

ANALISIS MANAJEMEMEN OPERASIONAL DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PRODUK PADA USAHA ES CENDOL SEBELUM DAN SETELAH PANDEMIC COVID-19: STUDI KASUS ES CENDOL SAGU TAWARO

Nur Fadilah Ayu Sandira¹, Nulthazam Sarah², A. Reski Almaida Dg Macenning³, Sri Astuti Nasir⁴, Indri Iswardhani⁵

^{1,2,3,4,5}Program Studi Manajemen, Universitas Negeri Makassar

nur.fadhilah.ayu@unm.ac.id, nulthazam.sarah@unm.ac.id, reski.almaida@unm.ac.id,
sri.astuti.nasir@unm.ac.id, indri.iswardhani@unm.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi manajemen operasional dalam meningkatkan kualitas produk sebelum dan sesudah pandemi, serta menganalisis bagaimana kebijakan tersebut membantu usaha bertahan di masa sulit. Objek penelitian ini adalah usaha UKM Es Cendol Sagu Tawaro, dengan menggunakan metode kualitatif yang dianalisis berdasarkan teori manajemen operasional. Hasil analisis menunjukkan bahwa Es Cendol Sagu Tawaro terus berinovasi agar dapat beradaptasi dan Menyusun atau merancang kebijakan dalam manajemen operasionalnya untuk mengikuti perkembangan pasar dan ekonomi, sehingga perusahaan ini dapat bertahan walau menghadapi tantangan akibat Covid-19.

Kata Kunci: Manajemen Operasional, Kualitas Produk, Pandemi

Article History

Received: November 2024

Reviewed: November 2024

Published: November 2024

Plagiarism Checker No 223

DOI : Prefix DOI :

10.8734/Musytari.v1i2.365

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/)

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang kaya akan sumber daya alam dan memiliki keahlian dalam pengolahan makanan serta kerajinan. Indonesia memiliki banyak bisnis baik dibidang kuliner, fashion, perdagangan, jasa, dan lain sebagainya. Indonesia berkomitmen untuk mengembangkan dan memajukan produk-produk khasnya, terutama di sektor makanan dan minuman. Dapat dilihat dari UKMINDONESIA.ID industri makanan dan minuman tumbuh positif setelah pandemi covid berakhir. Pada kuartal I-2021 pertumbuhan industri ini mencapai 2.45% salah satu tertinggi di sektor industri. Dan untuk pertumbuhan sektor makanan dan minuman semester I-2022 sebesar 3.71%.

Indonesia berkomitmen untuk mengembangkan dan memajukan produk-produk makanan dan minuman yang khas Nusantara. Produk-produk ini dikelola dengan baik oleh industri di seluruh negeri. Selain itu, masyarakat Indonesia juga aktif dalam memproduksi berbagai olahan makanan dan minuman khas dengan inovasi dan kreasi yang beragam, namun tetap menjaga keaslian dan cita rasa khas. Khususnya di Makassar Sulawesi Selatan Salah satu contoh pangan olahan yang banyak disukai masyarakat yaitu es cendol. Es cendol adalah salah satu minuman tradisional yang terbuat dari tepung beras yang yang diberi warna, kemudian dicetak dengan cetakan khusus dan disajikan dengan santan, gula merah cair, dan es parut. Minuman ini sangat disukai seluruh kalangan masyarakat karena rasanya yang segar dan nikmat. Es cendol banyak dijual oleh para pedagang kaki lima baik di tempat wisata, pasar, maupun di pinggir jalan. Cendol memiliki tekstur kenyal dan biasanya berwarna hijau

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Persaingan yang semakin sengit dari

kompetitor mengharuskan para pelaku usaha UKM untuk terus memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berupaya untuk memenuhi harapan mereka (Massa et al., 2022). Maka dari itu pelaku UKM dituntut untuk terus berinovasi dan berkreasi untuk produknya agar menarik para konsumen. Permintaan yang menurun akibat dari pandemi Covid-19 menghambat proses produksi sehingga menjadi tidak stabil dari berbagai usaha, memaksa banyak pelaku usaha untuk menutup usahanya karena tidak mampu menutupi dan menanggung biaya produksi serta menggaji karyawan. Selain itu, pelaksanaan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) juga menghambat distribusi bahan baku. Oleh karena itu, selama masa pandemi diperlukan strategi untuk menerapkan manajemen operasional yang optimal. Salah satu langkah yang diambil oleh pelaku usaha UKM adalah dengan meningkatkan kualitas produk. Kualitas produk adalah persyaratan penting untuk memenuhi kebutuhan dan memuaskan keinginan konsumen. Saat ini, konsumen dihadapkan banyak pilihan dan konsumen sangat selektif dalam mengambil keputusan pembelian. Oleh karena itu, kualitas produk berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen (Annisa & Hasoloan, 2021).

Usaha UKM Es Cendol Sagu Tawaro ini pada awalnya beroperasi dengan berkeliling di sekitar wilayah Alauddin, salah satu jalan terbesar di Makassar dan mendatangi sekolah-sekolah. Lokasi ini dipilih karena pasar utamanya adalah para peserta didik yang suka dan membutuhkan penyegaran di tengah atau setelah jam sekolah. Selama empat tahun pertama, usaha ini mengandalkan penjualan langsung di lokasi yang memiliki tingkat kunjungan tinggi seperti sekolah. Pada tahun 2014, Es Cendol Sagu Tawaro mengambil langkah strategis dengan menetap di depan kampus Universitas Muhammadiyah Makassar. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada potensi pasar yang lebih besar dan kestabilan operasional yang lebih terjamin. Lokasi yang dekat dengan kampus memungkinkan mereka untuk menjangkau mahasiswa dan dosen sebagai pelanggan tetap, selain juga masyarakat umum yang berada di sekitar area tersebut.

Produk utama dari Es Cendol Sagu Tawaro adalah es cendol yang dibuat dari sagu tawaro, sebuah bahan lokal yang memberikan tekstur unik dan rasa yang khas dibandingkan dengan cendol yang biasanya dibuat dari tepung beras atau tepung hunkwe. Ini menjadi poin diferensiasi penting yang membedakan Es Cendol Sagu Tawaro dari pesaingnya.

Dengan meningkatkan kualitas produk, maka kepuasan konsumen dapat tercapai (Budiarno et al., 2022). Pandemi Covid-19 ini memiliki dampak yakni banyak pelaku usaha UKM Es Cendol Sagu Tawaro mengalami kerugian khususnya dalam aktivitas operasional, yang membuat produktivitas menurun sehingga usaha UKM ini mengalami kerugian. Oleh karena itu, Manajemen operasional memiliki peran yang sangat penting dalam memastikan kualitas produk dan prosedur aktivitas operasional. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan yang dialami oleh usaha UKM Es Cendol Sagu Tawaro sebelum dan setelah pandemi Covid-19 serta apa strategi yang diambil oleh pelaku usaha UKM Es Cendol Sagu Tawaro untuk mengatasi masalah tersebut melalui penerapan strategi peningkatan kualitas produk pada Es Cendol Sagu Tawaro.

KAJIAN PUSTAKA

Manajemen Operasional

Menurut Friska et al, (2020), Manajemen operasional merupakan suatu upaya untuk mendorong peningkatan produktivitas dalam organisasi yang terdiri dari empat fase, yakni: (1) Proses, (2) Layanan, (3) Strategi, dan (4) Manajemen. Manajemen operasi adalah ilmu yang memungkinkan bisnis mengelola kegiatan produksinya dan menghadapi berbagai tantangan yang ada (Nurila, 2022). Fatah dan Jamil (2022) menyatakan bahwa manajemen operasi mencakup langkah-langkah yang diambil untuk membuat nilai produk meningkat dengan tujuan mengoptimalkan keuntungan suatu bisnis.

UMKM

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM adalah usaha produktif milik orang perorangan

atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria UMKM sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia.

Produk

Menurut Kotler (2005:49) Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/ tersirat.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian untuk memahami fenomena-fenomena manusia atau sosial dengan menciptakan gambaran yang menyeluruh dan kompleks yang dapat disajikan dengan kata-kata (Fadli, 2021)

Subjek penelitian ini adalah pelaku UKM Es Cendol Sagu Tawaro yang bertempat di Jl Alauddin di depan Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar, Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Penelitian ini mengumpulkan data dengan Teknik interview (wawancara), observasi, dan studi literatur.

Aktivitas Operasional Es Cendol Sagu Tawaro

1. Manajemen Persediaan Produk

Pengelolaan persediaan barang yang efektif dan efisien, memungkinkan usaha ini untuk mengoptimalkan stok bahan baku dan memastikan bahwa produk selalu tersedia untuk konsumen. Es cendol sagu tawaro memastikan memiliki persediaan yang cukup untuk memenuhi permintaan konsumen dengan tetap mengoptimalkan ketersediaan produk.

2. Manajemen Distribusi

Usaha UKM Es Cendol Sagu Tawaro memastikan bahwa semua produk didistribusi dengan baik dan memiliki ketersediaan produk setiap hari. Mengingat usahanya yang terletak di lokasi strategis di pusat kota Makassar dan dekat dengan kampus Universitas Muhammadiyah Makassar, usaha ini mengimplementasikan beberapa strategi distribusi yang efektif untuk memenuhi permintaan yang tinggi, khususnya dari kalangan mahasiswa dan mahasiswa dan pengunjung sekitar.

3. Manajemen Karyawan

Usaha Es Cendol Sagu Tawaro mempekerjakan dua karyawan yang telah terlatih dengan baik. Salah satu syarat untuk menjadi karyawan pada usaha ini adalah mempunyai pengetahuan mengenai produk yang dijual, seperti kualitas dan persediaan produk. Selain itu, para karyawan juga harus memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen

4. Jam Kerja dan Jam Operasional

Usaha Es Cendol Sagu Tawaro memiliki 2 karyawan yang memiliki 2 shift kerja yakni pada karyawan pertama mulai dari jam 8 pagi hingga 1 siang waktu Indonesia tengah dan karyawan kedua mulai dari jam 1 siang hingga 6 petang waktu Indonesia tengah. Usaha ini beroperasi 5 hari dalam satu minggu yakni dari hari senin hingga hari jumat.

5. Store Manajemen

Fokus utama dalam pengelolaan UKM Es Cendol Sagu Tawaro adalah pengendalian operasional untuk memastikan efisiensi dan efektivitas dalam menjalankan perusahaan.

6. Manajemen Keuangan

Es Cendol Sagu Tawaro memiliki arus kas yang teratur dan stabil. Usaha ini menerapkan sistem pelaporan keuangan yang akurat, memungkinkan mereka untuk melakukan evaluasi kinerja dan membuat keputusan bisnis yang tepat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Permasalahan Operasional Es Cendol Sagu Tawaro sebelum Covid-19 dan selama pandemic Covid-19

Sebelum pandemi, fokus utama permasalahan operasional Es Cendol Sagu Tawaro adalah pengelolaan biaya, manajemen rantai pasokan, pengelolaan stok, dan peningkatan efisiensi. Pada saat pandemi usaha ini mengalami berbagai tantangan yang memengaruhi kelangsungan usaha mereka. Dengan berkurangnya jumlah mahasiswa dan pengunjung kampus akibat pembatasan sosial, usaha ini beralih ke layanan pengiriman dan penjualan melalui platform

online untuk menjangkau konsumen di rumah.

Di tengah pandemi, banyak bisnis, termasuk Es Cendol Sagu Tawaro, menghadapi tantangan besar dalam memastikan keamanan dan sterilisasi produk agar tidak terjadi penyebaran virus. Untuk mengatasi hal ini, Es Cendol Sagu Tawaro mengambil langkah-langkah proaktif guna memastikan seluruh proses operasional, mulai dari penyediaan bahan baku hingga distribusi, dapat berlangsung dengan aman dan steril.

Es Cendol Sagu Tawaro menyadari potensi risiko yang timbul akibat ketergantungan pada satu pemasok untuk bahan baku utama mereka. Sebagai solusinya, mereka mulai bekerja sama dengan berbagai pemasok lokal untuk memperoleh bahan baku seperti sagu, gula merah, dan santan. Langkah ini tidak hanya mengurangi kemungkinan kekurangan pasokan, tetapi juga meningkatkan keamanan bahan baku, karena seluruh pemasok harus memenuhi standar kebersihan dan sterilisasi yang ketat sesuai dengan protokol kesehatan yang baru.

Dalam proses produksinya.

Es Cendol Sagu Tawaro menerapkan protokol kebersihan yang sangat ketat. Selain itu, semua peralatan produksi, termasuk wadah, disterilkan secara rutin dengan menggunakan desinfektan yang aman untuk konsumsi makanan. Semua upaya ini turut memberikan tekanan finansial pada usaha Es Cendol Sagu Tawaro selama pandemi. Menghadapi berbagai tantangan tersebut, perusahaan harus beradaptasi dan mencari solusi inovatif agar bisnisnya tetap bertahan di tengah situasi yang penuh kesulitan.

Perbandingan Rasio Aktivitas Sebelum Covid-19 dan Setelah Pandemic Covid-19

Project Management

Selama pandemi, Es Cendol Sagu Tawaro perlu menyesuaikan strategi operasionalnya dengan situasi baru. Dengan penurunan signifikan jumlah mahasiswa dan pengunjung kampus akibat pembatasan sosial, usaha ini beralih ke layanan pengiriman dan penjualan melalui platform online untuk menjangkau konsumen yang tetap di rumah. Sebagai respons, mereka mengambil langkah inovatif dengan memperbarui kemasan produk mereka. Yang sebelumnya menggunakan plastik biasa, kini mereka beralih ke penggunaan cup plastik yang lebih menarik. Langkah ini merupakan bagian dari upaya untuk menarik perhatian pelanggan dan membedakan produk mereka di tengah perubahan kondisi pasar.

Forecasting Management

Selama pandemi, Es Cendol Sagu Tawaro terus berinovasi dan berhasil mengidentifikasi kebutuhan pasar, yang membantu mereka untuk bertahan dengan produk-produk yang mereka tawarkan. Keberhasilan ini tercermin dalam peningkatan penjualan yang mereka raih setelah pandemi berakhir.

Supply Chain Management

Selama puncak pandemi Covid-19, Es Cendol Sagu Tawaro memfokuskan perhatian pada pengendalian rantai pasok untuk memastikan konsumen tetap dapat memenuhi kebutuhannya. Perusahaan ini menerapkan strategi untuk menjaga kelangsungan usahanya dengan tidak bergantung pada satu pemasok bahan baku saja, sehingga mengurangi risiko di tengah tingginya angka penularan virus. Selain itu, mereka juga mengambil langkah-langkah yang tepat sesuai dengan kondisi saat itu. Menurut Suharto (2013), salah satu strategi yang dapat diterapkan perusahaan untuk memenangkan persaingan di pasar adalah inovasi produk (product innovation), yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap permintaan pasar yang besar guna menghasilkan produk yang dibutuhkan oleh konsumen.

KESIMPULAN

UKM Es Cendol Sagu Tawaro telah berhasil bertahan dalam menghadapi berbagai tantangan dari masa pandemi dengan mengimplementasikan berbagai strategi manajemen operasional dalam menjalankan kegiatan usahanya. Hal ini terbukti dari pengetahuan yang baik mengenai teori manajemen operasional yang mereka terapkan. Sebagai hasilnya, mereka dapat menyelesaikan aktivitas operasional dengan baik. Selain itu, UKM ini mampu mengatasi berbagai masalah dan tantangan serta mendapatkan solusi yang tepat selama periode sebelum

dan setelah pandemi, dengan mengimplementasikan manajemen operasional yang efektif dan efisien. Keberhasilan ini tercermin dari kembalinya stabilitas usaha mereka setelah melewati masa-masa sulit, di mana mereka tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga menyesuaikan strategi untuk menghadapi tantangan pasar dan memperkuat posisi mereka di industri.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, I. A. (2021). Buku Ajar Manajemen Operasi (M. T. Multazam & M. D. K. Wardana, eds). Sidoarjo: UMSIDA Press.
- Annisa, A., & Hasoloan, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret. *Jurnal Bisnis Corporate*, 6(1), 51-60.
- Budi, A. S., & Handayani, W. (2022). Strategi Proses Bisnis Pada Startup Jasa Digital Marketing Agency. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 6(1), 128-140. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v6i1.870>
- Budiarno, B., Udayana, I. B. N., & Lukitaningsih, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(02), 226-233. <https://doi.org/10.25134/equi.v19i02.4531>
- Budiarto, R., Putero, S. H., Suyatna, H., Astuti, P., Saptoadi, H., Ridwan, M. M., & Susilo, B. (2018). *Pengembangan UMKM antara konseptual dan pengalaman praktis*. Ugm Press.
- Cuandra, F., Wolvinson, A., Rangkuti, P. W., & Michelle, V. (2022). Analisis Fungsi Manajemen Operasional Pada Perusahaan PT. Phillips. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 355-360.
- Fahik, Y. I., Nursiani, N. P., & Fanggidae, R. P. (2021). Analisis Layout Proses Produksi Pada Perusahaan Air Minum Dalam Kemasan CV. Matahari Di Kabupaten Belu Production Process Layout Analysis in Packaging Mineral Water. *SKRIPSI Universitas Nusa Cendana Kupang*, 79-94.
- Fatah, K. A., & Jamil, M. (2022). PKM Implementasi Sistem Informasi Web Mobile pada Peminjaman Kendaraan Operasional. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(1).
- Friska, H., Komariah, K., & Jhoansyah, D. (2020). Penerapan Model Product Layout pada Layout Produksi PD HM Kue Pia. *Journal of Business, Management and Accounting*, 1(2). <https://doi.org/doi.org/10.31539/budgeting.v1i2.798>
- Harto, M. W., Ganif, D., & Restu, H. (2021). Analisis Perencanaan Supply Chain Management (Scm) Pada Pt. Kylo Kopi Indonesia. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(6), 795-806. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i6.653>
- Hasan, G., Wistiasari, D., Hasvia, T. G., De Utami, N. A., & Aulia, G. (2023). Analisis Penerapan Manajemen Operasional: Managing Quality pada Indomaret. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1), 401-410.
- Hotimah, R. A. D. N., & Andarini, S. (2023). Peningkatan promosi produk UMKM Es Cendol Suegermelalui penciptaan foto katalog. *Nanggroe: Jurnal Pengabdian Cendikia*, 2(4). Jakarta: Indeks
- Julaeha, L. S., & Yustriana. (2023). Design of goods and services in developing business. *Jurnal Ekonomika* 45, 10(1), 1-8.
- Kadir, S., & Kes, M. (2022). *Kuliner Bergizi Berbasis Budaya*. Absolute Media.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid II. Edisi Kesebelas. Alih Bahasa Benyamin Molan.
- Kristanto, H., Tamsi, & Cuandra, F. (2022). Penerapan Manajemen Operasional dalam Meningkatkan Kinerja di Apple, Inc. *YUME: Journal of Management*, 5(3), 84-96. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.457>
- Kumala, N. S., & Widyarti, M. T. H. (2020). Pengaruh Penerapan Total Quality Management Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Sistem Pengukuran Kinerja Sebagai Variabel Moderasi Pada Cv Mutiara Abadi Semarang. *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan (AKUNBISNIS)*, 3(1), 01. <https://doi.org/10.32497/akunbisnis.v3i1.1965>

- Massa, L. E., Tumbel, A. L., & Jorie, R. J. (2022). Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan pada Minimarket Indomaret dan Alfamart di Wilayah Maumbi Minahasa Utara. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 49-58.
- Nasarudin, S. P. I., Zulkifli, M. P., Erningsih, S., Hasanuddin, S. P., Yulastri, W., Husnita, L., & PdE, M. (2017). Inovasi Pendidikan.
- Nurila, W. (2022). Descriptive Analysis on Product Design of PT. Yakult Malaysia (Case Study: STIE Student Sutaatmadja Subang). *Diskursus Ilmu Manajemen STIESA (Dimensia)*, 18(1), 1-8.
- Sandira, N. F. A., Kadir, A. R., & Baumassepe, A. N. (2023, June). Pengaruh Servicescape, Brand Image, dan Product Mix terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Pada Fore Coffee di Kota Makassar. In *Management Dynamics Conference 8* (Vol. 8, No. 1, pp. 535-547).
- Zulkarnaen, W., Fitriani, I. dewi, & Yuningsih, N. (2020). Pengembangan Supply Chain Management Dalam Pengelolaan Distribusi Logistik Pemilu Yang Lebih Tepat Jenis, TepatJumlah Dan Tepat Waktu Berbasis Human Ilmiah MEA (*Manajemen*, 4(June), 222-243).