



MANAJEMEN PRODUKSI TAHU GEJROT BANG DIO (STUDI KASUS EKSPLORATIF)

Yrfan Rismiadi¹, Adelina Suryati²

¹Mahasiswa Pascasarjana Sekolah Tinggi Manajemen IMMI, Jakarta

²Dosen Pascasarjana Sekolah Tinggi Manajemen IMMI, Jakarta
ifan.toha@gmail.com¹, adelinasuryati@panca-sakti.ac.id²

Abstract

Production management is a series of management activities that focus on planning, organising, actualising, and controlling the interrelated production of goods and services for profit. When we hear production management, we will think of large factories and busy production activities. In fact, this production management can also be carried out in micro, small and medium enterprises (umkm). It can be seen in the "Tahu Gejrot Bang Dio" business, which is a culinary business of typical snacks of the archipelago tahu gejrot. Production management is organised in such a way as to prioritise management principles from planning to controlling. All of this is done consistently so that it can bring material and non-material benefits. Tahu gejrot, which has been considered a roadside snack, sold with a push cart from one place to another, was changed with Bang Dio's skilful hands. This innovation in his culinary business, Tahu Gejrot Bang Dio is not with a wheelbarrow, but with outlets in campus canteens and office areas, besides that consumers can choose to dine in or take away. Following the development of technology, Tahu Gejrot Bang Dio also provides payment options to its consumers, either by cash or cashless.

Abstrak

Manajemen produksi merupakan serangkaian kegiatan manajemen yang berfokus pada perencanaan, pengorganisasian, pengaktualisasian, dan pengawasan yang saling berkaitan dalam bidang produksi barang dan jasa untuk mendapatkan keuntungan. Apabila mendengar manajemen produksi, maka akan terlintas pabrik-pabrik besar dan kegiatan produksi barang yang sibuk. Sesungguhnya, manajemen produksi ini dapat pula dilakukan pada usaha mikro, kecil, dan menengah atau umkm.

Dapat dilihat pada usaha Tahu Gejrot Bang Dio, yang merupakan usaha kuliner jajanan khas nusantara tahu gejrot. Manajemen produksinya diatur sedemikian rupa dengan mengedepankan prinsip manajemen mulai dari perencanaan hingga pengawasan. Semua itu dilakukan secara konsisten sehingga dapat mendatangkan keuntungan secara materi dan non-materi.

Tahu gejrot yang selama ini dianggap jajanan pinggir jalan, diujakan dengan gerobak dorong dari satu tempat ke tempat lain, diubah dengan tangan terampil Bang Dio. Inovasi dalam usaha kulinernya ini, tahu gejrot Bang Dio tidak dengan gerobak dorong, melainkan dengan gerai di kantin kampus dan wilayah perkantoran, selain itu konsumen dapat memilih untuk makan di tempat (dine in) atau dibungkus (take away). Mengikuti perkembangan teknologi, tahu gejrot Bang Dio pun memberikan pilihan pembayaran pada konsumennya, dapat dengan uang tunai atau non tunai.

Article History

Received: 20 Juni 2023

Reviewed: 30 Juni 2023

Published: 4 Juli 2023

Key Words

gejrot tofu, production management, case study

Sejarah Artikel

Received: 20 Juni 2023

Reviewed: 30 Juni 2023

Published: 4 Juli 2023

Kata Kunci

Tahu Gejrot, Manajemen Produksi, Studi Kasus.



Latar Belakang

Indonesia dengan wilayah yang luas, menjadikan negeri ini memiliki berbagai adat istiadat dan kebudayaan yang ada. Setiap wilayah, setiap daerah, menjadikan banyak sekali segala sesuatu yang khas yang mewakili daerah masing-masing, diantara banyaknya hal tersebut, salah satunya adalah makanan khas. Setiap wilayah di Indonesia pasti memiliki makanan khas yang menjadi bagian dari budaya masyarakat setempat.

Tahu gejrot adalah salah satu makanan khas daerah Cirebon, Jawa Barat. Makanan ini merupakan hasil perpaduan masakan Cina dan masakan lokal. Makanan ini muncul sejak abad ke- 18 sebagai makanan camilan. Sampai saat ini tahu gejrot masih memiliki peminatnya sendiri, baik sebagai makanan rumahan maupun sebagai makanan jualan.

Sebagai makanan jualan, biasanya tahu gejrot diperdagangkan dengan gerobak keliling, tetapi ada pula yang makan di tempat (*dine in*), walaupun dalam skala mikro. Rasa pedas manis dalam olahan tahu gejrot membuat makanan khas ini bertahan dan tetap memiliki konsumen, ditengah banyaknya makanan camilan yang beredar di masyarakat.

Jualan tahu gejrot bisa dikategorikan sebagai usaha mikro kecil dan menengah (umkm) karena merupakan usaha ekonomi produktif yang dimiliki oleh perorangan. Menjadi salah satu dari tiga jenis usaha yang masuk kategori umkm yaitu usaha kuliner, usaha fashion, dan usaha agribisnis.

Cludio Noor Adam adalah seorang pegawai di Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) DKI Jakarta, yang juga merupakan pelaku bisnis umkm usaha kuliner tahu gejrot. Pria yang biasa disapa Bang Dio ini membuka usaha kuliner dengan berjualan "Tahu Gejrot Bang Dio" dengan gerai. Sedikit berbeda dengan penjualan tahu gejrot pada umumnya yang menggunakan gerobak untuk berkeliling.

Sampai saat ini Bang Dio telah memiliki dua gerai tahu gejrot di Jakarta Selatan, yaitu di Jalan Condet Pejaten, Pasar Minggu, dan Kantin Kampus Universitas Pertamina, Kebayoran Lama, serta rumah produksi di Jalan Damai, Jagakarsa. Selain sebagai *owner*, Bang Dio juga berperan sebagai manajer produksi yang mengatur produksi, pemasaran, dan anggaran bagi usaha tahu gejrotnya.

Tahu gejrot Bang Dio cukup diminati oleh banyak orang, tidak hanya dari sekitar lokasi gerai makanan tetapi juga dari lokasi yang cukup jauh. Hal itu dapat terjadi karena dalam manajemen produksi tahu gejrot, Bang Dio mengedepankan mutu pada usaha kulinernya tersebut.

Novelty/ Keterbaruan

Beberapa penelitian terdahulu yang membahas manajemen produksi dalam usaha kuliner/ makanan antara lain:

1. Melka Betsaida. "*Manajemen Produksi Susu Kambing di Alpin Farm, Sine, Ngawi.*" Tugas Akhir Universitas Sebelas Maret, Tahun 2023.
2. Sugiarto, Adi Chandra Setiawan. "*Manajemen Produksi Cokelat Vicco Dark Premium 70 Gram Di Pusat Penelitian Kopi Dan Kakao Indonesia.*" SIPORA: Politeknik Negeri Jember, Tahun 2023.
3. Susanti, Irma, dkk. "*Makanan Ringan Berbasis Pengolahan Hasil Ikutan Pemotongan Ternak Ayam.*" SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan Vol 7 No.1 Hal: 180-189 Tahun 2023.
4. Nur, Adi Aspian, and Nur Azlin. "Pengolahan Rumput Laut Menjadi Kemasan Produk Makanan." *JURNAL INOVASI PENGABDIAN MASYARAKAT* 2.1 (2023): 17-21.



5. Erwan Effendy, Musliadi, & Sumarni. "Manajemen Perencanaan Pra Praproduksi, Proses Produksi, dan Nilai Produksi." Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK) Vol.5 No.1 Hal 4104-4108. Tahun 2023.
6. Didik Pudji Restanto, dkk. "Managemen Produksi Dan Distribusi Tanaman Anggrek di DD Orchid Nursery." Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA Vol.6 No.2 Hal 289-295. Tahun 2023.
7. Gugun Taupiq Hidayat, dkk. "Upaya Penigkatan Produksi dan Digitalisasi Pemasaran UMKM di Desa Cimanggu." Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Vol.3 No.2 Hal 52-59. Tahun 2023.
8. Rochtanu Mulyana dan Adelina Suryati "Penerapan Manajemen Persediaan Barang dalam Mengantisipasi Kerugian Dagangan Di Teaching Factory SMK Negeri 20 Jakarta." Blantika: Multidisciplinary Journal Vol 2 No.2 Hal 189-204. Tahun 2023.
9. Dimas Assyakurrohim, dkk. "Metode Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif." Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer Vol.3 No.01 Hal 1-9. Tahun 2023.
10. Adlini, Miza Nina, dkk. "Metode penelitian kualitatif studi pustaka." Edumaspul: Jurnal Pendidikan Vol.6 No.1 Hal 974-980. Tahun 2022.

Penelitian- penelitian diatas merupakan penelitian yang membahas mengenai manajemen produksi di bidang pengolahan produk makanan, mengenai usaha dagang, dan juga tentang metode penelitian kualitatif. Perbedaan penelitian yang kini dilakukan dengan penelitian- penelitian sebelumnya adalah penelitian ini dilakukan pada usaha dagang mikro tahu gejrot Bang Dio yang bukan usaha perdagangan besar atau pabrikan, dan perbedaan lainnya adalah metode penelitian kualitatifnya dengan pendekatan metode *Creswell*.

Tinjauan Pustaka

Studi Kasus

Merupakan sebuah penelitian tentang suatu peristiwa yang terjadi, dan peneliti tidak melakukan intervensi apapun. Studi kasus terbagi menjadi tiga yaitu: studi kasus kasual/eksplanatori, studi kasus deskriptif, dan studi kasus eksploratif.

Tahu gejrot

Tahu gejrot adalah makanan olahan dari tahu gembos yang dipotong dan disiram dengan ramuan air gula merah. Diyakini penamaan tahu gejrot ini karena tahu yang dimakan pedasnya akan *ngegejrot* (bahasa Cirebon/ Jawa) atau menggoyang lidah.

Manajemen produksi

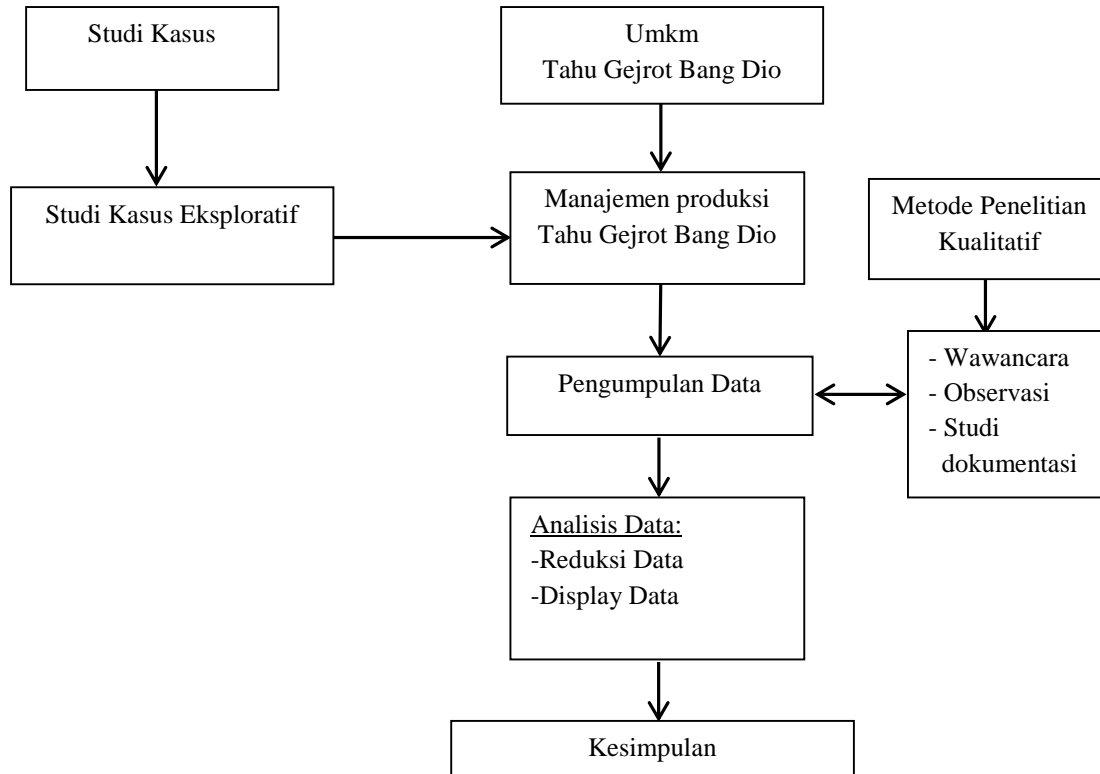
Kadim (2017) menjelaskan manajemen produksi merupakan rangkaian kegiatan manajemen (*planning, organizing, actuating, controlling/ POAC*) yang saling berkaitan untuk menghasilkan barang atau jasa demi mendapatkan keuntungan.

Kerangka Penelitian



Dapat digambarkan sebagai berikut:

Metode Penelitian



Gambar 1. kerangka penelitian

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif agar pengumpulan data dapat dilakukan dengan pendekatan cara John W. Craswell, yang mengeksplorasi suatu masalah sosial, dengan cara observasi, wawancara, dan studi dokumentasi.

Dalam mengeksplorasi, peneliti dapat pula menggunakan studi kasus eksploratif, dimana informasi dan keterangan yang belum terungkap dicari dengan observasi dan wawancara.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi yang peneliti pilih untuk observasi penelitian adalah di gerai tahu gejrot Bang Dio di Jalan Condet Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan. Karena gerai ini memiliki konsumen dari berbagai macam kalangan, mulai dari pelajar hingga pekerja . Waktu penelitian adalah pada bulan Juni 2023.

Sumber Data Penelitian

Data primer merupakan informasi yang didapat oleh peneliti melalui Bang Dio, pelanggannya, dan fenomena yang terjadi saat observasi. Sedangkan data sekunder didapat dari referensi lain mengenai tahu gejrot.

Teknik Analisis Data

Karena merupakan penelitian kualitatif maka data yang didapat dari wawancara, observasi, dan studi dokumentasi, diolah dengan cara reduksi data dan display data, agar informasi- informasi dapat terungkap lebih dalam (eksploratif).

Hasil dan Pembahasan



Pertama, Usaha Kuliner. Ada alasan tersendiri kenapa Bang Dio memilih untuk membuat usaha kuliner jualan tahu gejrot secara gerai *dine in*, yaitu karena Bang Dio mengetahui pangsa pasar sekitar bahwa masyarakat disekitar lokasi usaha kulinernya, seperti siswa sekolah, mahasiswa, pekerja kantor, dan warga, memiliki ketertarikan terhadap tahu gejrot, sehingga apabila warga ingin membeli tahu gejrot tidak perlu menunggu atau mencari gerobak keliling tahu gejrot, karena sudah ada gerai yang berjualan tahu gejrot yang pesannya dapat dimakan ditempat atau dibawa pulang (*take away*).

Kedua, Manajemen Produksi. Bang Dio membutuhkan bantuan dalam mempersiapkan tahu gejrotnya dari bahan olahan hingga menjadi cemilan siap santap. Dibutuhkan satu orang pegawai bagian produksi dan dua orang pegawai untuk dua gerai tahu gejrotnya. Pegawai produksi setiap hari menerima distribusi tahu gembos matang yang dikirim dari wilayah Lebak Bulus, Jakarta Selatan. Selain itu, pegawai produksi tersebut juga berperan dalam membuat bumbu dan kuah tahu gejrot untuk didistribusikan ke dua gerai tahu gejrot di Pasar Minggu dan Kebayoran Lama.



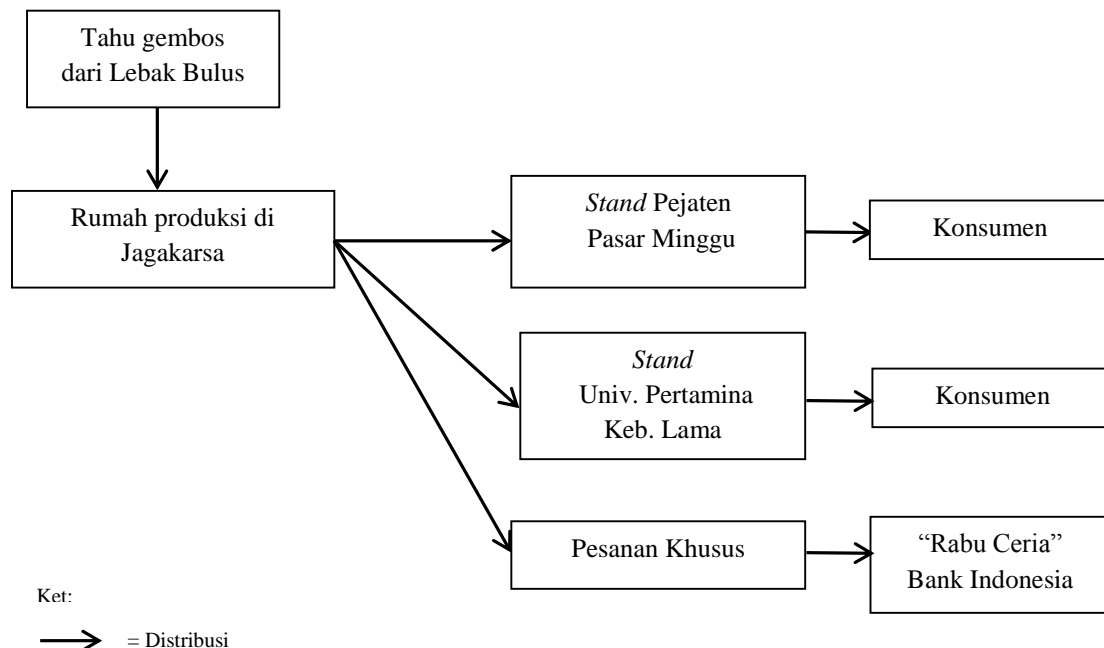
Gambar 2. Claudio Noor Adam (Bang Dio) dan tahu gejrotnya

Tahu gejrot Bang Dio ini juga menyediakan *topping* cireng (makanan ringan asal Jawa Barat yang terbuat dari tepung tapioka yang digoreng) dan minuman jeruk hangat/ dingin sebagai minuman pendamping tahu gejrot. Dua orang karyawan di gerai bertugas membuat menu pesanan konsumen. Setiap harinya, Bang Dio menargetkan 100 porsi terjual pada gerai tahu gejrotnya, dan ini belum termasuk jumlah porsi apabila ada pesanan khusus. Konsumen yang ingin memesan tahu gejrot Bang Dio (pesanan khusus) dalam jumlah banyak, dapat memesan paling lambat dua hari sebelumnya.

Apabila ada pesanan tahu gejrot dalam jumlah banyak, Bang Dio turut serta menjadi kurir dalam distribusi tahu gejrot ke pelanggan. Contohnya pesanan dari Bank Indonesia pada hari Rabu setiap dua minggu sekali, di jam makan siang, untuk *event* "Rabu Ceria" yang berjumlah 50 porsi.

Manajemen produksi tahu gejrot Bang Dio dapat digambarkan sebagai berikut:

Ketiga, Mutu/ Kualitas. Dalam segi mutu, Bang Dio mengedepankan kualitas produk



Gambar 3. Alur produksi tahu gejrot



tahu gejrotnya. Selain untuk kepuasan konsumen, juga untuk citra baik tahu gejrotnya di mata masyarakat. Beberapa langkah yang diterapkan oleh Bang Dio dalam menjamin mutu tahu gejrotnya yaitu: membuat surat ijin usaha dan sertifikasi halal, mengedepankan higienis saat memproduksi dan kebersihan gerai dan perabotnya; menerapkan ‘aman menu dan aman pekerja’ dimana bumbu tahu gejrot dibuat tanpa cuka agar aman bagi lambung konsumen dan tanpa pengawet, serta pegawai yang mencuci tangan dan menggunakan sarung tangan dalam meracik tahu gejrot. Dengan hal-hal tersebut, diharapkan konsumen lebih tertarik mengkonsumsi tahu gejrot Bang Dio.

Keempat, Promosi. Kegiatan mempromosikan kuliner ini, dilakukan secara *offline* dan *online*. Secara *offline*, Bang Dio menyebarkan brosur tahu gejrot ke kantor-kantor dan kampus disekitar gerai tahu gejrotnya. Selain itu, Bang Dio akan memberikan air mineral ukuran gelas secara cuma-cuma kepada konsumen yang makan di tempat, dengan harapan konsumen tersebut akan menyebarkan informasi bahwa beli tahu gejrot gratis minum kepada teman-temannya.

Secara *online*, e-brosur disebarluaskan melalui berbagai media sosial seperti *facebook*, *instagram*, *tiktok*, dan melalui pesan *whatsapp*. Selain itu Bang Dio juga menggunakan marketplace *Gofood*, *Grabfood*, dan *Shopeefood*.

Harga tahu gejrot Bang Dio tergolong ekonomis, cocok untuk kantong siswa sekolah sampai pekerja kantoran akhir bulan. Tahu gejrot reguler dijual seharga Rp 10.000,00 per porsi dan tahu gejrot jumbo Rp 15.000,00 per porsinya. Harga rendah/ terjangkau ini juga merupakan salah satu bentuk promosi Bang Dio untuk menarik konsumen, berdasarkan pada hukum permintaan dalam ekonomi, dimana harga turun maka permintaan akan naik.

Kelima, Keunikan. Tahu gejrot tetaplah tahu gejrot, makanan khas Cirebon yang sudah banyak diketahui orang. Banyak pula yang telah berdagang, bahkan lebih dulu dari Bang Dio. Namun, Bang Dio yakin bahwa tahu gejrotnya akan tetap menjadi pilihan konsumennya. Hal ini dikarenakan tahu gejrot Bang Dio ini unik dan berbeda dari tahu gejrot lainnya. Beberapa keunikan tahu gejrot Bang Dio yang menjadikannya berbeda dari yang lain, yaitu: bersertifikasi halal, bisa makan ditempat/ *dine in* atau bisa pula dibawa pulang/ *take away*, tidak menggunakan cuka, ada menu ‘cireng kuah gejrot’ yaitu cireng yang disiram kuah tahu gejrot, dapat gratis air mineral ukuran gelas, pembayaran bisa tunai atau non tunai menggunakan *QRIS* sebagai bentuk inovasi terhadap teknologi. Bang Dio pun kadang bertanya kepada konsumen yang telah berlangganan, apa kekurangan tahu gejrotnya atau apakah ada rasa yang berbeda, agar penikmat tahu gejrotnya tidak kecewa. Ini juga yang membedakannya dengan jajanan lain karena pedagang lain belum tentu akan meminta pendapat konsumennya.

Usaha kuliner jajanan milik Bang Dio ini hanyalah usaha mikro seperti pada umumnya, tetapi dengan langkah-langkah manajemen yang baik yang telah dilakukan, membuat usaha Tahu Gejrot Bang Dio mendapat perhatian dari produser acara tv, sehingga diundang ke acara “To Night Show” Net Tv.

Kesimpulan

Tahu gejrot merupakan usaha kuliner yang pada umumnya berskala mikro. Bang Dio mengubah *image* tahu gejrot yang terkesan jajanan pinggir jalan menjadi lebih gaul dengan inovasi gerai dan sistem pembayaran non tunai. Manajemen produksi yang dilakukan Bang Dio sesuai dengan prinsip *POAC*.

Produksi tahu gejrot mulai dari bahan baku pilihan, pelayanan kepada konsumen, hingga jumlah produksi harian direncanakan dengan baik dari awal usaha ini dirintis. Pengorganisasian usaha tahu gejrot ini dilakukan dengan baik pula, terlihat dari



dipisahkannya tempat produksi dengan tempat penjualan, alur produksi yang tertata sehingga memudahkan pengerjaan tahu gejrot mulai dari produksi sampai ke konsumen. Penempatan pegawai pun tepat, dimana setiap pegawai memiliki tugas dan perannya masing-masing sehingga tidak terjadi tumpang tindih pekerjaan. Pengawasan yang dilakukan Bang Dio terhadap usahanya memang berbeda dari tahu gejrot lainnya. Bang Dio mengedepankan sertifikasi halal atas makanan yang dijual, dan ijin resmi atas usaha yang dijalankan, kebersihan dan ke higienisan dijaga dan diawasi. Selain pengawasan secara internal, Bang Dio juga melakukan pengawasan secara eksternal dengan meminta pendapat pelanggannya, agar tahu gejrotnya tidak mengecewakan.

Pada masa sekarang banyak sekali usaha kuliner jajanan, seperti pisang goreng, pempek, kebab, atau yang sedang diminati kalangan remaja/ pemuda seperti *corndog* dan *tteokbokki*. Namun, hal itu tidak membuat Bang Dio berpaling dari tahu gejrot, karena tahu gejrot merupakan kuliner khas nusantara, dan memiliki peminat dari berbagai usia dan kalangan, tua- muda, pelajar- pekerja; apalagi berbahan dasar tahu yang memang sudah dikenal oleh lidah- lidah warga lokal. Keyakinan Bang Dio terhadap usaha tahu gejrotnya, dan inovasinya dalam usahanya ini, telah membawa Tahu Gejrot Bang Dio lebih dikenal di masyarakat setelah diundang dalam acara To Night Show - Net TV.

Daftar Pustaka

Jurnal :

- Betsaida, M. (2023). Manajemen Produksi Susu Kambing di Alpin Farm, Sine, Ngawi. *Tugas Akhir Universitas Sebelas Maret*.
- Sugiarto, Adi Chandra Setiawan. (2023). "Manajemen Produksi Cokelat Vicco Dark Premium 70 Gram Di Pusat Penelitian Kopi Dan Kakao Indonesia." *SIPORA: Politeknik Negeri Jember*.
- Susanti, I., Suhartina, S., Dahniar, D., Mariani, M., & Rustang, R. (2023). MAKANAN RINGAN BERBASIS PENGOLAHAN HASIL IKUTAN PEMOTONGAN TERNAK AYAM. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(1), 180-189.
- Nur, A. A., & Azlin, N. (2023). Pengolahan Rumput Laut Menjadi Kemasan Produk Makanan. *JURNAL INOVASI PENGABDIAN MASYARAKAT*, 2(1), 17-21.
- Effendy, E., Musliadi, M., & Sumarni, S. (2023). Manajemen Perencanaan Pra Praproduksi, Proses Produksi, dan Nilai Produksi. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 5(1), 4104-4108.
- Restanto, D. P., Khozin, M. N., Rahmadyah, I., Damayanti, A., Batuto, W. I., Soejono, D., & Kusbianto, D. E. (2023). Manajemen Produksi Dan Distribusi Tanaman Anggrek di DD Orchid Nursery. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 6(2), 289-295.
- Hidayat, G. T., Hidayatulloh, D., Asmarandani, G. L., Mashofah, I., & Ilmi, I. (2023). Upaya Peningkatan Produksi dan Digitalisasi Pemasaran UMKM di Desa Cimanggu. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 52-59.
- Mulyana, R., & Suryati, A. (2023). "Penerapan Manajemen Persediaan Barang dalam Mengantisipasi Kerugian Dagangan Di Teaching Factory SMK Negeri 20 Jakarta." *Blantika: Multidisciplinary Journal 2* (2) , 189-204.
- Assyakurrohim, D., Ikham, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). Metode Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer*, 3(01), 1-9.
- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode penelitian kualitatif studi pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974-980.



MUFAKAT:

Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi

ISSN : 2986-609X

<http://jurnal.anfa.co.id/index.php/mufakat>

Bulan,6Tahun 2023

Vol 2 , No2.

Buku:

Kadim, A. (2017). *Penerapan Manajemen Produksi & Operasi di Industri Manufaktur*.
Bogor: Mitra Wacana Media.

Web:

<https://disbudpar.cirebonkota.go.id/2021/08/19/tahu-gejrot/>