LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi Penelitian

Gambar 1 Wawancara dengan Owner (Ibu Indriawaty) selaku pemilik UKM Dapur Gizi



Gambar 2 Wawancara dengan Mbak Mitha (Karyawan UKM Dapur Gizi)



Gambar 3 Wawancara dengan Mbak Aish (Karyawan UKM Dapur Gizi)



Gambar 4 Gudang Tempat Penyimpanan Produk



Gambar 5 Produk Baru Yang Siap Diluncurkan



Gambar 6 Penyerahaan Cinderamata Kepada Owner UKM Dapur Gizi



Lampiran 2 Surat Jalan Penelitiaan



Yayasan Bina Patria Nusantara
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Jl. Telaga Warna Tlogomas Malang, 65144,-Indonesia Telp. 0341-565500; Fax 0341-565522
Program Studi : MANAJEMEN, AKUNTANSI

SURAT JALAN PENELITIAN UNTUK TUGAS AKHIR/ SKRIPSI

Nomor 4728/TB- FE /DL-420 /12/2025

1.	Pejabat yang berwenang memberi tugas :	Dr. AHMAD MUKOFFI, S.E., M.SA Jabatan Dekan Fakultas : FAKULTAS EKONOMI
2.	Mahasiswa yang ditugaskan	YOHANES BALDINUCI BEDA NIM : 2022120088 MANAJEMEN
3.	Judul Penelitian / Skripsi	INTERPRETASI PERAN MANAJEMEN KEUANGAN DALAM PENGEMBANGAN INOVASI PRODUK PADA UKM DAPUR GIZI KERIPIK LUMBA-LUMBA KOTA MALANG
4.	Tujuan	UKM DAPUR GIZI KERIPIK LUMBA-LUMBA Griya Mitra Arumba No.9, Tunggulwulung, Kec. *Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65143*
5.	Lamanya Tugas : Tanggal Berangkat Tanggal Kembali	 05/Jan/2026 05/Feb/2026

Telah Datang,
Pimpinan Instansi,

Indrawati T

Mengetahui,
Pembimbing Utama,

Dr. Willy Tri Hardiyanto, Ssos., MM, MAP.

Telah diberikan dengan keterangan bahwa perjalanan tersebut diatas benar dilakukan atas tugasnya dan semata-mata untuk kepentingan studi dalam waktu yang telah di tentukan.

Malang, 10/12/2025

Telah Kembali,
Dekan

Dr. AHMAD MUKOFFI, S.E., M.SA
NIDN : 0138752653130123

Dekan

Dr. AHMAD MUKOFFI, S.E., M.SA
NIDN : 0138752653130123

Yayasan Bina Patria Nusantara
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Jl. Telaga Warna Tlogomas Malang, 65144,-Indonesia Telp. 0341-565500; Fax 0341-565522
Program Studi : MANAJEMEN, AKUNTANSI

Nomor :4727 /TB- FE /DL-520 /12/2025
Lampiran :
Perihal : Permohonan Ijin Penelitian dan Permintaan / Pengambilan Data

Kepada Yth : Pimpinan / Kepala
UKM DAPUR GIZI KERIPIK LUMBA-LUMBA

Di Griya Mitra Arumba No.9, Tunggulwulung, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65143

Dengan Hormat

Dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir bagi mahasiswa Universitas Tribhuwana Tunggadewi Program Strata 1 (satu), diwajibkan melaksanakan Penelititan guna penyusunan Skripsi. Sehubungan dengan hal tersebut kami mohon untuk memperkenankan mahasiswa kami :

Nama	: YOHANES BALDINUCI BEDA
NPM	: 2022120088
Fakultas	: FAKULTAS EKONOMI
Program Studi	: MANAJEMEN
Judul Skripsi	: INTERPRETASI PERAN MANAJEMEN KEUANGAN DALAM PENGEMBANGAN INOVASI PRODUK PADA UKM DAPUR GIZI KERIPIK LUMBA-LUMBA KOTA MALANG

Untuk dapat melaksanakan penelititan dan pengumpulan data yang diperlukan dari : *UKM DAPUR GIZI KERIPIK LUMBA-LUMBA*

Demikian surat permohonan ini, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

Malang, 19/12/2025
Dekan

Dr. AHMAD MUKHLIS, S.E., M.SA
NUPTK : 1338752653130123

Tembusan , Kepada Yth :
1. Ketua Program Studi MANAJEMEN

2. .....
** Di Foto Copy sejumlah tembusan yang diperlukan*

Lampiran 3 Wawancara Mendalam Bersama Narasumber 1 (Ibu Indriawaty), **Narsumber 2** (Mbak Mitha), dan **Narasumber 3** (Mbak Aish)

No.	Pertanyaan	Narasumber 1	Narasumber 2	Narasumber 3
1.	Bagaimana penyusunan anggaran tahunan/bulanan Di UKM Keripik Lumba-Lumba?	Mengevaluasi biaya operasional tahun lalu dan penyusunan tahun berikutnya. Dengan mengevaluasi biaya tahun lalu, UKM Keripik Lumba-Lumba tidak hanya "menebak" angka, tetapi memiliki landasan kuat untuk menentukan harga jual yang kompetitif dan memastikan bisnis tetap profit.	Kami hitung dulu HPP (Harga Pokok Penjualan). Kalau harga minyak dunia lagi tidak stabil, kami harus buat simulasi anggaran yang lebih ketat di pos biaya operasional lain supaya harga jual ke konsumen tidak perlu naik drastis.	Untuk penyusunan anggaran, biasanya dilihat dari inovasi produk (misalnya mau nambah varian rasa baru atau ganti desain kemasan), kami biasanya pakai anggaran sisa atau dana cadangan yang sudah disisihkan dari laba bulan-bulan sebelumnya.
2.	Seberapa sering rencana keuangan yang telah disusun di awal bulan meleset ketika proses inovasi produk mulai dijalankan?	Untuk proyek inovasi, saya nggak pernah pakai angka pas. Kalau hitungan tim Rp100 juta, saya di kantong harus siap Rp130 juta. Karena Ada *margin of error* sekitar 20%-30%.	Sejujurnya hampir setiap kali ada proyek baru. Menurut pengamatan kami di lapangan, akurasi rencana keuangan saat fase inovasi itu mungkin hanya sekitar 60%.	Melesetnya sekitar 60% karena sudah melakukan survey terlebih dahulu dan uji coba harga produk di pasar tidak mesti tetap, (harga pasar mengikuti keaadan ekonomi yang ada).
3.	Berdasarkan pengalaman evaluasi selama ini, apakah manajemen keuangan yang ada sudah cukup efektif mendukung inovasi	Manajemen keuangan kami memang sudah efektif karena prinsipnya sederhana : kami tidak membelanjakan apa yang belum kami	Menurut saya, sudah sangat efektif, justru karena manajemen kita sangat berhati-hati. Inovasi produk di	Kalau menurut saya, manajemen keuangan kita sudah cukup efektif untuk menjaga UKM

	produk di Dapur Gizi Keripik Lumba-Lumba?	hasilkan. Inovasi didorong oleh profit yang nyata, sehingga setiap langkah pengembangan produk memiliki fondasi keuangan yang kuat.	Dapur Gizi itu kan risikonya tinggi, belum tentu pasar langsung suka. Kalau manajemen keuangan tidak melakukan filtrasi ketat di awal, bisa-bisa arus kas kita terganggu hanya untuk eksperimen yang belum pasti hasilnya.	Dapur Gizi tetap bagus. Tapi kalau bicara soal mendukung inovasi produk, rasanya masih ada celah untuk diperbaiki.
4.	Apakah ada kesulitan dalam menentukan harga bahan baku untuk produk baru yang menggunakan bahan-bahan "gizi" khusus yang mungkin harganya fluktuatif?	Ada, Karena yang pertama, Saya melobi pemasok bahan khusus untuk mengunci harga 3-6 bulan. Meski mungkin lebih mahal sedikit dari harga selama pasar saat ini, yang penting saya dapat kepastian biaya. Tim R&D saya harus siap. Kalau bahan A harganya sudah tidak masuk akal, apa ada bahan B yang gizinya setara tapi harganya lebih stabil. Saya tidak cuma jualan keripik, saya jualan "gizi". Jadi kalaupun harganya sedikit premium, saya harus pastikan konsumen tahu *kenapa* itu layak dibeli (edukasi manfaat).	Susah-susah gampang. Harus reguler beberapa minggu sekali surveinya untuk melihat rasa/varian yang lebih mereka senangi. Jadi, tidak menutup mata dan berinteraksi dengan konsumen, agar bisa mengevaluasi terkait rasa/varian produk baru yang diminati konsumen.	Ada, karena Saya tidak kaget dengan harga mahal karena saya tahu ada "kualitas" di baliknya.
5.	Apa standar "Kualitas" yang ingin dicapai pada produk Keripik Lumba-Lumba (misal: kerenyahan, nilai gizi, atau daya tahan tanpa	Kualitas bagi saya adalah ketika pelanggan memberikan keripik ini kepada anaknya tanpa rasa khawatir. Itulah standar tertinggi UKM Dapur Gizi.	Standar kualitas bagi kami adalah ketika kami sendiri merasa bangga dan berani memberikan keripik hasil gorengan kami	Standar tertinggi kami adalah ketika konsumen tidak perlu membaca label komposisi untuk tahu kalau produk

	pengawet)?		hari ini untuk dimakan oleh keluarga kami di rumah. Kalau kami sendiri ragu, produk itu tidak boleh keluar dari pabrik.	ini sehat, karena mereka bisa merasakannya sendiri.
6.	Bagaimana manajemen keuangan membantu Ibu/Mbak menyeleksi mana ide kreatif yang "masuk akal secara ekonomi" dan mana yang "terlalu mahal untuk diwujudkan"?	Saya selalu bilang ke tim, Kreatif itu wajib, tapi jangan sampai kita jago jualan produk keren tapi kas kita kosong karena biayanya kemahalan.Manajemen keuangan bagi saya adalah alat untuk memastikan kreativitas itu bisa berkelanjutan, bukan cuma jadi proyek sekali jalan lalu bangkrut.	Manajemen keuangan sangat membantu mengambil keputusan untuk mewujudkan atau membatalkan sebuah ide kreatif didasarkan pada kalkulasi nilai tambah , di mana inovasi tersebut harus mampu meningkatkan kualitas gizi dan daya saing tanpa mengganggu stabilitas arus kas (*cash flow*) UKM.	Saya melihat manajemen keuangan bukan sebagai angka di atas kertas saja, tapi sebagai "lampu hijau" atau "lampu merah" saat kami bekerja dan sangat membantu sekali dalam memilih ide-ide kreatif produk.
7.	Bagaimana gaya kepemimpinan Owner {Ibu Indriawaty} dalam mengambil keputusan keuangan yang berisiko tinggi, seperti investasi pada peluncuran produk inovatif?	Gaya kepemimpinan saya dalam bisnis yaitu berani mengambil keputusan, risiko terbesar adalah tidak mengambil risiko sama sekali. Bahwa, produk inovatif itu seperti menanam pohon, mahal di awal, butuh waktu buat tumbuh, tapi kalau tidak ditanam sekarang tidak akan punya tempat berteduh di masa depan.	Menurut saya, Ibu Indriawaty (Owner), adalah tipe pemimpin yang berani untuk urusan Investasi dan inovasi, tapi tetap teliti pada aspek data dan kesiapan tim. Beliau tidak hanya sekadar membeli masa depan, tapi beliau juga memastikan seluruh timnya siap untuk tinggal di masa depan tersebut.	Menurut saya, Ibu Indriawaty (Owner), itu pemimpin yang berani ambil risiko dengan kepala dingin**.** Beliau tidak akan membiarkan kita jalan di tempat, tapi beliau juga tidak akan membiarkan kita terjun ke jurang tanpa parasut.

8.	Bagaimana Anda merasakan peran manajemen keuangan dalam mendukung fasilitas kerja Ibu/Mbak?	Bagi Saya, peran manajemen keuangan bukan sekadar angka di atas kertas, melainkan instrumen strategis untuk menyediakan fasilitas kerja yang mumpuni bagi seluruh tim. Saya memandang alokasi dana untuk fasilitas dan teknologi sebagai bentuk investasi jangka panjang, layaknya menanam pohon yang membutuhkan biaya di awal namun akan memberikan perlindungan di masa depan.	Peran manajemen keuangan yang sukses di UKM Dapur Gizi adalah mampu mengubah angka-angka di buku kas menjadi alat kerja nyata di tangan karyawan. Fasilitas saat ini adalah bukti bahwa inovasi bukan sekadar slogan, melainkan kerja keras yang didukung oleh teknologi yang tepat.	Bagi Saya, dukungan manajemen keuangan itu terasa saat kami punya ide kreatif untuk inovasi produk dalam membuat rasa varian baru atau kemasan baru, karena fasilitas kerja di UKM Dapur Gizi sudah membuat kami nyaman.
9.	Dalam proses pengembangan produk baru, seberapa besar peran teknologi (komputer) dalam membantu tingkat keberhasilan inovasi produk secara finansial?	Sebagai pemilik, saya melihat teknologi (komputer) memiliki peran yang sangat besar dalam menentukan keberhasilan finansial inovasi produk baru . Dalam praktik bisnis, teknologi bukan hanya alat bantu, tetapi sudah menjadi faktornya.	Teknologi (komputer) bagi kami adalah pemandu jalan. Dengan adanya teknologi (komputer), proses inovasi yang kami ambil jadi lebih pasti dan jarang meleset.	Menutut saya, sebagai karyawan yang terlibat dalam proses kerja di perusahaan, teknologi (komputer) memiliki peran yang sangat penting dalam membantu keberhasilan inovasi produk secara finansial. Dalam pekerjaan sehari-hari, komputer membantu mempercepat berbagai proses seperti pengolahan

				data, pembuatan desain produk, hingga komunikasi antar tim. Dengan adanya teknologi, pekerjaan menjadi lebih efisien dan kesalahan dapat diminimalkan.
10.	Apakah menurut Ibu/Mbak, anggaran promosi dan inovasi saat ini sudah cukup kuat untuk membuat produk di "Dapur GIZI" menonjol dibandingkan kompetitor di toko oleh-oleh Malang?	Menurut Saya, Anggaran saat ini telah berhasil membangun identitas eksklusif bagi UKM Dapur Gizi di tengah lautan oleh-oleh khas Malang. Kita tidak menonjol karena paling murah, tapi karena kita paling relevan dengan gaya hidup sehat masa kini. Tantangannya tinggal memastikan bahwa setiap calon pembeli yang masuk ke toko oleh-oleh sempat mendengar pesan gizi kita sebelum mereka sampai ke meja kasir.	Menurut Saya, anggaran inovasi kita sudah sangat kuat. Buktinya, produk Dapur Gizi punya tampilan dan varian rasa yang memang beda dan lebih modern dibanding keripik-keripik lain di rak toko oleh-oleh. Dari sisi kemasan saja, kita sudah menang satu langkah dari kompetitor lokal.	Menurut Saya, kita harus meningkatkan investasi pada visual *packaging*. Karena tanpa dukungan dana inovasi yang kuat, kita hanya akan menjadi pengikut tren, bukan penentu tren.
11.	Kendala keuangan apa yang sering muncul saat tim produksi berusaha memenuhi standar kualitas yang diminta oleh konsumen (misal: konsumen minta keripik yang tidak mudah hancur)?	Memenuhi standar kualitas anti-hancur adalah investasi kepercayaan. Memang secara finansial berat di awal karena biaya produksi membengkak, tapi bagi saya, jauh lebih mahal harganya jika konsumen kecewa dan tidak pernah kembali lagi. Di Keripik	Kendala keuangan yang paling terasa bagi kami adalah bagaimana menjaga biaya produksi tetap rendah tapi kualitas tetap mewah. Kami sering merasa sayang melihat bahan baku yang harus disisihkan	Menurut Saya, menjaga kualitas agar keripik tetap utuh sampai ke tangan konsumen itu ibarat mengirim kristal. Dari sisi karyawan, kendala finansialnya

		Lumba-Lumba, saya lebih memilih margin tipis tapi pelanggan setia, daripada margin tebal tapi produk berantakan.	hanya karena patah sedikit, tapi kami tahu itulah harga yang harus dibayar demi menjaga nama baik Lumba-Lumba sebagai keripik premium yang utuh sampai tujuan.	adalah setiap inci perlindungan dan setiap butir bahan baku pilihan itu ada harganya. Kami harus sangat disiplin mengelola anggaran tersebut agar janji kualitas ke konsumen terpenuhi tanpa membuat UKM merugi di ongkos pengiriman dan bahan baku.

Lampiran 4 Laporan Laba Kotor Penjualan (Bulan Januari 2026) UKM Dapur Gizi

Laporan Laba kotor Penjualan (Bulan Januari 2026)

Bulan	Sub-total	Total Pokok	Laba Kotor	Biaya Masuk Total(+)	Potongan Faktur	Biaya Lain	Laba Jual
Januari	250.963.750,00	187.336.198,02	63.627.551,98	170.000,00	1.778.000,00	170.000,00	61.849.551,98

Keterangan Laporan Laba Rugi Penjualan (Bulan Januari 2026)

Keterangan	Nilai (IDR)
Sub-total	**250.963.750,00**
Total Pokok	187.336.198,02
Laba Kotor	63.627.551,98
Biaya Masuk Total(+)	170.000,00
Potongan Faktur	1.778.000,00
Biaya Lain	170.000,00
Laba Jual	61.849.551,98