

ARTIKEL PENINGKATAN KUALITAS DAN EFISIENSI LABA USAHA CATERING MARUMAMEE

Calvin Yohanes

Universitas Internasional Batam

Abstract:

The aim of this article is to find about methods on enhancing quality and profit efficiency of Marumamee Catering Service. The method used in this research article was observation to gain information on improving Marumamee Catering Service. Sales reports and customer reviews are being used as the instrument of this article. The object of observation is Marumamee Catering Service, and results showed that improvement on product taste, delivery speed and order accessibility were the significant factors that could improve the quality and profit efficiency on Marumamee Catering Service.

Keywords: *quality enhancement, profit efficiency, sales*

Abstrak:

Tujuan dari artikel ini adalah untuk mengetahui metode peningkatan kualitas dan efisiensi laba dari Jasa Catering Marumamee. Metode yang digunakan dalam artikel penelitian ini berupa observasi untuk mendapatkan informasi dalam meningkatkan kualitas Jasa Catering Marumamee. Laporan penjualan dan umpan balik konsumen digunakan sebagai instrumen dalam artikel ini. Objek observasi artikel ini adalah Jasa Catering Marumamee, dan hasil dari penelitian menunjukkan bahwa meningkatkan citarasa produk, pengiriman produk dan kemudahan pemesanan produk menjadi faktor signifikan yang dapat meningkatkan kualitas dan efisiensi laba dari Jasa Catering Marumamee.

Kata kunci : *peningkatan kualitas, efisiensi laba, penjualan*

PENDAHULUAN

Jasa Catering Marumamee adalah sebuah jasa yang bergerak dibidang makanan yang dikemas sedemikian rupa agar siap dikonsumsi oleh konsumen. Catering Marumamee didirikan pada bulan Juni 2019, pertama kali melalui akun Facebook yang dibuat oleh Calvin Yohanes sebagai pemilik usaha dengan nama "Marumamee". Melalui akun Facebook tersebut, pengusaha menjual jasa pelayanan pengantaran makanan siap konsumsi melalui sistem *pre-order*, yaitu sistem pemesanan makanan sebelum pada hari pengantaran. Seiring dengan berjalannya usaha Marumamee,

pengusaha memperluas akses pemesanan catering dengan membuka akun Instagram dengan nama "Marumamee".

Tujuan pengusaha dalam mendirikan usaha catering Marumamee adalah sebagai mata pencaharian sampingan, dimana pengusaha sendiri memiliki usaha jasa cuci cetak foto sebagai pencaharian utama. Berdirinya usaha catering ini diharapkan mampu menunjang ekonomi pengusaha dikarenakan usaha catering ini dapat dilakukan dengan persiapan sebelum hari pengantaran. Adapun tujuan lain pengusaha adalah untuk melihat seberapa

besar kompetisi dibidang usaha kuliner di Kota Batam, seiring dengan banyaknya usaha-usaha sejenis yang berdiri di masa sekarang.

Dalam menjalankan usaha catering Marumamee, pengusaha memiliki beberapa jenis produk yang disediakan, diantaranya adalah Nasi Rendang Mamee, Nasi Chicken Suweer, Nasi Leewet Mamee, dan Mee Chiken Mamee. Menu-menu diatas dikemas dalam kemasan yang kedap udara, sehingga menjamin kesegaran dan rasa produk tersebut. Adapun informasi mengenai menu-menu yang tersedia untuk dipesan dapat dilihat melalui akun Instagram “Marumamee”. Informasi yang tersedia berupa hari pengantaran, harga produk , serta waktu pengantaran produk. Pengusaha menutup akun Facebook “Marumamee” dikarenakan jumlah peminat dan pengguna media sosial yang cenderung menurun dibanding dengan pengguna Instagram.

Seiring berjalannya usaha Marumamee, pengusaha menyadari bahwa ada banyak pesaing lainnya yang bergerak di bidang yang sama, khususnya jasa catering makanan di Kota Batam. Selain itu, pengusaha terkadang menghadapi kendala dalam keterbatasan tenaga kerja, sehingga membatasi arus

distribusi jasa catering. Oleh karena itu, dengan penelitian dan perencanaan yang dibahas dalam artikel ini, pengusaha mencoba mencari tahu faktor-faktor yang dapat mempengaruhi peningkatan kualitas serta efisiensi laba dari jasa catering Marumamee.

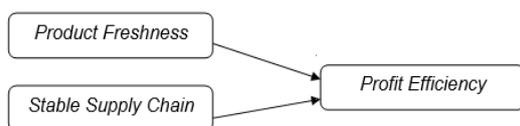
Berdasarkan penelitian Jiao Yen., *et al* (2018), *profit* adalah nilai surplus yang diraih oleh individu atau perusahaan dalam menjalankan usahanya, berdasarkan perbandingan antara jumlah aset yang masuk dengan jumlah aset yang keluar. Dalam penelitiannya, Jiao Yen berpendapat bahwa besarnya keuntungan yang diraih individu atau perusahaan memiliki hubungan signifikan positif dengan besarnya pangsa pasar. Semakin besar pangsa pasar yang membutuhkan produk tersebut, maka akan semakin besar kemungkinan seseorang untuk mendapatkan keuntungan dengan berpusat pada produk yang diinginkan konsumen tersebut.



Gambar 2.1 Model Penelitian Jiao Yen., *et al* (2018)

Adapun dalam artikel penelitian Tijun Fan Li Zhou (2017) menyatakan

bahwa *profit efficiency* dapat dicapai dengan memperhatikan dua faktor, yaitu *Product Freshness* dan *Stable Supply Chain*. *Product Freshness* merupakan indikator bahwa bahan baku produk yang akan digunakan harus dalam keadaan prima dan baik, tidak mengalami cacat serta memiliki nilai jual. Sedangkan faktor *Stable Supply Chain* adalah produsen harus menjaga relasi dengan *supplier* bahan baku dengan baik. Hal ini dikarenakan agar produsen tidak kehilangan kepercayaan, serta memiliki akses yang lebih mudah dan efektif dalam mencari bahan baku. Dua faktor yang mempengaruhi *profit efficiency* tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :

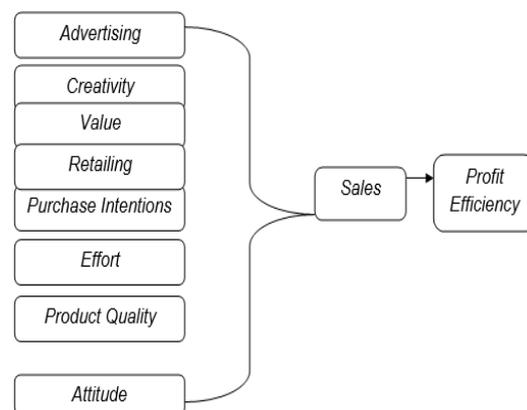


Gambar 2.2 Model Penelitian Tjoun Fan Li Zhou (2017).

Dari hasil penelitian Erik Modig dan Sara Rosengren (2014), nilai profit ditentukan dengan melihat perbandingan penjualan fisik (*sales*) dengan nilai jual dari penjualan (*revenue*). Erik Modig dan Sara Rosengren berpendapat untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal, maka seorang pengusaha harus berusaha memaksimalkan sales atau penjualan terlebih dahulu. Dalam

hasil penelitiannya, terdapat 8 faktor yang mempengaruhi besar kecilnya sales dalam suatu usaha. Faktor – faktor tersebut diantaranya ; *advertising, creativity, value, retailing, purchase intentions, effort, product quality,* dan *attitude*. Sehingga, model penelitian Erik Modig dan Sara Rosengren dapat digambarkan sebagai berikut :

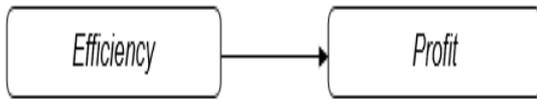
Metode



Gambar 2.3 Model Penelitian Erik Modig and Sara Rosengren (2014)

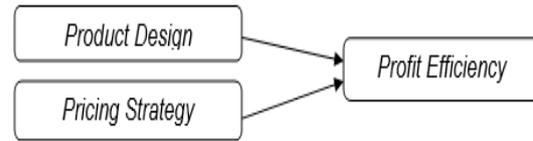
Efisiensi adalah bentuk tolak ukur seberapa efektif suatu kegiatan , baik kegiatan ekonomi maupun non-ekonomi dengan mengeluarkan tenaga dan biaya yang sekecil-kecilnya untuk mendapatkan manfaat yang sebesar-besarnya. Menurut Al Hassan (2016), efisiensi merupakan faktor yang menentukan kualitas kinerja dalam sebuah usaha. Apabila dalam sebuah perusahaan tidak memiliki kinerja yang

efisien, maka perlahan-lahan usaha tersebut akan menghadapi permasalahan atau kendala, yang dapat mengganggu arus kas perusahaan tersebut.



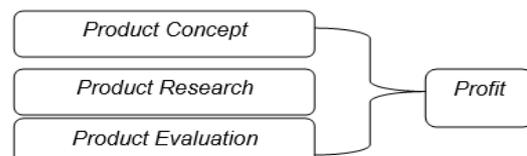
Gambar 2.4 Model Penelitian Al Hassan (2016)

Dalam menjalankan usaha, khususnya di bidang makanan juga perlu memperhatikan desain dan penentuan harga. Dari hasil penelitian Jose Marcia Carvalho (2016), ada 2 faktor yang menentukan minat beli konsumen dalam membeli suatu produk. Faktor tersebut adalah *Pricing Strategy* dan *Product Design*. *Pricing Strategy* atau penentuan harga ditentukan berdasarkan ukuran, kualitas, nilai substitusi dan harga kompetitif. Sedangkan *Product Design* adalah bagaimana cara pengusaha mengemas dan menawarkan produk atau jasanya sehingga dapat menarik minat dan daya tarik calon konsumen agar mau menggunakan produk dan jasa tersebut. Adapun model penelitian Jose Marcia Carvalho dapat digambarkan sebagai berikut :



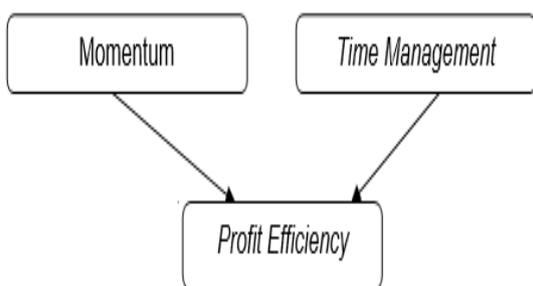
Gambar 2.5 Model Penelitian Jose Marcia Carvalho (2016)

Hanna Ezer dan Arielle Horin (2013) menyatakan dalam penelitiannya bahwa ada 3 komponen utama yang membentuk suatu produk agar dapat dikenali dan diminati oleh calon konsumen. Komponen utama tersebut adalah ; *Product Research*, *Product Concept* dan *Product Evaluation*. *Product Research* sendiri adalah suatu proses dilakukannya sebuah riset atas produk yang ingin dikembangkan. Adapun *Product Concept* merupakan gagasan utama dari produk yang akan dikembangkan. Komponen terakhir adalah *Product Evaluation*, dimana pengusaha harus mencari umpan balik atau *feedback* dan penilaian atas produk yang telah diluncurkan. Hasil penelitian Hanna Ezer dan Arielle Horin dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.6 Model Penelitian Hanna Ezer dan Arielle Horin (2013)

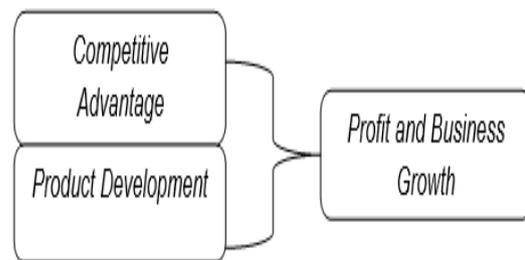
Menurut Mohamed Sahbi Nakhli Lotfi Belkacem (2013), pengusaha harus mampu menentukan momentum serta *time management* yang tepat untuk mencapai laba maksimal dalam menjalankan usaha. Adapun momentum adalah masa dimana seorang pengusaha akan menjual produk atau jasa untuk mendapatkan laba sebesar-besarnya dengan sumber daya yang terukur dan tepat. Sedangkan *time management* adalah kemampuan pengusaha dalam mengatur waktu, baik waktu produksi dan distribusi untuk menciptakan efisiensi kinerja.



Gambar 2.7 Model Penelitian Mohamed Sahbi Nakhli Lotfi Belkacem (2013).

Dari hasil penelitian Alan D. Smith (2011), terdapat dua (2) komponen utama yang diuraikan oleh Alan D. Smith dalam mengembangkan usaha, yaitu ; *Competitive Advantage* dan *Product Development*. *Competitive Advantage* merupakan suatu bentuk identifikasi terhadap spesifikasi produk atau jasa

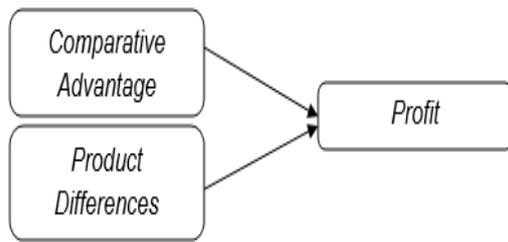
yang dimiliki oleh pesaing, kemudian menentukan keunggulan dan kekurangan dari produk atau jasa tersebut. Sedangkan *Product Development* merupakan proses penyempurnaan produk atau jasa berdasarkan penelitian dari spesifikasi kompetitor.



Gambar 2.8 Model Penelitian Alan D. Smith (2011)

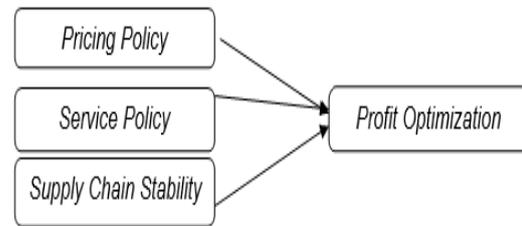
Menurut penelitian dari Unjung Whang (2017), ia berpendapat bahwa dengan adanya kompetisi diantara para pengusaha akan dapat menciptakan ruang pertumbuhan bagi industri atau bidang usaha. Whang menyatakan bahwa ada dua (2) faktor utama yang mempengaruhi kualitas produk dalam menjalankan suatu bidang usaha, yaitu ; *Comparative Advantage* dan *Quality Differences*. *Comparative Advantage* adalah proses membandingkan produk atau jasa milik sendiri dengan produk atau jasa sejenis milik kompetitor dengan tujuan mengetahui keunggulan dan kekurangan dari produk tersebut. Sedangkan *Quality Differences* adalah proses penentuan

aspek menonjol dari produk atau jasa yang ditawarkan oleh pengusaha.



Gambar 2.9 Model Penelitian Unjung Whang (2017).

Dalam jurnal penelitian dari Ruiliang Yan dan John Wang (2010) menyatakan, untuk mencapai laba yang efisien dan optimal seorang pengusaha harus memiliki usaha yang stabil terlebih dahulu. Aspek stabil tersebut berupa *Pricing Policy*, *Service Policy* serta *Supply Chain Stability*. *Pricing Policy* merupakan proses penentuan harga produk dan jasa berdasarkan kualitas, kuantitas, nilai jual dan harga kompetitif pasar. Adapun *Service Policy* adalah bentuk komitmen pelayanan dalam menawarkan suatu produk atau jasa. Sedangkan *Supply Chain Stability* adalah bentuk kestabilan relasi antara pengusaha dan supplier bahan pokok. Dengan menjalin relasi yang baik, pengusaha dapat memastikan suplai bahan pokok tidak akan terputus serta berpotensi mendapat akses harga yang lebih terjangkau.



Gambar 2.10 Model Penelitian Ruiliang Yan dan John Wang (2010)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari perencanaan diatas, pengusaha menerapkan rencana-rencana yang telah dipersiapkan dan melihat perkembangan usaha catering Marumamee dalam jangka waktu dua bulan. Jangka waktu dua bulan merupakan waktu yang dianggap akurat dikarenakan usaha catering Marumamee mampu mengadakan hingga minimal sepuluh kali jadwal *pre-order* produk.

Proses rekrutmen karyawan kurir baru dilakukan pada *pre-order* pertama sejak perencanaan dilakukan. Informasi perekrutan disebarkan melalui sosial media seperti Instagram dan Facebook. Calon kurir yang lolos seleksi diminta untuk datang ke rumah produksi catering Marumamee untuk dilakukan wawancara individu oleh admin Marumamee. Adapun persyaratan perekrutan kurir baru dilakukan dengan persyaratan sebagai berikut :

- 1.) Minimal lulusan SMP/ sederajat

- 2.) Mengetahui daerah Kota Batam
- 3.) Memiliki kendaraan sendiri
- 4.) Tidak berkeluarga

Dalam jangka waktu 6 hari sejak pre-order pertama, Catering Marumamee merekrut satu (1) orang kurir yang bergabung dalam proses kinerja catering. Selain itu, pengusaha juga membatasi waktu pengantaran dengan menentukan satu jam layanan pengantaran saja, seiring dengan permintaan konsumen atas pengiriman produk makanan dengan waktu yang berbeda-beda. Perubahan sistem pengantaran diharapkan membuat efisiensi waktu pengiriman menjadi universal dan tidak terpisah dalam kurun waktu yang lama. Dengan adanya kurir tersebut, proses distribusi produk catering Marumamee akan lebih cepat dan efisien dikarenakan adanya tenaga kerja tambahan ke berbagai daerah tujuan, sehingga mengurangi risiko keluhan konsumen atas keterlambatan pengiriman produk.

Adapun pelaksanaan penentuan produk yang direncanakan Marumamee adalah dengan tidak menambah variasi produk catering yang dijual, namun mencoba menyediakan paket ekonomis yang memudahkan konsumen untuk menikmati layanan catering selama dua bulan percobaan. Sebagai contoh, satu (1)

porsi Mee Chicken Mamee dapat dipesan seharga Rp. 18.000, belum termasuk biaya pengiriman. Dalam pelaksanaan perencanaan, Marumamee mencoba menerapkan **Paket Combo Tre**, yaitu paket berupa gratis biaya pengiriman untuk minimal 3 porsi pemesanan produk apapun dengan harga Rp. 50.000. Dengan demikian, terlepas dari biaya pengiriman, calon konsumen akan lebih hemat Rp. 6000 dibanding dengan pemesanan normal. Harga paket akan disesuaikan dengan menu lainnya dikarenakan harga setiap menu berbeda-beda. Paket lain yang disediakan oleh Marumamee adalah **Deca-tering Mamee**, yaitu calon konsumen mendapat potongan harga sebesar 10% dari pembelian, dan bebas biaya pengiriman untuk pembelian minimal 10 porsi dari menu Marumamee. Dengan adanya paket ini, Marumamee akan lebih fokus untuk menawarkan kepada kantor atau perusahaan-perusahaan yang memiliki jumlah karyawan yang lebih banyak. Semua produk makanan yang dijual dalam usaha catering Marumamee dikemas dengan menggunakan *container* plastik jenis Thinwall 17 x 12 x 5 cm yang memiliki spesifikasi menahan panas, tidak mudah menguap dan ringan sehingga memudahkan proses pengemasan produk.

Proses penyebaran informasi dan iklan produk Marumamee disebarakan tiga (3) hari sebelum hari pengantaran, agar calon konsumen tidak terburu-buru dalam memesan produk tersebut. Penyebaran informasi produk disebarakan melalui akun Instagram dan Facebook dengan mencantumkan foto produk, harga produk per *item*, serta informasi kontak pemesanan yang dapat dihubungi agar konsumen dapat segera memesan produk apabila tertarik. Jumlah postingan dibatasi sebanyak 3 (tiga) kali sehari guna menghindari pesan beruntun atau *spam* sehingga memudahkan calon konsumen untuk melihat dan memilih produk. Sebagai upaya pengusaha selaku pemilik usaha catering Marumamee dalam meningkatkan konsistensi pelayanan, pengusaha juga menyimpan dan memperlihatkan foto testimoni konsumen atas pembelian dengan tujuan meningkatkan niat beli calon konsumen dimasa depan.

KESIMPULAN

Dalam jangka waktu dua (2) bulan, kesimpulan dari berbagai pelaksanaan perencanaan yang telah diterapkan pada usaha catering Marumamee adalah sebagai berikut :

- 1.) Marumamee merekrut satu (1) anggota baru yang berprofesi sebagai kurir dalam mendistribusikan produk. Kurir memiliki kendaraan sendiri sehingga pihak Marumamee hanya perlu mengkalkulasikan biaya bahan bakar kendaraan dan upah karyawan kurir dalam laporan keuangan.
- 2.) Dalam jangka waktu dua (2) bulan, paket **Combo Tre** menunjukkan hasil yang kurang memuaskan, dikarenakan selama periode sembilan (9) kali *pre-order*, hanya ada 3 konsumen yang membeli paket Combo Tre.
- 3.) Dalam jangka waktu dua (2) bulan, paket **Deca-tering Mamee** menunjukkan hasil yang positif, ini dikarenakan rumah produksi Marumamee berlokasi di daerah Jodoh yang dekat dengan Batu Ampar sehingga banyak perusahaan industrial yang tertarik untuk menggunakan jasa catering Marumamee.

Dari kesimpulan diatas, catering Marumamee mengalami peningkatan laba rata-rata sebesar 13%. Angka tersebut didapatkan dengan membandingkan hasil penjualan selama 2 bulan sebelum pelaksanaan perencanaan dengan hasil penjualan selama 2 bulan setelah dilakukan perencanaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Yan, Ruiliang, John Wang, (2010) "Service level, pricing strategy and firm performance in a manufacturer-giant retailer supply chain", *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 19 Issue: 1, pp. 61-66,
- Whang, Unjung, (2017) "Comparative advantage, product quality, and the competitiveness of firms", *Journal of Korea Trade*, Vol. 21 Issue: 3, pp.174-190
- Smith, Alan D., (2011), "Component part quality assurance concerns and standards", *Benchmarking: An International Journal*, Vol. 18 Iss 1 pp. 128 – 148
- Belkacem, Mohamed Sahbi Nakhli Lotfi, (2013), "Sources of momentum profits: bootstrap methods", *Managerial Finance*, Vol. 39 Iss 6 pp. 607 – 619
- Ezer, Hanna, Arielle Horin, (2013), "Quality enhancement: a case of internal evaluation at a teacher education college", *Journal of Quality Assurance in Education*, Vol 21 No. 3 2013, pp 247-259
- Vieira, Jose Marcio Carvalho Ely Laureano Paiva Luciana Marques, (2016), "Quality attributes of a high specification product", *British Food Journal*, Vol. 118 Iss 1 pp. 132 – 149
- Alhassan, A.L., Addisson, K.G and Asamoah, E.M. (2016) Market Structure, Efficiency and Profitability of Insurance Companies in Ghana, *International Journal of Emerging Markets*. 10(4): 648-669
- Rosengren, Erik Modig Sara, (2014), "Can advertising creativity affect product perceptions and retailer evaluations?", *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 23 Iss 6 pp. 452 – 461
- Zhou, Qi Zheng Petros Ieromonachou Tijun Fan Li, (2017), "Supply Chain Contracting Coordination for Fresh Products with Fresh-Keeping Effort", *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 117 Iss 3 pp
- Yan, Jiao, Chunlai Chen, Biliang Hu, (2018) "Farm size and production efficiency in Chinese agriculture: output and profit", *China Agricultural Economic Review*