

ANALISIS ASPEK PEMASARAN, SUMBER DAYA MANUSIA, DAN PRODUKSI PADA UMKM DIMSUM 86 PUJASERA SALATIGA

¹Dwi Nurrahmawati , ²Diana Wulandari , ³Tea Martina Laores, ⁴Mokhamad Khukaim Barkhowa
¹²³⁴Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMA Salatiga
Email: ¹2022105007@student.stieama.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilakukan karena adanya perbedaan antara citra positif dari Dimsum 86 Pujasera Salatiga yang mendapatkan respons baik dari pelanggan dengan beberapa masalah operasional yang masih terdapat dalam pelayanan dan pengelolaan bisnis tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagian pemasaran, tenaga kerja, dan proses produksi di Dimsum 86 Pujasera Salatiga, serta memberikan saran-saran perbaikan yang bisa membantu meningkatkan kemajuan usaha tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, di mana data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan pengecekan dokumen. Pengujian kebenaran data dilakukan dengan menggunakan metode triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Penelitian menunjukkan bahwa aspek pemasaran didukung oleh kualitas produk yang tetap baik, harga yang murah, dan penggunaan media sosial sebagai cara untuk iklan. Aspek sumber daya manusia menunjukkan adanya tugas yang dibagi dengan jelas, kemampuan dalam melayani pelanggan yang baik, serta komunikasi yang berjalan lancar dengan konsumen. Sementara itu, aspek produksi didukung dengan penerapan sistem *First In First Out*, menjaga kebersihan area produksi, serta mengikuti prosedur operasional standar dalam setiap tahap produksi. Implikasi manajerial yang bisa diterapkan adalah membuat program promosi penjualan, menyusun sistem penilaian dan penghargaan bagi karyawan, serta melakukan digitalisasi dalam mencatat persediaan barang untuk meningkatkan efektivitas dalam mengelola bisnis. Secara keseluruhan, Dimsum 86 Pujasera Salatiga memiliki kondisi pemasaran, sumber daya manusia, dan produksi yang cukup baik dan memiliki potensi untuk terus berkembang jika manajemen operasionalnya diperbaiki.

Kata kunci: pemasaran, sumber daya manusia, produksi, usaha kuliner.

Abstract

This research was conducted due to the discrepancy between the positive image of Dimsum 86 Pujasera Salatiga, which received a positive response from customers, and several operational issues that still exist in the service and management of the business. This study aims to analyze the marketing, workforce, and production processes at the Dimsum 86 Pujasera Salatiga, as well as provide suggestions for improvements that can help improve the progress of the business. This research uses a descriptive qualitative approach, where data is collected through interviews, observations, and document checking. Data accuracy is tested using source triangulation and technical triangulation methods. The research shows that the marketing aspect is supported by consistent good product quality, low prices, and the use of social media as a means of advertising. The human resources aspect shows the existence of clearly divided tasks, the ability to provide good customer service, and smooth communication with consumers. Meanwhile, the production aspect is supported by the implementation of the First In First Out system, maintaining the cleanliness of the production area, and following standard operating procedures in every stage of production. Potential managerial implications include creating a sales promotion program, developing an employee assessment and reward system, and digitizing inventory records to improve business management effectiveness. Overall, Dimsum 86 Pujasera Salatiga has a relatively good marketing, human resource, and production environment and has the potential for continued growth if operational management is improved.

Keywords: marketing, human resources, production, culinary business

A. PENDAHULUAN

Sektor Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran utama dalam struktur ekonomi Indonesia, dengan representasi mencapai 99% dari total unit usaha dan berkontribusi sebesar 60,51% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Kondisi ini juga terlihat pada tingkat daerah seperti di Kota Salatiga, dimana pada tahun 2025 terdapat 26.601 unit usaha UMKM yang berfungsi sebagai penggerak ekonomi daerah. Berdasarkan kerangka regulasi, UMKM didefinisikan sebagai entitas usaha mandiri yang diklasifikasikan menurut skala usaha dan kepemilikan. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) mengategorikan usaha kecil memiliki 5-19 karyawan dan usaha menengah memiliki 20-99 karyawan (Yolanda & Hasanah, 2024). Standarisasi klasifikasi menjadi penting bagi pemangku kepentingan dalam merumuskan kebijakan pembangunan usaha yang berkelanjutan.

Dimsum 86 Pujasera merupakan usaha kuliner asal Kota Salatiga yang didirikan oleh Ibu Indah Sumarni pada tahun 2011. Usaha ini menawarkan pilihan menu dimsum ayam yang variatif dengan harga yang terjangkau mulai dari Rp5.000 hingga Rp300.000 sehingga dapat menjangkau berbagai segmen pasar. Kualitas dan aspek legalitas produk telah terjamin melalui kepemilikan sertifikasi halal resmi yang terdaftar di Balatkop UMKM Provinsi Jawa Tengah. Untuk mendukung aksesibilitas konsumen, Dimsum 86 Pujasera menerapkan strategi pemasaran digital yang aktif melalui *platform* media sosial dan layanan pemesanan *online* seperti *WhatsApp* dan *Go-Food*.

Meskipun memiliki potensi pertumbuhan yang positif dengan *rating* 4,8 dari 132 ulasan di *Google Review*, Dimsum 86 Pujasera menghadapi tantangan operasional berupa ketidakkonsistenan kualitas dan pelayanan yang belum optimal. Salah satu ulasan dari konsumen berinisial RAL menjelaskan aspek produksi, pelayanan, dan kebersihan dengan menyatakan “*Dimsumnya tidak panas, pelayanan tidak senyum sama sekaliii... tempatnya bau anyiir.*” Permasalahan tersebut berasal dari kondisi internal usaha, khususnya pada peningkatan pelayanan, kebersihan tempat usaha yang dapat menjadi hambatan dalam standarisasi operasional harian. Keadaan tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan konsumen dengan realitas pelayanan, sehingga diperlukan analisis terhadap aspek pemasaran, sumber daya manusia, dan produksi untuk mengidentifikasi permasalahan serta peluang perbaikan yang dapat meningkatkan kualitas usaha.

Permasalahan pada aspek pemasaran Dimsum 86 Pujasera berkaitan dengan memenuhi harapan konsumen terhadap produk, harga, dan layanan. Sejalan dengan penelitian (Maimunah, 2019), ketiga faktor tersebut merupakan penentu utama kepuasan dan loyalitas. Keluhan konsumen mengenai tidak adanya promo, respons pelayanan yang lambat, serta kondisi produk dan fasilitas kurang optimal menunjukkan perlunya mengatur ulang strategi pemasaran untuk memperbaiki pengalaman konsumen secara menyeluruh.

Selain aspek pemasaran, aspek sumber daya manusia (SDM) juga memiliki peran penting dalam menentukan kualitas pelayanan akhir kepada konsumen. Kompetensi dan sikap karyawan memiliki pengaruh langsung terhadap kinerja UMKM dan tingkat kepuasan konsumen (Eka et al., 2022). Namun, keluhan pada *Google Review* oleh konsumen berinisial ZD menyatakan mengenai keterlambatan penyajian yang menunjukkan adanya masalah profesionalisme dan kesiapan karyawan di lapangan. Oleh karena itu, diperlukan program pelatihan intensif dan evaluasi kinerja berkala agar standar pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan konsumen.

Selanjutnya dari aspek produksi, kualitas bahan baku dan efektivitas proses pengolahan menjadi penentu utama mutu produk. Menurut (Syahroni & Noviardy, 2025), tata kelola

produksi mencakup perencanaan, pengendalian, dan evaluasi proses produksi untuk memastikan produk yang dihasilkan berkualitas dan sesuai standar. Berdasarkan ulasan *Google Review* dari konsumen berinisial SO, ditemukan keluhan bahwa daging dimsum tidak bersih karena masih terasa ada tulangnya, yang menunjukkan adanya kelemahan pada tahap pengolahan bahan. Jadi, penguatan pengendalian kualitas pada pemilihan bahan baku sangat diperlukan agar produk yang dihasilkan lebih higienis dan memuaskan.

Penelitian ini lebih difokuskan pada tiga aspek, yaitu pemasaran, sumber daya manusia, dan produksi, karena ketiga aspek tersebut adalah faktor utama yang secara langsung memengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen. Selain itu, ketiga aspek tersebut menjadi bagian penting dalam operasional usaha yang menentukan kualitas produk dan pelayanan yang diterima konsumen. Aspek pemasaran berperan dalam pembentukan citra melalui harga dan promosi, aspek sumber daya manusia dalam penyediaan pelayanan optimal dan aspek produksi dalam standarisasi mutu produk. Keterkaitan antara ketiga aspek tersebut menjadi penentu keberhasilan efektivitas operasional usaha. Oleh karena itu, pengkajian mendalam terhadap ketiga aspek tersebut diperlukan untuk mengidentifikasi hambatan sekaligus merumuskan solusi yang tepat.

Urgensi penelitian ini didasari karena adanya kesenjangan nyata antara harapan konsumen dan realitas pelayanan yang terlihat dalam berbagai ulasan di media sosial. Kegagalan dalam menangani masalah pemasaran, SDM dan produksi berisiko menurunkan loyalitas konsumen dan mengganggu keberlangsungan usaha. Selain itu, ketatnya persaingan UMKM di bidang kuliner, peningkatan kualitas produk dan layanan menjadi suatu keharusan untuk tetap kompetitif di pasar. Melalui penelitian ini, diharapkan memberikan gambaran yang jelas mengenai permasalahan yang ada dan menjadi dasar dalam pengambilan keputusan strategis bagi usaha Dimsum 86 Pujasera.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis aspek pemasaran, sumber daya manusia (SDM), dan produksi pada UMKM Dimsum 86 Pujasera Salatiga. Selanjutnya, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai tantangan operasional pada masing-masing aspek tersebut. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan merumuskan langkah perbaikan yang aplikatif guna meningkatkan kualitas pelayanan, mutu produk dan keberlanjutan usaha.

B. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memperoleh gambaran yang mendalam mengenai kondisi UMKM Dimsum 86 Pujasera Salatiga. Pendekatan ini digunakan untuk memahami fenomena yang terjadi di lapangan, terutama dari aspek pemasaran, sumber daya manusia (SDM), dan produksi. Melalui pendekatan ini, diharapkan kondisi nyata usaha dapat terdokumentasi secara objektif dan akurat.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data tersebut diperoleh melalui wawancara dengan karyawan dan konsumen, observasi di lokasi usaha, serta dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan terbuka untuk mendapatkan informasi terkait strategi pemasaran, pembagian tugas karyawan, proses produksi hingga kendala operasional yang dihadapi. Selanjutnya, observasi lokasi dilakukan dengan melihat langsung proses pembuatan produk, kebersihan area kerja, dan kualitas pelayanan kepada konsumen. Dokumentasi penelitian digunakan sebagai data pendukung berupa hasil observasi, wawancara, media promosi usaha, dan ulasan konsumen terkait operasional Dimsum 86 Pujasera Salatiga.

Untuk meningkatkan keabsahan data, penelitian ini menggunakan triangulasi teknik dan triangulasi sumber. Triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sementara itu, triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari karyawan dan konsumen sehingga data yang diperoleh dapat diuji kebenaran dan konsistensinya.

Fokus penelitian ini yaitu menganalisis tiga aspek utama, yaitu aspek pemasaran, manajemen sumber daya manusia (SDM), dan proses produksi. Pada aspek pemasaran, indikator yang dianalisis meliputi kualitas produk, penetapan harga, promosi dan pelayanan kepada konsumen. Pada aspek SDM, indikator yang dianalisis yaitu kualitas SDM, pengembangan SDM, dan pelayanan kepada konsumen. Sedangkan aspek produksi, indikator yang dianalisis adalah kualitas bahan baku, penggunaan teknologi/peralatan, serta proses produksi untuk menjamin kebersihan, konsistensi rasa dan mutu dimsum yang dihasilkan.

Data yang terkumpul kemudian diolah melalui tahap pemilahan informasi (reduksi data), penyajian data secara sistematis, dan penarikan kesimpulan. Analisis difokuskan pada pengkajian aspek pemasaran, sumber daya manusia, dan produksi untuk mengidentifikasi kondisi usaha, berbagai kendala yang dihadapi, serta peluang perbaikan yang dapat mendukung pengembangan usaha. Hasil akhir dari penelitian ini berupa temuan penelitian dan rekomendasi manajerial yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas usaha.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Aspek Pemasaran

Analisis aspek pemasaran dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi di lapangan, serta dokumentasi media sosial dari usaha Dimsum 86. Fokus utama analisis ini meliputi mutu produk, strategi penentuan harga, promosi, dan interaksi dengan para konsumen. Berdasarkan observasi yang dilakukan, Dimsum 86 menarik perhatian konsumen berkat kualitas produk yang selalu terjaga, kemasan yang bersih, dan layanan yang cepat tanggap terhadap pelanggan.

Hasil wawancara dengan konsumen menunjukkan bahwa mutu produk adalah faktor utama yang mendorong konsumen untuk membeli kembali. Salah satu responden mengungkapkan: “Dimsum ini berbeda karena isinya banyak daging dan tetap hangat saat sampai. Rasanya juga stabil” (Informan Konsumen 1). Observasi juga menegaskan bahwa produk dikemas dengan baik dalam kemasan tertutup sehingga menjaga mutu dan kebersihan saat diterima oleh konsumen. Selain itu, dokumentasi ulasan konsumen menunjukkan bahwa kualitas rasa dan ukuran produk menjadi alasan utama konsumen melakukan pembelian ulang. Hasil tersebut menunjukkan adanya kesesuaian antara data wawancara, observasi, dan dokumentasi yang diperoleh. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk sangat penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dalam hal penentuan harga, mayoritas konsumen berpendapat bahwa harga produk masih dianggap wajar dibandingkan dengan kualitas yang ditawarkan. Salah satu konsumen mengungkapkan: “Harga Rp5.000 per buah masih terjangkau jika dibandingkan dengan ukuran dan rasa yang didapat” (Informan Konsumen 2). Hasil temuan ini menunjukkan bahwa strategi harga yang diterapkan oleh Dimsum 86 berhasil menciptakan persepsi nilai yang baik bagi konsumen. Konsumen merasa bahwa harga yang mereka bayar sebanding dengan kualitas produk yang mereka terima, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas.

Mengenai promosi, wawancara dengan pemilik usaha mengungkapkan bahwa pemasaran dilakukan secara digital melalui platform seperti Instagram, *Facebook*, dan *WhatsApp*. Pemilik usaha menyatakan: “Promosi paling efektif dilakukan lewat Instagram dan *WhatsApp* karena bisa menjangkau pelanggan lebih cepat” (Karyawan 1). Observasi menunjukkan bahwa media sosial digunakan untuk membagikan foto produk, informasi menu, dan testimoni dari pelanggan. Dokumentasi akun media sosial Dimsum 86 juga menunjukkan adanya aktivitas promosi yang dilakukan secara rutin untuk memperkenalkan produk kepada konsumen. Namun, usaha ini belum menerapkan strategi promosi penjualan seperti diskon, *cashback*, atau paket *bundling* secara teratur.

Dari temuan ini dapat disimpulkan bahwa keberhasilan pemasaran Dimsum 86 sangat dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga yang bersaing. Konsumen cenderung lebih memperhatikan rasa, kualitas bahan produk, dan kebersihan daripada promosi harga. Hal ini disebabkan oleh kecenderungan konsumen makanan siap saji yang lebih mementingkan kualitas produk untuk mendapatkan pengalaman yang memuaskan.

Penelitian ini membuktikan teori yang diajukan oleh (Maimunah, 2019) bahwa kualitas layanan, persepsi harga, dan rasa adalah faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dalam konteks Dimsum 86, teori tersebut diilustrasikan melalui konsistensi pada rasa dan pelayanan ramah yang meningkatkan loyalitas pelanggan.

Selain itu, hasil penelitian ini sejalan dengan temuan (Aisyah et al., 2025) yang menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital berdampak pada keputusan pembelian dalam sektor UMKM. Penggunaan media sosial oleh Dimsum 86 terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pasar serta mempermudah komunikasi dengan pelanggan.

Namun, hasil penelitian ini berbeda sedikit dari penelitian (Guntari et al., 2024) yang menekankan pentingnya promosi penjualan sebagai faktor utama dalam peningkatan pemasaran. Pada Dimsum 86, promosi dalam bentuk diskon belum sepenuhnya dioptimalkan, tetapi usaha ini tetap bisa menjaga pelanggan melalui kualitas produk dan harga yang pantas.

Berdasarkan hasil triangulasi wawancara, observasi, dan dokumentasi penelitian ini menemukan bahwa kekuatan utama pemasaran Dimsum 86 terletak pada kualitas produk yang konsisten, harga yang terjangkau, dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen lebih dipengaruhi oleh kualitas produk dan persepsi nilai dibandingkan program promosi harga. Sementara itu, kelemahan yang masih ditemukan yaitu mengenai belum adanya program promosi penjualan yang dilakukan secara berkala untuk menarik konsumen baru dan mempertahankan konsumen lama.

Implikasi manajerial yang dapat diterapkan adalah menyusun program promosi secara rutin, atau program konsumen tetap. Selain itu, pengelolaan media sosial perlu terus ditingkatkan melalui konten yang lebih interaktif, testimoni pelanggan, dan informasi produk yang lebih variatif agar mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan keterlibatan konsumen.

2. Aspek Sumber Daya Manusia

Analisis tentang sumber daya manusia dilakukan melalui wawancara dengan staf dan pengamatan mengenai pelayanan yang berlangsung di tempat usaha. Fokus analisis adalah pada kompetensi kerja, kemampuan dalam memberikan pelayanan, interaksi dengan pelanggan, serta peningkatan keterampilan para karyawan.

Hasil wawancara mengindikasikan bahwa staf Dimsum 86 merasa mampu menjalankan tugas harian dengan baik, berkat adanya pembagian tugas yang jelas dan lingkungan kerja yang kondusif. Seorang karyawan menjelaskan: “Tugas sudah dibagi dengan jelas, jadi lebih mudah untuk dilakukan dan tidak membingungkan” (Karyawan 1). Di samping itu, para karyawan juga menyatakan bahwa mereka mendapatkan pengalaman serta keterampilan baru selama bekerja di Dimsum 86. “Di awal memang belum terlalu mahir melayani pelanggan, tetapi setelah bekerja di sini jadi lebih cepat beradaptasi” (Karyawan 2).

Hasil observasi memperlihatkan bahwa karyawan dapat melayani pelanggan dengan cepat dan sikap yang ramah. Mereka juga tampak aktif menawarkan bantuan kepada pelanggan dan mampu menjawab pertanyaan dengan baik. Keadaan ini menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal menjadi salah satu keunggulan dalam pelayanan Dimsum 86.

Dalam aspek pelayanan, pelanggan memberikan umpan balik positif mengenai sikap pegawai. Salah seorang pelanggan mengungkapkan: “Servisnya ramah dan cepat, jadi merasa nyaman saat berbelanja” (Konsumen 3). Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kenyamanan konsumen saat bertransaksi. Sikap ramah dan responsif dari staf membantu menciptakan hubungan baik antara usaha dan konsumen. Hasil observasi tersebut juga didukung oleh dokumentasi ulasan konsumen yang menunjukkan bahwa keramahan dan kecepatan pelayanan menjadi salah satu alasan konsumen merasa puas terhadap pelayanan Dimsum 86. Dengan demikian, terdapat kesesuaian antara hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas sumber daya manusia tidak hanya ditentukan oleh kemampuan teknis, tetapi juga oleh sikap kerja dan komunikasi yang baik. Lingkungan kerja yang mendukung memudahkan karyawan untuk beradaptasi dan meningkatkan kemampuan dalam memberikan layanan.

Temuan ini mendukung teori (Eka et al., 2022) yang menyatakan bahwa kompetensi mencakup pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang berdampak langsung pada kinerja UMKM. Di Dimsum 86, kompetensi ini terlihat dari kemampuan karyawan dalam melaksanakan tugas operasional dan memberikan layanan kepada pelanggan.

Temuan dalam penelitian ini juga konsisten dengan studi yang dilakukan oleh (Hariroh et al., 2024), yang menjelaskan bahwa kompetensi sumber daya manusia berdampak positif pada peningkatan kinerja UMKM. Kecepatan dan ketepatan dalam memberikan layanan oleh karyawan Dimsum 86 menunjukkan bahwa kompetensi kerja merupakan faktor penting dalam menjaga mutu usaha. Selanjutnya, penelitian ini juga mendukung hasil penelitian (Ilham et al., 2025) yang menyinggung bahwa manajemen SDM melalui motivasi dan dukungan kerja dapat meningkatkan profesionalisme karyawan. Di Dimsum 86, suasana kerja yang mendukung membuat staf lebih percaya diri dalam melaksanakan tugas.

Berdasarkan hasil triangulasi wawancara, observasi, dan dokumentasi, penelitian ini menemukan bahwa kekuatan utama aspek sumber daya manusia pada Dimsum 86 terletak pada kemampuan karyawan dalam menjalankan tugas, sikap ramah dalam melayani konsumen, serta komunikasi yang baik. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan lebih banyak dipengaruhi oleh pembagian tugas yang jelas dan budaya

kerja yang mendukung dibandingkan dengan sistem pengawasan formal. Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa sistem evaluasi kinerja dan penghargaan untuk karyawan belum diterapkan secara formal. Hal ini berbeda dari sejumlah penelitian sebelumnya yang menyoroti betapa pentingnya sistem penghargaan untuk menjaga motivasi kerja dalam jangka panjang.

Implikasi manajerial yang dapat diterapkan yaitu pemilik usaha perlu menyusun sistem evaluasi kinerja secara berkala dengan indikator pelayanan yang jelas serta memberikan penghargaan kepada karyawan berprestasi, baik dalam bentuk insentif, bonus, ataupun apresiasi nonfinansial. Selain itu, pelatihan pelayanan dan komunikasi perlu dilakukan secara berkelanjutan untuk menjaga kualitas layanan yang telah menjadi salah satu keunggulan usaha.

3. Aspek Produksi

Analisis aspek produksi dilakukan melalui pemantauan proses produksi, wawancara dengan tim operasional, serta pengumpulan dokumen terkait kebersihan dan manajemen bahan baku. Fokus dari penelitian ini mencakup kualitas bahan baku, standar produksi, kebersihan alat, serta penerapan prosedur operasional standar (SOP).

Dari wawancara yang dilakukan, tim operasional menjelaskan bahwa pengelolaan bahan baku dilaksanakan secara teratur dengan menggunakan metode *FIFO (First In First Out)*. "Bahan yang datang terlebih dahulu akan digunakan lebih dahulu agar kualitasnya tetap terjamin" (Karyawan 1).

Observasi yang dilakukan menunjukkan bahwa bahan baku disimpan dengan teratur dan dibedakan berdasarkan jenisnya. Selain itu, area produksi tampak bersih dan peralatan produksi dibersihkan secara rutin. Seorang karyawan menyampaikan: "Peralatan selalu dibersihkan setiap hari setelah digunakan agar tetap higienis" (Karyawan 2). Di samping pembersihan harian, perusahaan juga melakukan sterilisasi alat secara berkala. Kondisi ini menegaskan adanya kesadaran yang tinggi akan pentingnya kebersihan dalam proses pembuatan makanan.

Dalam hal standarisasi produksi, Dimsum 86 telah memiliki dokumen SOP yang dijadikan sebagai panduan kerja bagi karyawan. Sebuah observasi menunjukkan bahwa setiap tahapan produksi dikerjakan dengan terorganisir dari pengolahan bahan baku hingga penyajian produk. Dokumentasi yang diperoleh dalam penelitian ini juga menunjukkan adanya SOP tertulis yang digunakan sebagai pedoman dalam proses produksi dan pelayanan. Kesesuaian antara hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi tersebut menunjukkan bahwa penerapan SOP telah berjalan secara konsisten dalam kegiatan operasional usaha.

Meskipun secara umum proses produksi telah berjalan sesuai SOP, dokumentasi ulasan konsumen menunjukkan masih terdapat keluhan mengenai kualitas pengolahan bahan baku. Salah satu keluhan yang ditemukan berkaitan dengan adanya tulang pada produk dimsum yang diterima konsumen. Temuan ini menunjukkan bahwa pengawasan kualitas bahan baku dan proses pengolahan masih perlu ditingkatkan agar mutu produk tetap terjaga secara konsisten.

Secara keseluruhan, hal ini menunjukkan bahwa kualitas hasil produksi yang baik tidak hanya tergantung pada bahan baku, tetapi juga pada disiplin dalam melaksanakan prosedur kerja. Penerapan SOP berperan penting dalam menjaga konsistensi rasa serta

mutu produk, sehingga pelanggan mendapatkan pengalaman yang seragam pada setiap pembelian.

Hasil penelitian ini mendukung teori dari (Ananda et al., 2024), yang menyatakan bahwa standar dan efisiensi produksi merupakan faktor kunci dalam menilai kelayakan operasional suatu usaha. Di Dimsum 86, penerapan SOP dan sistem FIFO membantu menjaga efisiensi penggunaan bahan baku.

Penelitian ini juga sejalan dengan pernyataan (Syahroni & Noviardy, 2025) yang mengungkapkan bahwa kualitas produk dipengaruhi oleh manajemen proses produksi yang baik. Dalam studi ini, manajemen kebersihan dan standarisasi produksi terbukti mendukung kualitas produk yang dihasilkan. Lebih lanjut, hasil penelitian ini memperkuat temuan (Kusumo et al., 2025) yang menegaskan bahwa penerapan standar produksi dapat membantu UMKM menghasilkan produk yang aman dan layak dijual. Dimsum 86 menunjukkan penerapan standar kebersihan yang memadai melalui pembersihan rutin dan penggunaan *SOP* tertulis.

Berdasarkan hasil triangulasi wawancara, observasi, dan dokumentasi, penelitian ini menemukan bahwa kekuatan utama aspek produksi Dimsum 86 terletak pada penerapan sistem *FIFO* dalam pengelolaan bahan baku, kebersihan area produksi yang terjaga, serta penggunaan *SOP* sebagai pedoman kerja. Temuan ini menunjukkan bahwa konsistensi kualitas produk lebih banyak dipengaruhi oleh kedisiplinan dalam menjalankan prosedur produksi, penerapan *SOP* yang konsisten, serta pengelolaan bahan baku yang baik dibandingkan penggunaan teknologi produksi modern.

Namun, penelitian ini menemukan bahwa pencatatan bahan baku masih dilakukan dengan cara yang sederhana dan belum sepenuhnya beralih ke sistem digital. Ini menjadi perbedaan dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa digitalisasi pencatatan stok dapat meningkatkan efisiensi pengawasan produksi.

Implikasi manajerial yang dapat diterapkan adalah pemilik usaha perlu mengembangkan sistem pencatatan persediaan berbasis digital untuk mempermudah pengawasan stok bahan baku, mengurangi risiko kesalahan pencatatan, serta meningkatkan efisiensi pengendalian persediaan. Selain itu, evaluasi penerapan *SOP* dan pengawasan kualitas bahan baku perlu dilakukan secara berkala untuk menjaga konsistensi mutu produk yang dihasilkan.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang dilakukan, aspek pemasaran di Dimsum 86 Pujasera Salatiga menunjukkan kondisi yang baik. Ini dibuktikan melalui konsistensi dalam mutu produk, harga yang seimbang dengan kualitas, serta penggunaan media sosial sebagai alat promosi. Walaupun demikian, promosi penjualan yang dilaksanakan secara berkala belum optimal, sehingga masih terdapat kesempatan untuk menarik lebih banyak konsumen dan memperluas pangsa pasar.

Dalam aspek sumber daya manusia, para karyawan mampu melaksanakan tugas sesuai dengan pembagian yang telah ditetapkan, menyajikan layanan yang bersahabat, serta membangun komunikasi yang baik dengan pelanggan. Situasi ini mendukung terciptanya layanan berkualitas. Namun, saat ini belum ada sistem evaluasi kinerja dan penghargaan bagi karyawan yang diterapkan secara resmi untuk meningkatkan motivasi kerja.

Dalam aspek produksi, pengelolaan bahan baku dengan metode *FIFO* (*First In, First Out*), kebersihan area produksi, serta penerapan *SOP* secara konsisten telah mendukung

terjaganya kualitas produk. Meskipun demikian, masih ditemukan kelemahan berupa pencatatan persediaan bahan baku yang dilakukan secara sederhana serta perlunya peningkatan pengawasan kualitas bahan baku dan proses pengolahan untuk meminimalkan ketidaksesuaian mutu produk yang dikeluhkan oleh sebagian konsumen.

Secara keseluruhan, elemen pemasaran, sumber daya manusia, dan produksi di Dimsum 86 Pujasera Salatiga menunjukkan kondisi yang baik dan saling mendukung kelangsungan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mutu produk, pelayanan, serta penerapan SOP produksi merupakan kekuatan utama usaha. Adapun aspek yang masih perlu ditingkatkan meliputi program promosi penjualan, sistem evaluasi dan penghargaan karyawan, digitalisasi pencatatan persediaan, serta pengawasan kualitas bahan baku agar konsistensi mutu produk dapat terus terjaga.

REFERENSI

- Aisyah, N., Subhan, E. S., & Ramadhan, R. (2025). Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM Kuliner Bakso Mawar di Kabupaten Dompu. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 6(1), 1–4. <https://doi.org/10.32815/jubis.v6i1.2656>
- Ananda, R. Y., Sari, N., Saputri, N. E., Ngadiono, A. F., Zaidan, M. Z., Ferdiansyah, A., & Estiasih, S. P. (2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Aspek Produksi Dan Pemasaran Dalam Mengembangkan Umkm Usaha Tahu Bohar Di Pasar Wage Sidoarjo. *Majalah Ekonomi: Telaah Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 30(2), 35–44. <https://doi.org/10.36456/majeko.vol30.no02.a9810>
- Eka, D., Diah, Y. M., Taufik, T., Bunga, C. A. C., Putriana, V. N., Febianti, D., Sari, D. P., Rosalinda, R., & Arifuddin, Z. (2022). Peranan Kompetensi SDM dalam Meningkatkan Industri UMKM di Kecamatan Ilir Barat II Palembang. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 3(1), 39–44. <https://doi.org/10.29259/jsocs.v3i1.56>
- Guntari, A., Khairuna, D. W., Salsabilla, M., Handiani, R. E. S. I., & Ken, R.R, W. K. (2024). Analisa Studi Kelayakan Bisnis UMKM Dina Cake di Cikarang Ditinjau Dari Aspek Pemasaran, Manajemen dan SDM, dan Hukum. *As-Syirkah: Islamic Economics & Finacial Journal*, 3(1), 210–219. <https://doi.org/10.56672/assyirkah.v3i1.191>
- Hariroh, F. M. R., Azis, N., Sandi, P. H., Hermiati, N. F., & Aprilia, W. (2024). Peranan Kompetensi Sumber Daya Manusia Umkm Dalam Meningkatkan Kinerja Umkm. *Jurnal Pengabdian Bersama Masyarakat Indonesia*, 2(1), 48–54. <https://doi.org/10.59031/jpbmi.v2i1.303>
- Ilham, M. F., Nazrah, M., Sari, G., & Afriyeni, P. (2025). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Umkm Toko Hilmias Di Kecamatan Bengkalis : Tinjauan Dari Aspek Manajemen ,Aspek Hukum, Pasar Dan Pemasaran, Dan Aspek Sumber Daya Manusia. *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 502–510. <https://doi.org/10.61722/jaem.v2i2.5108>
- Kusumo, R. A. B. K., Hapsari, H., & Rachmawati, E. (2025). Peningkatan Kualitas Produk UMKM Pangan melalui Penerapan Praktik Produksi yang Baik di Desa Cijambu, Kecamatan Tanjungsari, Kabupaten Sumedang. *Abdimas Galuh*, 7(2), 1485–1489. <https://doi.org/10.25157/ag.v7i2.20547>

- Maimunah, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa, Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 1(2), 57–68. <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.542>
- Syahroni, R., & Noviardy, A. (2025). Tata Kelola Produksi Terhadap Kinerja pada UMKM. *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*, 2(4), 777–788. <https://doi.org/10.61722/jaem.v2i4.7920>
- Yolanda, C., & Hasanah, U. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS*, 2(3), 170–186. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1147>