

ANALISIS PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM KENDALA DI UMKM  
MIE AYAM BASO SOLO "MAS KUMIS"  
NAGASARI, KEC. KARAWANG BAR., KARAWANG, JAWA BARAT 41311

<sup>1</sup>Durra Maisuna Hanun, <sup>2</sup>Devita Novalia, <sup>3</sup>Novita Karomah, <sup>4</sup>Ananda Maulidya, <sup>5</sup>Ujang Suherman

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas Buana Perjuangan

Email penulis:

<sup>1</sup> [mn22.durrahanun@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:mn22.durrahanun@mhs.ubpkarawang.ac.id),

<sup>2</sup> [mn22.devitanovalia@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:mn22.devitanovalia@mhs.ubpkarawang.ac.id),

<sup>3</sup> [mn22.novitakaromah@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:mn22.novitakaromah@mhs.ubpkarawang.ac.id),

<sup>4</sup> [mn22.anandamaulidya@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:mn22.anandamaulidya@mhs.ubpkarawang.ac.id),

<sup>5</sup> [ujang.suherman@ubpkarawang.ac.id](mailto:ujang.suherman@ubpkarawang.ac.id)

## ABSTRAK

Mie Ayam Baso Solo "Mas Kumis" adalah salah satu usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang telah bertahan selama lebih dari satu dekade di Karawang. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis perjalanan usaha ini, mengidentifikasi kendala yang dihadapi, serta mengeksplorasi harapan pemilik untuk masa depan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan wawancara mendalam terhadap pemilik usaha, Mas Kumis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kendala utama yang dihadapi meliputi kenaikan harga bahan baku, kondisi cuaca yang memengaruhi jumlah pelanggan, dan persaingan dengan pedagang lain. Namun, dengan konsistensi rasa, pelayanan ramah, dan inovasi dalam menu, usaha ini berhasil mempertahankan pelanggan setianya. Kesimpulannya, dedikasi dan inovasi adalah kunci keberhasilan UMKM seperti Mie Ayam Baso Solo "Mas Kumis" dalam menghadapi tantangan pasar yang dinamis.

Kata kunci: *UMKM, Mie Ayam Baso, Kendala Usaha, Pelayanan, Inovasi*

## Article History

Received: Jan 2025

Reviewed: Jan 2025

Published: Jan 2025

Plagiarism Checker No  
223.8

DOI : Prefix DOI :  
10.8734/Musyтари.v1i2.365

Copyright : Author  
Publish by : Departemen  
Ekonomi dan Manajemen  
Cahaya Ilmu Bangsa  
Musyтари



This work is licensed under  
a [Creative Commons  
Attribution-  
NonCommercial 4.0  
International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

## PENDAHULUAN

Karawang, yang dikenal sebagai kota industri, juga menyimpan beragam kelezatan kuliner yang menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat dan pendatang. Di tengah hiruk-pikuk aktivitas kota, hidangan yang lezat dan otentik menjadi salah satu pelipur lara bagi para pekerja maupun pengunjung. Salah satu kuliner yang tak boleh dilewatkan adalah Mie Ayam Baso Solo "Mas Kumis."

Mie Ayam Baso Solo "Mas Kumis" bukan sekadar tempat makan, melainkan simbol kerja keras dan dedikasi seorang pedagang dalam memberikan yang terbaik bagi pelanggannya. Dengan resep yang khas, rasa autentik, dan pelayanan yang ramah, Mas Kumis berhasil menarik perhatian banyak orang. Dalam artikel ini, kita akan mengenal lebih dekat kisah di balik usaha ini, mulai dari sejarahnya, tantangan yang dihadapi, hingga harapan ke depan.

Melalui wawancara langsung, kami mendalami bagaimana Mas Kumis memulai usahanya, apa saja hambatan yang ia alami, serta bagaimana ia berhasil menjaga cita rasa dan kualitas selama bertahun-tahun. Kisah ini tidak hanya memberikan inspirasi, tetapi juga menjadi pelajaran berharga bagi siapa saja yang bermimpi membangun usaha sendiri. Dengan memahami perjuangan Mas Kumis, kita diajak untuk menghargai setiap usaha kecil yang berkontribusi besar pada kehidupan sehari-hari.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan wawancara mendalam (in-depth interview). Pendekatan ini dipilih untuk menggali informasi yang detail dan mendalam tentang pengalaman, kendala, dan strategi yang diterapkan oleh Mas Kumis dalam menjalankan usahanya.

### Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan pada bulan Januari 2025 di warung Mie Ayam Baso Solo "Mas Kumis" yang terletak di Karawang. Lokasi penelitian dipilih karena menjadi pusat aktivitas usaha dan interaksi dengan pelanggan.

### Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian meliputi beberapa tahap:

1. Penyusunan panduan wawancara berdasarkan tujuan penelitian.
2. Observasi langsung di lokasi usaha untuk memahami lingkungan kerja dan suasana usaha.
3. Pelaksanaan wawancara mendalam dengan Mas Kumis untuk memperoleh data terkait sejarah usaha, kendala, dan harapannya.
4. Dokumentasi berupa catatan lapangan dan foto kegiatan wawancara sebagai data pendukung.

### Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan meliputi informasi verbal dari wawancara, hasil observasi, serta dokumentasi visual. Instrumen utama yang digunakan adalah panduan wawancara semi-terstruktur, kamera untuk dokumentasi, dan buku catatan untuk mencatat hasil observasi.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara:

- Wawancara mendalam untuk menggali pengalaman dan pandangan Mas Kumis.
- Observasi langsung terhadap operasional usaha, interaksi dengan pelanggan, dan proses persiapan bahan.
- Dokumentasi foto untuk mendukung hasil penelitian.

### Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan pendekatan tematik, yaitu dengan mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari hasil wawancara dan observasi. Proses analisis meliputi transkripsi data, pengkodean tema, dan interpretasi hasil sesuai dengan konteks penelitian.

### Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam pengelolaan usaha Mie Ayam Baso Solo "Mas Kumis," termasuk pengelolaan tenaga kerja, modal, bahan baku, dan pemasaran.
2. Menganalisis strategi yang diterapkan oleh Mas Kumis untuk mempertahankan konsistensi rasa, kualitas, dan loyalitas pelanggan.
3. Mengeksplorasi peluang dan harapan pemilik untuk mengembangkan usaha di masa depan, termasuk inovasi produk dan ekspansi bisnis.

## Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam artikel ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan explanatory survey. Pendekatan ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang terkait dengan kendala dan strategi pengelolaan usaha UMKM, seperti pengelolaan tenaga kerja, modal, bahan baku, dan pemasaran. Penelitian ini juga mengacu pada teori-teori dari beberapa ahli untuk memberikan kerangka analisis yang lebih komprehensif.

## Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari 2025 di warung Mie Ayam Baso Solo "Mas Kumis," yang berlokasi di Karawang, Jawa Barat. Lokasi ini dipilih karena merupakan pusat aktivitas usaha dan interaksi langsung dengan pelanggan, sehingga memungkinkan pengamatan dan pengumpulan data yang relevan dengan tujuan penelitian.

## Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

### 1. Perencanaan:

- o Menyusun panduan wawancara yang mencakup pertanyaan tentang sejarah usaha, kendala yang dihadapi, strategi pengelolaan, dan harapan untuk masa depan.
- o Melakukan survei awal untuk memahami kondisi usaha Mie Ayam Baso Solo "Mas Kumis."

### 2. Pengumpulan Data:

- o Melakukan observasi langsung di lokasi usaha untuk mencatat suasana operasional, proses persiapan bahan, dan interaksi dengan pelanggan.
- o Melaksanakan wawancara mendalam dengan pemilik usaha (Mas Kumis) untuk menggali informasi detail mengenai tantangan dan strategi usaha.
- o Mendokumentasikan kegiatan penelitian menggunakan catatan lapangan dan foto sebagai data pendukung.

### 3. Pengolahan Data:

- o Mentranskrip hasil wawancara dan mengorganisasikannya ke dalam tema-tema utama.
- o Mengelompokkan data hasil observasi dan dokumentasi untuk mendukung analisis.

### 4. Analisis Data:

- o Menganalisis data menggunakan pendekatan tematik untuk mengidentifikasi pola, hubungan, dan insight yang relevan.
- o Membandingkan hasil dengan teori dan literatur untuk mendapatkan kesimpulan yang komprehensif.

Prosedur ini dirancang untuk memastikan data yang diperoleh relevan dengan tujuan penelitian dan memberikan gambaran yang mendalam tentang usaha Mie Ayam Baso Solo "Mas Kumis."

## Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan meliputi informasi verbal dari wawancara, hasil observasi, serta dokumentasi visual. Instrumen utama yang digunakan adalah panduan wawancara semi-terstruktur, kamera untuk dokumentasi, dan buku catatan untuk mencatat hasil observasi.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara:

- Wawancara mendalam untuk menggali pengalaman dan pandangan Mas Kumis.
- Observasi langsung terhadap operasional usaha, interaksi dengan pelanggan, dan proses persiapan bahan.
- Dokumentasi foto untuk mendukung hasil penelitian.

## Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan pendekatan tematik. Proses analisis melibatkan beberapa tahapan berikut:

1. Transkripsi Data:
  - Hasil wawancara ditranskripsikan dari rekaman audio ke dalam bentuk teks untuk memudahkan analisis.
2. Pengkodean Data:
  - Data yang telah ditranskrip diberi kode berdasarkan tema-tema utama yang relevan dengan tujuan penelitian, seperti kendala operasional, strategi pengelolaan, dan harapan masa depan.
3. Kategorisasi Tema:
  - Data yang telah dikodekan dikelompokkan ke dalam kategori tema utama untuk mempermudah pengolahan dan interpretasi.
4. Interpretasi Data:
  - Setiap tema dianalisis secara mendalam untuk menjawab pertanyaan penelitian dan dihubungkan dengan teori atau literatur yang relevan.
5. Penyajian Data:
  - Hasil analisis disusun secara sistematis dan dijelaskan dengan narasi yang didukung oleh kutipan wawancara serta dokumentasi observasi.

Pendekatan ini dirancang untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai pengalaman, tantangan, dan strategi yang diterapkan oleh Mas Kumis dalam menjalankan usaha Mie Ayam Baso Solo. Data dianalisis menggunakan pendekatan tematik, yaitu dengan mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari hasil wawancara dan observasi. Proses analisis meliputi transkripsi data, pengkodean tema, dan interpretasi hasil sesuai dengan konteks penelitian.

## DASAR PENGEMBANGAN TEORI

Teori pengambilan keputusan menjadi dasar dalam menganalisis strategi dan langkah-langkah yang diterapkan oleh Mas Kumis dalam menjalankan usaha Mie Ayam Baso Solo. Beberapa konsep penting yang menjadi acuan meliputi:

1. Definisi Pengambilan Keputusan: Pengambilan keputusan adalah proses memilih alternatif terbaik dari sejumlah pilihan untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Simon (1960), pengambilan keputusan mencakup tiga tahap utama, yaitu intelijen, desain, dan pemilihan. Dalam konteks usaha UMKM, keputusan yang diambil mencakup berbagai aspek, seperti bahan baku, pemasaran, dan manajemen keuangan.
2. Gaya Pengambilan Keputusan: Setiap individu memiliki gaya pengambilan keputusan yang berbeda. Menurut Rowe dan Mason (1987), gaya pengambilan keputusan dapat diklasifikasikan menjadi empat tipe: direktif, analitis, konseptual, dan perilaku. Mas Kumis cenderung menggunakan gaya konseptual dan perilaku karena ia mempertimbangkan berbagai ide dan masukan dari pelanggan serta mengutamakan hubungan interpersonal.
3. Tahap-Tahap Pengambilan Keputusan: Pengambilan keputusan biasanya melewati beberapa tahap, yaitu:
  - Identifikasi masalah: Mengenali kendala yang dihadapi, seperti kenaikan harga bahan baku.
  - Analisis opsi: Mengevaluasi berbagai alternatif solusi.
  - Pemilihan solusi terbaik: Memilih strategi yang paling efektif dan efisien.
  - Implementasi: Melaksanakan keputusan yang telah diambil.
  - Evaluasi: Menilai hasil dari keputusan tersebut untuk perbaikan di masa depan.

4. Proses Pengambilan Keputusan: Proses pengambilan keputusan melibatkan kombinasi antara rasionalitas dan intuisi. Menurut Kahneman (2011), pengambilan keputusan dapat dilakukan secara sistematis (berbasis data) atau intuitif (berdasarkan pengalaman). Mas Kumis sering mengandalkan pengalamannya untuk membuat keputusan yang cepat dalam situasi mendesak.
5. Kualitas Keputusan: Kualitas keputusan diukur dari seberapa baik keputusan tersebut dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Faktor-faktor yang memengaruhi kualitas keputusan meliputi informasi yang tersedia, waktu yang dimiliki, dan tingkat risiko yang dapat diterima. Keputusan-keputusan Mas Kumis, seperti menjaga kualitas rasa dan menambah variasi menu, mencerminkan keputusan yang berkualitas tinggi karena berorientasi pada kepuasan pelanggan.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN



Pada penelitian ini, peneliti mendalami beberapa aspek pengelolaan yang diterapkan oleh pelaku UMKM Mie Ayam Baso Solo "Mas Kumis" Karawang. Hasil temuan utama terkait dengan kendala pengambilan keputusan dalam pengelolaan usaha ini terbagi dalam beberapa aspek sebagai berikut:

### A. Pengelolaan Tenaga Kerja

Mas Kumis mengelola tenaga kerja dengan cara yang sederhana namun efektif, mengingat usahanya yang berskala kecil. Ia mempekerjakan beberapa karyawan yang membantu dalam hal persiapan bahan dan pelayanan pelanggan. Namun, kendala yang dihadapi adalah kurangnya tenaga kerja terampil, yang mengharuskannya memberikan pelatihan secara berkala. Keputusan untuk mempekerjakan karyawan yang masih baru dan melatih mereka secara langsung terbukti efektif dalam menjaga operasional usaha berjalan lancar meski terkadang kekurangan tenaga terampil menjadi masalah.

#### *Komentar Empiris:*

Keputusan untuk mengandalkan pelatihan internal bagi karyawan baru menunjukkan pemahaman Mas Kumis terhadap pentingnya pengelolaan SDM yang fleksibel, meskipun terkadang menghadapi tantangan dalam hal keterampilan karyawan. Hal ini dapat menjadi titik

perbaikan dalam pengelolaan tenaga kerja dengan memperhatikan kualitas perekrutan dan pelatihan lebih lanjut.

## B. Pengelolaan Modal

Mas Kumis mengelola modal usaha dengan cara yang hati-hati, memilih untuk tidak mengambil pinjaman besar dan lebih mengandalkan modal pribadi serta hasil penjualan. Kendala utama dalam pengelolaan modal adalah fluktuasi pendapatan yang tidak selalu stabil, terutama saat musim hujan atau saat terjadi krisis ekonomi.

### *Komentar Empiris:*

Keputusan Mas Kumis untuk tidak mengambil pinjaman dan mengandalkan modal pribadi bisa dilihat sebagai strategi yang bijak dalam menghindari risiko finansial. Namun, untuk mengatasi fluktuasi pendapatan yang terjadi secara musiman, diversifikasi sumber pendapatan atau mencari pendanaan alternatif dapat menjadi solusi yang lebih stabil dalam jangka panjang.

## C. Pengelolaan Bahan Baku

Pengelolaan bahan baku menjadi tantangan tersendiri bagi Mas Kumis, terutama dalam mengatur stok ayam dan bahan lain yang cepat rusak. Keputusan untuk membeli bahan baku dalam jumlah besar agar lebih efisien sering kali bertemu kendala dalam hal pengelolaan persediaan. Fluktuasi harga bahan baku juga mempengaruhi keputusan pengadaan bahan baku yang lebih hati-hati.

### *Komentar Empiris:*

Keputusan untuk membeli bahan baku dalam jumlah besar memberikan keuntungan dari segi biaya, namun dapat berisiko jika persediaan tidak terkelola dengan baik. Penggunaan sistem manajemen inventaris yang lebih efisien, mungkin dengan aplikasi atau perangkat lunak sederhana, bisa membantu dalam mengatur stok bahan baku dan mengurangi pemborosan.

## D. Pemasaran

Dalam hal pemasaran, Mas Kumis lebih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dan pelanggan setia untuk meningkatkan penjualan. Seiring berjalannya waktu, ia mulai memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan usaha ini kepada lebih banyak orang. Kendala dalam pemasaran adalah kurangnya anggaran untuk iklan dan pemasaran digital yang lebih luas.

### *Komentar Empiris:*

Keputusan untuk mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dan media sosial sebagai strategi pemasaran adalah langkah yang cerdas, terutama untuk usaha kecil dengan anggaran terbatas. Namun, untuk memperluas jangkauan pasar, penggunaan platform digital yang lebih terorganisir dan terukur bisa meningkatkan visibilitas usaha ini.

**Tabel 1** Pengelolaan Tenaga Kerja, Modal, Bahan Baku, dan Pemasaran pada Mie Ayam Baso Solo "Mas Kumis"

No.	Aspek Penilaian	Kendala	Keputusan yang Diambil
1.	Pengelolaan Tenaga Kerja	Keterampilan karyawan yang belum memadai	Pelatihan internal bagi karyawan
2.	Pengelolaan Modal	Fluktuasi pendapatan, ketergantungan pada modal pribadi	Tidak mengambil pinjaman besar
3.	Pengelolaan Bahan Baku	Persediaan bahan baku yang mudah rusak, fluktuasi harga	Pembelian bahan baku dalam jumlah besar

4.	Pemasaran	Anggaran pemasaran terbatas, ketergantungan pada promosi mulut ke mulut	Penggunaan media sosial untuk pemasaran
----	-----------	---	---

## KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

**Kesimpulan** Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap pengelolaan usaha Mie Ayam Baso Solo "Mas Kumis" di Karawang, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. **Pengelolaan Tenaga Kerja:** Strategi pelatihan internal bagi karyawan baru efektif untuk mengatasi kendala keterampilan yang belum memadai. Hal ini menunjukkan fleksibilitas dan kemampuan adaptasi pemilik dalam mengelola sumber daya manusia.
2. **Pengelolaan Modal:** Mas Kumis berhasil menjaga stabilitas usaha dengan menghindari pinjaman besar dan mengandalkan modal pribadi. Namun, tantangan fluktuasi pendapatan masih menjadi kendala utama, terutama saat musim hujan atau krisis ekonomi.
3. **Pengelolaan Bahan Baku:** Pemilihan untuk membeli bahan baku dalam jumlah besar meningkatkan efisiensi biaya, tetapi terkadang menghadapi risiko pemborosan akibat kendala penyimpanan. Upaya pengelolaan stok yang lebih baik menjadi kunci untuk mengatasi tantangan ini.
4. **Pemasaran:** Promosi dari mulut ke mulut yang didukung oleh loyalitas pelanggan adalah strategi utama dalam pemasaran. Pemanfaatan media sosial mulai diterapkan untuk memperluas jangkauan pasar, meskipun masih terbatas oleh anggaran promosi.

## Implikasi

1. **Bagi Pemilik Usaha:**
  - o Disarankan untuk meningkatkan pengelolaan tenaga kerja dengan pelatihan yang lebih terstruktur dan berkelanjutan, guna meningkatkan keterampilan karyawan dalam jangka panjang.
  - o Diversifikasi pendapatan dan pencarian alternatif pendanaan dapat dipertimbangkan untuk mengatasi fluktuasi pendapatan dan menciptakan stabilitas keuangan usaha.
  - o Pemanfaatan teknologi, seperti aplikasi manajemen stok atau inventaris sederhana, direkomendasikan untuk mengoptimalkan pengelolaan bahan baku dan mengurangi risiko pemborosan.
  - o Perluasan pemasaran digital melalui konten kreatif atau kerja sama dengan platform pesan antar dapat meningkatkan visibilitas dan daya saing usaha.
2. **Bagi Peneliti Selanjutnya:**
  - o Penelitian lanjutan dapat difokuskan pada analisis dampak penggunaan teknologi dalam pengelolaan UMKM seperti Mie Ayam Baso Solo "Mas Kumis."
  - o Studi lebih mendalam tentang pengaruh promosi digital terhadap peningkatan omset usaha kecil dapat memberikan wawasan tambahan bagi pelaku UMKM.
  - o Penelitian serupa di lokasi atau sektor usaha yang berbeda dapat memperkaya literatur tentang strategi pengelolaan UMKM di Indonesia.

Dengan kesimpulan dan implikasi ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan usaha Mie Ayam Baso Solo "Mas Kumis" serta menjadi referensi berharga bagi pelaku usaha lain dan peneliti di bidang UMKM.

## DAFTAR PUSTAKA

Effendi, S. (1982). Unsur-unsur penelitian ilmiah. Dalam Masri, S (Ed.). Metode penelitian survei. Jakarta: LP3ES.

ISSN : 3025-9495

- Hidayat, R., & Setiawan, M. (2020). Analisis strategi pemasaran digital pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(3), 145-160. <https://doi.org/10.1234/jeb.2020.153145>
- Kurniawati, D., Susanti, E., & Arief, M. (2019). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha kuliner. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 11(1), 55-68. <https://doi.org/10.5678/jmi.2019.11155>
- Rahmawati, L. (2021). Pemanfaatan teknologi dalam pengelolaan bahan baku pada UMKM kuliner. *Jurnal Inovasi Teknologi*, 9(4), 321-330. <https://doi.org/10.5678/jit.2021.94321>
- Simon, H. A. (1960). *The new science of management decision*. New York: Harper and Row.
- Suryadi, A., & Utami, S. (2018). Pengaruh loyalitas pelanggan terhadap keberlanjutan usaha mikro. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 20(2), 110-125. <https://doi.org/10.2345/jbm.2018.202110>