



ANALISIS PENYEBAB PENURUNAN PERFORMA BISNIS PADA UMKM AYAM GEPREK 88 (STUDI KASUS CABANG YANG TUTUP)

Andika Pratama¹, Cinta Ulandari², Farrel Fazli Mawla³, Eka Ramdhina⁴, Ali Fatwa Hakim⁵, Najamudin Soleh⁶, Nazwa Safitri⁷, Suci Istiqomah⁸, Wendi Zullyanda⁹, Amanda Ramadani¹⁰

Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Universitas Malahayati, Bandar Lampung
Jl. Pramuka, No.27 Kemiling Permai, Bandar Lampung, Lampung

Email: ¹andikapratamasukses@gmail.com, ²cintaulndri@gmail.com,

³farrelfazlimawla@gmail.com, ⁴ramadhinaaa9@gmail.com, ⁵alifatwam@gmail.com,
⁶najamudinsoleh8@gmail.com, ⁷nazwasafitri955@gmail.com, ⁸suciisti75@gmail.com,
⁹wendizullyanda@gmail.com, ¹⁰ar8294054@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis berbagai faktor yang menyebabkan penurunan performa bisnis pada UMKM Ayam Geprek 88, khususnya pada cabang-cabang yang mengalami penutupan. Penelitian ini difokuskan pada lima variabel independen, yaitu Kualitas Produk, Inovasi Menu, Manajemen Operasional, Strategi Pemasaran, dan Persaingan Usaha, yang diasumsikan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yaitu Kinerja Bisnis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal seperti penurunan kualitas produk, kurangnya inovasi menu, dan lemahnya manajemen operasional memberikan kontribusi besar terhadap penurunan performa bisnis. Sementara itu, dari sisi eksternal, strategi pemasaran yang kurang optimal serta persaingan usaha yang semakin ketat turut mempercepat penurunan tersebut. Temuan ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi sekaligus acuan strategis bagi pelaku UMKM, khususnya di sektor kuliner, dalam merancang langkah perbaikan dan pengembangan bisnis secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Inovasi Menu, Manajemen Operasional, UMKM, Ayam Geprek 88.

Abstract

This study aims to identify and analyze various factors causing declining business performance at the Ayam Geprek 88 MSME, particularly at branches that have closed. This research focuses on five independent variables: Product Quality, Menu Innovation, Operational Management, Marketing Strategy, and Business Competition, which are assumed to influence the dependent variable, Business Performance. The method used in this study is descriptive qualitative with a case study approach. Data collection techniques were conducted through in-depth interviews, direct observation, and documentation. The results indicate that internal factors such as declining product quality, lack of menu innovation, and weak operational management significantly contributed to the decline in business performance. Meanwhile, externally, suboptimal marketing strategies and

increasingly fierce business competition also accelerated the decline. These findings are expected to serve as evaluation material and a strategic reference for MSMEs, particularly in the culinary sector, in designing sustainable business improvement and development steps.

Keywords: *Product Quality, Menu Innovation, Operational Management, UMKM, Ayam Geprek 88.*

I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor vital dalam perekonomian Indonesia. Peran UMKM sangat penting, khususnya dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi pengangguran, dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Di antara berbagai jenis UMKM, sektor kuliner menjadi salah satu yang berkembang paling pesat dan memiliki daya tarik tinggi di kalangan masyarakat. Salah satu contoh UMKM di sektor ini adalah Ayam Geprek 88.

Ayam Geprek 88 merupakan usaha yang bergerak di bidang kuliner dan sempat mengalami pertumbuhan cukup signifikan. Namun, dalam beberapa waktu terakhir, usaha ini menunjukkan penurunan performa yang ditandai dengan menurunnya jumlah pelanggan serta penutupan beberapa cabang operasional. Berdasarkan observasi awal dan hasil wawancara dengan pihak terkait, penurunan performa bisnis ini diduga disebabkan oleh berbagai faktor internal maupun eksternal.

Beberapa faktor utama yang diperkirakan berkontribusi terhadap penurunan tersebut antara lain meliputi: Kualitas Produk (X1), Inovasi Menu (X2), Manajemen Operasional (X3), Strategi Pemasaran (X4), dan Persaingan Usaha (X5). Kelima variabel tersebut diasumsikan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kinerja Bisnis (Y). Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan memahami hubungan antara kelima variabel tersebut dengan kinerja bisnis Ayam Geprek 88, khususnya pada cabang yang mengalami penurunan hingga akhirnya harus ditutup.

II. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus, karena peneliti ingin memahami secara mendalam apa yang menyebabkan penurunan performa usaha pada kasus Ayam Geprek 88. Pendekatan studi kasus digunakan untuk mengeksplorasi suatu fenomena secara mendalam dalam konteks kehidupan nyata, terutama ketika batas antara fenomena dan konteksnya tidak terlihat jelas Yin (2014).

B. Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pihak yang terkait dengan operasional UMKM Ayam Geprek 88. Sampel dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu berdasarkan pengetahuan atau pengalaman informan terhadap permasalahan yang diteliti Sugiyono (2017). Dalam penelitian ini, sampel terdiri dari pemilik usaha, mantan karyawan, dan pelanggan yang dinilai memiliki informasi relevan mengenai penyebab penurunan performa bisnis.

C. Teknik Pengumpulan Data:

1. Wawancara mendalam
2. Observasi
3. Dokumentasi (*In-depth interview*)
4. Observasi lapangan
5. Dokumentasi visual dan arsip

D. Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan teknik dari Analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman (1994), yaitu yang terdiri atas reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

E. Uji Keabsahan Data:

1. Triangulasi sumber
2. Member check (pengecekan hasil sementara kepada narasumber) terhadap hasil temuan

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Hubungan Kualitas Produk (X1) dengandan Kinerja Bisnis (Y)

Dari wawancara dengan pelanggan, banyak yang menyebut bahwa kualitas ayam dan sambalnya menurun. Kadang ayam kurang segar, dan rasa sambal tidak stabil. Hal ini membuat pelanggan tidak puas dan tidak kembali. Konsumen menyatakan bahwa ayam dan sambal mengalami penurunan kualitas. Ketidak konsistenan rasa dan kesegaran bahan memicu ketidak puasan pelanggan. Hal ini menguatkan pendapat Sugiharto (2021) bahwa kualitas yang menurun menurunkan loyalitas pelanggan.

2. Hubungan Inovasi Menu (X2) dengandan Kinerja Bisnis (Y)

Tidak ada menu baru atau promo menarik menyebabkan konsumen merasa bosan. Dalam bisnis kuliner, menu yang menarik dan berbeda sangat penting untuk menarik pelanggan baru. Ayam Geprek 88 jarang melakukan pembaruan menu, sehingga pelanggan merasa bosan. Hal ini berpengaruh negatif terhadap tingkat kunjungan pelanggan dan sejalan dengan temuan Afifah & Andriani (2022).

3. Hubungan Manajemen Operasional (X3) dengandan Kinerja Bisnis (Y)

Mantan karyawan menyebutkan penjadwalan kerja yang tidak jelas dan kurangnya pelatihan. Akibatnya, pelayanan ke konsumen jadi kurang baik. Ini jelas berdampak pada turunnya kinerja usaha menyebabkan pelayanan tidak optimal. Ini sesuai dengan teori Heizer et al. (2017) bahwa kelemahan dalam manajemen operasional berdampak pada efisiensi dan kualitas layanan.

4. Hubungan Strategi Pemasaran (X4) dengandan Kinerja Bisnis (Y)

Minimnya promosi, terutama di media sosial, membuat pelanggan baru tidak tahu keberadaan usaha ini. Usaha sejenis di sekitar justru aktif promosi dan punya visual yang lebih menarik membuat Ayam Geprek 88 kalah dalam hal awareness dibanding pesaing yang lebih aktif. Hal ini diperkuat oleh Rakhmawati (2020), yang menyatakan bahwa promosi digital meningkatkan eksistensi usaha.

5. Hubungan Persaingan Usaha (X5) dengandan Kinerja Bisnis (Y)

Terdapat banyak pesaing di sekitar lokasi, dan mereka menawarkan tempat yang lebih modern dan pelayanan lebih cepat. Tanpa perbedaan yang mencolok, konsumen cenderung memilih pesaing yang lebih menarik menawarkan konsep serupa dengan tampilan modern dan pelayanan cepat. Tanpa keunikan atau nilai lebih, Ayam Geprek 88 kesulitan menarik pelanggan baru. Ini mendukung teori Porter (1985) tentang pentingnya keunggulan kompetitif.

B. Pembahasan

Dari kelima variabel yang dianalisis, semuanya saling berhubungan dan berpengaruh terhadap turunnya performa Ayam Geprek 88. Faktor internal seperti kualitas produk, manajemen, dan inovasi menjadi penyebab utama, sedangkan pemasaran dan persaingan

mempercepat penurunan tersebut. Ini sesuai dengan teori Kotler & Keller (2016). Kelima variabel memiliki keterkaitan kuat terhadap performa bisnis. Kelemahan internal (X1, X2, X3) memperburuk kondisi usaha, dan tekanan eksternal (X4, X5) mempercepat penurunan. Temuan ini sejalan dengan pandangan Kotler & Keller (2016) bahwa kesuksesan usaha dipengaruhi oleh kombinasi manajemen internal dan respon terhadap lingkungan eksternal.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa, penurunan performa pada UMKM Ayam Geprek 88 disebabkan oleh lima faktor utama: kualitas produk yang menurun, kurangnya inovasi menu, lemahnya manajemen operasional, strategi pemasaran yang kurang aktif, serta persaingan yang sangat ketat. Semua faktor ini saling berkaitan dan berdampak langsung terhadap penurunan kinerja bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, L., & Andriani, Y. (2022). Inovasi Produk dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal Manajemen Usaha*, 10(1), 45–52.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2017). *Operations Management*. (12th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-Metode Baru*. Jakarta: UI Press.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
- Putra, D., & Rahma, T. (2021). Pengaruh Inovasi Produk terhadap Penjualan UMKM Makanan. *Jurnal Inovasi Ekonomi*, 7(2), 121–132.
- Rakhmawati, N. (2020). Strategi Promosi Digital UMKM Kuliner. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(1), 88–97.
- Stanton, W. J. (2016). *Prinsip Pemasaran* (Edisi ke-7). Jakarta: Erlangga.
- Sugiharto, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Pemasaran Nusantara*, 4(2), 112–120.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wibowo, A. (2020). Kinerja Usaha Mikro dan Strategi Pengembangan Bisnis. *Jurnal Pengembangan Ekonomi*, 8(3), 150–158.
- Yin, R. K. (2014). *Case Study Research: Design and Methods* (5th ed.). SAGE Publications.