

PERENCANAAN DAN PENGENDALIAN ANGGARAN PADA UMKM BERBASIS ONLINE (STUDI KASUS USAHA DIMSUM)

Tri Adinda Lestari, Nilam Cahya Asri, Ernawaty Usman, Abdul Pattawe, Sugianto

Program Studi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tadulako Jl. Soekarno
Hatta Km. 9 Tondo Palu Sulawesi Tengah 94118

Email: triadindalestary483@gmail.com, nilamcahyaasri@gmail.com,
ernawatyusman02@yahoo.co.id, abdulpattawe@untad.ac.id, Sugianto@untad.ac.id,

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi praktik perencanaan dan pengendalian anggaran pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berbasis *online* dengan studi kasus usaha kuliner dimsum. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam kepada pemilik/pengelola usaha, observasi operasional, dan dokumentasi kegiatan. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik perencanaan anggaran pada pelaku usaha bersifat sederhana dan berskala harian. Fokus utama anggaran adalah pembelian bahan baku utama, sedangkan komponen biaya lain belum dimasukkan secara eksplisit ke dalam anggaran. Pelaku usaha melakukan evaluasi penjualan setiap selesai berjualan dan menyesuaikan strategi apabila target tidak tercapai. Kegiatan pemasaran difokuskan pada media sosial seperti Facebook dan WhatsApp dengan strategi insentif serta penetapan harga yang mempertimbangkan daya beli segmen mahasiswa/pelajar.

Kata Kunci: UMKM, Perencanaan Anggaran, Pengendalian Anggaran, Pemasaran *Online*, Dimsum

Abstract

This study aims to explore the budgeting and control practices of online-based Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) with a case study of culinary businesses (dimsum and cheese shrimp). The study uses a descriptive qualitative approach with data collection techniques including in-depth interviews with business owners/managers, operational observations, and activity documentation. The results of the study show that budgeting practices among business actors are simple and conducted on a daily scale; the main focus of the budget is the purchase of primary raw materials, while other cost components have not been explicitly included in the budget. Business actors evaluate sales after each day of operation and adjust strategies if targets are not met; marketing activities are focused on social media such as Facebook and WhatsApp, with incentive strategies and pricing set based on the purchasing power of the student/learner segment.

Keywords: MSMEs, Budget Planning, Budget Control, Online Marketing, Dimsum

Article history

Received: November 2025
Reviewed: November 2025
Published: November 2025

Plagiarism checker no 1427
Doi : prefix doi :
10.8734/musytari.v1i2.359

Copyright : author
Publish by : musytari



This work is licensed under
a [creative commons
attribution-noncommercial
4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang memiliki peranan penting dalam perekonomian nasional, baik sebagai penyerap tenaga kerja maupun sebagai motor penggerak pertumbuhan ekonomi. Pelaku UMKM di era digital saat ini banyak yang memanfaatkan platform *online* untuk memperluas pangsa pasar, meningkatkan aksesibilitas produk, serta memperkuat daya saing usaha. Keberhasilan UMKM tidak hanya ditentukan oleh kemampuan pemasaran, melainkan juga bergantung pada bagaimana perencanaan dan pengendalian anggaran dikelola secara efektif. Perencanaan anggaran berfungsi sebagai pedoman dalam mengalokasikan sumber daya secara tepat, sedangkan pengendalian anggaran berperan penting dalam memantau, mengevaluasi, serta menyesuaikan penggunaan dana agar sesuai dengan tujuan usaha.

Studi kasus pada usaha berbasis kuliner, seperti dimsum, menjadi relevan mengingat semakin tingginya minat konsumen terhadap produk makanan praktis yang dipasarkan secara daring. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pelaku UMKM menyusun perencanaan anggaran, mengendalikan keuangan, serta menghadapi tantangan dalam mengelola usaha berbasis *online*. Penelitian ini difokuskan pada praktik pengelolaan keuangan dalam usaha dimsum untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai efektivitas perencanaan dan pengendalian anggaran yang dilakukan oleh pemilik usaha.

PENELITIAN TERDAHULU

Rasmawati et al. (2024) dalam jurnal Ekualisasi melakukan penelitian berjudul “Manajemen Keuangan pada UMKM Budidaya Jangkrik dan Dimsum di Pondok Benda Pamulang Tangerang Selatan”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menganalisis empat indikator utama manajemen keuangan, yaitu perencanaan anggaran, pencatatan, pelaporan, dan pengendalian keuangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM masih menerapkan sistem keuangan yang sederhana dan belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip manajemen keuangan yang baik. Keterbatasan tersebut disebabkan oleh kurangnya pemahaman akuntansi dan belum adanya pemisahan yang jelas antara keuangan pribadi dan keuangan usaha. Temuan ini menegaskan pentingnya perencanaan anggaran dan pengendalian keuangan yang sistematis agar UMKM, terutama di sektor kuliner seperti usaha dimsum, dapat mengelola modal secara lebih efektif dan menjaga keberlanjutan usaha.

Penelitian oleh Pratiwi (2024) berjudul “Pengaruh Penggunaan *Financial Technology* (*Fintech*) terhadap Perkembangan Usaha UMKM di Hypermart Palopo” mengkaji pengaruh pemanfaatan teknologi keuangan terhadap pertumbuhan UMKM. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *fintech* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan UMKM, karena teknologi keuangan mempermudah proses transaksi, mempercepat arus kas, serta meningkatkan akses pelaku usaha terhadap layanan pembiayaan. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi digital berperan penting dalam mendukung efektivitas pengelolaan keuangan dan perencanaan anggaran UMKM di era modern.

Berdasarkan kedua penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengelolaan keuangan yang baik dan pemanfaatan teknologi digital merupakan faktor penting dalam meningkatkan efisiensi serta daya saing UMKM. Hasil penelitian sebelumnya menjadi dasar bagi penelitian ini untuk menelaah lebih lanjut bagaimana perencanaan dan pengendalian anggaran dapat diterapkan secara optimal pada UMKM berbasis *online*, khususnya pada usaha kuliner seperti dimsum.

KAJIAN TEORI

Definisi dan Karakteristik UMKM

UMKM merupakan unit usaha berskala kecil hingga menengah yang dicirikan oleh keterbatasan modal, manajemen yang sederhana, serta akses terbatas terhadap teknologi dan pembiayaan. Karakteristik tersebut menyebabkan UMKM menghadapi berbagai hambatan struktural, walaupun UMKM dikenal lebih fleksibel dalam menghadapi perubahan pasar. Hardi (2018) menegaskan bahwa UMKM memiliki kontribusi signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja, terutama pada sektor usaha mikro, sehingga menjadikannya unsur penting dalam pembangunan ekonomi lokal. Penelitian oleh Munawara, Rohmah, dan Mashudi (2021) menegaskan bahwa UMKM berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran dan kemiskinan, serta mendukung pertumbuhan ekonomi. Tantangan berupa akses pembiayaan, kualitas manajerial, dan kemampuan teknologi masih menjadi hambatan dalam pengembangan UMKM.

Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan pertumbuhan ekonomi nasional tergolong signifikan. Hidayat, Lesmana, dan Latifah (2023) menunjukkan bahwa UMKM berperan sebagai stabilisator ekonomi karena mampu bertahan pada periode krisis dan tetap mendukung aktivitas ekonomi masyarakat. Digitalisasi juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Savitri dan Riofita (2024) menjelaskan bahwa pemanfaatan teknologi digital, seperti pemasaran daring dan layanan keuangan berbasis teknologi, memungkinkan UMKM meningkatkan jangkauan pasar, efisiensi operasional, dan produktivitas. UMKM tidak hanya berperan dalam aktivitas produksi, tetapi juga sebagai motor penggerak pertumbuhan ekonomi yang adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis modern.

Perencanaan Anggaran

Perencanaan anggaran (*budget planning*) adalah proses dalam menyusun estimasi pendapatan dan pengeluaran serta alokasi sumber daya dalam periode waktu tertentu agar usaha memiliki pedoman dalam operasional dan pencapaian tujuan. Nugroho et.al (2024) menyatakan bahwa anggaran penjualan berperan penting sebagai pedoman dalam mengambil keputusan strategis pada UMKM, sehingga perencanaan yang matang dapat membantu perusahaan menghadapi ketidakpastian.

Penganggaran berfungsi sebagai alat strategis utama dalam upaya meningkatkan daya saing UMKM di tengah tekanan ekonomi global. Penerapan anggaran memfasilitasi perencanaan keuangan jangka panjang, mengoptimalkan efisiensi alokasi sumber daya, dan mengendalikan kinerja perusahaan secara terstruktur.

Pengendalian Anggaran dan Pengendalian Biaya

Pengendalian anggaran merupakan aktivitas monitoring dan evaluasi terhadap realisasi anggaran dibanding rencana, serta tindakan koreksi bila terjadi penyimpangan. Tjandrakirana et.al (2023), menyatakan bahwa pengenalan anggaran produksi serta anggaran penjualan sebagai alat pengendalian mampu membantu UMKM dalam menekan biaya serta meningkatkan efisiensi manajerial.

Pengendalian biaya merupakan komponen kunci untuk memastikan profitabilitas dan efisiensi operasional UMKM, terutama di sektor kuliner. Mahyudin dan Nasir (2023) menemukan bahwa pengendalian biaya (*cost control*) dan perencanaan anggaran berpengaruh positif signifikan terhadap efisiensi biaya dalam usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Mereka menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk menganalisis data dari ratusan pelaku UMKM, dan hasil penelitian menunjukkan bahwa

mekanisme pengendalian biaya yang sistematis tidak hanya mengurangi pemborosan, tetapi juga memperkuat basis informasi akuntansi UMKM, sehingga mendukung penetapan harga berbasis biaya (*cost-based pricing*) yang mampu mempertahankan margin keuntungan yang diharapkan.

Digital Marketing / Pemasaran *Online* dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Keuangan UMKM

Digital marketing atau pemasaran daring adalah pemanfaatan media internet, media sosial, dan platform digital untuk promosi dan transaksi. Menurut Octavina dan Rita (2021) menyatakan bahwa digital marketing berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan usaha kuliner di Solo, sementara Puspitasari dan Mulyanto (2025) menekankan bahwa pemanfaatan media digital juga meningkatkan keberlanjutan usaha melalui ekspansi pasar dan penguatan merek. Pemasaran digital (*digital marketing*) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan dan kinerja keuangan UMKM. Sebagai strategi yang memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen lebih luas dan membangun keterlibatan pelanggan melalui media digital, pemasaran digital dianggap sangat relevan di era transformasi ekonomi. Putra dan Setyowati (2022) dalam penelitian mereka di Kota Boyolali menunjukkan bahwa strategi digital marketing memiliki dampak signifikan terhadap pendapatan UMKM. Mereka menemukan bahwa semakin besar intensitas penggunaan digital marketing, semakin tinggi pendapatan yang dihasilkan, yang pada akhirnya turut memperbaiki kinerja keuangan unit usaha.

Manajemen Keuangan UMKM dan Pembukuan Keuangan Sederhana

Manajemen keuangan UMKM mencakup pencatatan transaksi, pengelolaan arus kas, laporan keuntungan/rugi, kontrol biaya, dan penggunaan anggaran sebagai alat strategis dalam mengelola sumber daya. Khairunnisa et.al (2023) menjelaskan bahwa penerapan standar akuntansi (SAK) telah membantu UMKM di sektor kuliner dalam menyusun laporan keuangan yang lebih transparan, akuntabel, dan sesuai kaidah formal.

Manajemen keuangan yang efektif memerlukan kombinasi antara literasi keuangan pemilik usaha dan adopsi sistem informasi akuntansi digital. Literasi keuangan memperkuat kemampuan pengusaha dalam mengambil keputusan strategis, sementara sistem informasi akuntansi (SIA) digital menjamin tersedianya data keuangan yang akurat dan *real-time*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis deskriptif. Metode ini dipilih karena mampu memberikan gambaran secara mendalam mengenai bagaimana proses perencanaan dan pengendalian anggaran dilakukan oleh pelaku UMKM berbasis *online*, khususnya pada usaha dimsum. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memahami realitas di lapangan secara menyeluruh dan memperoleh kejelasan mengenai pola pengelolaan keuangan, strategi penyusunan anggaran, serta kendala yang dihadapi dalam praktik pengendaliannya.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara mendalam kepada pemilik atau pengelola usaha dimsum sebagai informan utama, observasi langsung pada kegiatan operasional usaha, serta dokumentasi kegiatan pada saat proses wawancara. Teknik ini digunakan untuk memperoleh informasi yang nyata dan kontekstual sesuai dengan kondisi lapangan. Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara deskriptif untuk

menggambarkan fenomena perencanaan dan pengendalian anggaran pada UMKM berbasis *online* serta relevansinya terhadap keberlanjutan usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap salah satu pelaku UMKM penjual dimsum memberikan gambaran mengenai praktik perencanaan anggaran, pengelolaan operasional, serta strategi pemasaran yang diterapkan dalam konteks usaha mikro. Berdasarkan penuturan informan, penyusunan anggaran dilakukan secara harian dan tidak menggunakan pendekatan bulanan. Pola ini dipilih karena kebutuhan produksi dan pengadaan bahan baku bersifat dinamis dan berlangsung setiap hari. Penyusunan anggaran harian dianggap lebih relevan untuk menyesuaikan fluktuasi kebutuhan operasional serta perubahan harga bahan baku. Temuan ini menunjukkan bahwa fleksibilitas menjadi aspek penting dalam pengelolaan usaha kuliner berskala kecil atau UMKM. Pelaku usaha tersebut tidak memiliki karyawan tetap dalam tenaga kerja. Informan hanya dibantu oleh seorang rekan secara informal tanpa pemberian upah. Kondisi ini menggambarkan karakteristik umum UMKM mikro yang cenderung mengandalkan tenaga keluarga atau lingkungan terdekat guna menekan biaya tenaga kerja. Konsekuensinya, struktur biaya operasional menjadi lebih sederhana dan sebagian besar anggaran dialokasikan untuk kebutuhan produksi, khususnya pembelian bahan baku.

Perencanaan anggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha masih terbatas pada komponen bahan baku utama. Komponen biaya lain seperti biaya pemasaran, biaya penunjang operasional, ataupun penyusutan peralatan belum secara eksplisit dimasukkan ke dalam anggaran. Hal ini menunjukkan bahwa praktik perencanaan keuangan masih bersifat dasar dan mengandalkan pengalaman serta kebiasaan sehari-hari. Pelaku usaha melakukan evaluasi terhadap hasil penjualan setiap selesai berjualan. Evaluasi rutin ini berfungsi untuk mengetahui apakah penjualan telah mencapai target yang ditentukan, terutama dalam rangka memastikan pengembalian modal. Ketika target tidak terpenuhi, informan segera melakukan peninjauan ulang terkait penyebabnya, yang umumnya terkait dengan kurangnya aktivitas promosi. Pelaku usaha dalam melakukan praktik pemasaran memanfaatkan media sosial seperti Facebook dan WhatsApp sebagai sarana utama promosi. Media tersebut dinilai efektif untuk menjangkau konsumen terdekat secara cepat dan tanpa biaya tambahan.

Pelaku usaha menerapkan strategi promosi berbasis media sosial yang insentif seperti promo “beli dua gratis satu” yang ditujukan untuk meningkatkan minat beli, terutama dari segmen mahasiswa dan pelajar. Strategi penetapan harga juga dilakukan dengan mempertimbangkan daya beli kelompok tersebut dan tidak sepenuhnya mengikuti harga pasar. Hal ini menunjukkan orientasi pelaku usaha untuk menjaga keterjangkauan produk sekaligus mempertahankan daya saing. Informan menyatakan bahwa anggaran dan realisasi pengeluaran keduanya relatif konsisten. Pengalaman berbelanja yang cukup lama membuat pelaku usaha mampu memperkirakan kebutuhan biaya secara akurat. Tantangan utama dalam pengendalian

Tabel 1. Ringkasan Temuan Hasil Wawancara

Aspek	Temuan	Kutipan langsung
Penyusunan anggaran	Pelaku usaha menyusun anggaran secara harian	<i>"Saya menyusun anggaran harian bukan perbulan"</i>
Tenaga kerja	Pelaku tidak memiliki karyawan, namun dibantu oleh teman	<i>"Saya tidak punya karyawan, tapi saya dibantu teman biasa"</i>
Komponen anggaran utama	Bahan baku	<i>"Kalau untuk anggaran utama saya bahan baku"</i>
Evaluasi penjualan	Melakukan evaluasi setiap selesai berjualan	<i>"Biasanya saya melakukan evaluasi setiap habis jualan"</i>
Tindakan saat tidak mencapai target	Evaluasi promosi	<i>"Kalau tidak mencapai target, berarti ada kesalahan dalam promosi atau kurang dalam mempromosikan"</i>
Media Promosi	Facebook dan WhatsApp digunakan sebagai media utama untuk mempromosi	<i>"Saya lebih memilih menggunakan Facebook dan WhatsApp karena ada grup-grup angkatan didalamnya jadi lebih mudah untuk mempromosikan"</i>
Kesesuaian anggaran dan realisasi	Sesuai karena informan mengetahui harga pasar	<i>"sesuai, karnakan sudah sering beli, jadi ditau harganya"</i>
Penetapan harga	Informan menyesuaikan daya beli untuk mahasiswa/pelajar	<i>"Kalau harga saya lebih ke mahasiswa atau pelajar"</i>
Metode perhitungan keuntungan	Dihitung scara total bukan per unit	<i>"Kalau keuntungan saya biasa menghitungnya keseluruhan bukan per box atau unit"</i>
Tantangan biaya	Fluktuasi harga ayam fillet	<i>"tantangannya di harga ayam fillet, soalnya harganya tidak menentu"</i>
Kendala penyusunan anggran	Tidak ada kendala	<i>"Untuk kendala tidak ada"</i>
Faktor keberlanjutan UMKM	Kemampuan promosi dan strategi penawaran yang menarik	<i>" mungkin lebih pintar-pintar dalam mempromosikan jualan"</i>

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan anggaran pada UMKM dimsum masih dilakukan secara sederhana, dengan penyusunan anggaran harian yang berfokus pada kebutuhan bahan baku. Evaluasi penjualan dilakukan setiap hari sebagai bentuk pengendalian keuangan, sedangkan pencatatan biaya lain belum tersusun secara menyeluruh. Pelaku usaha

menghadapi kendala berupa perubahan harga bahan baku yang tidak stabil. Penggunaan media sosial serta penetapan harga yang menyesuaikan kondisi konsumen membantu usaha tetap berjalan dan mempertahankan keberlangsungannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Hardi, H. (2018). Peranan UMKM dalam Menyerap Tenaga Kerja di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 15 (1). <https://doi.org/10.31849/jieb.v15i1.1030>
- Khairunnisa, A., Nafrilla, D., Hani, F., Pratama, R. A., DwiAnti, I., Prasetyo, A. A., & Septiana, E. (2025). Implementasi SAK UMKM dalam pelaporan keuangan sederhana UMKM kuliner atau UMKM produsen cemilan. *Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat*, 3(4). <https://doi.org/10.61722/japm.v3i4.6079>
- Mahyuddin, M., & Nasir, M. F. (2025). The effect of cost control and budget planning on MSME cost efficiency: The mediating role of accounting information quality and business complexity. *Journal of Accounting Management Business and International Research*, 4(2). <https://doi.org/10.57235/jambuaair.v4i2.7012>
- Munawara, R. N., Rohmah, F., & Mashudi. (2025). Peran UMKM dalam kontribusi terhadap pengangguran dan kemiskinan: Studi kasus Kabupaten Bangkalan. *Paraduta: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 3(2). <https://doi.org/10.56630/paraduta.v3i2.951>
- Nugroho, B. A., Fauzianto, I., Saeful Sidiq, M., Imam Prakoso, B., & Virgana, R. (2024). Analisis penyusunan anggaran penjualan dan jangka panjang pada UMKM She'O Tea di Cikarang Pusat, Kabupaten Bekasi. *Jurnal Manajemen*, 11(2). <https://doi.org/10.37817/jurnalmanajemen.v11i2.3729>
- Octavina, L. A., & Rita, M. R. (2021). Digitalisasi UMKM, literasi keuangan, dan kinerja keuangan: Studi pada masa pandemi COVID-19. *Journal of Business and Banking*, 11(1), Mei-Oktober. <https://doi.org/10.14414/jbb.v11i1.2552>
- Pratiwi, P. (2024). *Pengaruh Penggunaan Financial Technology (Fintech) Terhadap Perkembangan Usaha UMKM di Hypermart Palopo*. Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.
- Puspitasari, N., & Mulyanto, D. (2025). Peran pemanfaatan digital marketing dalam peningkatan kinerja dan keberlanjutan UMKM. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 7(4). <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i4.6870>
- Rasmawati, A. R., Hakim, M. P., & Sitohang, R. M. (2024). *Manajemen Keuangan pada UMKM Budidaya Jangkrik dan Dimsum di Pondok Benda Pamulang Tangerang Selatan*. *Jurnal Ekualisasi*, 5(2), 16-26.
- Savitri, P., & Riofita, H. (2025). Peran UMKM dalam meningkatkan pendapatan nasional di era digital. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(1). <https://doi.org/10.31004/jptam.v9i1.27646>
- Tjandrakirana, R., Vulcanita, A., Aspahani, Aspahani., & Abukosim, Abukosim. (2023). Pelatihan penyusunan anggaran penjualan dan anggaran produksi sebagai alat perencanaan dan pengendalian pada UMKM di Desa Keringing. *Wahana Dedikasi: Jurnal PKM Ilmu Kependidikan*, 6(1). <https://doi.org/10.31851/dedikasi.v6i1.19523>