

Studi Observasi UMKM Salad Bunda: Tinjauan di Wilayah Pusat Sorowajan Yogyakarta

Miftakhul Lutvianto¹, Linda Yani², Riwik Natalia³, Qoriah Maulana Iqbal⁴, Juwinda Wulandari⁵, Dika Prawita⁶

^{1,2,3,4,5,6}Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

Correspondence		
Email: lutvi075@gmail.com, lhindayani21@gmail.com, nataliariwik@gmail.com, Iqbalqoriahmaulana@gmail.com, juwindawulandari1@gmail.com, dikaprawita@gmail.com		No. Telp:
Submitted: 4 June 2025	Accepted: 13 June 2025	Published: 14 June 2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi operasional harian UMKM Salad Bunda di wilayah Pusat Sorowajan, Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam observasi ini adalah wawancara dan sosialisasi langsung dengan pemilik serta karyawan, studi ini menelusuri aspek strategi produksi, manajemen sumber daya manusia, pemasaran, serta pelayanan kepada pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Salad Bunda menerapkan strategi produksi *made to order* untuk menjaga kesegaran produk, mengelola sumber daya manusia secara fleksibel, dan memanfaatkan media sosial serta *platform* daring dalam pemasaran. Selain itu, pelayanan yang responsif dan ramah turut berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan. Temuan ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan daya saing serta mengoptimalkan operasional usaha di sektor kuliner sehat

Kata Kunci: *UMKM, kuliner sehat, manajemen produksi, manajemen SDM, Manajemen pemasaran, pelayanan konsumen, Salad Bunda*

Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional, khususnya di sektor kuliner yang terus mengalami perkembangan seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pola hidup sehat (Achmad et al., 2024). Salah satu UMKM yang bergerak di bidang kuliner sehat adalah Salad Bunda, sebuah usaha makanan yang telah berdiri sekitar lima tahun di Yogyakarta dan berfokus pada penyediaan makanan berbasis buah dan sayur.

Salad Bunda didirikan oleh seorang pemilik yang memiliki kepedulian tinggi terhadap gaya hidup sehat dan ingin menularkan kebiasaan baik tersebut kepada masyarakat luas. Berawal dari konsumsi pribadi, usaha ini berkembang dengan menawarkan menu utama berupa salad buah dan salad sayur, serta sempat menambahkan variasi produk seperti jus dan camilan sehat. Meski demikian, kini usaha ini kembali memusatkan perhatian pada menu inti yang menjadi ciri khasnya.

Produk Salad Bunda dibuat dengan bahan-bahan segar yang dipilih langsung oleh pemilik dari distributor terpercaya. Proses produksi dilakukan secara langsung setelah pemesanan diterima, guna menjaga kesegaran dan kualitas. Dengan varian menu yang beragam serta cita rasa yang khas melalui saus buatan sendiri, Salad Bunda mampu mempertahankan konsistensi kualitasnya di tengah persaingan bisnis kuliner sehat yang semakin ketat.

Melalui observasi ini, Kami penulis berupaya mengidentifikasi berbagai faktor yang memengaruhi operasional harian Salad Bunda Sorowajan, termasuk strategi produksi, manajemen karyawan, pemasaran, serta pendekatan dalam pelayanan konsumen. Diharapkan

hasil pengamatan ini dapat memberikan gambaran yang komprehensif serta menjadi referensi bagi pelaku UMKM lainnya dalam menghadapi tantangan sekaligus memperkuat daya saing di sektor kuliner sehat.

Metode Pelaksanaan

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan observasi ini adalah metode wawancara dan sosialisasi. Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian lapangan (*field research*), yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci, dan mendalam terhadap suatu objek tertentu dengan mempelajarinya sebagai suatu kasus (Komariah, 2022). Kegiatan ini diselenggarakan oleh tim mahasiswa dari Program Studi Manajemen, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, dengan latar belakang keilmuan Manajemen Sumber Daya Manusia. Observasi dilakukan secara langsung di lokasi usaha Salad Bunda yang beralamat di Jalan Pura, Jomblangan, Banguntapan, Kecamatan Banguntapan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Pemilik usaha Salad Bunda turut berperan aktif dalam mendukung kelancaran kegiatan ini dengan menyediakan tempat pelaksanaan serta bersedia menjawab berbagai pertanyaan sesuai dengan kebutuhan observasi. Kegiatan ini diikuti oleh empat mahasiswa dan pemilik usaha Salad Bunda, yang dilaksanakan pada hari Selasa, 6 Mei 2025, pukul 15.00 hingga 16.30 WIB.

Hasil dan Pembahasan

Strategi Produksi

Dalam kegiatan operasionalnya, strategi produksi menjadi aspek krusial dalam menjamin kualitas dan keberlanjutan usaha terutama bagi bisnis kuliner yang mengandalkan kesegaran produk (Bate'e et al., 2024). Strategi produksi yang diterapkan oleh Salad Buah Bunda bersifat *made to order*, yaitu proses peracikan salad dilakukan setelah pesanan diterima. Hal ini bertujuan untuk menjaga kesegaran dan kualitas produk. Bahan baku seperti buah dan sayuran dipilih langsung dari distributor setiap hari guna memastikan kesegaran.

Proses produksi mencakup tahapan pencucian, pemotongan, dan peracikan yang dilakukan oleh tim di masing-masing cabang. Salad Bunda tidak menyimpan stok produk jadi, sehingga risiko kerusakan makanan dapat diminimalkan. Seluruh tim produksi memiliki kemampuan kerja yang fleksibel, memungkinkan pergantian peran antar karyawan jika diperlukan. Pengendalian mutu dilakukan secara langsung melalui pengecekan rasa, warna, dan kesegaran bahan.

Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM)

Manajemen SDM memegang peranan penting dalam mendukung kelancaran operasional harian, terutama dalam bisnis skala UMKM yang mengandalkan tenaga kerja dengan latar belakang beragam (Lilis Sulastri, 2016). Salad Buah Bunda mempekerjakan sekitar 40 hingga 45 karyawan yang tersebar di empat cabang. Mayoritas merupakan pelajar dan mahasiswa paruh waktu. Perekrutan dilakukan melalui media sosial dan rekomendasi, dengan proses seleksi yang mencakup wawancara dan tes praktik sederhana. Tidak ada kriteria khusus selain kejujuran dan kemampuan kerja sama dalam tim.

Penempatan tenaga kerja dilakukan secara fleksibel sesuai kebutuhan harian tanpa adanya *job description* tertulis. Meskipun informal, pembagian tugas seperti pemilihan bahan, peracikan, pelayanan kasir, dan pengiriman tetap berjalan. Mutasi posisi antar karyawan juga bersifat fleksibel tanpa prosedur formal.

Program kesejahteraan yang diberikan meliputi makan siang, uang transport, dan bonus hari raya. Pelatihan dilakukan secara langsung di tempat kerja, terutama saat ada menu baru atau keluhan pelanggan. Promosi jabatan jarang dilakukan karena struktur organisasi yang datar. Evaluasi dilakukan secara berkala untuk menjaga produktivitas. Permasalahan

umum dalam manajemen SDM mencakup tingkat absensi tanpa pemberitahuan, rendahnya disiplin kerja, tingginya *turnover*, dan ketidakharmonisan antar karyawan.

Manajemen Pemasaran

Strategi pemasaran menjadi penentu penting dalam menjangkau konsumen dan membangun brand awareness, terlebih di tengah tingginya persaingan pasar kuliner sehat (Sutrisna et al., 2024). Produk Salad Bunda memiliki keunggulan pada penggunaan bahan segar, saus mayones racikan sendiri, serta garansi produk. Strategi pemasaran memanfaatkan media sosial seperti *Instagram* dan *WhatsApp*, serta *platform* pemesanan daring seperti *ShopeeFood*, *GrabFood*, dan *Gojek*.

Distribusi dilakukan melalui outlet fisik, layanan pesan antar, serta partisipasi dalam event kampus dan kegiatan komunitas. Harga produk ditentukan berdasarkan biaya bahan baku, harga pasar, dan margin keuntungan yang wajar. Kisaran harga produk antara Rp15.000 hingga Rp35.000 per porsi, tergantung jenis dan ukuran salad.

Promosi dilakukan melalui program diskon, konten media sosial, serta kerja sama dengan *event* lokal. Riset pasar dilakukan melalui ulasan pelanggan di *platform online*, yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas dan preferensi konsumen. Permasalahan utama dalam pemasaran mencakup fluktuasi permintaan dan kerusakan bahan baku yang memengaruhi waktu pengiriman.

Pendekatan dalam Pelayanan Konsumen

Pelayanan konsumen merupakan indikator utama dalam membangun loyalitas pelanggan, khususnya pada usaha makanan yang sangat bergantung pada pengalaman konsumen secara langsung (Aritonga et al., 2025). Pelayanan konsumen di Salad Buah Bunda berfokus pada kecepatan, keramahan, dan ketepatan. Konsumen diberikan jaminan berupa penggantian produk atau pengembalian uang apabila terdapat keluhan terkait rasa, kesegaran, atau kualitas. Respons terhadap umpan balik pelanggan dilakukan secara cepat melalui media sosial atau *platform* pemesanan, guna menjaga kepercayaan dan loyalitas konsumen.

Selain itu, fleksibilitas dalam pemesanan, variasi menu, dan kemasan menarik menjadi nilai tambah dalam pelayanan. Tim berupaya menjaga pengalaman pelanggan yang positif melalui interaksi yang ramah dan efisien. Meskipun struktur organisasi sederhana, pendekatan pelayanan yang responsif dan komunikatif menjadi salah satu kekuatan dalam mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan di tengah persaingan pasar kuliner sehat.

Kesimpulan

Pelaksanaan kegiatan observasi pada UMKM Salad Bunda di Sorowajan menunjukkan keberhasilan dalam mengidentifikasi faktor-faktor kunci operasional usaha. Strategi produksi *made to order*, pengelolaan SDM yang fleksibel, serta pemanfaatan media sosial untuk pemasaran menjadi kekuatan utama dalam mempertahankan eksistensi usaha. Pelayanan yang cepat dan responsif turut berperan dalam menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Melalui hasil observasi ini, diharapkan Salad Bunda dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan dan konsistensi promosi digital agar mampu menjangkau lebih banyak konsumen. Optimalisasi konten media sosial serta penguatan sistem kerja internal juga menjadi langkah strategis untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha di tengah persaingan kuliner sehat yang semakin dinamis.

Ucapan Terimakasih

Tim observasi mengucapkan terima kasih kepada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa atas dukungan yang telah diberikan selama

pelaksanaan kegiatan ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya juga kami sampaikan kepada dosen pengampu mata kuliah Manajemen Usaha Kecil Mikro yang telah membimbing dan memberikan arahan dalam penyusunan serta pelaksanaan observasi ini. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada pemilik UMKM Salad Bunda yang telah memberikan izin, waktu, serta informasi yang sangat bermanfaat. Tidak lupa, apresiasi kami berikan kepada para karyawan Salad Bunda yang turut mendukung kelancaran kegiatan dari awal hingga akhir.

Referensi

- Achmad, Z. A., Rosida, D. F., Priyadarshini, R., Safeyah, M., & Lestari, W. D. (2024). *Peran Inovasi Untuk Mendorong Umkm (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Bidang Ekonomi Kreatif*. CV. Putra Media Nusantara (PMN).
- Aritonga, M. D., Ja'far, M., Muhammad, F., Hadi, W., & Nasution, Y. S. J. (2025). analisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap *loyalitas* pelanggan di *warkop rencong rupi mmtc*. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(1).
- Bate'e, A. T., Septian, D. L., Pradana, G., Krisanti, S. R., & Widodasih, R. R. W. K. (2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada UMKM Ditinjau Dari Aspek Pasar Dan Pemasaran (Studi Kasus Sop Ayam Pak Mim Klaten Di Cikarang Selatan). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(1).
- Komariah, K. (2022). Peran Kewirausahaan Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat UMKM Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 3703. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6597>
- Lilis Sulastri, L. (2016). *Manajemen Usaha Kecil Menengah*. LGM-LaGood's Publishing.
- Sutrisna, E., Mm, C. M. T., Wahyu, D., & Billy Lazuardi, S. E. (2024). *Manajemen pemasaran*. Indonesia Emas Group.