

## Pendampingan Strategi Efisiensi Biaya untuk UMKM Ayam Geprek King Chicken

Rifka Sarah Azahra<sup>1</sup>, Tiara Nisaurahma<sup>2</sup>, Pupung Purnamasari<sup>3</sup>  
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Pelita Bangsa  
Email: [rifka.sarah14@gmail.com](mailto:rifka.sarah14@gmail.com)<sup>1</sup>, [tnisaurahma@gmail.com](mailto:tnisaurahma@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[pupungpurnamasari@pelitabangsa.ac.id](mailto:pupungpurnamasari@pelitabangsa.ac.id)<sup>3</sup>

---

### INFO ARTIKEL

#### Riwayat Artikel:

Diterima : 26 Juni 2025

Disetujui : 25 Juli 2025

DOI: 10.37253/madani.v3i4.10775

---

#### Kata Kunci:

UMKM, Ayam Geprek, Ekonomi Manajerial, Harga Sembako, Strategi Bisnis

---

### ABSTRAK

Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam ekonomi nasional, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Namun, perubahan ekonomi, seperti kenaikan harga bahan baku pokok, memengaruhi sektor ini. Peran ekonomi manajemen dalam menjaga bisnis ayam geprek bertahan di tengah tekanan kenaikan harga sembako adalah subjek penelitian ini. Pengusaha ayam geprek "King Chicken Geprek" yang berlokasi di Cikarang Selatan disurvei secara langsung dan melakukan wawancara mendalam. Pendekatan kualitatif digunakan dalam kegiatan ini. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa pelaku usaha menghadapi masalah besar karena perubahan harga bahan baku utama seperti ayam, cabai, dan minyak goreng. Untuk mengatasi situasi ini, pelaku usaha perlu menggunakan strategi efisiensi biaya, promosi teratur, dan penyesuaian operasional untuk mempertahankan keuntungan tanpa menaikkan harga jual. Pengabdian ini menekankan bahwa untuk menjaga daya saing dan keberlanjutan UMKM di tengah ketidakpastian ekonomi, pendampingan ekonomi manajerial seperti pengambilan keputusan strategis dan analisis biaya-manfaat sangat penting diadakan.

---

### ARTICLE INFO

#### Article History:

Received: June 26<sup>th</sup>, 2025

Accepted: July 25<sup>th</sup>, 2025

DOI: 10.37253/madani.v3i4.10775

---

#### Keywords:

SMEs, Chicken Geprek, Managerial Economics, Food Prices, Business Strategy

---

### ABSTRACT

*Small and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in the national economy, particularly in creating jobs and improving the well-being of local communities. However, economic changes, such as rising prices of basic commodities, impact this sector. The role of managerial economics in sustaining the fried chicken (chicken geprek) business amidst rising staple food prices is the subject of this study. The "King Chicken Geprek" fried chicken business owner located in South Cikarang was surveyed directly and conducted in-depth interviews. A qualitative approach was used in this study. The results showed that the business owner faced significant challenges due to changes in the prices of key ingredients such as chicken, chilies, and cooking oil. To address this situation, the business employed cost-efficiency strategies, regular promotions, and operational adjustments to maintain profits without raising selling prices. This community service emphasizes that to maintain the competitiveness and sustainability of MSMEs amid economic uncertainty, managerial economic mentoring such as strategic decision-making and cost-benefit analysis are crucial.*

## 1. Pendahuluan

UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) adalah komponen penting dalam membangun perekonomian nasional dan lokal. Selain itu, telah terbukti bahwa usaha kecil dan menengah (UMKM) berperan sebagai penggerak ekonomi nasional, mampu menyerap tenaga kerja, dan berperan sebagai pilar penting dalam stabilitas dan pertumbuhan ekonomi Indonesia (Hapsari et al., 2024). Masyarakat kecil dapat memperoleh pekerjaan dan pendapatan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari melalui industri UMKM, yang meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Salah satu upaya pemerintah untuk mengurangi angka pengangguran ialah dengan mengedukasi masyarakat untuk menjalankan UMKM. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika kebijakan pengembangan UMKM di Indonesia secara tidak langsung berfungsi sebagai kebijakan yang memberikan kesempatan kerja, melawan kemiskinan, dan mendistribusikan pendapatan. Pelaku UMKM adalah garda terdepan yang dapat menentukan pertumbuhan ekonomi, yang memainkan peran penting dalam perekonomian suatu negara.

Salah satu UMKM yang sangat populer dan mudah ditemukan adalah usaha kuliner. Kuliner adalah hasil olahan makanan, seperti makanan, lauk pauk, dan minuman, yang diolah sedemikian rupa sehingga memenuhi kebutuhan metabolisme tubuh manusia. Industri kuliner sangat penting karena manusia selalu membutuhkan makanan. Ayam geprek merupakan salah satu usaha kuliner yang sedang meningkat dan menjadi topik pembicaraan paling sering dalam beberapa tahun terakhir. Ayam geprek menjadi makanan yang disukai bagi masyarakat Indonesia karena harganya sangat terjangkau untuk kantong mahasiswa dan rasanya sesuai dengan lidah masyarakat Indonesia yang menyukai rasa pedas serta dipadukan dengan ayam goreng renyah.

Meskipun usaha kuliner ayam geprek di Indonesia berkembang pesat, ada beberapa tantangan yang dapat memengaruhi kinerja operasi dan keberlanjutan bisnis, salah satunya adalah pengelolaan pemasukan dan pengeluaran yang tepat untuk dapat bersaing di pasaran (Apandi et al., 2024). Banyak faktor yang mempengaruhi peningkatan atau penurunan pendapatan suatu bisnis, seperti harga jual produk, profesionalitas tenaga kerja, lamanya operasi, jumlah pekerja, penggunaan teknologi, sikap kewirausahaan, waktu operasi, biaya produksi, modal yang digunakan, dan lokasi bisnis. Biaya produksi sangat penting untuk kelancaran proses produksi. Jika produksi berjalan lancar, lebih banyak *output* yang dihasilkan, yang memungkinkan peningkatan pendapatan jika permintaan konsumen meningkat.

Banyaknya usaha ayam geprek yang bermunculan akan meningkatkan persaingan antar pemilik restoran (Mahmud et al., 2024). Semakin meningkatnya tingkat persaingan akan berpotensi menurunkan pendapatan bisnis karena pembagian pangsa pasar yang semakin kecil. Dalam situasi seperti ini, pelaku usaha harus membuat strategi diferensiasi dan efisiensi biaya untuk menjaga kelangsungan bisnis. Ketergantungan terhadap modal dan struktur biaya produksi, terutama biaya bahan baku seperti daging ayam, cabai, dan minyak goreng, merupakan masalah utama bagi pelaku usaha ayam geprek. Kenaikan harga bahan baku secara langsung meningkatkan biaya produksi per-unit karena perubahan pasokan, distribusi yang terganggu, atau inflasi. Hal ini memengaruhi margin keuntungan, terutama dalam kasus di mana harga jual sulit disesuaikan karena tekanan kompetitif dari pelaku UMKM lain.

Oleh karena itu, untuk menjaga profitabilitas usaha di tengah tekanan biaya dan persaingan pasar, pelaku UMKM memerlukan pendampingan dan edukasi langsung agar pelaku usaha dapat memahami dan menerapkan strategi manajerial yang tepat. Pelatihan ini dilakukan dengan menganalisis biaya-manfaat dan pengambilan keputusan strategis seperti diversifikasi pemasok, negosiasi harga kontrak jangka panjang, atau mengembangkan menu dengan bahan baku alternative (Mahmud et al., 2024). Melalui pelatihan, edukasi, dan bantuan dalam pengambilan keputusan strategis, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai jenis risiko yang dihadapi pelaku usaha ayam geprek serta untuk mengembangkan strategi pengambilan keputusan yang optimal dalam situasi ketidakpastian dan risiko. Metode ini tidak hanya menyediakan solusi jangka pendek, tetapi juga membantu pelaku usaha menjadi lebih siap untuk menghadapi tantangan ekonomi yang terus berubah.

## 2. Metode

Mitra pengabdian pada kegiatan pelatihan ini adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ayam geprek King Chicken Geprek bertempat di Cikarang Selatan yang berdiri sejak 2017. Toko ini buka setiap hari dari pukul 10.00 hingga 21.00, dan rata-rata menjual sekitar 120 porsi ayam geprek dalam kondisi normal. Tiga pilihan utama—sambal hijau, sambal merah, dan original—disertai dengan pelengkap seperti tahu krispi dan kulit krispi, serta minuman es teh manis jumbo yang disukai pelanggan. Rofiq, merupakan salah satu karyawan King Chicken Geprek berusia 23 tahun menjadi responden wawancara dalam kegiatan pengabdian ini.

Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui observasi lapangan, dan pelatihan manajerial usaha dan pengelolaan usaha ayam geprek kepada pemilik usaha dengan menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu pendekatan langsung dengan pemilik usaha ayam geprek seperti pelatihan, pendampingan, dan evaluasi hasil kegiatan. Kegiatan ini menggunakan pedoman wawancara semi-terstruktur (Serambi et al., 2025) di mana selain wawancara dengan pertanyaan yang telah disusun oleh tim pelaksana, pemilik usaha juga menjelaskan informasi relevan lain secara terbuka dan mendalam. Tujuannya adalah untuk mengumpulkan informasi tentang berbagai jenis resiko yang dihadapi oleh pelaku usaha, cara pelaku usaha menemukan dan mengelola, dan bagaimana penerapan ekonomi manajerial berdampak pada keberlangsungan bisnis. Setiap wawancara akan dicatat dan dianalisis secara kualitatif untuk mengidentifikasi topik utama manajemen manajerial. Hal ini juga dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang kesulitan yang pelaku usaha hadapi dan solusi yang telah pelaku usaha gunakan untuk mengatasi masalah tersebut.

Setelah wawancara, tim pelaksana melakukan observasi langsung ke tempat usaha. Observasi ini dapat memberikan gambaran lebih jelas tentang bagaimana pelaku usaha menerapkan ekonomi manajerial. Hasil observasi lapangan dan proses pendampingan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa UMKM King Chicken Geprek menghadapi masalah yang disebabkan oleh kenaikan harga bahan baku. Kenaikan harga ini berdampak langsung pada biaya operasional dan penjualan perusahaan.



Gambar 1. Lokasi Usaha King Chicken Geprek



Gambar 2. Foto Bersama Salah Satu Karyawan King Chicken Geprek

### 3. Hasil dan Pembahasan

Tim pelaksana dalam kegiatan pendampingan menemukan bahwa bahan baku utama seperti minyak goreng, beras, cabai, ayam, dan bumbu dapur lainnya dibeli dari pasar tradisional dan distributor lokal. Harga bahan-bahan tersebut sering melonjak dengan cepat, terutama karena inflasi dan gangguan distribusi yang menjadi tantangan bagi pelaku usaha. Bisnis harus mengubah harga jual, ukuran porsi, dan kualitas produk karena biaya produksi harian turun. Berikut perubahan harga bahan-bahan utama dalam menjual ayam geprek.

Tabel 1. Perubahan harga bahan baku utama

Item	Satuan	Harga Sebelum	Harga Sesudah
Ayam	Kilogram	Rp34.000	Rp37.400
Minyak goreng	Liter	Rp14.000	Rp18.000-Rp20.000
Cabai rawit	Kilogram	Rp25.000	Rp50.000

Selama pendampingan, diketahui bahwa kenaikan harga daging ayam menjadi salah satu faktor yang paling berdampak pada biaya produksi bisnis ayam geprek. Karena daging ayam merupakan bagian penting dari menu, perhitungan biaya harian secara langsung dipengaruhi oleh perubahan harganya. Harga ayam naik 10% dari harga sebelumnya, dari Rp34.000 menjadi sekitar Rp37.400/kg. Harga minyak goreng, yang sebelumnya stabil di angka Rp14.000 per liter, telah melonjak menjadi Rp18.000 hingga Rp20.000 per liter. Harga cabai rawit, yang merupakan bahan utama untuk sambal, juga telah melonjak dari angka Rp25.000 menjadi lebih dari Rp50.000 per

kilogram. Karena kenaikan ini dapat mengurangi daya beli dan loyalitas pelanggan, peningkatan ini tidak sepenuhnya merugikan pelanggan.

Pelaku usaha dalam mengelola bisnisnya tidak memiliki strategi khusus untuk mengatasi kenaikan harga bahan baku. Tidak ada upaya untuk mengubah sistem pembelian, mencari bahan baku yang lebih murah, atau mengganti pemasok. Pelaku usaha cenderung pasif dan menerima keadaan pasar. Meskipun terlihat sederhana, perspektif ini menunjukkan bahwa banyak usaha mikro tidak memiliki sumber daya atau kemampuan untuk menjalankan manajemen yang kompleks. Hal ini menjadi tantangan unik, terutama untuk menjamin kelangsungan bisnis jangka panjang di tengah perubahan ekonomi.

Di tengah harga bahan baku yang naik, pelaku usaha memilih untuk tidak menaikkan harga jual produk sehingga berdampak pada penurunan margin keuntungan. Keputusan ini diambil merupakan salah satu strategi dalam jangka pendek untuk mempertahankan daya beli dan loyalitas pelanggan. Untuk memastikan bahwa bisnis dapat bertahan, metode ini harus dikombinasikan dengan pengelolaan biaya yang lebih efektif. Penggunaan bahan baku alternatif, strategi promosi hemat biaya, dan efisiensi operasional dapur adalah beberapa manajemen biaya adaptif yang dapat diterapkan oleh pelaku usaha. Pendekatan ini membantu mitra bisnis tetap kompetitif tanpa harus menaikkan harga jual secara signifikan, menjaga loyalitas pelanggan, dan mempertahankan margin keuntungan yang sehat meskipun harga bahan pokok tidak stabil.

Melalui pelatihan dan diskusi, pelaku usaha perlu menerapkan beberapa strategi efisiensi seperti mengontrol porsi makanan, mengatur stok bahan baku secara proporsional, dan menggunakan bahan pengganti dengan kualitas produk yang sama. Untuk tetap dapat menjaga kepuasan pelanggan tanpa menaikkan harga secara signifikan, pelaku usaha didorong untuk mengelola biaya produksi dengan lebih fleksibel. Selain itu, pelaku usaha perlu mengetahui pentingnya memantau harga pasar secara teratur dan membuat strategi adaptif yang tidak bergantung pada satu pemasok atau sumber bahan baku. Pelaku usaha juga diberi wawasan mengenai pola fluktuasi harga yang disebabkan oleh kebijakan pemerintah, distribusi pasokan, dan musim panen.

Selain itu, salah satu strategi yang dapat digunakan oleh pelaku usaha adalah promosi secara rutin dan memberikan diskon atau paket yang menarik. Promosi ini bukan hanya menarik pelanggan baru tetapi juga mempertahankan pelanggan lama saat daya beli sedang menurun. Walaupun harga bahan baku tinggi, strategi ini dianggap efektif dalam menjaga penjualan stabil. Dengan harga yang stabil, pelaku usaha akan lebih mudah merencanakan dan mengelola bisnis pelaku usaha, termasuk menentukan harga jual, membeli bahan baku, dan menghitung margin keuntungan. Pelaku usaha juga berharap bahwa usahanya akan menjadi semakin ramai dan diminati pelanggan sebagai bentuk pertumbuhan yang berkelanjutan meskipun menghadapi banyak tantangan. Pelatihan lain menunjukkan bahwa kemampuan manajerial, kualitas sumber daya manusia, dan ketersediaan modal sangat memengaruhi pemberdayaan dan keberhasilan UMKM dalam menghadapi tantangan ekonomi. (Karen Pandey & Mamentu, 2022)

Hasil pendampingan menunjukkan bahwa penerapan strategi efisiensi ini adalah langkah awal yang baik dalam mengatasi tekanan biaya produksi. Pelaku usaha lebih memahami bagaimana menyesuaikan strategi operasional untuk menjaga stabilitas dan keberlanjutan bisnis di tengah kondisi ekonomi yang tidak menentu, meskipun tantangan eksternal seperti fluktuasi harga masih ada.

Hal ini menunjukkan bahwa industri kuliner seperti ayam geprek dipengaruhi langsung oleh perubahan harga bahan baku, terutama daging ayam. Dalam menangani perubahan harga, usaha mikro kecil dan menengah biasanya tidak sangat fleksibel. Oleh karena itu, penting bagi usaha mikro kecil dan menengah untuk mendapatkan dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah dan lembaga yang mendukung UMKM, agar pelaku usaha dapat bertahan di tengah tantangan ekonomi yang dinamis.

#### 4. Kesimpulan

Kegiatan pendampingan strategi efisiensi biaya ini menunjukkan bahwa biaya produksi dan margin keuntungan UMKM seperti King Chicken Geprek dipengaruhi langsung oleh kenaikan harga bahan baku pokok. Selama proses pendampingan, pelaku usaha didorong untuk menggunakan strategi sederhana seperti pengelolaan bahan baku yang efektif, promosi teratur, dan penyesuaian porsi untuk bertahan di tengah tekanan biaya meskipun pelaku usaha belum memiliki sistem manajemen bisnis yang kompleks. Untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, mitra tidak menaikkan harga produk. Namun demikian, penyelidikan ini juga menunjukkan bahwa UMKM masih sangat bergantung pada perubahan pasar tanpa perencanaan jangka panjang.

Oleh karena itu, meningkatkan kemampuan manajemen sangat penting, terutama untuk membuat keputusan strategis. Pelaku usaha dididik tentang prinsip ekonomi manajemen yang relevan seperti diversifikasi pemasok, kontrak jangka panjang, dan analisis biaya-manfaat dalam pengelolaan bisnis sebagai bagian dari solusi berkelanjutan. Melalui kegiatan ini, mitra UMKM diharapkan dapat meningkatkan daya tahan bisnis pelaku usaha di tengah dinamika ekonomi yang terus berubah.

#### 5. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada King Chicken Geprek Cikarang Selatan karena telah meluangkan waktu dan informasi untuk melakukan observasi dan wawancara. Pelaku usaha juga berterima kasih kepada dosen pembimbing dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa karena telah membantu dan memberi saran selama penyusunan artikel ini.

#### 6. Daftar Pustaka

Apandi, A., Noersanti, L., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Jakarta, I. (2024). *Analisis Harga Pokok Produksi pada UMKM Ayam Geprek Hanania Kitchen*. 8, 33618–33628.

Hapsari, Y. A., Apriyanti, P., Hermiyanto, A., & Rozi, F. (2024). *Analisa Peran UMKM Terhadap Perkembangan Ekonomi di Indonesia*. 4.

Karen Pandey, K., & Mamentu, M. (2022). Pengaruh Modal Usaha, Kemampuan Manajerial dan Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Pemberdayaan UMKM di Kecamatan Tombatu Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 12(1), 41–51.  
[www.economy.okezone.com](http://www.economy.okezone.com)

Mahmud, M., Bumulo, F., & Toralawe, Y. (2024). *Business Capital, Production Costs, Business Income Level*. 5160(2).

Serambi, J., Ferdian, A. D., Nuryanti, M., Rizqi, R. A., & Bandung, U. M. (2025). *Analisis Manajemen Risiko Terhadap UMKM Ayam Geprek Raos*. 8(1), 875–883.