

## ANALISIS KENDALA DAN INOVASI PENGAMBILAN KEPUTUSAN PADA UMKM BAKSO DAN MIE AYAM SI ABANG

Ujang Suherman<sup>1</sup>, Fitri Komalasari<sup>2</sup>, Reyfaldy Jumeston Sitorus<sup>3</sup>,  
Teddy Bachtiar<sup>4</sup>

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Buana Perjuangan  
Karawang Jl. HS. Ronggo Waluyo, Puseurjaya, Telukjambe Timur, Karawang,  
Jawa Barat 41361

<sup>1</sup>[ujang.suherman@ubpkarawang.ac.id](mailto:ujang.suherman@ubpkarawang.ac.id),  
<sup>2</sup>[mn22.fitrikomalasari@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:mn22.fitrikomalasari@mhs.ubpkarawang.ac.id),  
<sup>3</sup>[mn22.reyfaldysitorus@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:mn22.reyfaldysitorus@mhs.ubpkarawang.ac.id),  
<sup>4</sup>[mn22.teddybachtiar@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:mn22.teddybachtiar@mhs.ubpkarawang.ac.id)

### ABSTRAK

*Penelitian ini menganalisis kendala dan inovasi dalam pengambilan keputusan pada UMKM kuliner, khususnya usaha Bakso dan Mie Ayam Si abang yang berlokasi di Kampung Leuwi sisir, Desa Mekarmulya, Kecamatan Telukjambe Barat, Kabupaten Karawang. Studi kasus ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk menggali informasi mendalam dari pemilik usaha. Hasil penelitian menunjukkan beberapa kendala utama, meliputi keterbatasan modal, persaingan yang ketat, dan fluktuasi harga bahan baku. Sebagai respon, para pelaku usaha menerapkan berbagai inovasi, seperti diversifikasi produk, pemanfaatan media sosial untuk pemasaran, dan peningkatan kualitas layanan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kemampuan adaptasi dan inovasi menjadi kunci keberhasilan UMKM kuliner dalam menghadapi tantangan dan mempertahankan daya saing. Studi ini memberikan implikasi penting bagi pengembangan kebijakan dan strategi pembinaan UMKM kuliner di Indonesia.  
**Kata kunci : UMKM, Kendala Bisnis, Inovasi, Pengembangan Keputusan, Kuliner Lokal.***

### ABSTRACT

*This study analyzes the constraints and innovations in decision-making in culinary MSMEs, especially the meatball and chicken noodle businesses. This case study uses a qualitative approach with a case study method to dig up in-depth information from business owners. The results of the study show several main obstacles, including limited capital, fierce competition, and fluctuations in raw material prices. In response, business actors implemented various innovations, such as product diversification, the use of social media for marketing, and improving service quality. This study concludes that adaptability and innovation are the key to the success of culinary MSMEs in facing challenges and maintaining competitiveness. This study provides important implications for the development of policies and strategies for fostering culinary MSMEs in Indonesia.*

### Article history

Received: Januari 2025  
Reviewed: Januari 2025  
Published: Januari 2025

Plagirism checker no 77  
Doi : prefix doi :  
10.8734/musytari.v1i2.365

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/)

## PENDAHULUAN

Menurut data yang dikumpulkan oleh Kementerian Koperasi dan UMKM, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam ekonomi Indonesia, terutama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan menciptakan lapangan kerja. UMKM menyumbang lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Namun, UMKM menghadapi banyak masalah, seperti kurangnya akses ke pembiayaan, adopsi teknologi yang rendah, dan kurangnya inovasi dalam proses bisnis. Dalam konteks persaingan yang ketat dan perubahan perilaku konsumen yang disebabkan oleh digitalisasi, masalah ini menjadi semakin penting.

UMKM Bakso adalah salah satu produk olahan daging tradisional yang sangat terkenal dan disukai oleh masyarakat, dan dianggap sebagai makanan yang sehat. Bakso daging adalah produk makanan berbentuk bulatan atau bentuk lain yang diperoleh dari campuran daging lemak (kadar daging tidak kurang dari 50%) tanpa bahan tambahan pangan (BTP) yang diizinkan, menurut SNI 01-38181995 (Dewan Standarisasi Indonesia, 1995).

Meningkatnya peran teknologi digital dalam pengambilan keputusan dan pemasaran adalah salah satu fenomena yang memengaruhi keberlanjutan UMKM. Ada kemungkinan mereka akan kehilangan daya saing jika mereka tidak dapat menyesuaikan diri dengan perubahan ini. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa inovasi seperti aplikasi digital dan analitik data dapat meningkatkan efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan (Setiawan, 2023). Namun, banyak UMKM, terutama yang bergerak dalam industri kuliner seperti bisnis bakso dan mie ayam, masih menggunakan metode konvensional untuk menjalankan bisnisnya.

Penelitian ini berfokus pada UMKM Bakso dan Mie Ayam Si Abang yang berlokasi di Kp. Leuwi sisir, Desa Mekarmulya, Kecamatan Telukjambe Barat, Kabupaten Karawang. Harga fluktuasi bahan baku, dan kekurangan sumber daya manusia adalah beberapa hambatan yang menghalangi bisnis ini. Meskipun demikian, pemilik usaha telah mencoba mengatasi masalah ini dengan menggunakan pendekatan sederhana, seperti mempromosikan bisnisnya secara digital dengan menggunakan platform media sosial.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Penelitian ini dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi hambatan dan kemajuan dalam proses pengambilan keputusan UMKM Bakso dan Mie Ayam Si Abang. Metode ini dipilih karena memberikan pemahaman mendalam tentang fenomena yang terjadi melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

### Waktu penelitian

Penelitian dilakukan pada tanggal 29 November 2024 di lokasi usaha Bakso dan Mie Ayam Si Abang. Kp. Leuwi sisir, Desa Mekarmulya, Kecamatan Telukjambe Barat, Kabupaten Karawang. Lokasi ini dipilih berdasarkan aksesibilitas dan relevansi terhadap permasalahan penelitian.

### Target/Sasaran

Target/Sasaran dan Subjek Penelitian Pemilik UMKM Bakso dan Mie Ayam Si Abang, pelanggan yang sering bertransaksi, dan lingkungan sekitar bisnis ini adalah sasaran penelitian. Penelitian ini mencakup :

1. Pemilik usaha, yang bertanggung jawab atas pengambilan keputusan.
2. Konsumen, sebagai pengguna jasa yang memberikan pandangan tentang produk dan layanan.
3. Mengamati lingkungan bisnis untuk memahami hambatan eksternal.

### Prosedur Penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui langkah-langkah berikut :

ISSN : 3025-9495

1. Persediaan : Membuat pertanyaan wawancara dan mengumpulkan instrumen observasi.
2. Pengumpulan Data : Wawancara terstruktur dilakukan dengan pemilik bisnis untuk memahami hambatan dan strategi inovasi yang digunakan.
3. Observasi langsung : Untuk mengamati aktivitas operasional dan interaksi dengan pelanggan.
4. Dokumentasi : Pengumpulan foto dan catatan tentang kegiatan usaha diperlukan.

## Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

### 1. Jenis Data

Data yang dikumpulkan dibagi menjadi 2 jenis berikut :

#### a. Data Primer

Informasi yang diperoleh dari narasumber langsung yaitu pemilik usaha atau dari observasi dan wawancara pertama adalah dikenal sebagai data primer. Sumber data utama penelitian ini adalah Bakso dan Mie Ayam Si Abang yang merupakan usaha UMKM.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumber tertentu. Ketiga sumber data penelitian dapat berupa jurnal, artikel, buku, dan situs web yang berkaitan dengan topik penelitian UMKM.

### 2. Instrumen Penelitian

Alat yang digunakan untuk mengumpulkan data termasuk :

#### a. Panduan Wawancara Semi-Terstruktur

Berisi daftar pertanyaan terbuka yang berkaitan dengan pengambilan keputusan, kendala, dan pengelolaan bisnis.

#### b. Lembar Observasi

Berisi metrik untuk mengawasi aktivitas operasional seperti penggunaan bahan baku, dan promosi.

### 3. Teknik Pengumpulan Data

#### a. Observasi

Peneliti melihat aktivitas operasional di tempat usaha untuk mengumpulkan data observasi. Dalam observasi ini, peneliti menggunakan alat seperti pulpen, buku, dan ponsel untuk memfoto, memvideo, dan perekam suara dengan izin narasumber).

#### b. Wawancara

Wawancara adalah peristiwa atau proses interaksi antara pewawancara dan orang yang diwawancarai secara langsung. Selain itu, wawancara juga dapat didefinisikan sebagai percakapan tatap muka atau secara pribadi, antara pewawancara dan sumber informasi di mana mereka bertanya langsung tentang topik yang sedang diselidiki dalam penelitian ini (Yusuf, 2017:372).

Dalam penelitian ini, peneliti secara langsung mengunjungi lokasi dan mewawancarai pemilik usaha UMKM Bakso dan Mie Ayam Si Abang tujuannya memahami keputusan operasional dan strategi bisnis secara lebih personal.

#### c. Dokumentasi

Data dalam dokumentasi penelitian dikumpulkan melalui analisis dokumen UMKM yang mendukung analisis penelitian. Data dikumpulkan melalui metode dokumentasi penelitian dan disusun menjadi dokumen yang melengkapi data penelitian peneliti. Dokumen dapat berbentuk tulisan atau gambar (Yusuf, 2017:391). Setelah tahap observasi dan wawancara selesai, peneliti akan melakukan dokumentasi selama wawancara untuk menyempurnakan informasi peneliti dan memastikan bahwa informasi tersebut asli.

Mengumpulkan dan mempelajari dokumen yang relevan, seperti tangkapan layar akun media sosial untuk evaluasi strategi pemasaran ; catatan modal awal dan pemasukan bulanan dan daftar pemasok bahan baku.



*Gambar 1 Kegiatan Observasi*

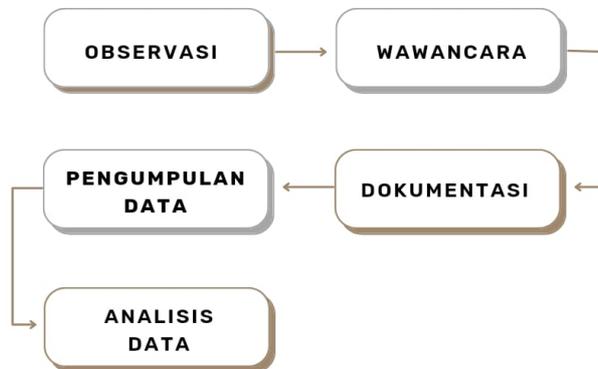
## Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis tematik kualitatif untuk mengidentifikasi Mengidentifikasi, menganalisis, dan melaporkan pola (tema) dalam data yang dikumpulkan. Dengan cara ini, peneliti dapat memahami tantangan dan inovasi dalam pengambilan keputusan di UMKM Bakso dan Mie Ayam Si Abang. Analisis data dilakukan dengan cara berikut :

1. Reduksi
  - a. Definisi  
Memilih, memfokuskan, menyederhanakan, memisahkan, dan mengubah data "mentah" melalui observasi, wawancara dan dokumentasi adalah proses yang dikenal sebagai reduksi data.
  - b. Implementasi  
Memilih informasi yang relevan dengan topik penelitian, seperti tantangan dalam pengelolaan tenaga kerja, modal, bahan baku, dan pemasaran.
2. Pengelompokan Data Berdasarkan Tema  
Data yang telah direduksi disusun berdasarkan tema utama. Yang pertama adalah kendala pengelolaan tenaga kerja, yang mencakup masalah dalam perekrutan, pelatihan, dan pengelolaan tugas. Yang kedua adalah kendala pengelolaan modal, yang mencakup kesulitan mendapatkan pembiayaan dan alokasi dana. Yang ketiga adalah masalah bahan baku, yang mencakup ketersediaan, kualitas, dan efisiensi penggunaan. Yang terakhir adalah kendala dalam pemasaran, yang mencakup strategi untuk mempromosikan dan memperluas pasar.
3. Penyajian Data  
Data tematik disajikan dalam bentuk tabel, diagram, atau deskripsi naratif yang membantu menjelaskan pola yang ditemukan. Penyajian data bertujuan untuk menunjukkan hubungan antar variabel. Salah satu contohnya adalah hubungan antara produktivitas usaha dan kendala tenaga kerja.
4. Kesimpulan/Verifikasi  
Didasarkan pada pola dan tema yang ditemukan, kesimpulan dibuat dengan mempertimbangkan data yang telah diverifikasi melalui triangulasi sumber (wawancara, observasi, dan dokumentasi). Untuk memastikan kredibilitas dan validitas temuan, hasil analisis dibandingkan dengan teori atau penelitian sebelumnya.
5. Trigulasi Data  
Untuk meningkatkan validitas data, triangulasi dilakukan dengan cara berikut :

ISSN : 3025-9495

- a. Membandingkan informasi dari wawancara pemilik UMKM dengan hal-hal yang terjadi setiap hari dalam operasional.
- b. Menggunakan dokumentasi, seperti foto dan laporan penjualan, untuk memastikan bahwa data wawancara dan hal-hal yang terjadi benar.



**Gambar 2 Alur Penelitian**

## Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang masalah dan inovasi yang memengaruhi keputusan yang dibuat oleh usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) Bakso dan Mie Ayam Si Abang.

Untuk mengetahui kendala pengambilan keputusan, :

- A. *Pengelolaan Tenaga Kerja*
  1. Menemukan masalah terkait rekrutmen dan seleksi karyawan
  2. Mengkaji pola distribusi pekerjaan dan tingkat produktivitas karyawan
  3. Mengevaluasi kebutuhan pelatihan dan pengembangan keterampilan karyawan untuk mendukung efisiensi operasional.
- B. *Pengelolaan Modal*
  1. Mengkaji seberapa mudah UMKM mendapatkan pembiayaan formal dan informal.
  2. Menilai seberapa efektif alokasi modal untuk operasional, pengadaan bahan baku, dan pengembangan bisnis.
- C. *Pengelolaan bahan baku*
  1. Menemukan masalah utama dengan ketersediaan bahan baku.
  2. Mengevaluasi metode pengendalian kualitas bahan baku untuk memastikan standar produk.
  3. Mengevaluasi efektivitas penggunaan bahan baku untuk mengurangi pemborosan.
- D. *Pemasaran*
  1. Pertimbangkan strategi promosi konvensional dan digital yang efektif
  2. Pertimbangkan tantangan untuk menjangkau segmen pasar baru
  3. Mempertimbangkan bagaimana media sosial dan inovasi pemasaran lainnya meningkatkan daya tarik produk.

## DASAR PENGEMBANGAN THEORY

### a. *Definisi Pengambilan Keputusan*

Memilih antara berbagai opsi untuk menyelesaikan masalah atau mencapai tujuan dikenal sebagai pengambilan keputusan.

- **Menurut Robbins dan Coulter (2016)**

Pengambilan keputusan terdiri dari proses identifikasi masalah, pengumpulan data, evaluasi alternatif, penentuan solusi terbaik, implementasi keputusan, dan evaluasi hasilnya.
- **Menurut George R. Terry (2006)**

Menyatakan bahwa keputusan adalah pilihan yang dibuat antara berbagai opsi yang tersedia untuk mencapai hasil yang diinginkan dengan mempertimbangkan situasi yang ada.

- **Menurut Stoner dan Freeman (1992)**

Pengambilan keputusan adalah proses sistematis yang terdiri dari sejumlah langkah, mulai dari mengidentifikasi masalah hingga menilai efektivitas keputusan tersebut.

Aplikasi pada UMKM Bakso Si Abang

Dalam praktiknya, keputusan tentang strategi pemasaran, penetapan harga, atau pembelian bahan baku sering kali dibuat berdasarkan intuisi dan pengalaman daripada analisis mendalam. Ini adalah tantangan tetapi juga kesempatan untuk meningkatkan sistem pengambilan keputusan dengan pendekatan yang lebih terstruktur.

**b. Gaya Pengambilan Keputusan**

Gaya pengambilan keputusan menunjukkan cara seseorang atau organisasi memproses informasi dan membuat Keputusan. Menurut Rowe dan Boulgarides (1992), ada empat gaya utama : Directive, Analytical, Conceptual, dan Behavioral.

1. Directive (Langsung dan Cepat)

Berfokus pada efisiensi dan tindakan cepat dengan sedikit informasi, cocok untuk keputusan operasional jangka pendek seperti mengganti pemasok bahan baku tanpa melakukan penelitian tambahan untuk mengatasi lonjakan harga.

2. Analytical (Analisis dan Berbasis Data)

Dalam kasus di mana Bakso Si Abang menggunakan data penjualan untuk membuat strategi diskon, gaya analitis lebih menekankan data dan evaluasi mendalam untuk mengurangi risiko.

3. Conceptual (Kreatif dan Berorientasi Jangka Panjang)

Inovasi menu dengan berbagai topping yang berbeda menunjukkan gaya konseptual yang mengutamakan inovasi dan fokus pada masa depan.

4. Behavioral (Kolaboratif dan Fokus pada Tim)

Menekankan kerja tim dan hubungan interpersonal ; Bakso Si Abang melibatkan karyawannya untuk membahas layanan dan membuat menu baru.

Di pasar kuliner yang kompetitif, UMKM Bakso Si Abang dapat mengoptimalkan pengelolaan bisnisnya secara adaptif, mengatasi masalah operasional, dan tetap berinovasi dengan menggabungkan berbagai gaya ini.

**c. Tahap -Tahap Pengambilan Keputusan**

Herbert A. Simon (1977) membagi proses pengambilan keputusan menjadi tiga tahap utama, yaitu Intelligence, Design, dan Choice.

1. Intelligence (Pengumpulan Informasi)

Melibatkan pengumpulan informasi untuk menemukan masalah atau peluang. Misalnya, UMKM Bakso Si Abang melakukan pengamatan terhadap tren penurunan penjualan pada hari tertentu untuk mengetahui penyebabnya, seperti persaingan pasar atau preferensi konsumen.

2. Design (Merancang Alternatif Solusi)

Berkonsentrasi pada mengumpulkan informasi dan membuat solusi alternatif. Untuk ilustrasi, Bakso Si Abang melakukan perbandingan harga bahan baku dari berbagai pemasok untuk mengurangi biaya produksi tetapi tetap menjaga kualitas.

3. Choice (Memilih Alternatif Terbaik)

Memilih opsi terbaik yang dianggap paling efektif dan efisien. Untuk menarik pelanggan baru dan meningkatkan penjualan, Bakso Si Abang memilih untuk menawarkan diskon khusus pada hari tertentu.

ISSN : 3025-9495

Proses ini menunjukkan bahwa pengambilan keputusan sistematis dan terstruktur membantu UMKM Si Abang menghadapi tantangan bisnis dengan cara yang inovatif dan strategis.

#### *d. Proses Pengambilan Keputusan*

Robbins dan Judge (2017) menyatakan bahwa proses pengambilan keputusan terdiri dari tujuh langkah sistematis yang membantu orang atau organisasi membuat keputusan yang efektif.

##### 1. Mengidentifikasi Masalah

Masalah atau peluang dijelaskan dengan jelas, seperti kenaikan biaya bahan baku yang berdampak pada biaya produksi di UMKM Bakso dan Mie Ayam Si Abang.

##### 2. Mengumpulkan Informasi

Yaitu mengumpulkan informasi yang relevan seperti tren pasar dan harga bahan baku terbaru untuk mendapatkan gambaran yang lebih akurat tentang keadaan.

##### 3. Mengidentifikasi Alternatif

Mengidentifikasi alternatif berarti membangun berbagai solusi, seperti mengubah pemasok bahan baku atau mengubah ukuran porsi untuk tetap kompetitif dalam harga jual.

##### 4. Mengevaluasi Alternatif

Setiap pilihan dievaluasi berdasarkan kelebihan dan kekurangannya. Untuk mengevaluasi dampak jangka pendek dan panjang, ini dapat dilakukan dengan menggunakan strategi seperti SWOT.

##### 5. Memilih Alternatif Terbaik

Data dan hasil evaluasi dianalisis untuk menentukan pilihan terbaik.

##### 6. Implementasi Keputusan

Keputusan dilaksanakan, misalnya dengan menerapkan strategi promosi atau diskon untuk meningkatkan penjualan.

##### 7. Evaluasi Hasil Keputusan

Mengukur hasil keputusan dalam menyesuaikan strategi jika diperlukan berdasarkan hasil evaluasi.

#### *e. Kualitas Keputusan*

Untuk memastikan bahwa tindakan yang diambil memberikan hasil yang optimal dan berkelanjutan, kualitas keputusan sangat penting. Peter F. Drucker (2009) menyatakan bahwa keputusan yang berkualitas memiliki beberapa ciri utama :

**Relevansi**—Keputusan harus relevan dengan tujuan dan kebutuhan bisnis. Misalnya, keputusan Si Abang untuk menambah menu baru dibuat untuk menarik pelanggan baru dan meningkatkan penjualan.

**Efektivitas**—Keputusan harus bermanfaat dalam jangka pendek dan panjang. Sebagai contoh, mempertahankan penjualan dan memperluas jangkauan pasar melalui penggunaan layanan pesan-antar selama pandemi.

**Efisiensi** – Mendapatkan hasil terbaik dengan mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang paling rendah. Prinsip ini diterapkan di Bakso Si Abang dengan memanfaatkan pemasok lokal untuk menurunkan biaya distribusi tanpa mengorbankan kualitas.

**Fleksibilitas**—Keputusan harus cukup fleksibel untuk menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan luar. Misalnya, jika pemasok bahan baku menaikkan harganya, bakso dan mie ayam si abang dapat segera mengganti bahan baku dengan harga yang lebih rendah tanpa kehilangan kualitasnya.

**Konsistensi**—Keputusan harus sesuai dengan tujuan bisnis dalam jangka panjang. Bakso dan Mie Ayam Si Abang, misalnya, memperluas pangsa pasar dengan mempertahankan cita rasa khas produknya.

## Hasil Penelitian

Penelitian ini mengidentifikasi sejumlah tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM Bakso dan Mie Ayam Si Abang dalam proses pengambilan keputusan, yaitu :

### A. *Pengelolaan Tenaga Kerja*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Bakso dan Mie Ayam Si Abang menghadapi masalah dalam manajemen tenaga kerja, terutama pembagian tugas yang tidak terstruktur dan kurangnya pelatihan karyawan. Ini berdampak pada konsistensi layanan kualitas. Dengan memberikan pelatihan sederhana, seperti cara melayani konsumen dengan ramah dan efisien, pemilik UMKM dapat mengatasi masalah ini.

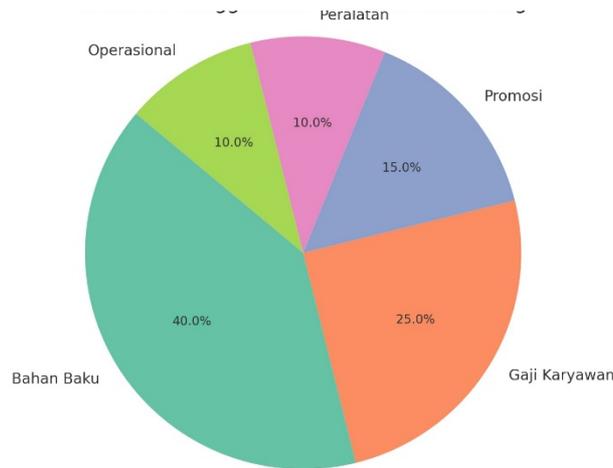
Dalam keputusan untuk merekrut karyawan baru dalam pengelolaan sumber daya manusia sering kali diambil secara terburu-buru ketika terjadi kekurangan tenaga kerja, tanpa memperhatikan proses seleksi yang memadai atau pelatihan bagi karyawan baru. Hal ini dapat mengakibatkan penurunan kualitas layanan, karena karyawan baru mungkin tidak memiliki keterampilan atau pemahaman yang cukup mengenai standar operasional. Oleh karena itu, UMKM Bakso dan Mie Ayam Si Abang sebaiknya merancang rencana rekrutmen yang lebih terstruktur, termasuk program pelatihan untuk meningkatkan kompetensi karyawan.

**Tabel 1 Kendala Pengelolaan Tenaga Kerja dan Solusi di UMKM Bakso Si Abang**

No	Kendala	Penyebab	Solusi
1.	Keterampilan karyawan yang belum merata	Pelatihan kerja yang minim dan kurangnya pengalaman kerja.	Mengadakan pelatihan rutin tentang kerampilan memasak, pelayanan pelanggan, dan manajemen.
2.	Penggantian karyawan (turnover) yang tinggi	Ketidakpuasan terhadap gaji dan minimnya fasilitas kerja.	Memberikan insentif tambahan, bonus kinerja, dan menciptakan lingkungan kerja yang nyaman.
3.	Koordinasi tim yang kurang efektif	Komunikasi antar karyawan kurang optimal.	Mengadakan rapat evaluasi mingguan untuk meningkatkan komunikasi dan kerja sam tim.
4.	Kurangnya motivasi karyawan dalam meningkatkan produktivitas dan pelayanan	Tidak adanya sistem penghargaan atau apresiasi kerja.	Mengimplementasikan sistem reward seperti karyawan terbaik bulanan dan bonus untuk performa.

### B. *Pengelolaan Modal*

Modal sangat penting untuk bisnis UMKM. Penelitian ini menemukan bahwa peningkatan stok bahan baku dan meningkatkan promosi menjadi sulit jika modal terbatas. Untuk mengatasi hal ini, pemilik menggunakan metode pencatatan keuangan yang lebih ketat dan memanfaatkan keuntungan yang diperoleh untuk reinvestasi. Selain itu, Bakso dan Mie Ayam Si Abang mulai menggunakan metode cicilan untuk membeli peralatan produksi modern.



**Gambar 3 Grafik Distribusi Penggunaan Modal Bakso dan Mie Ayam Si Abang**

### C. Pengelolaan Bahan Baku

Ketidakpastian dalam pasokan dan fluktuasi harga bahan baku merupakan tantangan besar dalam pengambilan keputusan. Pelaku UMKM sering kali membuat keputusan berdasarkan informasi yang terbatas mengenai harga pasar atau ketersediaan bahan baku. Situasi ini dapat menyebabkan pembelian bahan baku dengan harga yang tinggi atau kekurangan stok saat permintaan meningkat. Untuk mengatasi permasalahan ini, pelaku usaha perlu membangun hubungan yang lebih baik dengan pemasok dan mempertimbangkan kontrak jangka panjang untuk memastikan pasokan yang stabil dengan harga yang lebih kompetitif.

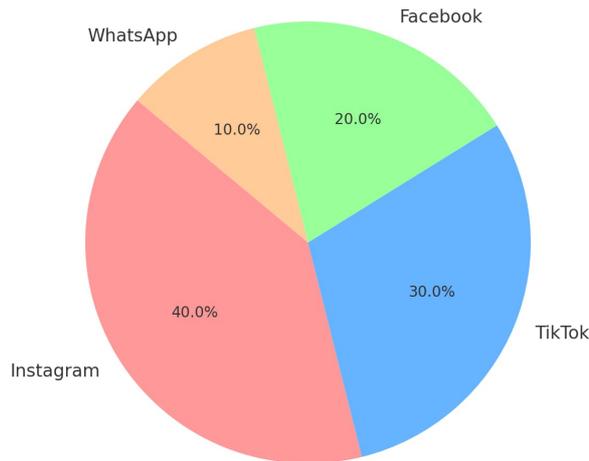
**Tabel 2 Perbandingan Harga Bahan Baku dan Supplier di UMKM Bakso Si Abang**

No	Bahan Baku	Supplier A (Rp)	Supplier B (Rp)	Supplier C (Rp)	Rata-rata Harga (Rp)
1.	Tepung Terigu (1 kg)	9.500	9.500	10.000	9.767
2.	Daging Ayam (1 kg)	40.000	42.000	41.500	41.167
3.	Sayuran Segar (1 kg)	12.000	11.500	13.000	12.167
4.	Bumbu dan Rempah (paket)	15.000	14.500	16.000	15.167
5.	Minyak Goreng (1 liter)	16.000	15.800	16.200	16.000

### D. Pemasaran

Dalam hal pemasaran, peneliti menunjukkan bahwa Bakso dan Mie Ayam Si Abang masih bergantung pada promosi dari mulut ke mulut dan media sosial seperti Instagram dan Tiktok, yang cukup efektif. Namun, pemasaran digital yang lebih luas, seperti penggunaan pasar online, belum digunakan.

Keputusan dalam bidang pemasaran sering kali dibuat berdasarkan pengalaman masa lalu tanpa melakukan analisis pasar yang komprehensif. Banyak pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) masih bergantung pada metode pemasaran konvensional dan kurang memanfaatkan teknologi digital untuk menjangkau konsumen baru. Dengan pesatnya perkembangan media sosial dan platform online lainnya, sangat penting bagi pelaku usaha untuk menjajaki strategi pemasaran digital demi meningkatkan visibilitas produk mereka di pasar. Sebagai contoh, mereka dapat memanfaatkan media sosial untuk berinteraksi dengan pelanggan dan mempromosikan produk secara efisien.



**Gambar 4 Diagram Efektivitas Media Promosi Bakso Si Abang dan Mie Ayam**

## Komentar Empiris

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Bakso dan Mie Ayam Si Abang telah mampu mengatasi beberapa tantangan dengan menggunakan pendekatan yang fleksibel dan praktis. Namun, untuk mencapai keberhasilan dalam jangka panjang, inovasi lebih lanjut diperlukan, terutama dalam hal pengembangan sumber daya manusia dan penggunaan teknologi. Misalnya, penggunaan aplikasi keuangan untuk pemasaran digital berbasis target dan pencatatan modal dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi bisnis.

## Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dikatakan bahwa pelaku UMKM biasanya mengambil pendekatan reaktif terhadap penyelesaian masalah daripada mengambil inisiatif untuk menyiapkan solusi jangka panjang. Hal ini terlihat jelas dalam beberapa aspek manajemen bisnis Bakso dan Mie Ayam Si Abang

### A. Pengelolaan Tenaga Kerja

UMKM Bakso dan Mie Ayam Si Abang dalam manajemen sumber daya manusia sering kali hanya merekrut karyawan ketika ada kebutuhan mendesak, seperti ketika karyawan yang lama berhenti atau ketika permintaan untuk suatu produk melonjak. Cara ini dapat menurunkan kualitas output dan layanan serta mengabaikan pentingnya mempersiapkan diri lebih awal. Bisnis berisiko mengalami masalah seperti produktivitas yang rendah dan perputaran karyawan yang tinggi jika tidak melakukan prosedur perekrutan yang menyeluruh atau memberikan pelatihan yang tepat kepada karyawan baru.

### B. Pengelolaan Modal

Menurut tabel distribusi penggunaan modal, sebagian besar dana dialokasikan untuk bahan baku (60%) dan promosi (20%), sementara hanya 10% dana cadangan untuk kebutuhan mendesak. Penggunaan dana operasional yang tidak optimal juga merupakan kendala modal bagi UMKM Si Abang. Analisis data keuangan digunakan untuk mengoptimalkan pengeluaran. Untuk meningkatkan pemasukan dan mengurangi stok yang menumpuk, UMKM Bakso dan Mie Ayam Si Abang menggunakan strategi diskon. Teori Simon (1977) tentang tahap-tahap pengambilan keputusan yaitu mengidentifikasi masalah, membuat solusi alternatif, berdasarkan data, memilih pilihan terbaik mendukung strategi ini.

Dengan melakukan evaluasi bulanan dan mengubah anggaran sesuai dengan tren penjualan, pengelolaan modal menjadi lebih fleksibel. Hasil ini mendukung gagasan Drucker (2009) tentang kualitas keputusan, yang menekankan pentingnya fleksibilitas dan efisiensi dalam membuat keputusan yang berkualitas.

### C. Pengelolaan Bahan Baku

Bakso dan Mie Ayam Si Abang melihat berbagai pemasok alternatif dan melakukan perundingan harga untuk mendapatkan penawaran yang lebih kompetitif, berdasarkan teori proses

pengambilan keputusan Robbins dan Judge (2017). Menurut diagram perbandingan harga bahan baku, ada perbedaan harga hingga 15% antara pemasok yang berbeda. Akibatnya, UMKM Bakso dan Mie Ayam Si Abang memutuskan untuk diversifikasi pemasok untuk menjaga stabilitas biaya. Untuk mengatasi masalah ini, gaya pengambilan keputusan analitis terbukti berhasil. Selain itu, UMKM Si Abang mengambil pendekatan konseptual dengan memasukkan variasi menu dan bahan baku lokal yang lebih murah sebagai upaya untuk mengurangi ketergantungan mereka pada barang impor dalam jangka panjang.

#### ***D. Pemasaran***

Dalam aspek pemasaran, keputusan yang diambil oleh pelaku UMKM sering kali didasarkan pada pengalaman sebelumnya tanpa analisis pasar yang mendalam. Banyak dari mereka masih mengandalkan metode pemasaran tradisional seperti spanduk atau promosi dari mulut ke mulut, sementara potensi pemasaran digital belum dimanfaatkan secara maksimal. Banyak usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) masih menggunakan strategi pemasaran konvensional dan kurang memanfaatkan teknologi digital untuk menjangkau konsumen baru. Dengan pesatnya perkembangan media sosial dan platform online lainnya, sangat penting bagi pelaku usaha untuk menjajaki strategi pemasaran digital demi meningkatkan visibilitas produk mereka di pasar. Sebagai contoh, mereka dapat memanfaatkan media sosial untuk berinteraksi dengan pelanggan dan mempromosikan produk secara efisien. Pelaku UMKM perlu mengeksplorasi strategi pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan.

Dalam hal pemasaran, para pelaku UMKM sering kali mendasarkan pilihan mereka pada kinerja masa lalu daripada riset pasar yang menyeluruh. Meskipun potensi pemasaran digital belum sepenuhnya disadari, banyak dari mereka yang masih mengandalkan strategi pemasaran konvensional seperti iklan spanduk dan promosi dari mulut ke mulut. Media sosial dan platform online lainnya sangat penting di dunia digital saat ini untuk memperluas visibilitas produk dan menarik klien baru. Agar bisnis UMKM dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan lebih banyak berinteraksi dengan pelanggan, mereka harus menyelidiki taktik pemasaran digital

## **KESIMPULAN DAN IMPLIKASI**

### **Kesimpulan**

Hasil penelitian ini dilakukan untuk menemukan hambatan dalam proses pengambilan keputusan UMKM Si Abang dalam hal pengelolaan tenaga kerja, modal, bahan baku, dan pemasaran, serta untuk menganalisis seberapa efektif keputusan tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa:

1. **Pengelolaan tenaga kerja**

Tingkat absensi yang tinggi dan kurangnya keterampilan karyawan merupakan kendala utama. Melibatkan karyawan dalam diskusi dan memberikan insentif selama proses pengambilan keputusan telah terbukti mampu meningkatkan semangat dan kinerja karyawan.

2. **Pengelolaan Modal**

Pengalokasian dana yang tepat masih menjadi masalah bagi pengelolaan modal. UMKM Si Abang dapat melakukan evaluasi anggaran secara berkala dan menyesuaikan strategi keuangan untuk menjaga stabilitas operasional dan pertumbuhan bisnis dengan menggunakan gaya analitis.

3. **Pengelolaan bahan baku**

Salah satu masalah utama adalah fluktuasi harga bahan baku dan ketergantungan pada satu pemasok. Untuk menekan biaya produksi, UMKM Si Abang berhasil diversifikasi pemasok dan merancang menu alternatif yang terbuat dari bahan lokal dengan menggunakan metode analitis dan konseptual.

4. **Pemasaran**

ISSN : 3025-9495

Dengan memaksimalkan media sosial dan konten kreatif, kendala dalam promosi berhasil diatasi. UMKM Si Abang dapat menciptakan strategi pemasaran baru dan meningkatkan jangkauan pasarnya menggunakan analisis gaya konseptual dan behavioral.

UMKM Bakso dan Mie Ayam Si Abang mampu mengatasi masalah yang dihadapi serta meningkatkan kualitas keputusan untuk mendukung pertumbuhan bisnis dengan menggabungkan berbagai gaya pengambilan keputusan yang fleksibel dan kontekstual.

## Implikasi

### 1. Implikasi Praktis

#### a. Pengelolaan Tenaga Kerja

Untuk meningkatkan keterampilan dan meningkatkan motivasi karyawan, diperlukan pelatihan berkala dan sistem evaluasi kinerja yang lebih komprehensif.

#### b. Pengelolaan Modal

Untuk mempersiapkan kebutuhan dana darurat di masa depan, disarankan untuk memperluas ketersediaan pembiayaan, seperti modal ventura atau pinjaman mikro.

#### c. Pengelolaan Bahan Baku

Untuk menjaga stabilitas harga, UMKM Bakso dan Mie Ayam Si Abang harus terus mendiversifikasi pemasok dan bekerja sama dengan produsen lokal.

#### d. Pemasaran

Untuk meningkatkan branding, diperlukan pengembangan strategi pemasaran digital yang lebih agresif, seperti penggunaan iklan berbayar dan bekerja sama dengan influencer.

### 2. Implikasi Teoritis

Penelitian ini menunjukkan bahwa penggabungan gaya pengambilan keputusan direktif, analitis, konseptual, dan behavioral dapat membuat keputusan yang efektif dalam menghadapi tantangan operasional. Ini menambah literatur tentang pengambilan keputusan di UMKM.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku Chapter (Book Section)

Tambunan, T. (2012). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: isu-isu penting*. Lp3es.

Dr. Rizki Amalia, S.STP, M.AP, Citra Firmadhani S.IP, M,Tr. I.P. (2022) *Merger Buku Teknik Pengambilan Keputusan*

### Jurnal online

Sofyan. (2017). PERAN UMKM USAHA MIKRO,KECIL, DAN MENENGAH DALAM PEREKONOMIAN INDONESIA

Fauzan Muflih Prakoso, Singgih Purnomo, Esti Dwi Rahmawati. (2023). Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan, 1(5) 84-96.  
<https://doi.org/10.61132/maeswara.v1i5.171>

Didik Junaidi & Wahyu Eko Pujiyanto. (2023). Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce, 2(3) 147-158. <https://doi.org/10.30640/digital.v2i3.1312>

William, Achmad Alfian. (2019). Integrasi Jurnal Ilmiah Teknik Industri, 2(2). <https://jurnal.um-palembang.ac.id/integrasi>

Laila Puspita Sari, Apriliani, Santi Pertiwi Hari Sandi. (n.d) ANALISIS PENGAMBILAN KEPUTUSAN PADA UMKM BAKSO BUNTEL ANJUN

Liza Agustina, Mulyani, Mochamad Heru Riza Chakim.(2023). Jurnal Manajemen Retail Indonesia, Volume 4 No. 1. (2695-Article Text-5652-1-10-20230222 (1), n.d.)  
<https://ejournal.raharja.ac.id/index.php/jmari/index>

Tri Meli Handayani et al., (2021). PENGEMBANGAN POTENSI UMKM MIE AYAM & BAKSO MELALUI PEMASARAN BERBASIS TEKNOLOGI DI DESA REWOK PERUMAHAN CANTIKA PRAKTEK KERJA PENGABDIAN MASYARAKAT

**Dari skripsi/tesis/desertasi**

Musabir. (2020). SKRIPSI ANALISIS INOVASI PROSES DAN INOVASI PRODUK BAKSO PADA UMKM BAKSO DESA PANDAU JAYA KABUPATEN KAMPAR, n.d.