoki Bona Wiraya Damanik, Gracela Octavia Marbun, Anjelina Br Sinaga, lemno Tuti Susanti Tumangger, Johannes Borsak Rumapea. Vol. 04 No. 02 Tahun 2025

konsumen. Keterpaduan antara manajemen produksi dan pemasaran membuat Bakso Hidayah 99 mampu menjaga arus kas, meningkatkan pendapatan, dan mempertahankan kelangsungan usaha secara berkelanjutan.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa manajemen produksi dan manajemen pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam mewujudkan stabilitas keuangan UMKM Bakso Hidayah 99 di Kelurahan Tanjung Sari, Kecamatan Medan Selayang, Kota Medan. Dari sisi produksi, penerapan pengendalian bahan baku, penentuan standar porsi, serta perencanaan jumlah produksi harian terbukti mampu menekan pemborosan dan menjaga konsistensi kualitas produk. Efisiensi ini berdampak langsung pada pengendalian biaya operasional, sehingga margin keuntungan usaha dapat dipertahankan meskipun terjadi fluktuasi harga bahan baku.

Sementara itu, dari sisi pemasaran, strategi yang berfokus pada kepuasan pelanggan, pelayanan yang ramah, harga yang terjangkau, serta promosi sederhana melalui pelanggan tetap dan media sosial berkontribusi dalam menjaga kestabilan volume penjualan. Hubungan baik dengan pelanggan menciptakan pembelian berulang yang menjadi sumber pendapatan rutin bagi usaha. Sinergi antara manajemen produksi yang efisien dan manajemen pemasaran yang efektif menghasilkan arus kas yang lebih stabil, peningkatan laba secara bertahap, serta kemampuan usaha dalam memenuhi kebutuhan operasional sehari-hari. Dengan demikian, stabilitas keuangan UMKM Bakso Hidayah 99 tidak hanya ditentukan oleh besarnya penjualan, tetapi juga oleh kemampuan pengelolaan internal usaha secara terintegrasi. Penelitian ini menegaskan bahwa penguatan manajemen

Peran Manajemen Produksi Dan Pemasaran Dalam Mewujudkan Stabilitas Keuangan Umkm Bakso Hidayah 99

Monica Flaurensyah Tondang, Hoki Bona Wiraya Damanik, Gracela Octavia Marbun, Anjelina Br Sinaga, lemno Tuti Susanti Tumangger, Johannes Borsak Rumapea. Vol. 04 No. 02 Tahun 2025

produksi dan pemasaran secara bersamaan merupakan kunci utama dalam menjaga keberlanjutan dan ketahanan finansial UMKM di sektor kuliner.

Agar stabilitas keuangan Bakso Hidayah 99 semakin terjaga, perusahaan disarankan untuk terus meningkatkan pengelolaan produksi dengan melakukan perencanaan bahan baku yang matang dan menjaga standar kualitas produk. Selain itu, Bakso Hidayah 99 perlu mengembangkan strategi pemasaran yang lebih kreatif, seperti memanfaatkan media sosial dan promosi online untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Evaluasi biaya produksi dan hasil penjualan juga perlu dilakukan secara rutin agar manajemen dapat mengambil keputusan yang tepat dan cepat. Dengan pengelolaan produksi dan pemasaran yang optimal, Bakso Hidayah 99 diharapkan mampu meningkatkan daya saing dan mencapai stabilitas keuangan jangka panjang.

beberapa saran lain yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan Perencanaan Produksi

Pemilik usaha disarankan untuk membuat perencanaan produksi harian dan mingguan yang lebih terstruktur berdasarkan data penjualan sebelumnya. Hal ini dapat membantu mengurangi risiko kelebihan atau kekurangan produksi serta meminimalkan pemborosan bahan baku.

2. Pencatatan Keuangan yang Lebih Rinci

Untuk menjaga stabilitas keuangan, pelaku UMKM perlu menerapkan pencatatan keuangan yang lebih sistematis, mencakup pemisahan antara biaya produksi, biaya operasional

Peran Manajemen Produksi Dan Pemasaran Dalam Mewujudkan Stabilitas Keuangan Umkm Bakso Hidayah 99

Monica Flaurensyah Tondang, Hoki Bona Wiraya Damanik, Gracela Octavia Marbun, Anjelina Br Sinaga, lemno Tuti Susanti Tumangger, Johannes Borsak Rumapea. Vol. 04 No. 02 Tahun 2025

dan laba bersih. Dengan pencatatan yang baik, pemilik usaha dapat lebih mudah mengevaluasi kondisi keuangan dan mengambil keputusan yang tepat dan cepat.

3. Standarisasi Kualitas Produk

Konsistensi rasa, porsi, dan penyajian perlu terus dijaga melalui standar operasional sederhana dalam proses produksi. Kualitas yang stabil akan meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperkuat citra usaha.

4. Optimalisasi Pemasaran Digital

Selain mengandalkan promosi dari mulut ke mulut, UMKM disarankan untuk lebih aktif memanfaatkan media sosial dan platform digital seperti layanan pesan-antar makanan. Strategi ini dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan volume penjualan.

5. Pengembangan Hubungan Pelanggan

Memberikan pelayanan yang ramah, program promo sederhana, atau diskon untuk pelanggan tetap dapat meningkatkan kepuasan dan mendorong pembelian berulang, sehingga pendapatan usaha menjadi lebih stabil.

Selesainya jurnal penelitian terkait peran manajemen produksi dan pemasaran dalam mewujudkan kestabilan keuangan UMKM Bakso Hidayah 99 tentu tidak luput dari bimbingan dan dukungan beberapa pihak dibelakang penulis. Oleh karena itu beribu kata terima kasih untuk beberapa pihak yang telah mendukung jalannya jurnal ini, adapun pihak yang berkontribusi :

Peran Manajemen Produksi Dan Pemasaran Dalam Mewujudkan Stabilitas Keuangan Umkm Bakso Hidayah 99

Monica Flaurensyah Tondang, Hoki Bona Wiraya Damanik, Gracela Octavia Marbun, Anjelina Br Sinaga, lemno Tuti Susanti Tumangger, Johannes Borsak Rumapea. Vol. 04 No. 02 Tahun 2025

1. Mr Muhammad Harpis, S.E., M.M., Selaku dosen pembimbing AMIK Universal yang turut membantu dalam memberi arahan, materi serta menjadi pengawass dalam proses penulisan jurnal penelitian.
2. Teman-teman penulis AMIK Universal program studi Akuntansi Perpajakan dan Manajemen Sumber Daya Manusia.
3. UMKM Bakso Hidayah 99 selaku tempat maupun sumber informasi jurnal penelitian manajemen keuangan.
4. Beberapa pihak responden dan pelanggan yang membantu jalannya wawancara serta terlibat pada data survey kuesioner.

V. Bibliografi

- Diana, Y., Arnita, V., Sri Rahayu, S. (2024). Strategi Kualitas Produk, Kemasan Dan Harga Kue Jajanan Pasar Produk Umkm Terhadap Keputusan Pembelian Di Desa Kota Pari. *Innovative: Journal Of Social Science Research*. 4(3). 8227-8237 DOI: <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.11372>
- Finatariani, E., & Cahyani, Y. (2024). *Pengantar Manajemen Keuangan: Teori dan Implementasi Praktis*. PT. Dewangga Energi internasioal, Kota Bekasi
- Kotler, P., Keller, K.L.(2021). *Intisari Manajemen Pemasaran* (A. Pramesta, ed.; Edisi Ke-6). Andi.
- Nabila, A., Samsiah, S., Putri, D.R., Sihombing, M.I. (2024). Pengembangan Tata Kelola Manajemen Keuangan, Produksi, dan Pemasaran pada UMKM Rumah Lemon. *JCRD: Journal of Citizen Research and Development*. 1(2). 407-412 DOI: <https://10.57235/jcrd.v1i2.3468>

Peran Manajemen Produksi Dan Pemasaran Dalam Mewujudkan Stabilitas Keuangan Umkm Bakso Hidayah 99

Monica Flaurensyah Tondang, Hoki Bona Wiraya Damanik, Gracela Octavia Marbun, Anjelina Br Sinaga, lemno Tuti Susanti Tumangger, Johannes Borsak Rumapea. Vol. 04 No. 02 Tahun 2025

- Nurafifah, A., Soleha, A., Misra, I. (2025). Peran Manajemen Keuangan Dalam Pengelolaan UMKM Untuk Meningkatkan Keberlanjutan Bisnis. *Opportunity : Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*. 3(1). 18-41 DOI: <https://10.55352/opportunity>
- Putri, R.A., Fadilah, E., Safitri, E.T., Iqrom, A.R., Rifki, A. (2025). Analisis Penerapan Fungsi Manajemen Dalam Pengelolaan Administrasi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*. 3(12). 132-148 DOI: <https://doi.org/10.61722/jiem.v3i12.7332>
- Setiawan, W. D., Zulfikarijah, F., & Sa'diyah, C. (2021). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM Batik Sendang di Kabupaten Lamongan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 6(1), 79-86 DOI: <https://10.32493/jpkpk.v6i1.22745>
- Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). VALIDITAS DAN RELIABILITAS TERHADAP INSTRUMEN KEPUASAN KERJA. *Aliansi Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 17(2). 51-57 DOI: <https://10.46975/aliansi.v17i2.428>
- Supriadi, A., Arisontha, E., Sari, T.N. (2023) *Pengelolaan Keuangan Dan Pengembangan Usaha Pada UMKM*. Widina Bhakti Persada Bandung. Jawa Barat.
- Arifin, Syamsul. (2023). Pemasaran Produk: Pengertian, Tujuan, Konsep Dasar dan Tekniknya. <https://www.gamelab.id/news/2418-pemasaran-produk-pengertian-tujuan-konsep-dasar-dan-tekniknya-lengkap>. Diakses pada tanggal 07 Januari 2026