

PENGARUH STRATEGI DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP KINERJA MANAJERIAL: STUDI KASUS UMKM LOKAL “NASI LIWET AYAM SAMBEL MATAH”

Etty Zuliawati Zed¹, Putri Shakira Dewi², A. Zeze Muhtadien³, Intan Aprilia⁴, Eazy Ezyah⁵, Hendrik Hermawan⁶

^{1,2,3,4,5,6}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa
email : ettyzuliawatized@pelitabangsa.ac.id¹, putrishakira150603@gmail.com²,
zezepangsolehnaf333@gmail.com³, intanaprill65@gmail.com⁴, ezyah25@icloud.com⁵,
hendrikhrmn45@gmail.com⁶

Abstrak

Kinerja usaha yang diharapkan dapat dicapai dengan menerapkan strategi diferensiasi produk UMKM lokal “nasi liwet ayam sambel matah” dan kemampuan manajerial. Terdapat pengaruh langsung antara strategi diferensiasi produk dan kemampuan manajerial yang dimiliki oleh pimpinan/pemilik perusahaan terhadap peningkatan kinerja usaha. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh strategi diferensiasi produk dan kemampuan manajerial terhadap kinerja usaha UMKM lokal. Penelitian ini ditunjukkan untuk menguji pengaruh strategi diferensiasi produk dan kemampuan manajerial terhadap kinerja usaha baik secara parsial pada UMKM lokal “nasi liwet ayam sambel matah”. Metode penelitian yang digunakan adalah metode wawancara dengan pihak UMKM. Hasil Wawancara menunjukkan bahwa strategi diferensiasi produk, kemampuan manajerial, dan kinerja usaha UMKM lokal “nasi liwet ayam sambel matah” dalam semua bidang dapat dikatakan cukup baik. Secara simultan, pengaruh strategi diferensiasi produk dan kemampuan manajerial terhadap kinerja usaha pada UMKM “nasi liwet ayam sambel matah” lokal Padalarang cukup baik.

Kata kunci: Strategi Diferensiasi Produk, Kinerja Manajerial, Manajemen Operasional UMKM.

Abstract

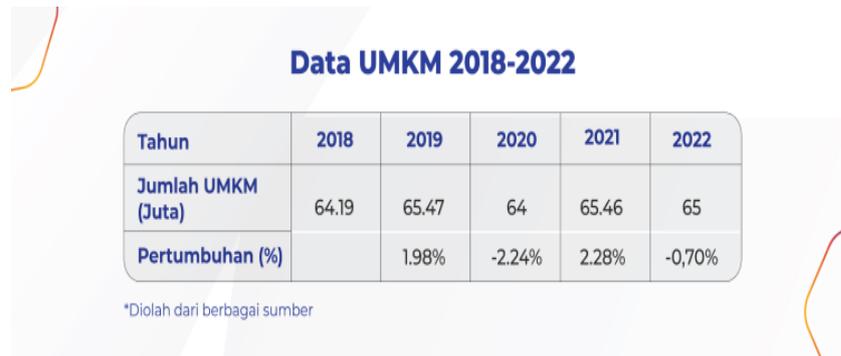
The expected business performance can be achieved by implementing a differentiation strategy for local UMKM products "nasi liwet ayam sambal matah" and managerial skills. There is a direct influence between product differentiation strategy and the managerial abilities of company leaders/owners on improving business performance. The aim of this research is to determine and analyze the influence of product differentiation strategies and managerial capabilities on local UMKM business performance. This research was intended to test the influence of product differentiation strategy and managerial ability on business performance both partially in local UMKM "nasi liwet ayam sambal matah". The research method used was the interview method with UMKM. The results of the interview show that the product differentiation strategy, managerial ability and performance of the local UMKM business "nasi liwet ayam sambal matah" in all areas can be said to be quite good. Simultaneously, the influence of product differentiation strategy and managerial ability on business performance in local "nasi liwet ayam sambal matah" UMKM is quite good.

Keywords: Product Differentiation Strategy, Managerial Performance, Operations Of Local UMKM.

PENDAHULUAN

Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sektor industri yang dapat diandalkan sebagai indikator dalam stabilitas perekonomian baik di tingkat lokal ataupun daerah. Fungsi UMKM sendiri selain sebagai roda bisnis, akan tetapi juga sebagai pemberdayaan masyarakat pada umumnya. Strategi ini menjadi semakin penting di tengah persaingan pasar yang semakin kompleks dan dinamis, terutama dalam industri teknologi konsumen yang cenderung berubah dengan cepat (Grant, 2021).

Peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Kontribusi UMKM terhadap PDB juga mencapai 60,5% atau sekitar Rp 8.573 Triliun setiap tahunnya., dan terhadap penyerapan tenaga kerja adalah 97% dari total penyerapan tenaga kerja nasional atau sekitar 116 juta orang



Gambar 1. Data UMKM

Provinsi Jawa Barat (Jabar) merupakan daerah yang memiliki peranan penting bagi perekonomian bangsa. Pasalnya berdasarkan data perolehan jumlah UMKM menyebutkan terdapat Berdasarkan data tahun 2023, total Proyeksi Jumlah UMKM adalah 7.055.660, naik 5.83%

Dapat dilihat dari grafik bahwasanya Kabupaten Bekasi mengalami kenaikan setiap tahunnya. Di tahun 2021 Kabupaten Bekasi memiliki 311,927 hingga 2023 jumlah UMKM di Bekasi meningkat hingga 351,720 UMKM yang sudah berjalan di daerah Kabupaten Bekasi. Tingginya jumlah sentra UMKM ini tidak serta merta dibarengi oleh kemampuan seorang UMKM dalam Menyusun strategi pembuatan dan mempromosikan produk yang ditawarkan.

Jenis usaha UMKM yang ada di Indonesia, yang paling pertama ada UMKM bidang kuliner. Jenis usaha UMKM ini menjadi UMKM yang paling banyak diminati, karena kuliner disebut sebagai bisnis, yang tidak pernah mati tergerus zaman.

Meski begitu, bukan berarti jenis usaha UMKM ini akan terus berjaya. Semua tergantung dari masing-masing pelaku bisnisnya, yang terus menerus melakukan inovasi, karena persaingan di jenis usaha UMKM ini, sangat ketat dan banyak.



Gambar 2. Contoh UMKM

Contoh UMKM kuliner yang ada di Indonesia:

1. Bisnis pecel lele
2. Capcin
3. Sate
4. Bakso
5. Makanan viral
6. Frozen food
7. Aneka camilan
8. Bisnis kafe
9. Makanan sehat
10. Jus
11. Bahkan warkop sekalipun

Dan pada kali ini kami akan mengambil sesuai dengan praktisi kami UMKM lokal “nasi liwet ayam sambel matah”

Dalam konteks ini, penting untuk memahami bagaimana strategi diferensiasi produk dapat mempengaruhi kinerja manajerial perusahaan.

Strategi diferensiasi produk ialah cara diferensiasi yang bertujuan untuk memberikan kreativitas yang tinggi dalam membuat keunikan produk yang lebih menarik, nyaman. dan aman sehingga akan lebih diminati oleh konsumen dibandingkan dengan produk pesaing..

Kinerja manajerial menunjukkan kemampuan manajemen dalam menjalankan fungsi manajemen yang merupakan aktivitas bisnis, yang tentu selalu berkenaan dengan pengambilan keputusan (Widarsono, 2007:289).

Manajer operasi bertanggung jawab penuh terhadap jalannya manajemen operasional. Manajer operasi berkewajiban mengawasi dan mengelola proses operasional. Dimulai dari proses pengubahan sumber daya bahan baku, energi, dan tenaga kerja menjadi bentuk barang dan jasa, atau dengan kata lain harus mampu mengelola proses pengubahan input menjadi output.

METODE

Pelaksanaan penelitian dilakukan pada tanggal 7 April 2024 sampai dengan 15 April 2024 dengan tempat lokasi pelaksanaan di Perumahan Cikarang Baru Jl. Kedasih 1 B1 no 4. kec Cikarang Utara Desa mekarmukti Kab Bekasi.

Berdasarkan judul penelitian "Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk Terhadap Kinerja Manajerial: Studi Kasus UMKM lokal 'nasi liwet ayam sambel matah'", metode penelitian yang dapat digunakan adalah sebagai berikut

- a. Studi Kasus: Penelitian akan menggunakan pendekatan studi kasus untuk menggali secara mendalam pengaruh strategi diferensiasi produk terhadap kinerja manajerial pada UMKM lokal yang menjual "nasi liwet ayam sambel matah". Studi kasus memungkinkan peneliti untuk memahami konteks dan karakteristik unik UMKM ini serta mengeksplorasi pengaruh strategi diferensiasi produk dalam konteks tersebut.
- b. Wawancara Mendalam: Penelitian akan melibatkan wawancara mendalam dengan pemilik atau manajer UMKM tersebut untuk mendapatkan wawasan langsung tentang strategi diferensiasi produk yang mereka terapkan dan dampaknya terhadap kinerja manajerial mereka. Wawancara mendalam akan memungkinkan peneliti untuk mendapatkan informasi yang kaya dan terperinci.
- c. Observasi: Observasi langsung dapat dilakukan untuk mengamati secara langsung bagaimana strategi diferensiasi produk diterapkan dalam praktik oleh UMKM tersebut. Observasi juga dapat membantu mengamati perilaku dan praktik manajerial yang mungkin tidak terungkap melalui wawancara.

Berdasarkan permasalahan yang sudah diuraikan, maka Metode Pelaksanaan ini berupa pengabdian kepada pelaku UMKM dengan susunan jurnal bersifat kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam proses pengabdian kami, kami telah mengetahui sedikit profil singkat mengenai UMKM yang kami pilih sebagai tugas pengabdian masyarakat kami, usaha UMKM ini bisa bermula yang dioperasikan Oleh keluarga sendiri yang didierikan pada tahun 2020 sampai sekarang. dengan ownernya Radita Ramadini dan Putri Shakira Dewi no hp. 08561143845



Gambar 3. Dokumentasi Kegiatan

Yang mana pada awalnya hanya memproduksi sedikit jenis makanan ringan seperti, lontong, agar agar, risol, eggrol, dan jenis makanan ringan lainnya. Hingga usaha ini bisa berkembang dan mendapatkan beberapa karyawan tambahan (3) dan menciptakan beberapa menu tambahan seperti menu yang tertera pada judul dan ayam geprek. Pada nasi liwet ayam sambel matah sendiri bisa dibilang menu favorit pada UMKM tersebut.



Gambar 4. Contoh UMKM

bahan-bahan dasar:

1. Beras
2. Sereh
3. Minyak
4. Bawang merah
5. Daun jeruk
6. Tepung terigu
7. Daun sereh
8. Ayam
9. Penyedap rasa



Gambar 5. bahan-bahan dasar

Tabel 1. Rencana anggaran dasar.

NO	Bahan bahan	Q	Harga
1	Beras	1 liter	RP13.500
2	sereh	5 batang	RP3000
3	Minyak	1 liter	RP14.500
4	Bawang merah	30 siung	RP5000
5	Daun jeruk	7 lembar	RP3000
6	Tepung terigu	Setengah kg	RP12.000
7	Daun sereh	5 lembar	RP3000
8	ayam	1 kilo	RP47.000
9	Penyedap rasa	6 saset	RP3000
	total		RP120.000

Pada wawancara kami kepada sang owner umkm terdapat total keseluruhan biaya menu nasi liwet ayam sambel matah yaitu Rp120.000. yang mana pada total keseluruhan bisa membuat 8 porsi pada menu tersebut. Bisa kita perhitungkan berapa laba yang diperoleh pada 1 porsi menu tersebut dengan harga jual Rp20.000.

$120.000 : 8 = 15.000$ harga pokok produksi

$20.000 * 8 = 160.000 - 120.000 = 40.000$ laba yang didapat sesuai dengan anggaran dasar.

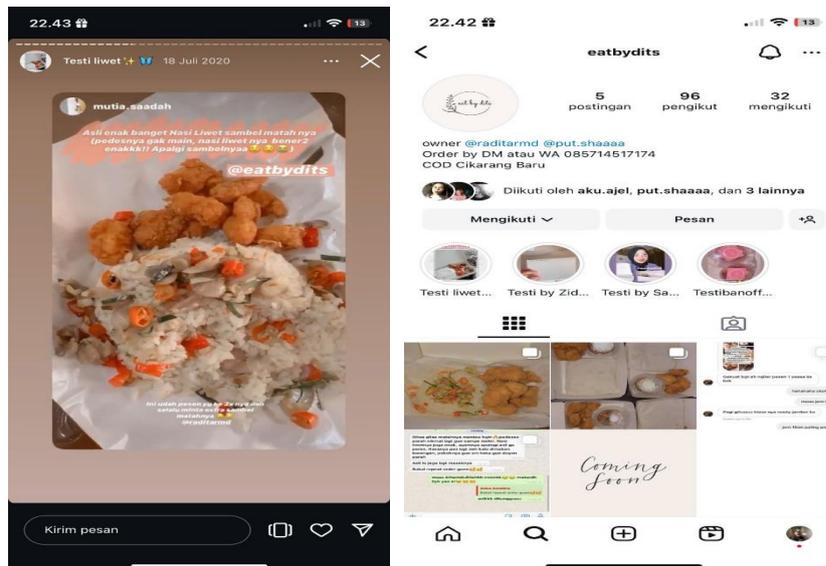
Dapat diartikan $20.000 - 15.000 = 5000$. (laba 1 porsi)

Ket: hitungan tidak disertai dengan harga BOP.

Dari kami sendiri dapat berpendapat mengenai kinerja manajerial pada UMKM ini bisa dibilang cukup baik, kenapa cukup baik? Dikarenakan, bisa dikatatakan UMKM ini adalah usaha anak kemarin sore, dalam artian UMKM ini sudah terbilang cukup lama. namun, dalam data pembiayaan belum tercatat dengan baik dan rapih, tetapi juga bisa menjadi salah satu inspirasi dikalangan anak muda yang ingin membangun UMKM sendiri dalam bidang kuliner.

Hasil dari wawancara yang kami dapatkan. Ternyata UMKM ini juga sudah membuat suatu perencanaan dalam stategi persaingan dengan produk yang lain dan menonjolkan keunikan tersendiri terhadap produknya,

Dan pada kali ini juga kami mendapatkan informasi mengenai cara UMKM ini melawan produk pesaing yang lain, yakni dengan cara meluaskan/mempromosikan produk UMKM ini di media sosial tentunya bahkan hingga mendapatkan endosr.



Gambar 6. Media Sosial

Dan kami berpendapat bahwa UMKM ini bisa menjadi perkembangan yang cukup pesat dalam kurung waktu 1-2 tahun yang akan datang karena mengikuti dengan perkembangan jaman yang ada. Pasti setiap tindakan bisa menimbulkan resiko yang ada terutama pada era media sosial ini.

Dan beruntungnya kami pada saat pengabdian kami terhadap UMKM tersebut berhasil merilis suatu produk baru atau menu baru, hasil dari inovasi dan reset terhadap jaringan media sosial dengan nama “chicken mie sambel matah”



Gambar 7. chicken mie sambel matah

SIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian yang telah dilakukan, dapat ditarik Kesimpulan, bahwa suatu usaha UMKM suatu hal yang bisa menjanjikan, kita bisa lihat dari UMKM ini. Dengan kita memperhatikan suatu aspek penting seperti yang tertera pada judul pengabdian kami “Strategi Diferensiasi Produk Terhadap Kinerja Manajerial” dalam artian ketika kita membuat usaha UMKM kita bisa membuat perencanaan yang sederhana terlebih dahulu, dan memaksimalkan kinerja manajemen operasional dengan menonjolkan keunikan tersendiri terhadap produk tersebut terhadap pesaing produk yang lain, dan pastinya setiap UMKM pasti memiliki cara tersendiri untuk bersaing dengan produk yang lain. Dan pada kasus ini UMKM tersebut menggunakan strategi brilliant, dengan memanfaatkan media sosial untuk meluaskan produk dan mempromosikan kepada pengguna media sosial yang lain, untuk menambah minat konsumen di jejaring media sosial yang ada. Dan yang pastinya dari setiap usaha ada yang namanya naik dan turun tergantung cara kita meminimalisir resiko yang ada.

SARAN

Diharapkan pengabdian Masyarakat ini bisa memberikan manfaat bagi pelaku UMKM yaitu menambah kesadaran pelaku usaha terhadap hal remeh sekecil apapun yang berhubungan dengan kinerja manajerial dan meningkatkan strategi yang inovatif.

Sehingga dengan adanya pengabdian ini dapat diharapkan pula pelaku usaha meningkatkan kuantitas penjualan produk karena barang yang dijual sudah melakukan upgrade pemasaran produk. Diharapkan dengan adanya pengabdian ini lebih memperhatikan pencatatan biaya yang lebih detail lagi dalam aspek akuntansi biaya agar dapat menjadi pesaing yang unggul ditengah banyaknya Usaha UMKM khususnya di propinsi Jawa Barat ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah turut serta dalam penelitian ini. Terima kasih kepada pemilik dan manajer UMKM "nasi liwet ayam sambel matah" yang telah memberikan waktu dan kerjasama dalam menjalani wawancara dan memberikan wawasan yang berharga terkait strategi diferensiasi produk dan kinerja manajerial. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada semua karyawan yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini dengan memberikan tanggapan dan pandangan mereka melalui kuesioner.

Tak lupa, kami juga berterima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam pelaksanaan studi kasus ini. Tanpa kerjasama dan partisipasi dari semua pihak, penelitian ini tidak akan terlaksana dengan baik. Kami menghargai kontribusi dan kerjasama Anda semua. Terima kasih atas dedikasi dan dukungan Anda dalam membantu kami menjalankan penelitian ini. Semoga hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat yang berarti bagi perkembangan UMKM lokal "nasi liwet ayam sambel matah" dan juga bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen. Terima kasih banyak. Semoga ucapan terima kasih ini mencerminkan rasa penghargaan yang tulus kepada semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Anggara. (2018). Hubungan Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk Dan Kemampuan Manajerial Terhadap Kinerja Usaha (Studi Kasus Pada Usaha Mikro kecil dan Menengah (UMKM) Tulip Brownies Padalarang Bandung Barat)
- Rusdiana. (2014). Manajemen Operasi. Bandung: CV. Pustaka Setia
- Murdifin Hamming, dan Mahfudz Nurnajamuddin. 2007. Manajemen Produksi Modern “Operasi Manufaktur dan Jasa”. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Santika, A., Aliyani, R., & Mintarsih, R. (n.d.). PERSEPSI DAN INTENSI PELAKU UMKM TERHADAP PENGGUNAAN QRIS SEBAGAI SISTEM PEMBAYARAN DIGITAL DI KOTA
- Fidela, A., Pratama, A., Nursyamsiah, T., & Korespondensi, P. (n.d.). Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan Program Pemasaran Desa Jambu Raya di Desa Jambu, Kabupaten Sumedang Development Of Micro Small and Medium Enterprises (Smes) With The Marketing Program Of Guava Village In Jambu Village, Sumedang District. In Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat Mei (Vol. 2020, Issue 3).
- Pinasti, M. 2001. Penggunaan Informasi Akuntansi dalam Pengelolaan Usaha Para Pedagang Kecildi Pasar Tradisional Kabupaten Banyumas. Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi
- Rangkuty F. 2010. Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta (ID): Gramedia Pustaka Utama