

Nanggroe: Jurnal Pengabdian Cendikia

Volume 2, Nomor 3, Juni 2023, Halaman 105-109

ISSN: 2986-7002

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.8042779>

Motivasi Karyawan Dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Karyawan Pada UMKM Martabak

Reza Amalia Putri¹, Lisnawati², Dwi Epty Hidayaty³

¹²³Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan Karawang

Email: mn21.rezaputri@mhs.ubpkarawang.ac.id¹, mn21.lisnawati@mhs.ubpkarawang.ac.id², dwi.epty@ubpkarawang.ac.id³

Abstrak

Artikel ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana motivasi karyawan dalam meningkatkan produktivitas kerja karyawan pada umkm martabak. Produktivitas kerja sangat dipengaruhi salah satunya oleh motivasi karyawan, hal ini berkaitan dengan dorongan, sikap, dan semangat yang berasal dari dalam pribadi manusia. Motivasi karyawan yang tinggi atau rendah mempengaruhi produktivitas pengusaha. Tujuan dari penulisan artikel ini untuk mengetahui pentingnya motivasi kerja dalam meningkatkan produktivitas kerja karyawan. Motivasi berperan cukup signifikan dalam mempengaruhi serta meningkatkan produktivitas kerja, para karyawan akan bekerja dengan disiplin dan giat. Tetapi selain itu, kurangnya pemberian apresiasi, gaji, dan bonus, juga bisa membuat motivasi karyawan menurun. Motivasi yang menurun ini sangat berpengaruh kepada peningkatan produktivitas kerja, yang nantinya bisa membuat sebuah usaha merosot. Saran untuk pemilik usaha agar lebih aware dan lebih memperhatikan para pegawainya guna menjaga motivasi kerja serta terjalinnya hubungan yang positif antara atasan dan bawahan.

Kata kunci: *Motivasi karyawan dan Produktivitas kerja*

Abstract

This article aims to find out how employee motivation increases employee work productivity at UMKM Martabak. Work productivity is greatly influenced by employee motivation, this is related to encouragement, attitude, and enthusiasm that comes from within the human person. High or low employee motivation affects the productivity of employers. The purpose of writing this article is to find out the importance of work motivation in increasing employee work productivity. Motivation plays a significant role in influencing and increasing work productivity, employees will work with discipline and diligence. But apart from that, the lack of appreciation, salary, and bonuses can also reduce employee motivation. This decreased motivation greatly affects the increase in work productivity, which in turn can make a business decline. Suggestions for business owners to be more aware and pay more attention to their employees in order to maintain work motivation and establish positive relationships between superiors and subordinates.

Keywords: *Employee Motivation and Work Productivity*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dianggap sebagai usaha yang mampu bertahan dalam kondisi krisis, lebih elastis, fleksibel, dan adaptif, sehingga modal menjadi awal dalam menggarap usaha ini. Dengan modal seadanya, pelaku usaha kecil dan menengah dapat mengembangkan usahanya, dari pengumpulan bahan baku, produksi hingga pemasaran (Sundari et al, 2022).

Saat ini banyak UMKM yang bergerak dibidang kuliner sehingga persaingan antara UMKM akan menjadi sangat ketat dalam mendapatkan keuntungan bagi UMKM tersebut. Persaingan UMKM ini juga dapat disebabkan oleh persaingan lingkungan global yang cepat

berubah dihadapi oleh setiap UMKM sehingga dapat memperbesar ketidakpastian bisnis. Disamping munculnya pasar-pasar baru, ketidakpastian usaha juga dipengaruhi oleh perubahan kondisi politik baik dalam negeri maupun luar negeri serta dinamika kemajuan politik. Dinamika lingkungan bisnis tersebut menimbulkan dampak positif dan negatif terhadap pengusaha UMKM. Jika UMKM yang siap menghadapi dinamika lingkungan bisnis maka UMKM tersebut akan menciptakan strategi bisnis atau rencana usaha yang tepat dalam menyiapkan perusahaan. Perusahaan yang tidak memiliki strategi atau rencana usaha yang jelas bisa mendapat kesuksesan dalam waktu singkat, namun ketika ancaman atau tantangan yang tidak terduga muncul, maka perusahaan tersebut akan rentan keberlanjutan bisnisnya.

Salah satu Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yaitu Martabak 212, yang merupakan usaha tetap di bidang kuliner yang berada di Karawang. Bidang kuliner ini sangat banyak diminati oleh berbagai kalangan dan usia. Dengan tingginya permintaan masyarakat atau hasil produksi yang menjadi permasalahan adalah bagaimana cara untuk mengoptimalkan target penjualan agar pendapatan keuntungan dapat dimaksimalkan.

Menurut Martoyo (1996:1153), Motivasi adalah langkah dalam mempengaruhi orang lain untuk dapat menjalankan serta melakukan suatu hal yang kita inginkan. Motivasi juga sering kali dianggap sebagai factor yang mendorong perilaku seseorang. Suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia itu pasti memilih factor yang mendorong manusia untuk melakukan kegiatan tersebut. Oleh sebab itu, faktor yang mendorong manusia untuk melakukan suatu pekerjaan yaitu dengan adanya keinginan agar dapat memenuhi kebutuhan hidup.

Dalam konsep motivasi, dibagi menjadi beberapa jenis. Motivasi menurut jenisnya dibagi melalui beberapa peninjauan, sebagai berikut : motivasi ditinjau dari perannya (Motivasi positif & Motivasi negative), Motivasi ditinjau dari segi perwujudan (Motivasi materiil & Motivasi non-materiil) (Moenir, 2010).

Produktivitas kerja karyawan merupakan suatu akibat dari persyaratan kerja yang harus dipenuhi oleh setiap karyawan. Persyaratan ini adalah kesediaan karyawan untuk bekerja dengan penuh semangat dan tanggung jawab. Seorang karyawan yang memenuhi prasyarat kerja adalah karyawan yang dianggap mempunyai kemampuan, jasmani yang sehat, kecerdasan, dan pendidikan tertentu dan telah memperoleh keterampilan untuk melaksanakan tugas yang bersangkutan dan memenuhi syarat untuk memuaskan dari segi kuantitas dan kualitas.

Faktor yang juga mempengaruhi produktivitas kerja karyawan adalah pengalaman kerja. Pengalaman kerja adalah suatu pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan yang dimiliki pegawai untuk mengemban tanggung jawab dari pekerjaan sebelumnya (Wariati, 2015). Pengalaman kerja merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi produktivitas kerja. Pengalaman kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas kerja, hal ini menunjukkan bahwa keberadaan variable pengalaman kerja tersebut secara statistik memang mempengaruhi produktivitas karyawan dalam bekerja, dimana dengan pengalaman yang baik, maka karyawan akan semakin giat dalam bekerja dan produktivitas akan meningkat.

Motivasi terhadap produktivitas yaitu salah satu faktor yang menentukan suatu produktivitas karyawan meningkat saat bekerja adalah motivasi. Motivasi juga menciptakan dan mendukung sikap seseorang untuk bekerja secara giat atau rajin dan juga antusias dalam mencapai hasil yang maksimal. Dalam menentukan pencapaian produktivitas yang tinggi, maka diperlukan sebuah pendekatan yang bisa memotivasi para karyawan untuk bekerja. Tingkat produktivitas sangat tergantung pada motivasi kerja. Dengan mengidentifikasi motivasi yang diinginkan karyawan, strategi dapat dikembangkan untuk mempertahankan atau meningkatkan produktivitas kerja. Seorang karyawan harus mempunyai keinginan untuk bekerja keras dan antusias, jika ingin mencapai produktivitas kerja yang tinggi.

Hubungan antara motivasi dan produktivitas membuat sebuah perusahaan berjalan dengan baik. Karyawan dapat melakukan tugasnya dengan optimal ketika motivasi yang mendorong karyawan untuk bekerja keras dapat mencapai tujuan perusahaannya. Adanya produktivitas karyawan yang diinginkan sangat mendukung upaya perusahaan dalam pengembangan usaha. Tidak hanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan, peningkatan produktivitas juga sangat diperlukan untuk mendorong produktivitas kerja para karyawan.

METODE

Penulisan artikel menggunakan metode library research yang mengumpulkan data-data dari buku-buku, artikel-artikel dan internet, Serta melakukan wawancara langsung kepada pemilik Martabak 212 yaitu Bapak Wira. Kegiatan ini dilakukan di Jl. Adiningrat, Johar Timur, Karawang, dengan melakukan kunjungan dan observasi langsung. Pembuatan artikel ini membutuhkan waktu selama satu minggu. Teknik analisa data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisa deskriptif dengan menggambarkan dan menjelaskan motivasi dengan kinerja.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan Kunjungan Industri

Berdasarkan hasil kunjungan UMKM Martabak 212 ini bertepatan di Jl. Adiningrat, Johar Timur, Karawang hasil ini menunjukkan bahwa UMKM Martabak 212 dengan pemilik Bapak Wira adalah sebuah industri rumah tangga yang bergerak di bidang kuliner, usaha ini berdiri sejak tahun 2012. Produk yang dijual pada usaha ini yaitu ada 2 jenis yaitu martabak telur, martabak manis. Dalam menjalankan usahanya agar berkembang atau tumbuh menjadi besar pada Martabak Bapak Wira yang sangat memiliki peran yaitu sifat kewirausahaan pemilik usaha tersebut. Karakteristik kewirausahaan yang dimiliki Bapak Wira dengan Martabak 212 yang meliputi rasa yang tidak mudah menyerah, orientasi tugas dan hasil, percaya diri, pengambilan resiko dan orientasi masa depan pada dasarnya sudah sangat baik yang berdampak pada pertumbuhan usaha pada usaha ini. Dalam hal pemilik usaha ini sangat baik yaitu memiliki jiwa ketekunan kharismatik yang membuat banyak orang disekitar merasa terpengaruhi sehingga dapat termotivasi orang sekitar, sehingga pemilik usaha ini juga memiliki sifat yang tidak mudah menyerah sehingga beliau percaya dengan usaha yang ia miliki saat ini.

1) Aspek Keuangan

Harga jual martabak ini dijual dengan harga yang berbeda dimulai dari Rp. 10.000 – Rp 30.000/pcs, tergantung apa yang dipesan oleh pembeli. Pak Wira mengatakan bahwa pembayaran masih menggunakan sistem manual.

2) Aspek Pemasaran

Dalam memasarkan usaha martabak ini, Pak wira menggunakan metode Make of Mouth atau pemasaran yang mengandalkan komunikasi dari mulut ke mulut.

3) Bahan produksi martabak

- a) Tepung terigu
- b) Garam
- c) Telur
- d) Susu kental manis
- e) Air
- f) Baking powder
- g) Soda kue
- h) Mentega
- i) Gula pasir
- j) Vanili

- k) Rum butter
Topping yang digunakan
- a) Keju
- b) Coklat
- c) Kacang
- d) Dll

Keuntungan rata-rata Per-hari tidak menentu, rata rata omzet perbulan mendapatkan sekitaran Rp. 5.000.000 per bulan.

Pembahasan

UMKM martabak 212 yang bertepatan di Jl. Adiningrat, Johar Timur, Karawang. Asal mula 212 itu diambil dari bulan dan tahun didirikannya usaha martabak tersebut. Usaha ini didirikan pada tahun 2012, dan nama pemilik usaha ini adalah Bapak Wira. Kedai martabak yang dirintis Bapak Wira dari nol sampai saat ini memiliki banyak pelanggan.

Martabak 212 merupakan usaha tetap yang berada di Karawang. Usaha ini memproduksi 2 jenis martabak, yaitu martabak manis dan martabak telur. Martabak manis biasanya diisi coklat dan keju. Berbeda dengan martabak telur, martabak manis adalah sejenis kue atau roti isi selai yang biasa dimakan di saat santai sebagai makanan ringan. Sedangkan martabak telur yaitu martabak yang terbuat dari campuran telur dan daging.

Selama 11 tahun berdirinya usaha martabak ini, Pak Wira selalu mempertahankan cita rasa Martabak 212 ini, Pak Wira selalu memberikan kualitas makanan yang terbaik. Mulai dari bahan baku yang digunakan, dan semua bahan baku yang digunakan terjamin halal.

Proses produksi dilakukan secara manual dengan penjagaan cita rasa yang sangat dijaga kerahasiaan resepnya. Dengan produksi manual yang dijalankan, martabak 212 ini berhasil menjaga kerahasiaannya agar tetap setia untuk menjadi customer di martabak 212.

Metode penjualan yang dilakukan Martabak 212 adalah dengan *Make to Order* atau *By Order*, dimana produk yang dibuat berdasarkan permintaan dari pembeli dan tidak menyediakan *stock*. Penjualan martabak ini per-harinya bisa mencapai 10-15 porsi dengan harga yang berbeda mulai dari Rp. 10.000 – 30.000,- tergantung apa yang dipesan oleh pembeli. Dengan menggunakan strategi pemasaran yang digunakan adalah *Word of Mouth*.

Word of Mouth adalah salah satu alat promosi yang ampuh dalam strategi pemasaran. (Sari & Dwiya, 2018) mengatakan bahwa *Word of Mouth* merupakan sebuah tindakan yang memberikan informasi yang dilakukan oleh konsumen kepada konsumen lain, baik produk, jasa dan *merk* seperti yang dilakukan oleh Martabak 212, banyak orang mengetahui mengenai Martabak 212 dari banyaknya konsumen yang telah mencoba dan menceritakan kepada konsumen lain, sehingga konsumen yang merasa puas terhadap produk tersebut bisa menjadi media iklan, yang dimana pemilik usaha tidak lagi memerlukan biaya yang banyak dalam mempromosikan produknya. Strategi *Word of Mouth*, tradisional yang dilakukan antar teman juga kerabat dekat berdampak sangat besar dan merupakan tindakan yang sangat efektif, maka bisa dikatakan strategi yang dilakukan oleh Martabak 212 sudah tepat.

Promosi *Word of Mouth* atau pemasaran yang mengandalkan komunikasi dari mulut ke mulut terbukti tetap jitu bahkan dilakukan di era digital saat ini. Hal ini dikarenakan strategi *Word of Mouth* memiliki rahasia dibalik kekuatan promosinya (Sari & Gusti, 2017) berikut 10 rahasia kekuatan promosi *word of mouth*.

- 1) Konsumen di Indonesia lebih percaya rekomendasi dari orang terdekat langsung, sedangkan iklan berada pada posisi kelima yang dijadikan referensi terpercaya oleh konsumen. Sebanyak 89% konsumen lebih percaya pada rekomendasi *word of mouth*.
- 2) *Word of mouth* dapat menjadi kekuatan pendukung sebuah perusahaan, terlebih dalamantisipasi berita negative dari konsumen.

- 3) Strategi ini mengarahkan kepada pelanggan untuk mempengaruhi calon pelanggan yakni dengan membicarakan, mempromosikan, dan menjual.
- 4) Biaya produksi iklan tidak perlu dikeluarkan, karena word of mouth hanya dilakukan dengan mengoptimalkan sumber daya yang ada baik dari internal perusahaan atau eksternal.
- 5) Promosi word of mouth dapat membangun relasi yang baik antar perusahaan dengan konsumen, sehingga dapat membangun suasana lebih akrab dan nyaman.
- 6) Kaingin tahuan calon pelanggan akan suatu produk tumbuh lebih cepat ketika promosi dilakukan melalui word of mouth.
- 7) Perkembangan teknologi saat ini juga memungkinkan untuk terjadinya WOM secara personal melalui media internet yang membuka saluran komunikasi antar pelanggan dan calon pelanggan.
- 8) Kepercayaan konsumen akan pelayanan dan kualitas yang diberikan oleh perusahaan meningkat dengan promosi yang dilakukan dari mulut ke mulut.
- 9) Pemasar dapat berbagi informasi dengan mudah untuk mengubah mindset pangsa pasar akan produk yang lebih luas.
- 10) Media sosial menjadi kekuatan baru yang mendukung promosi WOM untuk dapat tersebar kepada khalayak yang lebih luas.

Kesepuluh rahasia ini selaras dengan hasil observasi dari di Martabak dimana pemasaran yang digunakan dari awal berdiri sampai dengan saat ini adalah dari mulut ke mulut yang menjadikan martabak 212 menjadi martabak yang terkenal di daerahnya yang memiliki citarasa yang nikmat dan harga yang terjangkau.

KESIMPULAN

Martabak 212 merupakan Usaha yang didirikan oleh Bapak Wira sejak akhir tahun 2012 yang bertempat di jl. Adiningrat, Johar timur, Karawang. Usaha berjala sudah cukup lama dengan melewati pasang surut nya usaha. Jika biasanya penjual kesulitan karena adanya Covid-19 namun berbeda dengan penjualan Martabak 212 salah satu nya pada saat Pandemi Covid-19 Banyak yang membeli Martabak bapak Wira Melalui via online. Namun sebaliknya turun nya customer Ketika Covid-19 berakhir

Dalam mengatasi permasalahan ini saran usaha terhadap martabak 212 perlu mengambil Langkah-langkah berikut:

1. Meningkatkan kualitas pada setiap pembelian
2. Memaksimalkan strategi pemasaran yang baik untuk meningkat penjualan.
3. Lebih meningkatkan promosi kepada social media maupun secara pribadi
4. Munculkan ide-ide yang menarik seperti penambahan varian baru pada setiap menu

Referensi

- Putra, K. R. A., Landra, N., & Puspitawati, N. M. D. (2022). Pengaruh Motivasi Kerja Dan Pengalaman Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karayawan Pada Lpd Se-Kecamatan Tabanan Kadek Rista Ananda Putra 1) , Nengah Landra 2) , Ni Made Dwi Puspitawati 3) 123). *Jurnal EMAS*, 3(9).
- Kusmiati, I., Nasywa Sahila, A., Damayanti, S., Saraswati, A., & Apriliani, A. (2022). Pentingnya Motivasi Pegawai Dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja the Importance of Employee Motivation in Improving Work Productivity. *Karimah Tauhid*, 1, 869–879.
- Sukatin, Nurkhalipah, Kurnia, A., Ramadani, D., & Fatimah. (2022). Penerapan Linear Programming Metode Simpleks Berbantuan Pom-Qm Dalam Optimalisasi Keuntungan Produksi Martabak. *Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia*, 1(9), 1278–1285.