

JURNAL OBSERVASI MANAJEMEN UMKM: STUDI KASUS WARTEG KHARISMA BAHARI CABANG KUSUMANEGARA, YOGYAKARTA

Shelomitha Azzahra Ade Putri¹, Cantika Monita B², Elly Agustin³, Dika Prawita⁴
^{1,2,3,4}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa
Dosen Pembimbing: Dika Prawita, S.Sos., M.M.

Email Korespondensi: mitha101203@gmail.com , cantikamonita655@gmail.com ,
agustinelly479@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengobservasi praktik manajemen dalam Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya pada Warteg Kharisma Bahari Cabang Kusumanegara, Yogyakarta. Fokus kajian mencakup empat bidang utama: manajemen sumber daya manusia (SDM), pemasaran, keuangan, dan produksi. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif deskriptif melalui observasi lapangan, wawancara informal dengan pemilik dan karyawan, serta dokumentasi kegiatan operasional. Hasil observasi menunjukkan bahwa warteg ini telah menerapkan praktik manajerial secara fungsional meskipun belum terstruktur secara formal. Pembagian kerja dilakukan sesuai kompetensi karyawan, keuangan dikelola secara manual, dan pelayanan pelanggan cukup baik. Namun, masih terdapat tantangan seperti kurangnya pencatatan keuangan yang rapi, belum optimalnya promosi digital, dan belum adanya perencanaan jangka panjang secara sistematis. Penelitian ini menyarankan perlunya digitalisasi manajemen, pelatihan karyawan secara berkelanjutan, dan strategi pemasaran berbasis media sosial agar daya saing UMKM ini meningkat.
Kata Kunci: UMKM, manajemen, keuangan, observasi, warteg, Yogyakarta.

ABSTRACT

This study aims to observe the management practices of a Micro, Small, and Medium Enterprise (MSME), particularly at Warteg Kharisma Bahari, Kusumanegara Branch, Yogyakarta. The focus includes four managerial aspects: human resource management, marketing, finance, and production. Using a descriptive qualitative approach, data were gathered through direct observation, informal interviews with owners and employees, and operational documentation. The findings indicate that although the warteg operates informally, it has applied basic managerial principles functionally. Work distribution is based on staff capabilities, financial management is done manually, and customer service is

Article history

Received: Juni 2025
Reviewed: Juni 2025
Published: Juni 2025

Plagiarism checker no
886 Doi : prefix doi :
10.8734/musytari.v1i2.35

9 Copyright : author
Publish by : musytari



This work is licensed
under a [creative
commons attribution-
noncommercial
4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

maintained adequately. However, several challenges remain, such as lack of proper financial records, minimal digital promotion, and absence of long-term planning. This research recommends the adoption of digital tools, ongoing staff training, and a stronger social media strategy to improve competitiveness.

Keywords: MSME, management, finance, observation, warteg, Indonesia.

1. Pendahuluan

UMKM tidak hanya berkontribusi secara ekonomi, tetapi juga berperan dalam pemerataan kesejahteraan dan pengurangan pengangguran. Dalam konteks lokal seperti Yogyakarta, keberadaan UMKM kuliner menjadi bagian penting dari dinamika kehidupan mahasiswa dan pekerja. Warteg sebagai salah satu pilihan utama bagi konsumen yang membutuhkan makanan cepat saji namun tetap terjangkau, menjadi sangat relevan untuk dikaji. Keberhasilan Warteg Kharisma Bahari dalam menarik pelanggan menjadi cerminan dari kekuatan model bisnis yang sederhana namun efektif. Namun, modernisasi dan perkembangan teknologi menuntut UMKM untuk beradaptasi agar tidak tertinggal. Oleh karena itu, observasi ini menjadi penting untuk memotret dinamika pengelolaan usaha secara aktual di lapangan.

UMKM merupakan tulang punggung perekonomian nasional Indonesia, memberikan kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. Salah satu bentuk UMKM di sektor kuliner adalah Warung Tegal (warteg), yang menyediakan makanan siap saji dengan harga terjangkau. Warteg Kharisma Bahari merupakan jaringan warteg modern yang berkembang pesat di berbagai wilayah Indonesia. Cabang Kusumanegara di Yogyakarta, yang berdiri sejak tahun 2019, menjadi salah satu cabang yang menunjukkan perkembangan signifikan dari segi jumlah pelanggan maupun volume penjualan.

Namun, dalam praktiknya, UMKM seperti Warteg Kharisma Bahari masih menghadapi berbagai tantangan manajerial, termasuk pengelolaan SDM yang informal, pencatatan keuangan manual, strategi pemasaran yang terbatas, serta perencanaan produksi yang belum berbasis data. Oleh karena itu, observasi ini bertujuan untuk memahami bagaimana prinsip-prinsip manajemen diterapkan secara praktis di tingkat UMKM dan mengidentifikasi aspek-aspek yang dapat ditingkatkan guna menunjang keberlanjutan usaha.

2. Metodologi

Selain metode yang telah disebutkan, pendekatan triangulasi juga digunakan untuk meningkatkan validitas data, yaitu dengan membandingkan hasil observasi dengan wawancara dan dokumentasi. Peneliti juga mencatat dinamika harian di lokasi, seperti volume pelanggan, jenis makanan yang paling laku, dan pola perilaku karyawan selama jam operasional. Waktu observasi dipilih secara acak dalam berbagai hari dan jam agar dapat memberikan gambaran menyeluruh tentang aktivitas usaha. Hal ini bertujuan untuk meminimalisir bias dan memastikan bahwa data yang dikumpulkan mencerminkan kondisi riil warung.



Gambar 1. Kegiatan Observasi

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data meliputi:

1. Observasi langsung: dilakukan selama 3 minggu pada jam operasional utama (pagi, siang, malam).
2. Wawancara informal: dilakukan kepada pemilik usaha dan empat karyawan tetap.
3. Dokumentasi: berupa foto aktivitas produksi, struk keuangan, dan catatan pembelian bahan baku.

Instrumen yang digunakan adalah pedoman observasi dan daftar pertanyaan terbuka untuk wawancara. Data dianalisis menggunakan model Miles & Huberman, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Lebih dari sekadar temuan awal, observasi ini memberikan refleksi bahwa UMKM seperti warteg memiliki daya tahan yang kuat, namun memerlukan dukungan dalam hal sistem manajemen modern. Dengan peningkatan kapasitas SDM, adopsi teknologi sederhana, dan strategi promosi yang adaptif, UMKM ini dapat tumbuh lebih profesional tanpa kehilangan ciri khas lokalnya. Kesederhanaan bukanlah hambatan, melainkan kekuatan yang perlu ditopang dengan alat bantu manajerial yang tepat. Ke depan, penting bagi pelaku UMKM untuk berjejaring dengan komunitas bisnis lokal, mengikuti pelatihan yang disediakan pemerintah atau swasta, dan secara bertahap mendokumentasikan proses bisnis mereka.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Manajemen Sumber Daya Manusia

Meskipun belum ada pelatihan formal, pemilik warteg memiliki pendekatan mentoring langsung kepada karyawan baru. Pendekatan ini lebih bersifat personal dan adaptif, memungkinkan pembelajaran secara cepat di lapangan. Namun, ketiadaan sistem evaluasi kerja formal menyulitkan pemilik dalam mengukur kinerja individu secara objektif. Karyawan biasanya bekerja dengan sistem shift berdasarkan kesepakatan informal. Tidak terdapat jenjang karir yang

jelas, sehingga kemungkinan retensi jangka panjang tergantung pada hubungan interpersonal dan kenyamanan kerja, bukan pada motivasi struktural.

Warteg ini mempekerjakan empat karyawan yang terdiri dari dua juru masak dan dua pelayan/kasir. Rekrutmen dilakukan melalui rekomendasi atau jaringan sosial pemilik. Tidak ada kontrak kerja tertulis, tetapi terdapat pembagian tugas yang jelas. Pelatihan dilakukan secara langsung oleh pemilik, yang menekankan aspek kebersihan dan pelayanan cepat. Konflik internal terkadang muncul saat jam sibuk karena beban kerja yang tinggi. Tidak adanya sistem penilaian kinerja atau insentif menyebabkan motivasi kerja kurang maksimal. Meski demikian, loyalitas karyawan cukup tinggi karena suasana kerja yang kekeluargaan dan adanya fasilitas makan gratis.

3.2 Manajemen Pemasaran

Peluang pemasaran yang lebih luas sebenarnya terbuka, mengingat target pasar yang sebagian besar adalah mahasiswa dan pekerja muda yang aktif di media sosial. Warteg ini juga memiliki potensi untuk memanfaatkan promosi harian berbasis visual seperti foto makanan, testimoni pelanggan, atau diskon waktu tertentu. Belum adanya kerjasama dengan layanan pesan antar seperti Gojek atau Grab juga menjadi celah yang bisa diisi untuk meningkatkan omset. Pemilik menyatakan kesadaran akan hal ini namun masih menghadapi kendala waktu dan keterbatasan tenaga dalam mengelola akun digital secara konsisten.

Strategi pemasaran masih konvensional, yaitu melalui promosi dari mulut ke mulut dan unggahan di WhatsApp Story. Produk yang ditawarkan berupa makanan rumahan khas Indonesia, seperti ayam goreng, oseng tempe, dan sayur asem. Harga ditentukan berdasarkan biaya pokok produksi, harga pasar, dan daya beli masyarakat.

Belum ada pemanfaatan platform digital seperti Instagram, Google Maps, atau aplikasi pesan antar makanan. Padahal, pasar digital menjadi peluang besar terutama di kota pelajar seperti Yogyakarta. Promosi yang terbatas menyebabkan keterbatasan dalam menjangkau pelanggan baru.

3.3 Manajemen Keuangan

Keterbatasan dalam pengelolaan keuangan juga berdampak pada ketidakmampuan warteg dalam melakukan evaluasi kinerja keuangan jangka panjang. Tanpa adanya laporan laba rugi atau catatan arus kas, pemilik hanya mengandalkan intuisi dan pengalaman. Ini menjadi kendala saat ingin mengajukan pembiayaan atau menyusun rencana ekspansi. Padahal, dengan penggunaan aplikasi keuangan sederhana seperti BukuKas, pemilik dapat mencatat transaksi harian dan mendapatkan laporan otomatis. Keuntungan lain dari digitalisasi keuangan adalah transparansi yang lebih baik dan kemudahan dalam pelaporan pajak, bila usaha ini ingin naik kelas ke level yang lebih formal.

Keuangan usaha dikelola langsung oleh pemilik menggunakan pencatatan manual dalam buku tulis. Modal awal berasal dari dana pribadi, dan keuntungan biasanya digunakan kembali untuk kebutuhan operasional dan pengembangan alat masak.

Tidak ada pemisahan antara keuangan usaha dan pribadi, serta belum diterapkan software atau aplikasi kasir. Hal ini berisiko dalam proses evaluasi usaha dan sulit untuk melakukan pembukuan jangka panjang. Pemilik menyadari pentingnya digitalisasi, namun belum memiliki pengetahuan teknis dan waktu untuk mengimplementasikannya.

3.4 Manajemen Produksi

Dalam hal produksi, efisiensi operasional menjadi tantangan tersendiri. Tanpa sistem inventory atau pencatatan bahan baku, sering terjadi kelebihan atau kekurangan stok yang berdampak pada kualitas dan keberlanjutan pelayanan. Misalnya, kehabisan satu jenis lauk favorit dapat menyebabkan kekecewaan pelanggan dan penurunan kepuasan. Oleh karena itu, manajemen

produksi perlu mulai mencatat data penjualan harian dan menggunakannya untuk merencanakan pembelian bahan baku. Penggunaan alat bantu seperti spreadsheet sederhana atau aplikasi stok dapat membantu mengurangi pemborosan dan menjaga konsistensi menu.

Proses produksi dimulai dengan belanja harian di pasar tradisional. Volume produksi disesuaikan berdasarkan pengalaman dan perkiraan jumlah pelanggan harian. Tidak terdapat sistem stok atau perencanaan berbasis data.

Kualitas makanan dijaga oleh kepala dapur, dan kebersihan dapur menjadi perhatian utama. Namun, fluktuasi harga bahan baku seperti cabai dan ayam sering menjadi kendala. Selain itu, jika pasokan terganggu, menu harus diubah secara mendadak, yang memengaruhi kepuasan pelanggan.

4. Kesimpulan

Lebih dari sekadar temuan awal, observasi ini memberikan refleksi bahwa UMKM seperti warteg memiliki daya tahan yang kuat, namun memerlukan dukungan dalam hal sistem manajemen modern. Dengan peningkatan kapasitas SDM, adopsi teknologi sederhana, dan strategi promosi yang adaptif, UMKM ini dapat tumbuh lebih profesional tanpa kehilangan ciri khas lokalnya. Kesederhanaan bukanlah hambatan, melainkan kekuatan yang perlu ditopang dengan alat bantu manajerial yang tepat. Ke depan, penting bagi pelaku UMKM untuk berjejaring dengan komunitas bisnis lokal, mengikuti pelatihan yang disediakan pemerintah atau swasta, dan secara bertahap mendokumentasikan proses bisnis mereka.

Observasi menunjukkan bahwa Warteg Kharisma Bahari Cabang Kusumanegara telah menerapkan prinsip dasar manajemen secara sederhana namun fungsional. Aspek manajemen SDM, pemasaran, keuangan, dan produksi berjalan sesuai kapasitas UMKM, meski masih bersifat informal dan belum terdokumentasi secara sistematis.

Rekomendasi utama dari penelitian ini adalah:

- Digitalisasi pencatatan keuangan melalui aplikasi kasir sederhana.
- Penguatan strategi pemasaran berbasis media sosial (Instagram, Google Review).
- Penyusunan jadwal kerja dan job description sederhana untuk karyawan.
- Perencanaan produksi berbasis catatan penjualan harian.

Dengan penguatan pada keempat aspek tersebut, warteg ini berpotensi untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan mencapai keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada pemilik dan seluruh staf Warteg Kharisma Bahari Cabang Kusumanegara atas kerja samanya selama observasi berlangsung. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada dosen pembimbing, Bapak Dika Prawita, S.Sos., M.M., atas arahan dan bimbingannya selama proses penyusunan jurnal ini.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk diwawancarai, serta kepada rekan-rekan mahasiswa yang turut mendampingi dalam proses observasi lapangan. Tanpa keterlibatan mereka, penelitian ini tidak akan terlaksana dengan baik. Semoga hasil observasi ini dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi pihak akademik, tetapi juga bagi pemilik UMKM dan pembuat kebijakan yang peduli terhadap kemajuan sektor usaha kecil di Indonesia.

ISSN : 3025-9495

Daftar Pustaka

- Dinas Koperasi DIY. (2024). Laporan Tahunan UMKM Kuliner Yogyakarta.*
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). Qualitative Data Analysis (3rd ed.). SAGE Publications.*
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.*
- Tambunan, T. (2023). Person-Job Fit in Indonesian MSMEs. Asian Business Review, 7(1), 11-20.*