



Analisis Pengembangan Manajemen Organisasi Pada UMKM Bawang Goreng Kremes Desa Ngepoh

The Analysis Development Organizational Management on Bawang Goreng Kremes MSMEs Desa Ngepoh

Rizka Salma Nabila ¹, Siti Aminah ²

^{1,2} UPN “Veteran” Jawa Timur, Surabaya

Korespondensi penulis: 20012010117@student.upnjatim.ac.id

Article History:

Received: 26 Mei 2023

Revised: 30 Juni 2023

Accepted: 12 Juli 2023

Keywords: *Micro, small and medium enterprises (MSMEs), Organizational Management, HR Management, Financial Management, Marketing Management, SWOT Analysis*

Abstract: *Strengthening micro, small and medium enterprises has great strategic importance, because they have the potentials to contribute to community economic activities, such as becoming the main source of income to improve the welfare of the majority of the people. MSME expertise is important because it increases MSME productivity and efficiency. In applying the MSME management model, it is necessary to carry out a Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats (SWOT) analysis of daily operations related to business aspects, so that MSMEs know the development of their business in general. and appreciate it.*

Abstrak

Penguatan usaha mikro, kecil, dan menengah memiliki kepentingan strategis yang besar, karena memiliki potensi untuk turut berkontribusi dalam kegiatan ekonomi masyarakat, seperti menjadi sumber pendapatan utama untuk meningkatkan kesejahteraan sebagian besar rakyat. Keahlian UMKM penting karena meningkatkan produktivitas dan efisiensi UMKM. Dalam menerapkan model pengelolaan UMKM, perlu dilakukan analisis Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats (SWOT) terhadap operasional sehari-hari terkait dengan aspek bisnis, sehingga UMKM mengetahui perkembangan usahanya secara umum. dan menghargainya.

Kata kunci: UMKM, Manajemen Organisasi, Manajemen SDM, Manajemen Keuangan, Manajemen Pemasaran, Analisis SWOT

*Rizka Salma Nabila, 20012010117@student.upnjatim.ac.id

PENDAHULUAN

Banyaknya UMKM baru di pedesaan Indonesia menunjukkan pertumbuhan UMKM yang positif setiap tahunnya. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) masih tetap eksis dan tidak dapat dihilangkan dari masyarakat modern, terutama usaha penunjang yang berpihak pada pengusaha itu sendiri. Banyak contoh UMKM yang berkembang, khususnya dalam kategori makanan. Salah satu UMKM makanan yang kami temukan di Desa Ngepoh Kecamatan Dringu Kabupaten Probolinggo adalah Industri Bawang Goreng Kremes. Industri ini berbasis UMKM yang memproduksi bawang goreng serta memenuhi permintaan pembelian.

Dalam penelitian ini peneliti mencoba untuk meningkatkan keuntungan Industri Bawang Goreng Kremes dengan menggunakan strategi pengembangan usaha yang menggunakan Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats (SWOT) dan juga membahas manajemen dan pengorganisasian sumber daya manusia dari UMKM tersebut.

METODE

Metode kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Informasi relevan yang diperlukan untuk penelitian ini diperoleh melalui metode yang sesuai dengan masalah penelitian ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran umum perkembangan UMKM Bawang Goreng Kremes. Penelitian yang kami gunakan bersifat deskriptif dan kualitatif. Observasi, wawancara dan studi dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif ini

1. Observasi

Observasi merupakan teknik untuk mengumpulkan data, terutama jika dibandingkan dengan teknik lainnya. Pengamatan dibagi menjadi dua bagian; Observasi partisipan dan observasi non partisipan. Pengamatan non-partisipan adalah ketika peneliti mengamati partisipan tanpa interaksi langsung. sedangkan observasi partisipan melibatkan peneliti dari kelompok yang diteliti.

2. Wawancara

Menurut Sugiyono (2019) tentang pentingnya wawancara, “wawancara adalah pertemuan dua orang yang ada untuk saling memberi informasi dan gagasan dengan cara bertanya dan menjawab untuk mengembangkan makna topik”.

3. Dokumentasi

Metode pengumpulan data akhir adalah dokumentasi. Dokumentasi adalah cara memperoleh informasi dan pengetahuan berupa gambar, arsip, buku, dokumen dan informasi pendukung penelitian.

HASIL

A. Analisa Lingkungan Internal Perusahaan

Analisa lingkungan internal perusahaan melalui fungsi bisnis sebagai berikut:

1. Organisasi

Tujuan pembuatan UMKM Bawang Goreng Kremes adalah untuk menambah pendapatan yang nantinya dapat membantu perekonomian. Pengetahuan Bu Amta tentang sumber daya alam desa Ngepoh membuatnya ingin bekerja di industri makanan. Desa Ngepoh identik dengan panen bawang merah yang bagus. Terciptanya UMKM Bawang Goreng Kremes ini merupakan ide dari Ibu Amta sendiri. Bu Amta juga ingin mempermudah pekerjaan tetangganya dengan menciptakan lapangan pekerjaan. Ibu Amta memiliki 8 orang karyawan yang mengelola UMKM ini dan sudah memiliki tugas masing-masing dalam proses produksi dan pengemasan. Tugas yang diberikan kepada para pekerja dimulai dengan mengupas bawang merah, mengiris bawang merah, menggoreng bawang merah, mengemas bawang goreng dan membersihkan tempat produksi. Mengenai produksi, Ibu Amta bertanggung jawab atas produksi hampir setiap hari, karena pesanan masuk hampir setiap hari. Dalam hal pengawasan produksi, kinerja dan rekrutmen, pemilik perusahaan melakukan pembinaan terhadap karyawan, yang sangat membantu Ibu Amta untuk menjaga kualitas produksi dan menjaga hubungan baik antara karyawan dan pelanggan.

2. Sumber Daya Manusia

a) Rekrutmen

Berdasarkan wawancara yang dilakukan ke UMKM Bawang Goreng Kremes, kami mendapatkan hasil yaitu rekrutmen yang dilakukan oleh Ibu Amta dengan cara yang sederhana dan tidak menggunakan syarat yang ketat. Dalam hal persyaratan Ibu Amta tidak membatasi mengenai latar pendidikan yang dimiliki oleh karyawannya. Latar belakang pendidikan yang dimiliki oleh karyawan Bawang Goreng Kremes berbeda-beda mulai dari SD hingga SMA. Dalam hal perekrutan Ibu Amta lebih mendahulukan bagi orang terdekat terlebih dahulu yang diterima menjadi karyawan. Ibu Amta juga melakukan tes sederhana yaitu dengan melaksanakan tes mengenai pencetakan kue agar Ibu Amta nantinya tidak kesusahan lagi untuk melatih

karyawannya dalam memproduksi kue. Dalam hal ini saran strategi yang baik untuk UMKM Bawang Goreng Kremes adalah melakukan rekrutmen dengan lebih modern dengan persyaratan karyawan harus memiliki pengalaman pada bidang makanan

b. Pelatihan

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Amta, pemilik perusahaan ini juga mengadakan pelatihan bagi para karyawan untuk lebih mengembangkan keterampilan para karyawan. Pelatihan pengembangan staf yang diselenggarakan oleh Ibu Amta adalah pelatihan dasar pada saat pegawai baru menjadi pegawai. Pelatihan ini meliputi pelatihan mengupas, mengiris, menggoreng dan membungkus. Tentunya dalam memproduksi produk Bawang Goreng harus sesuai dengan standar yang dimiliki oleh UMKM ini.

3. Fungsi Pemasaran

a. Menganalisis Pelanggan

Hasil analisis pelanggan dalam UMKM Bawang Goreng Kremes salah satunya adalah mengenai Harga Produk. Harga yang diberikan oleh pemilik usaha pada produk yang cukup terjangkau membuat UMKM ini memiliki target konsumen dari seluruh kalangan. Dalam target konsumen secara umum juga UMKM ini memiliki target konsumen di segala umur karena UMKM ini memiliki berbagai varian rasa sehingga produk ini bisa dikonsumsi dan diminati oleh berbagai kalangan.

b. Menjual produk

Dalam wawancara yang kami lakukan mengenai penjualan produk ini dengan pemilik usaha, produk ini dijual di rumah pemilik sendiri, mengirim ke toko terdekat dan juga menerima berbagai pesanan dari konsumen yang berada di desa dan juga di desa lain. Bawang Goreng Kremes juga melayani pesanan dalam jumlah banyak untuk memenuhi permintaan para pedagang kaki lima maupun hingga restoran.

c. Perencanaan barang dan jasa

Pouch plastik digunakan untuk mengemas produk ini. Namun, mereka juga menerima permintaan pengemasan dalam toples atau plastik ekstra besar. Mereka juga menempelkan stiker pada kemasan untuk branding UMKM agar konsumen dapat mengingat dan mengenali produk-produk UMKM tersebut. UMKM Bawang Goreng Kremes juga memiliki strategi untuk menjaga hubungan baik dengan konsumen dengan cara menjaga cita rasa produk agar konsumen tertarik untuk membelinya kembali di kemudian hari.

d. Harga

Ibu Amta menetapkan harga mulai dari Rp 25.000-Rp75.000 per item, tergantung pada harga bahan baku yang ada. Bawang merah tidak selalu bagus hasil panennya. Hal itulah yang menentukan harga dari produk ini. Produk tersebut ada yang menggunakan pouch, toples, dan plastic jumbo. Dengan harga diatas bisa menjangkau berbagai kalangan konsumen karena memiliki harga yang cukup terjangkau.

e. Promosi

Bawang Goreng Kremes melakukan promosi nya melalui word of mouth dan hanya melalui media Whatsapp. Bawang Goreng Kremes belum memiliki media sosial dan brosur untuk publikasi, hal ini dikarenakan pemilik usaha hanya fokus terhadap proses produksi dan menghiraukan mengenai pemasaran produknya. Dapat disimpulkan bahwa promosi yang dilakukan Bawang Goreng Kremes belum maksimal dikarenakan elemen pekerja di UMKM ini hanya fokus di proses produksi.

4. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah strategi perencanaan yang mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Ini dimaksudkan untuk membantu pemilik bisnis membuat strategi SO (kekuatan-peluang), WO (kelemahan-peluang), ST (kekuatan- ancaman), dan WT (kelemahan- ancaman).

a. Strength (kekuatan)

- Memiliki berbagai jenis produk
- Sudah memiliki NIB
- Sudah memiliki logo dan kemasan yang cukup baik
- Produk tahan lama

b. Weakness (Kelemahan)

- Tidak memiliki foto produk
- Pemasaran hanya melalui words of mouth
- Belum ada pembukuan usaha
- Modal yang dikeluarkan cukup banyak

c. Opportunity (Peluang)

- Modal yang dikeluarkan sedikit
- Pembuatannya mudah dilakukan dan bahan baku mudah didapat
- Peminat pada saat hari raya meningkat

d. Threats (Ancaman)

- Tidak stabilnya harga bahan baku
- Produk mudah ditiru
- Banyaknya pesaing yang berdekatan

Dengan mempertimbangkan analisis SWOT sebelumnya, kita dapat membuat kesimpulan tentang strategi alternatif berikut:

1) Strategi SO

Dengan Menerapkan inovasi baru akan merebut pangsa pasar dengan menekankan proses produksi yang cepat, higienis dan dapat dikonsumsi untuk segala usia, memungkinkan penjualan meningkat karena Bawang Goreng Kremes memiliki harga yang bervariasi dan relatif terjangkau serta peluang loyalitas pelanggan dan pembelian dapat menggunakan minat.

2) Strategi WO

Membuat foto setiap produk agar produk yang dipasarkan lebih menarik konsumen. Meningkatkan pemasaran produk dengan memanfaatkan media sosial yang ada seperti Instagram, Whatsapp, Facebook, dan Tiktok. Selain itu, promosi bisa dilakukan melalui e-commerce seperti shopee food, grabfood dan gofood. Strategi selanjutnya yaitu dengan membuat pembukuan sederhana yang mudah dipahami.

3) Strategi ST

Mengunggulkan produk dengan ciri khas yang membedakannya dari produk pesaing. Selain itu, produk juga memiliki kelebihan seperti proses yang cepat dan higienis dengan harga yang terjangkau sehingga konsumen melakukan pembelian ulang.

4) Strategi WT

Mencari harga bahan baku yang harganya stabil sehingga dapat menentukan harga yang pasti dan mampu bersaing dengan pesaing lain. Menonjolkan produk dengan ciri khas tersendiri sehingga berbeda dengan produk pesaing.

B. Keuangan

Bawang Goreng Kremes masih belum memiliki catatan keuangan untuk produksinya, karena untuk modal produksi masih mengambil dari uang pribadi. Untuk catatan pengeluarannya belum sistematis karena hanya menggunakan perkiraan dari penggunaan modal dan bahan produksi sehingga belum terdapat pencatatan keuangan.

Modal Bawang Goreng Kremes berawal dari Rp 2.000.000 dan mulai bertambah seiring banyaknya pesanan, sehingga pencatatan keuangannya masih belum sistematis. Ibu Amta memberikan gaji untuk pegawainya sebesar Rp 35.000 per hari. Bawang Goreng Kremes mengambil laba sebesar 25% dari hasil per produk dan sudah dipotong gaji karyawan, seperti contoh yang diberikan Ibu Amta: UMKM Bawang Goreng Kremes menjual bawang goreng dengan berat 250gr sebanyak 50 pcs dengan harga Rp 25.000 dalam 1 hari, maka:

$$\text{Rp } 25.000 \times 50 \text{ pcs} = \text{Rp } 1.250.000.$$

Lalu dari hasil penjualan tersebut dikurangi gaji karyawan, maka perhitungannya:

$$\text{Rp } 1.250.000 - (\text{Rp } 50.000 \times 8) = \text{Rp } 850.000$$

$$\text{Kemudian diambil } 25\% \text{ untuk laba, maka } \text{Rp } 850.000 \times 25\% = \text{Rp } 212.500$$

Sehingga diambil sebesar Rp 212.500 untuk labanya dari hasil penjualan dikurangi gaji karyawan dari Rp 850.000 - Rp 212.500 = Rp 637.500

Rp 637.500 adalah hasil penjualan Bawang Goreng 250gr yang sudah dipotong laba dan untuk gaji karyawan. Sehingga sisa dari uang tersebut akan digunakan kembali untuk membeli bahan atau uang produksi. Perhitungan ini dilakukan untuk pembayaran gaji karyawan per harinya

DISKUSI

Salah satu masalah yang terdapat pada UMKM Bawang Goreng Kremes adalah kurangnya pemanfaatan teknologi yang ada. Bawang Goreng merupakan salah satu produk yang sangat lekat dan terkenal dengan masyarakat Indonesia. Hampir semua restoran, kaki lima, pedagang makanan manapun menggunakan Bawang Goreng sebagai pelengkap makanan yang mereka jual. Dengan melihat tingginya minat pada produk ini, seharusnya UMKM Bawang Goreng Kremes dapat melebarkan pemasarannya agar mendapatkan konsumen diluar Kota & Kabupaten Probolinggo. Solusi dari masalah tersebut adalah dengan memanfaatkan teknologi baik itu social media seperti Instagram dan e-commerce seperti Shopee. Pemilik usaha juga dapat menawarkan produk mereka kepada para pedagang makanan untuk menjalin kerjasama sebagai supplier Bawang Goreng. Dengan cara ini akan meningkatkan permintaan produk dan pendapatan yang akan membuat perekonomian desa naik dan membaik.

KESIMPULAN

Setelah melakukan penelitian terhadap industri Bawang Goreng Kremes, ditemukan bahwa ada beberapa alternatif strategi yang dapat dipertimbangkan oleh industri berdasarkan analisis matriks SWOT yang ada. Strategi tersebut antara lain mengembangkan produk baru untuk meningkatkan pangsa pasar, membuat citra setiap produk menjadi lebih menarik, dan mulai mempromosikannya di media sosial untuk menjangkau banyak konsumen serta menonjolkan keunikan produk yang membedakannya dengan kompetitor lainnya. Untuk analisis manajemen sumber daya manusia, karyawan cukup terlatih. Saran untuk UMKM bawang goreng sendiri, perlu dilakukan peningkatan pemasaran produk secara besar-besaran di jejaring sosial.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Para penulis menyampaikan rasa terima kasih terutama kepada UMKM Bawang Goreng Kremes, Pemerintah Kabupaten Probolinggo, Pemerintah Kecamatan Dringu, Bapak Sutrisno selaku Kepala Desa Ngepoh beserta jajaran pemerintahan, Kelompok KKN-T 53 UPN Veteran Jawa Timur 2023, Bapak Taufikurrahman, S.Pd., M.Pd selaku dosen pembimbing lapangan KKN-T Kelompok 53, dan Person in Charge kelompok 53 atas kerjasamanya dalam pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata Tematik UPN Veteran Jawa Timur 2023 dan penulisan jurnal ANALISIS PENGEMBANGAN MANAJEMEN ORGANISASI PADA UMKM BAWANG GORENG KREMES.

DAFTAR REFERENSI

- Dethan, M. A. (2019). Efektivitas Pengelolaan Alokasi Dana Desa (ADD): Suatu Pendekatan Teoritis. *Jurnal Akuntansi : Transparansi Dan Akuntabilitas*, 15–19.
- Hery SE. (2019). *Manajemen Pemasaran*.
- Humaira, I., & Sagoro, E. M. (2018). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, Dan Kepribadian Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pada Pelaku Umkm Sentra Kerajinan Batik Kabupaten Bantul. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(1). <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19363>
- Iskandar, D. (2018). Strategi Peningkatan Kinerja Perusahaan Melalui Pengelolaan Sumber Daya Manusia Dan Kepuasan Kerja Dan Dampaknya Terhadap Produktivitas Karyawan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 1, 23–31.
- Rachmiyantono R. (2019). Financial Knowledge Dan Locus of Control Dalam Financial Management (Studi Empiris Keluarga Di Kecamatan Demak Kabupaten Demak Provinsi Jawa Barat). *Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, 8(1), 107–115.
- Rapini T., Kristiyana N., Santoso A., & Setyawan, F. (n.d.). strategi Pengembangan Produk Jipang Berbasiskan Pelatihan Manajemen Usaha Dan Pemasaran Yang Kreatif. *Masyarakat Berdaya Dan Inovasi*. 1 (1).
- Setyawan, W., & Wulandari, S. (2020). Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa Kelas Karyawan Di Cikarang. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 11(1), 47–60. <https://doi.org/10.17509/jimb.v11i1.20509>
- Susan, E. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 952–962.