

ANALISIS KEBIJAKAN UMKM AYAM GEPREK TIM CHICK'S DALAM MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS, EFISIENSI DAN PENDAPATAN

Joicelyn Agriffina¹, Emilyya², Monica Ella³, Adeline Oktalia⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Management, Universitas Internasional Batam

e-mail: adelineoktalia20@gmail.com

ABSTRACT

Research in analyzing can be done to find out the problems or obstacles caused by the Covid-19 pandemic on the UMKM Ayam Geprek Tim Chick's, so we implement the right policies to overcome and minimize the occurrence of large losses to UMKM Ayam Geprek Tim Chick's and propose various business processes to help improve productivity in employees, products and turnover. During the pandemic, conduct consumer analysis strategies to estimate the inventory of raw materials needed to reduce unnecessary excess raw materials to avoid these losses and be more productive and efficient if every processing costs are for the benefit of these economic needs.

Keywords: Policy implementation, productivity

ABSTRAK

Penelitian dalam menganalisa dapat dilakukan untuk mengetahui permasalahan atau hambatan yang di akibatkan dalam pandemi Covid-19 pada UMKM Ayam Geprek Tim Chick's, maka kami menerapkan kebijakan yang tepat untuk mengatasi dan meminimalisasikan terjadinya kerugian yang besar terhadap UMKM tersebut dan mengajukan berbagai proses bisnis untuk membantu meningkatkan produktivitas dalam karyawan, produk dan omset. Selama pandemic melakukan strategi analisis konsumen untuk memperkirakan persediaan bahan baku yang diperlukan untuk mengurangi kelebihan bahan baku yang tidak perlukan untuk menghindari terjadinya kerugian tersebut dan lebih produktif serta efisien jika setiap pengolahan biaya untuk kepentingan dalam ekonomi kebutuhan tersebut.

Kata Kunci: Penerapan kebijakan, produktivitas

PENDAHULUAN

Produktifitas adalah suatu faktor dengan cara meningkatkan produktivitas perusahaan dengan penggunaan sumber daya yang efisien. Produktifitas ini menilai seberapa kemampuan seseorang untuk menghasilkan sesuatu agar mencapai target tetapi dengan menggunakan sumber daya yang minim. Ini merupakan salah satu cara untuk mengukur tingkat keberhasilan suatu UMKM.

UMKM Ayam Geprek Tim Chick's berlokasi di Pasir Putih, Batam. Rumah makan ini berdiri sejak bulan September pada tahun 2018 dengan menerapkan ayam geprek dengan berbagai macam varian yang membuatnya berbeda dengan rumah makan ayam geprek lainnya. Salah satunya yang berbeda dengan ayam geprek lainnya adalah ayam geprek mozarella dengan tekstur creamy yang membuat banyak orang ingin mencobanya dan salah satu kelebihan dari ayam geprek mozarella ini karena mozarella yang digunakan oleh Ayam Geprek Tim Chick's ini merupakan keju yang premium sehingga membuat ayamnya dapat ditarik dengan mozarellanya.

UMKM Ayam Geprek Tim Chick's meningkatkan produktivitasnya dengan cara menyesuaikan karyawan untuk bekerja pada bidangnya serta mengurangi karyawan agar mendapat keuntungan yang lebih maksimal. UMKM Ayam Geprek Tim Chick's juga melakukan inovasi menu baru dan memberikan

promosi yang unik di *media social* seperti Gojek. Ini merupakan salah satu cara agar bisa menarik konsumen untuk tetap membeli. UMKM Ayam Geprek Tim Chick's telah memproduksi produk yang mampu membuat konsumen tertarik untuk mencoba mengkonsumsinya sehingga produk yang diproduksi tidak hanya menjadikan sebuah produk yang hanya untuk dijual, tetapi untuk melengkapi kebutuhan para konsumen.

Untuk terus menarik keminatan para konsumen, produk yang dijual oleh UMKM diinovasikan menjadi lebih beragam jenis rasanya sehingga produk yang dihasilkan tidak hanya memenuhi kebutuhan pokok manusia tetapi kepuasan terhadap hasil dari produk yang dihasilkan oleh UMKM. Kualitas yang diberikan oleh UMKM Ayam Geprek Tim Chick sangat bagus dan *fresh* produknya sehingga membuat konsumen untuk terus membeli produk yang diproduksi oleh UMKM ini, ditambah lagi dengan pelayanan yang sangat baik dan ramah menjadi bonus nilai untuk UMKM ini.

TUJUAN DAN MANFAAT KEGIATAN

Tujuan penulisan projek ini adalah:

1. Untuk mengetahui produktivitas UMKM Ayam Geprek Tim Chick's
2. Untuk mengetahui bagaimana cara meningkatkan pendapatan dari UMKM Ayam Geprek Tim Chick's
3. Untuk mengetahui usaha apa untuk meningkatkan produktivitas UMKM Ayam Geprek Tim Chick's

Manfaat penulisan dari projek ini adalah:

1. Menambah ilmu pengetahuan kepada pembaca mengenai kebijakan dalam meningkatkan produktivitas.
2. Memberikan informasi mengenai tingkat efisiensi UMKM Ayam Geprek Tim Chick's dalam menjalankan bisnis.

PROSES BISNIS

A. Proses Penyeleksian Karyawan

UMKM Ayam Geprek Tim Chick's melakukan proses penyeleksian karyawan sesuai dengan prosedur yaitu :

1. Wawancara Pendahuluan
Tahap ini UMKM Ayam Geprek Tim Chick's melakukan pemeriksaan dan mengurangi peserta yang bakatnya tidak memenuhi persyaratan dari perusahaan. Calon karyawan akan ditanya mengenai seberapa dalam memahami perusahaan tersebut.
2. Tes Tertulis
Tahap ini yaitu melakukan tes tertulis seperti tes bakat, tes kepribadian, tes kecerdasan, dan lainnya. Tes ini dilakukan oleh UMKM Ayam Geprek Tim Chick's untuk mengambil informasi calon karyawan secara objektif.
3. Wawancara Ketenagakerjaan
Tahap ini biasa dilakukan antara calon karyawan dan UMKM Ayam Geprek Tim Chick's. Kegiatan ini digunakan untuk mengetahui bagaimana calon karyawan dalam menanggapi suatu masalah, sikap, ucapan, dan lainnya.
4. Tes Medis
UMKM Ayam Geprek Tim Chick's melakukan pengecekan medis untuk mengetahui badan jasmani karyawan supaya mengetahui calon karyawan apakah cocok melakukan suatu pekerjaan tersebut agar mengetahui batas kemampuan calon karyawan tersebut.
5. Surat Pengangkatan
Tahap ini merupakan akhir dari proses seleksi. UMKM Ayam Geprek Tim Chick's akan mengambil keputusan untuk menyeleksi calon karyawan yang cocok untuk perusahaan tersebut.

B. Proses Penyaluran Produk

Proses penyaluran yang dilakukan oleh UMKM Ayam Geprek Tim Chick's melalui dua cara yaitu secara langsung dan secara tidak langsung.

1. Proses Penyaluran Produk Secara Langsung

Proses penyaluran produk secara langsung ini adalah, konsumen yang secara langsung ke UMKM Ayam Geprek Tim Chick's dan langsung membelinya melalui penjualnya, tanpa ada bantuan pihak ketiga.

2. Proses Penyaluran Produk Secara Tidak Langsung

Proses penyaluran dengan metode ini membutuhkan pihak ketiga, di dalam UMKM Ayam Geprek Tim Chick's menggunakan penjualannya melalui *media social* seperti grab dan gojek, jadi bagi konsumen yang tidak bisa langsung ke *outlet* UMKM Ayam Geprek Tim Chick's dapat memesan melalui aplikasi.

C. Omset

Merupakan pendapatan yang ditotalkan dari hasil penjualan dari periode tertentu. Biasanya seorang pebisnis akan melakukan berbagai cara untuk meningkatkan omsetnya agar mendapatkan keuntungan yang besar. Berikut ini adalah cara-cara dalam UMKM Ayam Geprek Tim Chick's:

1. Target Market Potensial

UMKM Ayam Geprek Tim Chick's memiliki target penjualan kepada kalangan anak muda maupun yang berusia karena makanan merupakan kebutuhan pokok setiap orang. Ini merupakan salah satu cara untuk meningkatkan omset penjualan UMKM.

2. Merencanakan Promosi

UMKM Ayam Geprek Tim Chick's melakukan perencanaan promosi melalui *social media* dengan melakukan promo yang unik sehingga kalangan anak muda dapat membeli dengan harga yang terjangkau.

3. Membuat Paket Produk

UMKM Ayam Geprek Tim Chick's melakukan inovasi seperti membuat paket hemat agar konsumen dapat membeli dalam jumlah yang banyak. Ini merupakan salah satu trik agar penjualan dapat meningkat.

4. Varian Produk

Untuk terus menarik keminatan para konsumen, produk yang dijual oleh UMKM diinovasikan menjadi lebih beragam jenis rasanya sehingga produk yang dihasilkan tidak hanya memenuhi kebutuhan pokok manusia tetapi kepuasan terhadap hasil dari produk yang dihasilkan oleh UMKM.

5. Insentif Untuk Konsumen

Salah satu cara untuk meningkatkan pembelian yaitu dengan cara memberikan insentif kepada konsumen. Insentif ini berupa pembelian 10 bungkus dapat tambahan bonus, dan UMKM ini dapat refill nasi sepuasnya. Ini merupakan salah satu cara untuk menarik konsumen sehingga konsumen tetap tertarik untuk berlangganan.

HASIL KEGIATAN

A. Analisa Permasalahan UMKM

Setelah kami menganalisis evaluasi proses bisnis di dalam UMKM Ayam Geprek Tim Chick's, maka langkah selanjutnya adalah menganalisis permasalahan UMKM agar dapat menerapkan kebijakan yang tepat untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi. Didalam suatu bisnis, hal yang paling tidak bisa dihindari adalah risiko, maka untuk meminimalisasikan terjadinya risiko, maka terlebih dahulu kita harus mencari *problem* yang mungkin sering terjadi dan bahkan jarang terjadi. Hal yang sering tadi pada UMKM Ayam Geprek Tim Chick's adalah kelebihan persediaan bahan baku (ayam), hal ini terjadi dikarenakan kurangnya analisa terhadap porsi penjualan perhari sehingga mengalami *loss* yg tidak seharusnya terjadi. Hal ini dapat menyebabkan kerugian yang cukup besar oleh pemilik UMKM Ayam Geprek Tim Chick's. *Problem* yang jarang terjadi yaitu ketidakpuasan customer terhadap pelayanan karyawan Ayam Geprek Tim Chick's, masalah ini harus segera di selesaikan juga karena itu akan menyebabkan UMKM Ayam geprek Tim Chick's kehilangan pelanggan.

Penyebab lainnya yang tidak bisa kita hindari salah satunya adalah hal yang disebabkan oleh alam seperti hujan. Dikarenakan hujan penjualan UMKM Ayam Geprek Tim Chick's juga dapat mengalami penurunan omset perhari. *Pandemic Covid-19* juga merupakan salah satu risiko yang tidak bisa dihindari oleh UMKM Ayam Geprek Tim Chick's. Agar dapat bisa bertahan ditengah *pandemic* ini maka seorang pengurus UMKM ini harus segera mengambil tindakan yang benar supaya tidak terjadi kebangkrutan serta mengalami peningkatan produktivitas, efisiensi dan pendapatannya.

B. Penerapan Kebijakan Permasalahan UMKM

Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM, maka kelompok kami melakukan berbagai analisa untuk menyarankan penerapan kebijakan yang dapat membantu mengatasi permasalahan UMKM:

1. Melakukan strategi analisis atau evaluasi berupa perkiraan konsumen yang akan datang dan menu apa saja yang lebih diminati oleh konsumen sehingga pemilik dapat menentukan persediaan bahan baku yang diperlukan.
2. Agar konsumen mendapatkan pelayanan yang puas, maka seorang manajer juga harus bisa melatih karyawan untuk bersikap yang ramah dan sopan, hal ini dapat dilaksanakan dengan menerapkan program pelatihan tenaga kerja.
3. Kami juga menyarankan kepada UMKM Ayam Geprek Tim Chick's untuk merekrut karyawan melalui prosedur yang tepat agar bisa mendapatkan karyawan yang berkualitas.
4. Agar UMKM Ayam Geprek Tim Chick's dapat terus berjalan lancar, maka UMKM Ayam Geprek Tim Chick's harus mengikuti dinamika perkembangan pasar. Maka dari itu UMKM harus selalu meluncurkan produk yang sesuai dengan selera konsumen serta melakukan berbagai inovasi berkelanjutan untuk menghasilkan produk yang lebih bagus dan diminati oleh lebih banyak konsumen.
5. Untuk bisa bersaing dengan UMKM dan pasar lain, UMKM Ayam Geprek Tim Chick's juga harus melakukan iklan bisnis, serta menerapkan program efisiensi biaya guna meningkatkan daya saing
6. Untuk menghadapi permasalahan bencana alam, kami juga menyarankan kepada UMKM ayam Geprek Tim Chick's untuk membeli asuransi pada UMKM.

KESIMPULAN

Berdasarkan kesimpulan diatas dapat kita simpulkan bahwa UMKM Ayam Geprek Tim Chick's memiliki permasalahan dalam kelebihan persediaan bahan baku (ayam), hal ini terjadi dikarenakan kurangnya analisa terhadap porsi penjualan perhari sehingga mengalami *loss* yg tidak seharusnya terjadi. Hal ini dapat menyebabkan kerugian yang cukup besar oleh pemilik UMKM Ayam Geprek Tim Chick's. *Problem* yang jarang terjadi yaitu ketidakpuasan *customer* terhadap pelayanan karyawan Ayam Geprek Tim Chick's, masalah ini harus segera di selesaikan juga karena itu akan menyebabkan UMKM Ayam Geprek Tim Chick's kehilangan pelanggan. Penyebab lainnya *Pandemic Covid-19* juga merupakan salah satu risiko yang tidak bisa dihindari oleh UMKM Ayam Geprek Tim Chick's. Agar dapat bisa bertahan ditengah *pandemic* ini maka seorang pengurus UMKM ini harus segera mengambil tindakan yang benar supaya tidak terjadi kebangkrutan serta mengalami peningkatan produktivitas, efisiensi dan pendapatannya. Dengan permasalahan tersebut kelompok kami melakukan strategi analisis atau evaluasi dalam menentukan persediaan baku terhadap permintaan konsumen, melakukan pelatihan karyawan agar lebih bersikap ramah dan sopan selain itu dalam merekrut karyawan UMKM Ayam Geprek Tim Chick's harus melalui prosedur untuk mendapatkan karyawan yang berkualitas. Selain itu UMKM ini harus dapat mengikuti dinamika perkembangan pasar agar pendapatan yang diperoleh dapat meningkat. Untuk bisa bersaing dengan UMKM dan pasar lain, UMKM Ayam Geprek Tim Chick's juga harus melakukan iklan bisnis, serta menerapkan program efisiensi biaya guna meningkatkan daya saing supaya kebijakan dalam efisiensi suatu perusahaan diterapkan oleh UMKM ini.

SARAN

Saran kami adalah UMKM Ayam Geprek Tim Chick's harus segera mengatasi permasalahan yang terjadi dengan menerapkan kebijakan-kebijakan yang sudah kelompok kami sarankan. Dengan menerapkan kebijakan itu maka Ayam Geprek Tim Chick's dapat memecahkan permasalahan yang terjadi sedikit demi sedikit bahkan akan mendapatkan tingkat penjualan yang tinggi walaupun dalam kondisi *pandemic* ini. Selain itu Ayam Geprek Tim Chick's juga dapat lebih produktif serta efisien dalam setiap pengeluaran biaya-biayanya karena pentingnya suatu efisiensi dalam ekonomi disuatu UMKM agar dapat menghasilkan barang dan jasa yang memberikan kesejahteraan bagi konsumen serta dapat meminimalkan pemborosan dalam bahan baku di Ayam Geprek Tim Chick's. Kebijakan-kebijakan tersebut diharapkan juga bisa digunakan sebagai strategi tetap UMKM dalam jangka pendek maupun jangka panjang yang akan segera mendatang, serta selalu memperbaruhui kebijakan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiyuhanita, A. (2019). *Efektivitas Sumber Daya Manusia Dalam Pelaksanaan Proses Rekrutmen Dan Seleksi Karyawan Di BRI Syariah KCP Ponorogo*.
- Antara, H., Kerja, K., Produktivitas, D., Karyawan, K., Ramadhani, G. A., Resiprokal, K., & Dr, K. (n.d.). *PRODUKTIVITAS YANG BERHUBUNGAN KARYAWAN*.
- KAMALI, B. (n.d.). *Direct Marketing #2 : Kelebihan dan Kekurangan Direct Marketing - SEO Anak Sholeh*. Retrieved November 10, 2021, from <https://seoanaksholeh.com/kelebihan-dan-kekurangan-direct-marketing/>
- Kristanto, J. G. (2019). *ANALISIS PROSES SELEKSI DAN KRITERIA PENERIMAAN KARYAWAN SALES PT. ASTRA INTERNASIONAL TBK-DAIHATSU SEMARANG*.
- Purwanto, E. A. (2007). Mengkaji Potensi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk Pembuatan Kebijakan Anti Kemiskinan di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 10(3), 295–324. <https://doi.org/10.22146/JSP.11009>.
- Pratama, I. Gede Yudha. "PROSES KREATIF DALAM UPAYA PEMBERDAYAAN UMKM MELALUI RANGKAIAN ACARA CLINIC DESIGN-STD BALI DESIGN WEEK." *Jurnal Lentera Widya* 2.1 (2020): 9-14.
- Rahmawati, D. (2013). PENGARUH MOTIVASI TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN PR FAJAR BERLIAN TULUNGAGUNG. *Jurnal BONOROWO*, 1(1), 1–15. <https://doi.org/10.36563/BONOROWO.V1I1.6>
- Rahmini, Y., Sekolah, S., Ilmu, T., & Balikpapan, E. (2017). PERKEMBANGAN UMKM (USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH) DI INDONESIA. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 6(1), 51–58. <https://journal.upp.ac.id/index.php/cano/article/view/627>