MUSYTARI
ISSN : 3025-9495

Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 14 No 3 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

ANALISIS PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM KENDALA DI UMKM Vion Coffee Karawang Jl. HS.Ronggo Waluyo No.KM.1, Puseurjaya, Telukjambe Timur, Karawang, Jawa Barat 41361

[1] Amah Suhamah, [2] Adila Putri Nuraeni, [3] Isnina Julieta, [4] Muhammad Enrico Zulhaq, [5] Ujang Suherman

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan
[1] mn22.amahsuhamah@mhs.ubpkarawang.ac.id,
[2] mn22.adilanuraeni@mhs.ubpkarawang.ac.id,
[3] mn22.isninajulieta@mhs.ubpkarawang.ac.id,
[4] mn22.muhammadzulhaq@mhs.ubpkarawang.ac.id,
[5] ujang.suherman@ubpkarawang.ac.id

ABSTRAK
Vion Coffee Karawang adalah sebuah usaha kecil yang berdiri sejak beberapa tahun terakhir, berfokus pada penyediaan produk kopi berkualitas. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis kendala yang dihadapi UMKM ini dalam pengambilan keputusan terkait pengelolaan tenaga kerja, modal, bahan baku, dan pemasaran. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan explanatory survey. Penelitian dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha serta observasi langsung terhadap aktivitas operasional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi yang kurang efektif di internal menjadi kendala utama. Namun, strategi pemasaran dan penjualan secara online telah membantu menjaga stabilitas usaha di tengah persaingan pasar. Pemilik usaha juga menerapkan langkah-langkah seperti lembur untuk memenuhi kebutuhan produksi dan evaluasi rutin untuk mengidentifikasi serta mengatasi masalah secara cepat. Dengan visi menjadi bisnis yang besar dan bercabang, usaha ini terus berinovasi dalam pengelolaan sumber daya manusia dan pengembangan produk.
Kata kunci: pengambilan keputusan, UMKM, kendala usaha, Vion Coffee

ABSTRACT
Vion Coffee Karawang is a small business established a few years ago, focusing on providing high-quality coffee products. This article aims to analyze the challenges faced by this MSME in decision-making related to workforce management, capital, raw materials, and marketing. The research method used is qualitative with an explanatory survey approach. The study was conducted through in-depth interviews with the business owner and direct observation of operational activities. The results show that ineffective internal communication is the main obstacle. However, online marketing and sales strategies have helped maintain business stability amid market competition. The business owner also implemented measures such as overtime to meet production needs and regular

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

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 14 No 3 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

evaluations to quickly identify and resolve issues. With a vision to grow into a large and branching business, this MSME continues to innovate in human resource management and product development.
Keywords: *decision-making, MSME, business challenges, Vion Coffee*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, berkontribusi signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi. Namun, banyak UMKM menghadapi tantangan besar dalam pengambilan keputusan strategis akibat keterbatasan sumber daya, akses ke pasar, dan kompetensi manajemen.

Isu-isu mutakhir yang dihadapi UMKM di Indonesia termasuk adaptasi terhadap teknologi digital, keberlanjutan pasokan bahan baku, dan ketahanan terhadap perubahan kondisi ekonomi global. Dalam konteks ini, Vion Coffee Karawang muncul sebagai contoh UMKM yang berfokus pada inovasi dan pengelolaan sumber daya yang efisien untuk bersaing di pasar lokal. Berdiri sejak beberapa tahun terakhir, usaha ini mengkhususkan diri pada produk kopi berkualitas dengan visi untuk menjadi bisnis yang bercabang dan dikenal luas.

Namun, tantangan seperti komunikasi internal yang kurang efektif dan pengelolaan tenaga kerja yang optimal menjadi hambatan utama dalam mencapai tujuan ini. Artikel ini bertujuan untuk mengidentifikasi kendala tersebut dan menawarkan solusi berbasis analisis untuk mendukung pengembangan UMKM ini secara berkelanjutan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini mengintegrasikan wawasan dari teori manajemen modern dengan data empiris dari wawancara dan observasi langsung di lapangan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode explanatory survey. Lokasi penelitian berada di Vion Coffee Karawang, dan penelitian dilaksanakan pada bulan

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 14 No 3 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Desember 2024. Sasaran penelitian adalah pemilik usaha dan karyawan Vion Coffee Karawang yang terlibat langsung dalam proses operasional.

Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi partisipatif, dan dokumentasi aktivitas operasional. Instrumen yang digunakan meliputi pedoman wawancara dan catatan observasi. Prosedur pengumpulan data dilakukan dengan mendalami proses operasional, pola komunikasi, serta strategi pemasaran usaha.

Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan mengintegrasikan data lapangan dengan teori yang relevan. Hasilnya dianalisis untuk menemukan pola dan hubungan antara variabel yang memengaruhi pengambilan keputusan di Vion Coffee Karawang. Hal ini bertujuan agar peneliti lain dapat mereplikasi penelitian sejenis dan mengembangkan studi lebih lanjut.

Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui kendala pengambilan keputusan yang dihadapi oleh UMKM Vion Coffee Karawang dalam aspek berikut:

A. Pengelolaan Tenaga Kerja Kendala dalam komunikasi internal yang memengaruhi koordinasi dan efisiensi kerja di antara karyawan.

B. Pengelolaan Modal Tantangan dalam pengaturan keuangan untuk memastikan stabilitas operasional tanpa ketergantungan pada pihak eksternal.

C. Pengelolaan Bahan Baku Kesulitan yang muncul terkait pasokan bahan baku yang dipengaruhi oleh fluktuasi harga dan ketersediaan.

D. Pemasaran Strategi yang digunakan untuk menjangkau pasar lokal dan digital serta tantangan dalam meningkatkan jangkauan pemasaran secara efektif.

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kualitatif** dengan metode **explanatory survey**. Pendekatan ini bertujuan untuk menjelaskan secara rinci berbagai masalah yang terkait dengan variabel-variabel dalam usaha, termasuk faktor-faktor yang memengaruhi keberlangsungan usaha, proses operasional, hingga aspek pemasaran dan keuangan.

Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan penggalian data secara mendalam melalui wawancara langsung dengan pelaku usaha. Dengan demikian, penelitian ini dapat menggambarkan dinamika usaha secara komprehensif, termasuk tantangan yang dihadapi dan strategi yang diterapkan oleh pelaku usaha untuk mengatasi kendala tersebut.

Dalam explanatory survey, peneliti juga menganalisis hubungan antarvariabel berdasarkan data empiris yang didukung oleh teori-teori relevan dari para ahli. Data yang dikumpulkan akan diuraikan secara deskriptif untuk memberikan pemahaman menyeluruh mengenai fenomena yang diamati, sekaligus menjadi dasar untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Langkah-langkah dalam penelitian ini meliputi:

1. **Identifikasi Masalah**: Mengidentifikasi tantangan utama yang dihadapi pelaku usaha, termasuk kendala dalam operasional, pemasaran, dan pengelolaan keuangan.
2. **Pengumpulan Data**: Data diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur, observasi lapangan, dan analisis dokumen yang relevan.
3. **Analisis Data**: Menggunakan pendekatan tematik untuk mengidentifikasi pola, hubungan antarvariabel, dan insight yang relevan.
4. **Interpretasi Hasil**: Menghubungkan temuan lapangan dengan teori yang digunakan untuk memahami fenomena usaha secara mendalam.

Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam memahami kondisi riil pelaku usaha kecil dan menengah, serta memberikan rekomendasi praktis untuk pengembangan usaha di masa depan.

Waktu dan Tempat Penelitian

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 14 No 3 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari hingga Februari 2025. Proses pengumpulan data dilakukan secara langsung di lokasi usaha **Vion Coffee**, yang berlokasi Jl. HS.Ronggo Waluyo No.KM.1, Puseurjaya, Telukjambe Timur, Karawang, Jawa Barat 41361.
Lokasi ini dipilih karena menjadi tempat utama operasional usaha, sehingga memungkinkan peneliti untuk mengobservasi secara langsung kegiatan usaha, proses produksi, pemasaran, serta interaksi dengan pelanggan. Pemilihan waktu penelitian juga disesuaikan dengan ketersediaan pelaku usaha untuk wawancara mendalam dan pengumpulan data lainnya.

Prosedur Penelitian
Prosedur penelitian ini dirancang untuk menggali informasi mendalam mengenai operasional dan dinamika usaha **Vion Coffee** di Karawang. Prosedur penelitian melibatkan beberapa tahapan yang dijelaskan sebagai berikut:

1. **Perencanaan Penelitian**
   a. Menentukan tujuan penelitian dan fokus variabel yang akan dikaji, seperti operasional, pemasaran, keuangan, dan tantangan usaha.
   b. Mengembangkan pedoman wawancara semi-terstruktur untuk digunakan sebagai panduan dalam pengumpulan data kualitatif.
   c. Memastikan izin dan kesiapan pelaku usaha sebagai subjek penelitian.
2. **Pengumpulan Data**
   a. Wawancara Mendalam
   Data utama diperoleh melalui wawancara langsung dengan pemilik dan karyawan Vion Coffee. Wawancara berfokus pada proses operasional, strategi pemasaran, tantangan, serta harapan untuk pengembangan usaha.
   b. Observasi Lapangan
   Peneliti melakukan pengamatan langsung di lokasi usaha untuk memahami alur kerja, interaksi dengan pelanggan, serta kondisi lingkungan usaha.
   c. Dokumentasi
   Dokumentasi berupa foto, catatan lapangan, dan dokumen pendukung (jika tersedia) digunakan untuk melengkapi hasil wawancara dan observasi.
3. **Analisis Data**
   a. Data dari wawancara dan observasi dianalisis menggunakan pendekatan tematik untuk mengidentifikasi pola, hubungan antarvariabel, dan insight terkait.
   b. Hasil analisis didukung dengan teori-teori relevan dari literatur untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam.
4. **Validasi Data**
   a. Triangulasi data dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memastikan keakuratan informasi.
   b. Member-check dilakukan dengan meminta pemilik usaha untuk mengonfirmasi temuan penelitian.
5. **Pelaporan Hasil**
   Hasil analisis disusun dalam bentuk laporan penelitian yang menggambarkan secara komprehensif kondisi usaha Vion Coffee, tantangan yang dihadapi, serta rekomendasi untuk pengembangan usaha di masa depan.

Dengan prosedur ini, penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemahaman tentang usaha kecil dan menengah, khususnya dalam konteks industri kopi di Karawang.

Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

1. **Data yang Dikumpulkan**
   Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu:
   a. Data Primer

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 14 No 3 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Data yang diperoleh langsung dari sumber utama, yaitu pemilik dan karyawan Vion Coffee. Data ini meliputi informasi tentang operasional usaha, pemasaran, pengelolaan keuangan, tantangan yang dihadapi, serta harapan untuk pengembangan usaha.

b. Data Sekunder

Data pendukung yang diperoleh dari dokumen terkait usaha, seperti laporan penjualan (jika tersedia), catatan operasional, atau informasi tambahan dari literatur yang relevan dengan penelitian ini.

2. **Instrumen Pengumpulan Data**

a. Panduan Wawancara Semi-terstruktur

Panduan ini dirancang untuk mengarahkan wawancara mendalam dengan pemilik dan karyawan, dengan fleksibilitas untuk menggali informasi tambahan sesuai situasi.

b. Lembar Observasi

Lembar observasi digunakan untuk mencatat kegiatan operasional, kondisi lingkungan usaha, serta interaksi antara pelaku usaha dan pelanggan.

c. Alat Dokumentasi

Kamera atau perekam audio digunakan untuk mendokumentasikan wawancara, observasi, atau kondisi di lokasi usaha sebagai pelengkap data.

3. **Teknik Pengumpulan Data**

a. Wawancara Mendalam

Dilakukan dengan pemilik dan karyawan untuk mendapatkan gambaran mendalam tentang aspek-aspek usaha, termasuk strategi, tantangan, dan harapan mereka.

b. Observasi Lapangan

Observasi dilakukan secara langsung di lokasi usaha untuk memahami kondisi operasional dan pola kerja sehari-hari.

c. Dokumentasi

Foto dan catatan tertulis diambil selama observasi untuk mendukung hasil wawancara dan memastikan keakuratan data yang dikumpulkan.

4. **Teknik Validasi Data**

Data yang diperoleh divalidasi menggunakan metode triangulasi, yaitu membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memastikan konsistensi informasi. Selain itu, hasil wawancara juga dikonfirmasi kembali kepada responden (member-check) untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan sesuai dengan fakta.

Dengan teknik ini, data yang diperoleh diharapkan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai kondisi usaha **Vion Coffee** di Karawang, serta memberikan dasar yang kuat untuk analisis dan rekomendasi.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan untuk memaknai data yang diperoleh dari proses wawancara, observasi, dan dokumentasi, dengan tujuan menjawab pertanyaan penelitian dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Teknik analisis data yang digunakan meliputi beberapa tahapan sebagai berikut:

1. **Reduksi Data**

a. Data yang diperoleh dari lapangan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dikumpulkan dan direduksi untuk menyaring informasi yang relevan dengan fokus penelitian.

b. Proses ini mencakup pengorganisasian data mentah, pemilahan informasi penting, serta pembuangan data yang dianggap kurang relevan.

2. **Penyajian Data**

a. Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk narasi deskriptif, tabel, atau diagram untuk mempermudah pemahaman.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 14 No 3 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

b. Penyajian data juga mencakup identifikasi pola, tema, dan hubungan antarvariabel yang muncul dari hasil pengumpulan data.

3. **Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi**
   a. Kesimpulan sementara dibuat berdasarkan analisis awal, kemudian diverifikasi melalui triangulasi data (membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi).
   b. Proses verifikasi dilakukan untuk memastikan konsistensi temuan dengan fakta yang ada di lapangan, sehingga kesimpulan akhir yang dihasilkan lebih valid dan dapat dipercaya.
4. **Analisis Tematik**
   a. Data kualitatif dianalisis menggunakan pendekatan tematik untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang relevan dengan permasalahan penelitian, seperti tantangan usaha, strategi pemasaran, dan pengelolaan keuangan.
   b. Setiap tema dikaitkan dengan teori-teori yang relevan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam.
5. **Interpretasi Data**
   a. Data yang telah dianalisis kemudian diinterpretasikan dengan menghubungkannya pada permasalahan penelitian dan tujuan yang ingin dicapai.
   b. Hasil interpretasi akan menggambarkan kondisi nyata **Vion Coffee** di Karawang, termasuk solusi yang telah diterapkan dan potensi pengembangan di masa depan.
6. **Pelaporan Hasil Analisis**
   a. Hasil akhir disusun dalam bentuk laporan sistematis yang mencakup deskripsi temuan, analisis, dan rekomendasi.
   b. Laporan disesuaikan dengan format yang telah dirancang untuk mencerminkan tujuan penelitian secara komprehensif.

DASAR PENGEMBANGAN THEORY

Pengambilan keputusan adalah salah satu aspek penting dalam menjalankan usaha, termasuk usaha kecil seperti **Vion Coffee**. Berikut adalah teori-teori yang relevan untuk memahami proses pengambilan keputusan:

a. Definisi Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan dapat didefinisikan sebagai proses memilih satu tindakan dari berbagai alternatif untuk mencapai tujuan tertentu (Simon, 1960). Menurut Robbins dan Judge (2018), pengambilan keputusan adalah inti dari manajemen yang bertujuan untuk memecahkan masalah melalui proses seleksi alternatif terbaik. Dalam konteks usaha, pengambilan keputusan melibatkan strategi operasional, pemasaran, hingga pengelolaan keuangan.

b. Gaya Pengambilan Keputusan

Gaya pengambilan keputusan mencerminkan cara individu atau organisasi dalam memilih alternatif. Menurut Rowe dan Boulgarides (1983), terdapat empat gaya utama:

1. Directive: Pengambilan keputusan cepat dengan informasi terbatas.
2. Analytical: Mempertimbangkan data secara mendalam sebelum membuat keputusan.
3. Conceptual: Menggunakan kreativitas dan intuisi untuk menghasilkan solusi jangka panjang.
4. Behavioral: Fokus pada kerja sama tim dan kepuasan anggota kelompok dalam proses pengambilan keputusan.

   Pemilik **Vion Coffee** dapat menerapkan gaya yang sesuai dengan kebutuhan usaha dan kondisi lapangan.

c. Tahap-Tahap Pengambilan Keputusan

Menurut Herbert Simon (1977), tahap-tahap pengambilan keputusan meliputi:

1. Identifikasi Masalah: Mengenali isu atau tantangan yang memerlukan keputusan.
2. Pengumpulan Informasi: Menghimpun data yang relevan untuk memahami masalah.
3. Pengembangan Alternatif: Merancang berbagai opsi yang dapat diambil.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 14 No 3 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

4. Evaluasi Alternatif: Menganalisis kelebihan dan kekurangan masing-masing opsi.
5. Pemilihan Alternatif Terbaik: Memilih opsi yang paling sesuai dengan tujuan.
6. Implementasi Keputusan: Melaksanakan keputusan yang telah diambil.
7. Evaluasi Hasil: Mengukur efektivitas keputusan yang diimplementasikan.

d. Proses Pengambilan Keputusan

Proses pengambilan keputusan menurut Mintzberg et al. (1976) terdiri dari tiga fase utama:

1. Fase Identifikasi: Masalah dan peluang diidentifikasi.
2. Fase Pengembangan: Alternatif solusi dirancang dan diuji.
3. Fase Seleksi: Alternatif terbaik dipilih dan dijalankan.

e. Kualitas Keputusan

Kualitas keputusan ditentukan oleh beberapa faktor, seperti:

1. Ketersediaan Informasi: Semakin lengkap informasi, semakin baik keputusan.
2. Keterlibatan Pihak Terkait: Keputusan yang melibatkan tim sering kali lebih matang.
3. Ketepatan Waktu: Keputusan yang diambil tepat waktu mencegah potensi kerugian.
4. Kesesuaian dengan Tujuan: Keputusan harus mendukung pencapaian visi dan misi usaha.

Dalam konteks Vion Coffee, teori-teori ini dapat digunakan sebagai dasar untuk memahami bagaimana keputusan diambil dalam operasional sehari-hari, mengatasi tantangan, dan merencanakan pengembangan usaha di masa depan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada usaha **Vion Coffee** di Karawang, dengan fokus pada kendala dalam pengambilan keputusan yang dihadapi oleh pelaku usaha. Berikut adalah deskripsi hasil temuan berdasarkan beberapa aspek penting dalam pengelolaan usaha:

A. Pengelolaan Tenaga Kerja

Pelaku usaha menghadapi tantangan dalam mempertahankan stabilitas tenaga kerja. Tingginya tingkat keluar-masuk karyawan menjadi kendala utama yang disebabkan oleh kurangnya komunikasi internal yang efektif dan adanya pengaruh eksternal, seperti provokasi dari "orang dalam."

Komentar:

Keputusan untuk menangani masalah ini dengan lembur (evakuasi lembur) menunjukkan upaya pemilik usaha untuk memastikan kelancaran operasional. Namun, keputusan ini bersifat sementara dan memerlukan langkah jangka panjang seperti perbaikan sistem komunikasi dan pemberian insentif karyawan untuk meningkatkan loyalitas.

B. Pengelolaan Modal

Pengelolaan modal berjalan cukup stabil, dan usaha tidak memerlukan bantuan eksternal seperti pinjaman atau bantuan pemerintah. Pemilik usaha merasa bahwa sumber daya modal yang ada cukup untuk mendukung operasional dan pengembangan.

Komentar:

Keputusan untuk mandiri secara finansial menunjukkan kontrol yang baik atas arus kas usaha. Namun, pelaku UMKM juga dapat mempertimbangkan akses ke pembiayaan untuk mempercepat ekspansi usaha di masa depan.

C. Pengelolaan Bahan Baku

Bahan baku untuk operasional **Vion Coffee** diperoleh secara rutin dan berkualitas dari pemasok terpercaya. Tantangan yang muncul adalah dalam menjaga kontinuitas pasokan, terutama jika terjadi lonjakan permintaan mendadak.

Komentar:

Keputusan untuk bekerja dengan pemasok tetap adalah langkah strategis untuk menjaga konsistensi kualitas. Namun, diversifikasi pemasok dapat menjadi solusi untuk mengatasi risiko gangguan pasokan.

D. Pemasaran

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 14 No 3 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Pemasaran dilakukan secara offline dengan mengandalkan lokasi strategis di Karawang, serta dukungan promosi dari mulut ke mulut. Pelanggan sebagian besar berasal dari sekitar lokasi usaha, dan pemasaran digital belum sepenuhnya dimanfaatkan.

Komentar:

Keputusan untuk memaksimalkan pemasaran offline efektif dalam membangun hubungan personal dengan pelanggan lokal. Namun, adopsi pemasaran digital, seperti penggunaan media sosial dan platform e-commerce, dapat membantu menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan.

Pembahasan

Berdasarkan temuan di atas, keputusan-keputusan yang diambil oleh pelaku usaha mencerminkan pemahaman terhadap tantangan lokal yang dihadapi. Meski demikian, beberapa area masih memiliki peluang untuk diperbaiki, seperti peningkatan komunikasi internal, diversifikasi pemasok bahan baku, dan adopsi strategi pemasaran digital. Secara empiris, langkah-langkah ini dapat memperkuat daya saing **Vion Coffee** di pasar lokal maupun regional.

A. Pengelolaan Tenaga Kerja

Tantangan utama dalam pengelolaan tenaga kerja adalah tingkat keluar-masuk karyawan yang tinggi. Untuk mengatasi hal ini, pemilik usaha menerapkan sistem lembur sebagai solusi sementara.

Tabel 1 Kendala Pengelolaan Tenaga Kerja di Vion Coffee

No	Kendala	Penyebab Utama	Langkah yang Dilakukan	Efektivitas Langkah
1	Tingkat keluar-masuk tinggi	Kurangnya komunikasi internal	Pemberian lembur	Sedang
2	Kurangnya loyalitas	Provokasi eksternal	Diskusi informal	Rendah

B. Pengelolaan Bahan Baku

Pemilik usaha bekerja dengan pemasok tetap untuk menjaga kualitas bahan baku. Namun, risiko terjadi ketika permintaan meningkat secara mendadak.

Tabel 2 Sumber dan Kontinuitas Pasokan Bahan Baku

No	Jenis Bahan Baku	Pemasok Utama	Frekuensi Pengiriman	Risiko	Langkah Pencegahan
1	Kopi	Pemasok lokal Karawang	Setiap minggu	Stok habis	Diversifikasi pemasok
2	Susu	Distributor nasional	Dua kali sebulan	Pengiriman tertunda	Stok buffer

Pembahasan

A. Pengelolaan Tenaga Kerja

Dari hasil penelitian, terungkap bahwa Vion Coffee menghadapi masalah terkait tingkat keluar-masuk karyawan yang tinggi, yang sebagian besar disebabkan oleh kurangnya komunikasi internal yang efektif dan pengaruh eksternal dari "orang dalam." Hal ini sesuai dengan teori pengelolaan sumber daya manusia yang menyatakan bahwa komunikasi yang buruk dapat meningkatkan ketidakpuasan dan turnover karyawan (Armstrong, 2010).

Keputusan untuk mengatasi hal ini dengan lembur sebagai langkah sementara dapat

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 14 No 3 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

memberikan solusi jangka pendek, tetapi tidak cukup efektif dalam jangka panjang. Mengacu pada teori pengambilan keputusan (Simon, 1977), seharusnya langkah-langkah lebih strategis seperti perbaikan sistem komunikasi internal dan pemberian insentif bagi karyawan dapat mengurangi turnover dan meningkatkan loyalitas.

Secara empirik, meskipun keputusan lembur dapat menjaga kelancaran operasional, langkah-langkah lebih komprehensif perlu diambil agar karyawan merasa lebih dihargai dan terlibat dalam perkembangan perusahaan.

B. Pengelolaan Modal

Penelitian menunjukkan bahwa Vion Coffee mampu mengelola modal secara mandiri tanpa bantuan eksternal seperti pinjaman atau bantuan pemerintah. Hal ini menggambarkan tingkat pengendalian yang baik atas arus kas dan modal kerja. Berdasarkan teori pengelolaan modal usaha kecil (McMahon, 2001), pengelolaan modal secara internal memberikan keuntungan dalam hal fleksibilitas dan mengurangi ketergantungan pada lembaga luar.

Namun, keputusan untuk tidak mencari sumber pembiayaan tambahan bisa berdampak pada keterbatasan dalam ekspansi usaha. Teori keputusan investasi menyarankan bahwa akses ke pembiayaan eksternal dapat mempercepat pertumbuhan dan pengembangan usaha (Jensen, 1986). Mengingat potensi pertumbuhan yang ada, keputusan untuk memanfaatkan modal eksternal dapat menjadi langkah strategis untuk memperluas skala usaha dan menghadapi persaingan pasar.

C. Pengelolaan Bahan Baku

Pengelolaan bahan baku dilakukan dengan menggunakan pemasok tetap, tetapi pemilik usaha menghadapi tantangan terkait kontinuitas pasokan, terutama saat permintaan meningkat secara tiba-tiba. Berdasarkan teori manajemen rantai pasokan (Chopra & Meindl, 2016), pengelolaan rantai pasokan yang baik sangat bergantung pada hubungan yang solid dengan pemasok dan diversifikasi sumber bahan baku untuk mengurangi risiko ketergantungan pada satu pemasok.

Keputusan untuk tetap mengandalkan satu pemasok utama dapat efektif jika pasokan berjalan lancar, namun rentan terhadap gangguan yang dapat menghambat kelancaran operasional. Oleh karena itu, diversifikasi pemasok bahan baku akan memberikan Vion Coffee lebih banyak fleksibilitas dan mengurangi potensi risiko gangguan pasokan.

D. Pemasaran

Pemasaran yang dilakukan Vion Coffee saat ini masih sangat bergantung pada pendekatan lokal dan pemasaran dari mulut ke mulut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan datang dari sekitar lokasi usaha. Berdasarkan teori pemasaran tradisional dan digital (Kotler & Keller, 2016), mengandalkan metode pemasaran lokal memang efektif untuk usaha yang berorientasi pada pasar lokal, tetapi sangat terbatas dalam menjangkau pasar yang lebih luas.

Keputusan untuk tidak mengadopsi pemasaran digital adalah langkah yang dapat membatasi potensi pertumbuhan usaha. Pemasaran melalui media sosial dan platform e-commerce dapat membantu Vion Coffee untuk memperkenalkan produk kepada audiens yang lebih luas, sekaligus meningkatkan penjualan dan memperluas cakupan pasar. Berdasarkan analisis ini, integrasi strategi pemasaran digital dalam model bisnis Vion Coffee dapat memberikan dampak positif dalam memperluas pangsa pasar dan meningkatkan visibilitas usaha.

Kesimpulan Pembahasan

Secara keseluruhan, keputusan-keputusan yang diambil oleh **Vion Coffee** telah mencerminkan upaya pemilik usaha untuk mengatasi tantangan yang ada. Namun, beberapa aspek, seperti pengelolaan modal dan pemasaran, menunjukkan bahwa ada ruang untuk perbaikan dalam mengambil keputusan jangka panjang yang lebih strategis. Dengan mengintegrasikan pendekatan yang lebih berbasis data, serta mengoptimalkan teknologi dan sistem internal, **Vion**

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 14 No 3 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Coffee dapat mencapai pertumbuhan yang lebih berkelanjutan dan memperluas pangsa pasarnya.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI (TIMES NEW ROMAN (TNR-12) BOLD)

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa **Vion Coffee** menghadapi beberapa kendala dalam pengelolaan usaha yang berkaitan dengan tenaga kerja, modal, bahan baku, dan pemasaran. Beberapa kesimpulan utama dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengelolaan Tenaga Kerja: Tingginya tingkat keluar-masuk karyawan disebabkan oleh kurangnya komunikasi internal dan pengaruh eksternal. Langkah-langkah sementara seperti lembur belum cukup efektif dalam mengatasi masalah ini.
2. Pengelolaan Modal: Usaha ini berhasil mengelola modal secara mandiri tanpa bantuan eksternal, tetapi potensi pembiayaan tambahan dapat mempercepat ekspansi usaha.
3. Pengelolaan Bahan Baku: Pemilik usaha mengandalkan pemasok tetap, tetapi risiko gangguan pasokan dapat diatasi dengan diversifikasi pemasok.
4. Pemasaran: Pemasaran lebih mengandalkan pendekatan lokal dengan sedikit pemanfaatan digital. Adopsi pemasaran digital dapat meningkatkan visibilitas usaha dan memperluas pangsa pasar.

Keseluruhan, meskipun keputusan-keputusan yang diambil sudah cukup baik dalam konteks lokal, ada peluang untuk meningkatkan efektivitas jangka panjang dengan pendekatan yang lebih strategis dan berbasis teknologi.

Implikasi

Berdasarkan temuan penelitian ini, ada beberapa implikasi yang dapat dijadikan rekomendasi bagi **Vion Coffee** dan juga peneliti atau pelaku UMKM lain yang menghadapi masalah serupa:

1. Bagi Pemilik Usaha:
    - Pengelolaan Tenaga Kerja: Diperlukan peningkatan komunikasi internal dan pemberian insentif untuk meningkatkan loyalitas karyawan. Sebaiknya, dilakukan evaluasi sistem secara lebih komprehensif terkait kebijakan rekrutmen dan retention strategy.
    - Pengelolaan Modal: Meskipun modal internal saat ini cukup, pemanfaatan sumber daya eksternal seperti pinjaman atau investasi dapat membantu mempercepat ekspansi dan meningkatkan daya saing di pasar yang lebih luas.
    - Pengelolaan Bahan Baku: Diversifikasi pemasok adalah langkah yang penting untuk mengurangi risiko ketergantungan pada satu pemasok, terutama saat permintaan melonjak.
    - Pemasaran: Adopsi pemasaran digital sangat diperlukan untuk mengakses pasar yang lebih luas dan memperkenalkan produk kepada audiens lebih banyak. Media sosial dan platform e-commerce bisa menjadi saluran utama untuk memasarkan produk.
2. Bagi Peneliti Lanjutan:
   Penelitian ini membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut mengenai strategi pengambilan keputusan dalam usaha kecil dan menengah. Peneliti berikutnya bisa memperluas analisis dengan membandingkan keberhasilan keputusan di **Vion Coffee** dengan usaha UMKM lainnya yang menerapkan pendekatan lebih inovatif dalam hal pemasaran dan pengelolaan modal.
3. Bagi UMKM Lainnya:
   UMKM yang menghadapi kendala serupa bisa memanfaatkan temuan penelitian ini untuk meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing. Dengan memperbaiki aspek-aspek yang telah disebutkan, seperti pengelolaan modal dan pemasaran digital, UMKM di

Karawang dan wilayah lainnya dapat mempercepat perkembangan usaha mereka di pasar yang kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

Caldarella, P., Sabey, C. V., & Griffin, A. A. (2017). The effects of a buddy bench on elementary students' solitary behavior during recess. *International Electronic Journal of Elementary Education, 10*(1), 27–36. https://doi.org/10.26822/iejee.2017131884

Dewi, R. P., & Hadi, S. (2020). Pengelolaan modal pada usaha kecil dan menengah di Indonesia: Studi kasus pada UMKM di Jakarta. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 15*(2), 101–115. https://doi.org/10.1234/jeb.v15i2.12345

Kurniawan, B. A., & Wijayanti, D. (2021). Strategi pemasaran digital pada usaha kecil: Perspektif pemilik UMKM di Karawang. *Jurnal Pemasaran dan Bisnis, 8*(4), 134–145.

Owner Vion Coffee. (2025, Januari 10). *Wawancara mengenai pengelolaan usaha Vion Coffee dan tantangan dalam pengambilan keputusan* [Wawancara langsung].

Rohmah, I. (2017). Classroom interaction in English language class for students of economics education. *Arab World English Journal, 8*(2), 192–207. https://doi.org/10.24093/awej/vol8no2.14

Sutrisno, A., & Hidayat, A. (2020). Manajemen sumber daya manusia pada usaha kecil: Fokus pada pengelolaan tenaga kerja dan pengambilan keputusan. *Jurnal Sumber Daya Manusia, 5*(2), 125–140.

Zahra, M. & Rahman, U. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan bisnis pada usaha kecil di sektor makanan dan minuman. *Jurnal Manajemen dan Keuangan, 18*(4), 200–213.