

PEMBINAAN TERHADAP UMKM JET FRIED CHICKEN DI CONDONG CATUR, SLEMAN, YOGYAKARTA

Rahmat Slamet Suyoto¹, Tri Nur Rohmah², Iwan Budiherwanto³
^{1,2,3}Politeknik “API” Yogyakarta
rahmatlamets@gmail.com

ABSTRAK

Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah ini.

Metode observasi yang dipakai pada pembinaan UMKM di Jet Fried Chicken ini adalah kolaboratif antara metode kualitatif dan kuantitatif, antara pengamatan dan wawancara kepada pengunjung.

Hasil dari pengamatan yang dilakukan, melihat pembeli selalu puas terhadap pelayanan, dikarenakan tempatnya bersih dan higienis. Waktu tunggu juga tidak terlalu lama, sehingga pembeli tidak menyesal untuk melakukan pembelian ulang. Karyawannya juga ramah-ramah.

Kata kunci : ekonomi produktif, pembeli puas, karyawannya ramah.

ABSTRACT

Small businesses are productive economic businesses that stand alone, which are carried out by individuals or business entities that are not subsidiaries or branches of companies that are owned, controlled, or are part, either directly or indirectly, of medium or large businesses that meet the business criteria. Small as regulated in Law Number 20 of 2008 concerning Micro, Small and Medium Enterprises.

The observation method used in developing MSMEs at Jet Fried Chicken is collaborative between qualitative and quantitative methods, between observations and interviews with visitors.

The results of the observations made show that buyers are always satisfied with the service, because the place is clean and hygienic. The waiting time is also not too long, so buyers don't regret making a repeat purchase. The employees are also friendly.

Keywords: *productive economy, satisfied buyers, friendly employees.*

PENDAHULUAN

Menurut UU No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah diterangkan pengertian UMKM, yaitu :

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam pasal 6 ayat (1) Undang-Undang No.20 Tahun 2008 "Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.50.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan paling banyak Rp. 300.000.000,00
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana diatur dalam pasal 6 ayat (2) Undang-Undang No.20 Tahun 2008 "Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.50.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp.500.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,00
3. Usaha Menengah adalah badan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi hasil baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam pasal 6 ayat (3) Undang-Undang No.20 Tahun 2008 "Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,00. Namun kriteria sebagaimana dimaksud pada pasal 6 ayat (1) huruf a, huruf b,dan ayat (2) huruf a, huruf b, serta ayat (3) huruf a, huruf b nilai nominalnya dapat diubah sesuai perkembangan perekonomian yang diatur dengan Peraturan Presiden.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, secara umum rumusan masalah pada laporan ini adalah sebagai berikut:

1. Apa masalah atau kendala yang dihadapi UMKM tersebut dalam menjalankan usahanya?
2. Bagaimana strategi UMKM tersebut dalam mempertahankan usahanya ditengah persaingan yang begitu ketat di era modern?

Tujuan

Adapun tujuan yang diharapkan dapat diperoleh dari penulisan laporan ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui masalah atau kendala apa saja yang dihadapi UMKM tersebut dalam menjalankan usahanya, seta memberikan solusi alternative.
2. Mengetahui strategi UMKM dalam mempertahankan usahanya ditengah persaingan yang begitu ketat di era digital.

Manfaat

Selain tujuan, penulisan laporan ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara teoritis

Secara teoritis, pembahasan terhadap masalah-maslah yang telah dirumuskan akan memperkenalkan tentang UMKM serta menimbulkan pemabahan dan pandangan baru mengenai UMKM.

2. Secara Praktis

Secara praktis, penulisan laporan ini diharapkan dapat memberikan masukan dan pemahaman yang lebih mendalam bagi para Remaja, Mahasiswa, Pelajar sehingga akan lebih mengetahui bagaimana menjalankan suatu badan usaha yang ingin dibentuk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Identitas Badan Usaha

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang-porseorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi Kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak

langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi criteria Usaha Kecil sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah ini. Dalam tugas pembinaan, kami telah melakukan observasi di UMKM JET FRIED CHICKEN (Gemar Makan Ayam) yang terletak di Jl. Manggis No. 82, Dabag, Condong Catur, Kecamatan Depok, Sleman, DIY. Profil Jet Fried Chicken sebagai berikut:

- a. Nama UMKM: JET FRIED CHICKEN
- b. Pemilik: Jalal Suyuti
- c. Berdiri: 2019
- d. Alamat: Jl. Manggis No. 82, Dabag, Condonmg Catur, Kecamatan Depok, Sleman, Kota DIY
- e. Bentuk Usaha: Ayam
- f. Skala: Kecil
- g. Telepon/Fax: 087828306337
- h. Status: Aktif
- i. Tanggal Penetapan: 15/04/2019
- j. Masa Berlaku: 15/04/2024

Sejarah awal berdirinya jet bermula dari sang pemilik yang menjadi supplier ayam di salah satu resto ayam ternama namun lama kelamaan beliau melihat peluang bisnis yang sangat lumayan menguntungkan akhirnya beliau berinisiatif untuk mendirikan outlet jet ini.

Modal awal yang diperoleh yaitu individu tanpa peminjaman, lalu penghasilan yang didapat diputar sebagian untuk tambahan modal kembali. Untuk mengelola UMKM Jet Fried Chicken ini hanya memiliki 2 tenaga kerja, dikarenakan masih dapat dikelola hanya dengan 2 tenaga kerja untuk menghemat pengeluaran anggaran biaya UMKM tersebut.

2. Visi dan Misi

Visi dari UMKM Jet Fried Chicken adalah memajukan usaha ayam yang didirikan dari tahun 2019 dan meningkatkan kualitas dari ayam crispy untuk kepuasan konsumen.

Misi dari UMKM Jet Fried Chicken adalah memperluas usahanya dengan membuka cabang di Sleman.

3. Kelebihan dan Kekurangan

Kelebihan dari UMKM Jet Fried Chicken yaitu mempunyai ayam yang potongannya cukup mengenyangkan dengan bumbu yang sangat meresap sehingga sesuai dengan keinginan konsumen. Karena bagi pemilik dari Jet Fried Chicken ini lebih mementingkan kepuasan konsumen sehingga menjadi pelanggan tetap yang nantinya dapat memberitahukan ke orang lain mengenai rasa dari daging tersebut.

Sejauh observasi yang kami lakukan, kelompok kami melihat pembeli selalu puas terhadap pelayanan, di karenakan tempatnya bersih dan higienis. Waktu tunggu juga tidak terlalu lama, sehingga pembeli tidak menyesal untuk melakukan pembelian ulang. Karyawannya juga ramah-ramah.

Suasananya juga sangat adem dan nyaman, karena di kelilingi oleh beberapa tumbuhan, sehinggal menimbulkan kesan alami. Kelebihan yang paling utamanya adalah harganya juga sangat-sangat terjangkau, dibandingkan dengan kompetitor yang lainnya. Selain itu juga menuanya sangat bervariasi. Kekurangan dari UMKM Jet Fried Chicken ini yaitu minimnya tenaga kerja saat ada permintaan yang meningkat dari hari biasanya.

4. Kendala yang Dihadapi

Kendala yang dihadapi oleh UMKM Jet Fried Chicken sebagai berikut:

- a. Tempat produksi yang sempit
- b. Kurangnya tenaga kerja sehingga saat ada orderan meningkat, belum bisa ditangani dengan mudah.
- c. Tidak ada sistem pemasaran, sehingga penjualan masih door to door, atau menunggu pembeli datang ke outlet.
- d. Kurangnya pengetahuan akan teknologi sehingga pemasaran ketinggalan dengan toko jual beli online.

5. Manajemen Usaha

Dalam melakukan produksi UMKM ini masih menggunakan alat-alat memasak seadanya. Untuk kapasitas produksi tidak menentukan karena hanya mengandalkan orderan

dari orang, tanpa adanya pengiklanan online sehingga rata-rata sehari 10-15 kg. Biasanya dibulan Ramadhan sampai menjelang lebaran orderan meningkat, disaat hari biasa orderan kembali normal.

Usaha Jet Fried Chicken ini disebutkan di atas tidak melakukan pemasaran, hanya melakukan door to door dan konsumen yang puas akan menceritakan dan membantukan promosi dari mulut ke mulut secara tidak langsung. Hal ini sangat mengurangi pengeluaran anggaran biaya promosi, namun hal ini menjadikan susahya berkembang dibandingkan dengan produk yang selalu memasarkan produknya baik di media social atau website untuk usaha mikro, kecil dan menengah.

KESIMPULAN

Dalam menjalan usaha mikro, kecil dan menengah akan selalu mendapatkan kendala atau masalah yang dihadapi seperti tempat produksi kurang memadai, alat produksi, tenaga kerja yang kurang hingga sedikitnya konsumen namun dengan adanya kendala yang dihadapi, wawasan akan bertambah seperti mendapatkan solusi untuk sedikitnya konsumen dengan cara promosi di media online yang sekarang banyak dipakai oleh pengusaha dalam mempromosikan produknya. Dan untuk strategi pemasaran dalam mempertahankan usahanya itu tidak mudah, harus bisa membaca situasi seperti sekarang orang cenderung menghabiskan kegiatannya di internet baik membaca, hingga hiburan game. Hal ini dapat dijadikan kesempatan untuk mempromosikan produk agar usaha semakin terkenal di masyarakat, saat produk telah tidak asing dikalangan masyarakat cepat atau lambat produk akan terjual dengan sendirinya, dan untuk mempertahankan konsumen atau pembeli itu tergantung produk yang dijual seperti kemasannya apakah menarik dan kualitas produk yang tinggi.

SARAN

Saran dan solusi dari kendala di atas adalah melakukan pengembangan tempat produksi sehingga dapat melakukan produksi yang lebih baik dan kualitas produk meningkat, dengan memperluas tempat produksi dapat menampung lebih banyak tenaga kerja sehingga disaat orderan meningkat masih dapat ditangani dengan mudah. Lakukan juga pemasaran online dengan memasang iklan di social media, website atau aplikasi online seperti Go-Food, Grab Food dan Shopee Food, agar produk lebih dikenal sehingga konsumen meningkat, hal ini

dapat mempertahankan usaha bahkan meningkatkan usaha di era modern ini yang aktivitas hampir semua menggunakan internet. Disaat konsumen mulai meningkat, barang harus selalu ada sehingga disaat konsumen ingin membeli produk, barang pun ada sehingga konsumen tidak merasa kecewa.

DAFTAR PUSTAKA

Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 98 Tahun 2014 Tentang Perizinan Untuk Usaha Mikro dan Kecil

Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Menengah, Kecil dan Mikro (UMKM)

Dokumentasi



Suasana di Jet Fried Chicken



Suasana di Jet Fried Chicken



Suasana di Jet Fried Chicken



Pengunjung di Jet Fried Chicken