

Proses peningkatan nilai UMKM rere`s kitchen melalui penurunan HPP produk, peningkatan ketahanan produk, dan desain label produk = Value enhancement process on Indonesian SME rere's kitchen through product cogs reduction, product durability

Agung Widiyanto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20477332&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penciptaan nilai value creation dari sebuah produk merupakan salah satu hal yang sangat penting bagi kelangsungan bisnis sebuah UMKM. Beberapa metode peningkatan daya saing yang ada seringkali tidak dapat diimplementasikan pada UMKM di Indonesia dikarenakan skalanya yang sangat kecil, sehingga diperlukan pendekatan lain yang lebih mendasar dan dapat diimplementasikan dengan lebih baik. Penelitian ini dilakukan pada UMKM Rere`s Kitchen dengan produk saus Bolognese yang berada di bawah naungan WFW Women for the World yang berada di daerah Jakarta Timur dengan menggunakan metode business coaching, dimana coach akan melakukan serangkaian sesi coaching dan diskusi dengan pemilik dari UMKM untuk menemukan permasalahan yang paling mendesak untuk diselesaikan. Analisis terhadap kondisi UMKM menunjukkan bahwa saus Bolognese Rere`s Kitchen tidak mampu bersaing secara kompetitif di pasar karena harga yang terlalu tinggi sebagai konsekuensi dari proses produksi yang tidak pernah dioptimasi. Penyebab lain dari tidak kurangnya daya saing ini juga dikarenakan kekeliruan dalam memahami strategi nilai "kesegaran" freshness. Proses business coaching yang dilakukan menunjukkan perlunya melakukan product re-development untuk meningkatkan daya saing. Product re-development yang dilakukan menghasilkan penurunan HPP sebesar 18%. Sesi lebih lanjut juga memperlihatkan bahwa Rere`s Kitchen perlu mengevaluasi kapasitas produksinya untuk mendukung pengelolaan inventori yang berdampak positif terhadap daya saing produk. Kesimpulan dari keseluruhan penelitian menunjukkan bahwa UMKM Indonesia seringkali membutuhkan pendekatan yang berbeda dan lebih spesifik untuk meningkatkan daya saingnya. Penelitian ini hanya dilakukan kepada sebuah UMKM dengan lini bisnis makanan yang terletak di Jakarta Timur. Terlepas dari batasan yang ada, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada UMKM Rere`s Kitchen sebagai objek penelitian.

ABSTRACT

Value creation is very important to ensure SME`s business survival. Some well known competitiveness improvement approach often unsuitable for Indonesian SME because of its small scale, hence there is a need for another approach which more basic and implementable. This study was done in an Indonesian SME named Rere`s Kitchen with its Bolognese sauce under WFW Women for the World located at East Jakarta using business coaching method where coach will perform several coaching session and discuss with the owner to gather the most urgent problem to be solved. Analysis towards SME`s current condition shows that Bolognese Sauce product is unable to compete competitively in the market caused by overpriced condition as a result of unoptimized production cost. Other cause of the uncompetitive condition was the false "freshness" strategy employed by the SME. Business coaching sessions

performed conclude that there is a need to re develop the product rsquo s details in order to increase product rsquo s competitiveness. The product re development allow Rere rsquo s Kitchen to optimize Bolognese Sauce rsquo s COGS resulted in COGS reduction to 18 . Further sessions also revealed the needs for Rere rsquo s Kitchen to re evaluate production capacity to support product rsquo s inventory management which positively influence product rsquo s competitiveness. The conclusion of the overall study revealed that Indonesian SME often need a different and specific approach to increase their competitiveness. This study was only conducted on a single specific SME food and beverage business located at East Jakarta, Indonesia. Despite the limitation introduced, the findings of this study could be a benefit for SME Rere rsquo s Kitchen.