

ANALISIS PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM KENDALA UMKM EL POLLO KITCHEN JL. HS.RONGGO WALUYO, TELUKJAMBE, TELUK JAMBE TIMUR, KARAWANG JAWABARAT

¹Ceria Dendriavalina, ²Fajrian Naafi'ansyah, ³Nanda Putri Nabila, ⁴Vania Grahita Levina,
⁵Ujang Suherman

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Buana Perjuangan Karawang

ujang.suherman@ubpkarawang.ac.id

mn23.ceriadendriavalina@mhs.ubpkarawang.ac.id, mn23.fajrianaafiansyah@mhs.ubpkarawang.ac.id, mn23.nandanabila@mhs.ubpkarawang.ac.id, mn23.vanialevina@mhs.ubpkarawang.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengoptimalkan strategi bisnis UMKM kuliner El Pollo Kitchen melalui adaptasi operasional dan pemasaran hybrid guna mengatasi tantangan ketahanan pasar pasca-pandemi, khususnya ketergantungan pada mahasiswa UBP-UNSIKA (60-70% pangsa pasar) dan fluktuasi penjualan saat libur kampus. Metode penelitian kualitatif deskriptif dengan analisis studi kasus berbasis wawancara transkrip dan data sekunder UMKM Indonesia 2025, meliputi pengolahan rantai pasok sederhana, modal awal Rp 50-60 juta, serta kanal online Grab dan Instagram. Hasil menunjukkan El Pollo Kitchen bangkit dari home industry 2017 yang terhambat COVID-19 menjadi ruko tahun 2023 (tahun kedua operasional), namun menghadapi biaya tetap tinggi, minim izin usaha formal, dan produksi manual; pembahasan mengonfirmasi urgensi diversifikasi pasar dan digitalisasi multi-platform sesuai kajian Schumpeter tentang inovasi UMKM. Kesimpulan menyatakan model hybrid online-offline dan kemitraan kampus efektif tingkatan profitabilitas 20-30%. Implikasi praktis bagi UMKM serupa: rekomendasi skalabilitas operasional, pendaftaran platform tambahan, dan monitoring musiman untuk kontribusi berkelanjutan pada PDB Indonesia yang masih bergantung 60% pada UMKM.

Kata kunci: adaptasi bisnis, UMKM kuliner, Pemasaran hybrid, makanan cepat saji.

ABSTRACT

This study aims to optimize the business strategy of El Pollo Kitchen culinary MSME through operational adaptation and hybrid marketing to overcome post-pandemic market resilience challenges, particularly dependence on UBP-UNSIKA students (60-70% market share) and sales fluctuations during campus holidays. The research method used is descriptive qualitative with case study analysis based on interview transcripts and secondary data from Indonesian MSMEs in 2025, including simple supply chain processing, initial capital of IDR 50-60 million, and online channels Grab and Instagram. The results show that El Pollo Kitchen rose from a home industry in 2017 that was hampered by COVID-19 to a shop house in 2023 (its second year of operation), but faced high fixed costs, minimal formal business permits, and manual production. The discussion confirms the urgency of market diversification and multi-platform digitalization in accordance with Schumpeter's study on MSME

Article History

Received: Januari 2026

Reviewed: Januari 2026

Published: Januari 2026

Plagiarism checker no 1572

Doi : prefix doi :

10.8734/musytari.v1i2.359

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

innovation. The conclusion states that the online-offline hybrid model and campus partnerships effectively increase profitability by 20-30%. Practical implications for similar MSMEs: recommendations for operational scalability, additional platform registration, and seasonal monitoring for a sustainable contribution to Indonesia's GDP, which still depends on MSMEs for 60%.

Keywords: business adaptation, culinary MSMEs, hybrid marketing, fast food.

PENDAHULUAN

Pengertian UMKM di Indonesia definisi UMKM diatur dalam undang-undang republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM. 1 Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut.

UMKM di Indonesia memainkan peran krusial dalam perekonomian nasional, menyumbang lebih dari 60% PDB dan menyerap 97% tenaga kerja, namun menghadapi tantangan mutakhir seperti dampak pandemi COVID-19 yang menyebabkan penurunan omzet hingga 70% bagi banyak pelaku usaha kecil, ketergantungan pada pasar lokal yang rentan fluktuasi, serta keterbatasan akses modal dan digitalisasi. El pollo hadir sebagai usaha kuliner berbasis masakan keluarga, terutama memiliki resep khas keluarga, dengan tujuan awal untuk mencoba peluang usaha sambil bekerja. Usaha ini dimulai sebagai home industry pada 2017 melalui penjualan via WhatsApp dan Instagram, yang berkembang hingga sempat terhambat oleh ketidakstabilan permintaan musiman, khususnya saat libur kampus yang memengaruhi 60-70% pangsa pasar mahasiswa, serta minimnya izin usaha formal dan strategi pemasaran online yang optimal. Pada 2023, usaha dilanjutkan kembali dengan menyewa ruko langsung di lokasi saat ini, memasuki tahun kedua operasional hingga kini, didorong oleh rezeki untuk modal agar uang tidak menganggur. Sebelum ruko, operasi

Urgensi penelitian ini muncul, di mana usaha seperti El pollo yang bangkit dari home industry 2017 menjadi ruko tahun 2023 menghadapi permasalahan spesifik berupa penurunan penjualan saat libur kampus, biaya operasional tetap tinggi, dan kurangnya diversifikasi kanal penjualan, Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kendala pengambilan Keputusan: pengelolaan tenaga kerja, pengelolaan modal, pengelolaan bahan baku, dan pemasaran yang ada di El Pollo.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan **pendekatan kualitatif deskriptif** dengan metode **studi kasus**, yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam dan holistik mengenai strategi bisnis serta pengambilan keputusan UMKM kuliner **El Pollo Kitchen**. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggambarkan kondisi nyata objek penelitian secara kontekstual berdasarkan data empiris. Dalam penelitian kualitatif, peneliti berperan sebagai instrumen utama yang secara aktif mengumpulkan, menganalisis, dan menafsirkan data melalui proses triangulasi.

1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada **18 Desember 2024** di **El Pollo Kitchen** yang berlokasi di **Jl. HS. Ronggo Waluyo, Telukjambe, Telukjambe Timur, Karawang, Jawa Barat 41361**, yang berfungsi sebagai pusat operasional usaha sejak tahun 2023. Pemilihan waktu penelitian bertepatan dengan **masa libur kampus**, sehingga memungkinkan peneliti mengamati secara

langsung fluktuasi penjualan dan strategi adaptasi usaha dalam menghadapi penurunan permintaan.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian meliputi **pemilik El Pollo Kitchen (1 orang)**, **karyawan (3 orang)**, serta **konsumen utama**, yaitu mahasiswa UBP-UNSIKA. Objek penelitian berfokus pada **strategi pengambilan keputusan UMKM**, khususnya dalam aspek pengelolaan tenaga kerja, modal usaha, bahan baku, dan pemasaran dalam menghadapi tantangan pasar pasca-pandemi.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik, yaitu:

1. **Observasi partisipan** selama dua minggu untuk memetakan aktivitas operasional harian, alur produksi, serta pola pelayanan konsumen.
2. **Wawancara mendalam semi-terstruktur** dengan pemilik dan karyawan guna memperoleh informasi terkait proses pengambilan keputusan, kendala usaha, serta strategi bisnis yang diterapkan.
3. **Studi dokumentasi**, berupa data pendukung seperti catatan penjualan, media sosial usaha, serta data sekunder yang relevan dengan UMKM kuliner.

4. Instrumen Penelitian

Instrumen utama penelitian ini adalah **pedoman wawancara semi-terstruktur** yang terdiri dari 20-25 pertanyaan terbuka mengenai pengelolaan tenaga kerja, modal, bahan baku, dan pemasaran. Selain itu, digunakan **panduan observasi** berupa checklist yang mencakup rantai pasok dan penerapan pemasaran hybrid (online dan offline), serta **dokumentasi audio dan video** sebagai bukti pendukung. Penyusunan instrumen mengacu pada teori inovasi UMKM Schumpeter dan diperkuat melalui triangulasi dengan data sekunder.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan **model Miles dan Huberman**, yang meliputi tiga tahapan utama:

1. **Reduksi data**, yaitu proses pemilahan dan pengkodean data hasil wawancara dan observasi ke dalam tema-tema seperti diversifikasi pasar dan digitalisasi pemasaran.
2. **Penyajian data**, dilakukan dalam bentuk matriks tematik dan narasi deskriptif untuk mempermudah pemahaman pola hubungan antar data.
3. **Penarikan kesimpulan**, berupa identifikasi pola kausalitas strategi bisnis hybrid yang diterapkan oleh El Pollo Kitchen.

Untuk meningkatkan validitas data, penelitian ini menerapkan **triangulasi sumber**, yaitu membandingkan hasil wawancara, observasi, dan data sekunder. Proses pengkodean tematik dibantu dengan **software NVivo** agar analisis data lebih sistematis dan reproduisibel.

DASAR PENGEMBANGAN TEORI

Pengambilan keputusan dalam konteks UMKM merupakan proses strategis yang menentukan keberlangsungan usaha, terutama dalam kondisi ketidakpastian pasar pasca-pandemi. Menurut Simon (1977), pengambilan keputusan dibatasi oleh **bounded rationality**, di mana pelaku usaha sering kali mengambil keputusan berdasarkan keterbatasan informasi, waktu, dan sumber daya. Hal ini relevan dengan UMKM kuliner seperti El Pollo Kitchen yang masih mengandalkan pengalaman pemilik dalam menentukan harga jual, pengelolaan bahan baku, dan tenaga kerja.

Teori inovasi Schumpeter menekankan bahwa keberhasilan UMKM sangat ditentukan oleh kemampuan pelaku usaha dalam melakukan inovasi, baik inovasi produk, proses, maupun pemasaran. Inovasi proses tercermin dari penggunaan sistem Point of Sale (POS) digital dalam pencatatan transaksi, sementara inovasi pemasaran terlihat melalui penerapan pemasaran hybrid (offline dan online) melalui Grab dan Instagram.

Selain itu, teori manajemen operasional menyatakan bahwa pengelolaan bahan baku yang efisien dapat menekan biaya produksi dan meminimalkan risiko pemborosan (Heizer & Render, 2015). Strategi El Pollo Kitchen yang menerapkan sistem produksi harian dengan stok minimum (**fresh product strategy**) merupakan bentuk pengambilan keputusan operasional yang bertujuan menjaga kualitas produk sekaligus menekan risiko kerugian akibat bahan baku rusak.

Dengan demikian, dasar pengembangan teori dalam penelitian ini mengintegrasikan teori pengambilan keputusan, inovasi UMKM, dan manajemen operasional untuk menganalisis kendala serta strategi adaptasi yang dilakukan oleh El Pollo Kitchen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Pengambilan Keputusan dalam Pengelolaan Modal dan Biaya Produksi

Hasil wawancara menunjukkan bahwa seluruh keputusan terkait perhitungan biaya produksi dan penetapan harga jual ditangani langsung oleh pemilik usaha. El Pollo Kitchen menetapkan Harga Pokok Produksi (HPP) dengan memasukkan seluruh komponen biaya, mulai dari bahan baku, tenaga kerja, hingga biaya operasional seperti gas, listrik, air, dan sewa tempat. Margin keuntungan ditetapkan sebesar 20-30% dari HPP, dengan tambahan 10% untuk menutup biaya operasional.

Strategi penetapan harga juga mempertimbangkan fluktuasi harga bahan baku, terutama ayam dan minyak goreng. Pemilik menetapkan harga jual berdasarkan harga bahan baku tertinggi dalam periode tertentu sebagai langkah antisipatif. Namun, dalam kondisi tertentu seperti kenaikan harga ekstrem akibat faktor eksternal, strategi ini menjadi kurang optimal dan berpotensi menekan margin keuntungan.

2. Pengambilan Keputusan dalam Pengelolaan Bahan Baku

El Pollo Kitchen menerapkan sistem pembelian bahan baku harian dengan stok minimum. Produksi ayam dilakukan setiap hari dengan rata-rata 12-15 kilogram dalam kondisi normal. Proses produksi dibagi menjadi dua tahap, yaitu marinasi di rumah dan proses penggorengan di toko. Keputusan ini diambil untuk menjaga kesegaran produk dan konsistensi rasa.

Namun, sistem ini juga memiliki risiko, terutama ketika terjadi lonjakan harga bahan baku atau penurunan permintaan secara mendadak, seperti saat libur kampus. Ketergantungan pada pasar mahasiswa menyebabkan fluktuasi penjualan yang signifikan dan berdampak langsung pada efisiensi biaya produksi.

3. Pengambilan Keputusan dalam Pengelolaan Tenaga Kerja

Pengelolaan tenaga kerja di El Pollo Kitchen menggunakan sistem upah harian yang dibayarkan secara bulanan. Total biaya tenaga kerja berkisar Rp2.500.000 per bulan dengan dua karyawan tambahan. Pemilik menilai bahwa jumlah tenaga kerja saat ini masih mampu menangani lonjakan pesanan tanpa penambahan karyawan, sehingga keputusan ini membantu menekan biaya tetap.

Evaluasi kinerja karyawan dilakukan secara berkala, umumnya satu kali dalam sebulan, dengan fokus pada pelayanan dan kecepatan kerja. Hal ini menunjukkan adanya proses pengambilan keputusan berbasis evaluasi rutin, meskipun belum didukung oleh sistem penilaian formal.

4. Pengambilan Keputusan dalam Pemasaran

Dalam aspek pemasaran, El Pollo Kitchen telah menerapkan pemasaran hybrid melalui penjualan langsung di toko dan platform online seperti Grab dan Instagram. Namun, diversifikasi platform digital masih terbatas. Ketergantungan pada konsumen mahasiswa UBP-UNSIKA (60-70% pangsa pasar) menjadi kendala utama ketika aktivitas kampus menurun.

Pembahasan ini sejalan dengan teori Schumpeter yang menekankan pentingnya inovasi dan diversifikasi pasar sebagai strategi keberlanjutan UMKM. Digitalisasi multi-platform dan perluasan segmen pasar non-mahasiswa menjadi langkah strategis yang perlu dipertimbangkan untuk mengurangi risiko fluktuasi musiman.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan di El Pollo Kitchen masih bersifat terpusat pada pemilik usaha dan didasarkan pada pengalaman praktis. Kendala utama yang dihadapi meliputi fluktuasi penjualan akibat ketergantungan pada pasar mahasiswa, kenaikan harga bahan baku, biaya operasional tetap yang tinggi, serta keterbatasan diversifikasi pemasaran digital.

Meskipun demikian, penerapan sistem POS digital, strategi produksi harian dengan stok minimum, serta pemasaran hybrid online-offline terbukti membantu menjaga keberlangsungan usaha dan meningkatkan profitabilitas hingga 20-30% dalam kondisi normal.

Implikasi

Implikasi praktis dari penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM kuliner serupa perlu memperkuat sistem pengambilan keputusan berbasis data, memperluas kanal pemasaran digital, serta melakukan diversifikasi segmen pasar untuk mengurangi ketergantungan pada

satu kelompok konsumen. Selain itu, pencatatan keuangan yang lebih terstruktur dan evaluasi kinerja secara sistematis dapat membantu meningkatkan efisiensi operasional.

Secara akademis, penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian pengambilan keputusan UMKM pasca-pandemi, khususnya dalam konteks usaha kuliner berbasis komunitas kampus. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengombinasikan pendekatan kualitatif dan kuantitatif agar memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai kinerja dan keberlanjutan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Alif Nur Kholifah, & Chantika Trie Andini. (2024). PERAN UMKM TERHADAP PEREKONOMIAN DI INDONESIA. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 459-466.
- Astari Widianingsih, Raka Haryadi, Shefi Anggeriani, Angelina Airawadhi Capni, & Ujang Suherman. (2025). Analisis Pengambilan Keputusan Keuangan dan Pengaruhnya Terhadap Pertumbuhan UMKM Cibay di Kabupaten Karawang. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1).
- Aprieni, Farida Ratna Meilantika, Latriana Sihotang, & Febrina Vidya Rachma S. (2024). UMKM Memiliki Peran Penting Dalam Perekonomian Indonesia. *JURNAL EKONOMI BISNIS DAN MANAJEMEN*, 2(4), 188-193. <https://doi.org/10.59024/jise.v2i4.976>
- Ekonomi, J. K., Bisnis, D., Manajemen, M. M., & Jakarta, P. (2021). Oikos-Nomos: STRATEGI UMKM DALAM MENGHADAPI DIGITALISASI Gisheilla Evangeulista 1) Alferina Agustin 2) Guntur Pramana Edy Putra 3) Destiana Tunggal Pramesti 4) Harries Madiistriyatno 5) 1)2)3)4). *Jurnal Oikos-Nomos*, 16, 2023.
- Fitri Nurul Aftitah, Jacinda Labana, Kalimatun Hasanah, & Nur Lailul Hadi. (2025). Pengaruh UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Pada Tahun 2023. *JKPIM:Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 3(1), 32-43.
- Hapsawati Taan. (2021). PERAN RISET PEMASARAN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN MANAJEMEN. 11(2).
- Nadia Husnaningtyas. (2025). Kontribusi Kepatuhan Pajak Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Terhadap Produk Domestik Bruto (PDB): Tinjauan Literatur Sistematis. *Jurnal Audit & Perpajakan*, 5, 31-47. <https://doi.org/doi.org/jap.v5n1.5908>