

ANALISIS PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM KENDALA DI UMKM "MIE AYAM
DAN BAKSO SUPER MAS ANTO" DI KARAWANG¹Faras Laura Kurnia, ²Muhammad Gading Hermawan, ³Nabila Choirotunnisa, ⁴Ujang
SuhermanProgram Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan
Karawang¹mn22.faraskurnia@mhs.ubpkarawang.ac.id²mn22.muhamadhermawan@mhs.ubpkarawang.ac.id³mn22.nabilachoirotunnisa@mhs.ubpkarawang.ac.id⁴ujangsuherman@ubpkarawang.ac.id

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in Indonesia's economy, particularly in Karawang City, as demonstrated by the business "Mie Ayam dan Bakso Super Mas Anto." This type of business is one of the most popular in the current business world. In the Karawang area, the mie ayam and bakso business has experienced rapid growth and become a trend. The intense competition in this field encourages business owners to continuously strive to provide customer satisfaction. This research aims to understand the challenges faced by the MSME "Mie Ayam dan Bakso Super Mas Anto" in managing workforce, capital, raw materials, and marketing in decision-making processes, as well as to depict the real conditions observed in the field. The study was conducted at the MSME "Mie Ayam dan Bakso Super Mas Anto," located in Sukaharja Village, Telukjambe Timur, Karawang, on December 11, 2024. The findings indicate that the MSME has the potential to grow rapidly if workforce, capital, raw material, and marketing management are further optimized. Additionally, it serves as motivation to maintain consistency in running the business.

Keywords: Decision Making, Workforce, Capital, Raw Materials, Marketing, MSME Mie Ayam dan Bakso Super Mas Anto.

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peranan penting dalam perekonomian Indonesia khususnya di Kota Karawang seperti usaha Mie Ayam dan Bakso Super Mas Anto. Jenis usaha ini merupakan salah satu yang cukup populer di dunia bisnis saat ini. Di wilayah Karawang bisnis mie ayam bakso berkembang pesat dan menjadi tren. Persaingan yang ketat dalam bidang ini mendorong para pelaku usaha untuk terus berupaya memberikan kepuasan kepada pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk memahami kendala yang dihadapi oleh UMKM "Mie Ayam dan Bakso Super Mas Anto" terkait pengelolaan tenaga kerja, modal, bahan baku, dan pemasaran dalam pengambilan keputusan dan menggambarkan keadaan yang terjadi di lapangan secara nyata. Lokasi penelitian dilakukan di UMKM "Mie Ayam dan Bakso Super Mas Anto" yang berlokasi di Desa Sukaharja, Telukjambe Timur, Karawang, pada tanggal 11 Desember 2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM tersebut dapat berkembang dengan cepat jika pengelolaan tenaga kerja, modal, bahan baku dan

Article history

Received: desember 2024

Reviewed: desember
2024Published: desember
2024

Plagiarism 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/)

pemasaran lebih dioptimalkan lagi serta dapat menjadi motivasi agar konsisten dalam menjalankan usaha tersebut.

Kata kunci: Pengambilan Keputusan, Tenaga Kerja, Modal, Bahan Baku, Pemasaran, UMKM Mie Ayam dan Bakso Super Mas Anto.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peranan penting dalam perekonomian Indonesia (Hartono & Hartomo, 2016). Dalam beberapa tahun terakhir, kontribusi sektor ini terhadap produk domestik bruto menunjukkan peningkatan. Data statistik menunjukkan, dalam lima tahun terakhir, kontribusi UMKM terhadap PDB meningkat dari 57,84 persen menjadi 60,34 persen. Selain itu, penyerapan tenaga kerja pada sektor ini juga mengalami peningkatan, dari 96,99 persen menjadi 97,22 persen pada periode yang sama (Kementerian Perindustrian, 2016). Dari segi jumlah, UMKM mendominasi dengan mencapai 99,99 persen dari total pelaku usaha di Indonesia, dengan total 56,54 juta unit usaha (Suci et al., 2017).

UMKM Kuliner seperti usaha Mie Ayam dan Bakso Super Mas Anto yang memulai usahanya pada tahun 2008 termasuk dalam kategori usaha kecil menengah yang banyak dianggap sebagai peluang usaha yang mudah untuk dijalankan. Jenis usaha ini merupakan salah satu yang cukup populer di dunia bisnis saat ini. Di wilayah Karawang bisnis mie ayam bakso berkembang pesat dan menjadi tren. Persaingan yang ketat dalam bidang ini mendorong para pelaku usaha untuk terus berupaya memberikan kepuasan kepada pelanggan. Saat ini kebutuhan masyarakat akan pangan yang semakin meningkat mendorong banyak pengusaha untuk memulai usaha mie ayam bakso dan menjual produknya kepada pelanggan. Dalam dunia bisnis, perkembangan berkembang dengan sangat pesat membawa perubahan pada pola dan strategi yang digunakan para pesaing dalam mempertahankan usahanya.

Seiring berjalannya waktu, usaha Mie Ayam Bakso Super Mas Anto perlu mampu bertahan dalam menghadapi persaingan. Dalam upaya mempertahankan usaha ini pemilik atau pengelola harus memahami kendala yang terjadi seperti kendala pengelolaan tenaga kerja, pengelolaan modal, pengelolaan bahan baku, dan pemasarannya. Oleh karena itu, fokus penelitian ini diarahkan pada analisis pengambilan keputusan dalam kendala di umkm Mie Ayam dan Bakso Super Mas Anto.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk memahami kendala yang dihadapi oleh UMKM "Mie Ayam dan Bakso Super Mas Anto" dalam pengambilan keputusan dan menggambarkan keadaan yang terjadi di lapangan secara rinci dan faktual. Pendekatan kualitatif dipilih untuk menyelidiki masalah-masalah yang terjadi dan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan yang dibuat oleh pemilik usaha.

Metode ini berfokus pada penggambaran situasi nyata di lapangan tanpa adanya manipulasi data. Peneliti melakukan observasi langsung terhadap kondisi yang terjadi secara alami untuk memahami bagaimana pemilik usaha menghadapi kendala serta menjalani proses pengambilan keputusan dalam mengelola usaha mereka. Penelitian ini tidak bertujuan untuk menguji hipotesis atau menarik kesimpulan yang bersifat umum, melainkan untuk menggambarkan proses pengambilan keputusan yang dilakukan dalam menghadapi berbagai kendala operasional.

Lokasi penelitian dilakukan di UMKM "Mie Ayam dan Bakso Super Mas Anto", yang berlokasi di Desa Sukaharja, Telukjambe Timur, Karawang, pada tanggal 11 Desember 2024. Lokasi ini dipilih karena kondisi operasional usaha yang cenderung sepi peminat, sehingga memudahkan peneliti untuk memperoleh informasi yang lebih jelas mengenai masalah yang dihadapi. Selain itu, peneliti dapat memahami langkah-langkah yang diambil oleh pemilik usaha

dalam mengelola tantangan, terutama terkait pengelolaan tenaga kerja, modal, bahan baku, dan pemasaran.

Sumber data yang digunakan mencakup data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi langsung terhadap pemilik serta karyawan UMKM untuk mendapatkan gambaran nyata tentang kendala yang dihadapi dalam usaha tersebut. Data sekunder didapatkan dari referensi dan literatur yang relevan, seperti artikel, jurnal, atau hasil penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan topik yang diteliti.

Sampel penelitian terdiri dari pemilik dan karyawan UMKM "Mie Ayam dan Bakso Super Mas Anto". Mereka memberikan informasi penting terkait kendala yang mereka alami serta proses pengambilan keputusan yang dilakukan untuk mengatasinya.

Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi:

1. Observasi: Pengamatan langsung terhadap kegiatan operasional UMKM untuk memahami bagaimana usaha tersebut dikelola, termasuk dalam hal pengelolaan tenaga kerja, modal, bahan baku, dan pemasaran.
2. Wawancara: Diskusi mendalam dengan pemilik dan karyawan UMKM untuk menggali informasi lebih lanjut mengenai kendala yang dihadapi dan langkah pengambilan keputusan yang dilakukan.
3. Dokumentasi: Pencatatan berupa dokumen, foto, video, dan rekaman wawancara untuk memperkuat data penelitian (Harsono, 2019).



Gambar 1: Dokumentasi Saat Obsevasi di Tempat Mie Ayam dan Bakso Super Mas Anto

DASAR PENGEMBANGAN TEORI

1. Definisi Pengambilan Keputusan

Pengambilan Keputusan atau Decision Making adalah suatu proses pemikiran dalam pemilihan dari beberapa alternatif atau kemungkinan yang paling sesuai dengan nilai atau tujuan individu untuk mendapatkan hasil atau solusi mengenai prediksi kedepan. Menurut Kamus Besar Ilmu Pengetahuan (Save, 2006:185), pengambilan keputusan (Decision Making) merupakan pemilihan keputusan atau kebijakan yang didasarkan atas kriteria tertentu. Proses ini meliputi dua alternatif atau lebih karena seandainya hanya terdapat satu alternatif tidak akan ada satu keputusan yang akan diambil.

Dasar Pengambilan Keputusan Menurut Terry (Syamsi, 2000:16), pengambilan keputusan yang dilakukan seseorang umumnya didasari hal-hal sebagai berikut:

- a. Intuisi : Keputusan yang diambil berdasarkan intuisi atau perasaan lebih bersifat subjektif yaitu rentan terkena sugesti, pengaruh luar, dan faktor psikologis lainnya.
- b. Pengalaman : Pengalaman dan kemampuan memperkirakan apa yang melatar belakangi masalah dan bagaimana arah penyelesaiannya sangat membantu dalam Pengambilan Keputusan
- c. Fakta : Keputusan berdasarkan fakta, data atau informasi yang cukup memang merupakan keputusan yang baik dan solid, tetapi untuk mendapatkan informasi yang cukup itu sangat sulit.
- d. Wewenang : Keputusan yang hanya didasarkan pada kewenangan akan mengarah pada sifat rutin dan diasosiasikan dengan prsaktik diktator.
- e. Rasional : Keputusan yang dibuat berdasarkan pertimbangan rasional lebih bersifat objektif.

2. Gaya Pengambilan Keputusan

Gaya keputusan merupakan cara yang ditempuh oleh seseorang atau pemimpin dalam membuat keputusan, yang bervariasi sesuai dengan kondisi, karakter individu, dan lingkungan usaha. Salah satu gaya yang umum diterapkan adalah gaya otoriter, di mana pemimpin mengambil keputusan secara langsung tanpa melibatkan pihak lain. Pendekatan ini sesuai untuk situasi mendesak karena cepat dan efisien, meskipun minimnya partisipasi tim bisa menjadi kekurangan. Di sisi lain, gaya partisipatif mengikutsertakan karyawan dalam proses pengambilan keputusan, sehingga menumbuhkan rasa memiliki, meskipun prosesnya cenderung memakan waktu lebih lama. Selain itu, terdapat gaya konsultatif, di mana pemimpin meminta masukan dari orang lain tetapi tetap memiliki kontrol penuh atas keputusan akhir. Gaya delegatif memberikan tanggung jawab penuh kepada tim atau individu tertentu untuk membuat keputusan, yang memungkinkan distribusi tanggung jawab, meskipun ada risiko jika pihak yang diberi wewenang kurang berpengalaman. Sementara itu, gaya demokratis berfokus pada pengambilan keputusan berdasarkan suara terbanyak, yang menciptakan rasa adil namun dapat memperlambat proses. Gaya intuitif mengandalkan naluri dan pengalaman pemimpin dalam membuat keputusan dengan cepat tanpa analisis mendalam. Memilih gaya keputusan yang sesuai dapat meningkatkan efektivitas dan kualitas hasil, yang pada akhirnya membawa dampak positif terhadap keberlangsungan bisnis, termasuk usaha kecil seperti mie ayam dan bakso.

3. Tahap-tahap Pengambilan Keputusan

Untuk mempermudah proses pengambilan keputusan, diperlukan serangkaian tahapan yang dapat membantu mencapai keputusan yang diharapkan. Tahapan tersebut meliputi :

- Menentukan masalah** secara jelas, spesifik, dan mudah dipahami tanpa ambiguitas.
- Menyusun daftar masalah** yang mungkin muncul, kemudian mengurutkannya berdasarkan prioritas agar proses berjalan lebih terarah dan terkendali.
- Mengidentifikasi setiap masalah** secara mendalam untuk memberikan gambaran yang lebih jelas dan fokus pada aspek-aspek yang spesifik.
- Mengelompokkan masalah** sesuai kategori masing-masing, yang kemudian dilanjutkan dengan penerapan model atau alat uji yang sesuai.
- Memastikan keakuratan alat uji** yang digunakan, serta memastikan bahwa alat tersebut mematuhi prinsip dan aturan yang berlaku secara umum.

4. Proses Pengambilan Keputusan

Proses pengambilan keputusan merupakan upaya rasional seorang administrator untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan pada awal fungsi perencanaan. Prosesnya dimulai dan diakhiri dengan pertimbangan. Hal ini membutuhkan kreativitas, keterampilan kuantitatif, dan pengalaman. Urutan langkah-langkah dalam Oteng (1993) adalah sebagai berikut: 1) Penentuan masalah, 2) Analisis situasi yang ada, 3) Pengembangan alternatif, 4) Analisis alternatif, 5) Pemilihan alternatif terbaik.

5. Kualitas Keputusan

Kualitas keputusan yang diambil oleh UMKM mie ayam dan bakso memiliki peran penting dalam menentukan kesuksesan dan daya saing usaha di tengah persaingan yang semakin ketat. Keputusan yang tepat berkontribusi pada keberlangsungan bisnis, kepuasan pelanggan, serta peningkatan profit.

Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Keputusan Pada UMKM Mie Ayam dan Bakso

1. Kualitas Produk

Keputusan terkait pemilihan resep, bahan baku, dan cita rasa harus disesuaikan dengan preferensi konsumen. Produk yang terjaga kualitas dan konsistensinya akan memperkuat loyalitas pelanggan.

2. Penetapan Harga

Menentukan harga yang bersaing namun tetap memberikan keuntungan adalah aspek krusial. Harga yang ditetapkan perlu disesuaikan dengan daya beli pasar dan kualitas produk yang ditawarkan.

3. Lokasi dan Aksesibilitas

Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau berpengaruh besar pada volume penjualan. Oleh karena itu, keputusan mengenai lokasi perlu mempertimbangkan tingkat kepadatan penduduk dan arus lalu lintas calon pelanggan.

4. Inovasi Menu dan Variasi Produk

Menambahkan varian rasa baru, menu pendamping, atau paket hemat dapat meningkatkan daya tarik usaha dan memperluas jangkauan pasar.

5. Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

Keputusan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, kecepatan penyajian, serta kebersihan tempat usaha akan memengaruhi citra bisnis. Layanan yang ramah dan cepat menjadi kunci dalam menjaga dan meningkatkan kualitas operasional.

6. Promosi dan Pemasaran

Memanfaatkan media sosial, program diskon, dan promosi khusus dapat meningkatkan eksposur bisnis. Strategi pemasaran yang efektif mampu menarik pelanggan baru sekaligus mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

7. Manajemen Keuangan

Keputusan mengenai distribusi modal, pengelolaan keuntungan, dan pengendalian biaya operasional harus dilakukan dengan cermat. Pengelolaan keuangan yang baik akan memastikan stabilitas serta mendukung pertumbuhan usaha dalam jangka panjang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

UMKM Mie Ayam & Bakso Super Mas Anto terbilang sangat konsisten dikarenakan tempat ini sudah lama berdiri sejak tahun 2008 sampai sekarang. Dimulai dari tempat yang sederhana memakai gerobak kecil di samping sekolah dasar (SD) sukaharja karawang sampai sekarang sudah mempunyai tempat pribadi untuk berjualan. Hanya saja ada beberapa hal yang membuat UMKM ini tidak berkembang cepat karena ada beberapa faktor yang pengelolaannya kurang maksimal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi hambatan yang dihadapi oleh pelaku Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Mie Ayam dan Bakso Super Mas Anto, terutama dalam proses pengambilan keputusan yang berkaitan dengan pengelolaan tenaga kerja, modal, bahan baku, dan strategi pemasaran. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi langsung di lapangan, berikut disajikan hasil wawancara dan obsevasi dengan pemilik usaha.

Dalam pengelolaan tenaga kerja pemilik usaha mengalami tantangan dalam mengelola tenaga kerja dikarenakan jumlah tenaga kerja yang hanya terdiri dari 2 orang sehingga menghambat produktivitas dan efektivitas operasional. Dalam pengelolaan modal UMKM Mie Ayam dan Bakso Super Mas Anto terbilang cukup lancar karena pemilik usaha sudah mempersiapkan modal tersebut untuk menjalankan usahanya. Dalam pengelolaan bahan baku pemilik usaha terkadang kesulitan dalam memperoleh bahan baku yang berkualitas dengan harga terjangkau dan persaingan yang sangat ketat membuat akses bahan baku semakin sulit. Pemasaran UMKM Mie Ayam dan Bakso Super Mas Anto memiliki keterbatasan dalam pemasaran produk mereka dikarenakan kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran digital yang menjadi kendala mereka.

Tabel 1 Pengelolaan dan Kendala Yang Dihadapi Mie Ayam dan Bakso Super Mas Anto

No.	Pengelolaan	Kendala Yang Dihadapi
1.	Tenaga Kerja	Kurangnya tenaga kerja di UMKM Mie Ayam dan Bakso Super Mas Anto karena hanya berdiri dari 2 orng saja dan berdampak pada kelancaran operasional.
2.	Modal	Kendalanya yaitu dalam pembiayaan bahan baku sehingga membutuhkan dana lebih tinggi.
3.	Bahan Baku	Kesulitan dalam memperoleh bahan baku yang berkualitas dengan harga terjangkau dan persaingan yang sangat ketat membuat akses bahan baku semakin sulit.

4.	Pemasaran	Pemasaran UMKM Mie Ayam dan Bakso Super Mas Anto kurang maksimal dikarenakan kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran digital yang menjadi kendala mereka.
----	-----------	--

Pembahasan

1. Pengelolaan Tenaga Kerja

UMKM Mie Ayam dan Bakso memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian lokal. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan, pengelolaan tenaga kerja di UMKM ini dilakukan melalui sistem manajemen yang sederhana namun efektif. Pemilik UMKM Mie Ayam dan Bakso Super Mas Anto mempekerjakan 1–2 orang untuk membantu dalam proses produksi dan pelayanan pelanggan. Pegawai yang bekerja mendapatkan gaji harian sebesar Rp 70.000, sehingga total biaya tenaga kerja untuk satu karyawan mencapai sekitar Rp 2.100.000 per bulan. Pengelolaan tenaga kerja yang baik sangat memengaruhi keberhasilan usaha. Karyawan yang memiliki keterampilan dapat bekerja lebih produktif dan memberikan pelayanan yang lebih baik, sehingga menarik lebih banyak pelanggan.

2. Modal

- Sumber modal UMKM Mie Ayam dan Bakso Super Mas Anto, menggunakan modal pribadi yang ia kumpulkan untuk membuka usaha ini.
- Dalam pengelolaan keuangannya masih mengandalkan metode pencatatan keuangan manual dan sederhana. Hal ini membuat pelaku usaha kesulitan dalam memantau arus kas atau menyusun perencanaan keuangan yang efektif.
- Perencanaan dan penganggaran dilakukan secara informal dan sering kali hanya berdasarkan pengalaman atau perkiraan tanpa analisis mendalam. Hal ini mengakibatkan kurang optimalnya alokasi dana untuk kebutuhan operasional, seperti biaya tetap dan variabel. Kami menyarankan untuk perencanaan anggaran yang lebih sistematis agar dapat membantu untuk mengatur produksi dan penjualan secara lebih efisien, sehingga mampu meminimalkan risiko kerugian.
- Tantangan utama dalam pengelolaan modal yang dihadapi UMKM Mie Ayam dan Bakso Super Mas Anto itu seperti kenaikan biaya bahan baku, dan persaingan ketat dalam industri kuliner. Kurangnya pengetahuan dalam manajemen keuangan juga menjadi hambatan, sehingga banyak pelaku usaha tidak dapat memaksimalkan potensi usahanya.

Pengelolaan modal yang baik terbukti berperan besar dalam meningkatkan profitabilitas dan keberlanjutan usaha. Misalnya, dengan mengatur persediaan bahan baku secara efisien, agar UMKM Mie Ayam dan Bakso Super Mas Anto dapat mengurangi biaya operasional dan meningkatkan laba. Sebaliknya, pengelolaan modal yang kurang baik dapat menyebabkan masalah keuangan, terutama ketika menghadapi situasi tak terduga, seperti penurunan permintaan pasar atau kenaikan harga bahan baku.

Untuk meningkatkan pengelolaan modal, UMKM Mie Ayam dan Bakso Super Mas Anto disarankan untuk menerapkan sistem akuntansi yang lebih formal guna memantau arus kas dan membuat laporan keuangan secara rutin. Selain itu, pelatihan tentang manajemen keuangan bagi pemilik usaha juga sangat penting untuk meningkatkan pemahaman mereka dalam mengelola modal secara efektif dan mengambil keputusan bisnis yang lebih strategis.

3. Pengelolaan Bahan Baku

Dalam pengelolaan bahan baku untuk usaha Mie Ayam dan Bakso Super Mas Anto, pemilik usaha sering menghadapi beberapa tantangan, khususnya dalam memperoleh bahan baku berkualitas dengan harga yang wajar. Persaingan yang semakin ketat di pasar serta faktor eksternal yang mempengaruhi distribusi bahan baku membuat akses ke bahan baku berkualitas menjadi lebih sulit. Berikut adalah uraian mengenai tantangan yang dihadapi dan beberapa solusi yang dapat diterapkan.

- Kesulitan Mendapatkan Bahan Baku Berkualitas

Bahan baku utama yang digunakan dalam usaha mie ayam dan bakso, seperti daging ayam, daging sapi, tepung terigu, serta sayuran dan bumbu lainnya, seringkali sulit didapatkan dengan kualitas yang konsisten. Hal ini terutama terjadi ketika bahan baku

dipasok oleh distributor atau peternak lokal yang kadang tidak dapat menjamin kualitas secara terus-menerus.

Solusi: Membangun Hubungan Langsung dengan Pemasok: Pemilik usaha dapat menjalin kerja sama langsung dengan peternak ayam atau pemasok daging untuk mendapatkan bahan baku yang lebih terjangkau dan berkualitas. Dengan cara ini, mereka bisa lebih mudah memantau kualitas bahan baku dan mendapatkan harga yang lebih stabil. **Penerapan Kontrol Kualitas yang Ketat:** Penting untuk memeriksa bahan baku secara teliti sebelum diproses, memastikan bahwa bahan yang digunakan benar-benar memenuhi standar yang ditetapkan, misalnya ayam yang digunakan harus segar dan daging bakso harus memiliki kualitas terbaik.

b. **Fluktuasi Harga Bahan Baku**

Harga bahan baku seperti daging ayam, daging sapi, dan tepung terigu sering mengalami perubahan yang tajam akibat faktor eksternal seperti cuaca, kenaikan harga pakan ternak, atau kebijakan impor bahan pangan. Fluktuasi harga ini tentu saja menyulitkan pemilik usaha untuk menjaga kestabilan harga jual dan margin keuntungan.

Solusi: Pembelian dalam Jumlah Besar: Pemilik usaha bisa mempertimbangkan untuk membeli bahan baku dalam jumlah besar saat harga sedang rendah, kemudian menyimpannya dengan baik untuk digunakan di masa mendatang. Hal ini dapat mengurangi dampak fluktuasi harga bahan baku. **Mencari Alternatif Bahan Baku:** Meneliti dan mencari sumber bahan baku alternatif yang lebih stabil, seperti menggunakan daging ayam kampung atau bahan baku lokal lainnya yang bisa memberikan kualitas baik dengan harga lebih terjangkau.

c. **Persaingan yang Ketat di Pasar Makanan**

Industri makanan, terutama mie ayam dan bakso, sangat kompetitif. Banyak usaha yang menawarkan produk serupa dengan berbagai harga. Oleh karena itu, untuk tetap bisa bersaing, usaha seperti Bakso Super Mas Anto harus menawarkan produk yang berkualitas dengan harga yang tetap menarik bagi konsumen.

Solusi: Menjaga Kualitas Produk: Kualitas rasa dan bahan baku yang digunakan menjadi pembeda utama antara Bakso Super Mas Anto dengan kompetitor. Memastikan produk mie ayam dan bakso selalu segar, kenyal, dan enak akan menciptakan pelanggan yang loyal. **Inovasi Menu dan Paket Menarik:** Selain menjaga kualitas, menawarkan variasi menu baru atau paket hemat dapat membantu menarik lebih banyak pelanggan. Menyediakan menu spesial atau menawarkan promosi bisa menjadi daya tarik tambahan untuk menarik minat pasar.

d. **Masalah Logistik dan Distribusi Bahan Baku**

Bahan baku yang digunakan dalam mie ayam dan bakso harus sampai dalam keadaan segar dan tepat waktu. Terlambatnya pengiriman atau distribusi yang tidak efisien dapat menyebabkan bahan baku menjadi rusak dan mempengaruhi kualitas produk yang dihasilkan.

Solusi: Menggunakan Jasa Pengiriman yang Terpercaya: Pemilik usaha bisa bekerja sama dengan penyedia jasa pengiriman yang sudah terpercaya dan memiliki sistem distribusi yang efisien. Ini dapat memastikan bahan baku sampai tepat waktu dan dalam kondisi baik. **Penyimpanan Bahan Baku yang Tepat:** Bahan baku seperti daging ayam atau sapi yang memerlukan suhu dingin harus disimpan dengan benar. Penggunaan lemari pendingin atau freezer yang baik dapat memperpanjang umur simpan bahan baku.

e. **Kuangan Untuk Bahan Baku**

Masalah modal sering menjadi kendala bagi UMKM seperti Bakso Super Mas Anto untuk membeli bahan baku dalam jumlah yang banyak dan berkualitas. Ketika harga bahan baku sedang tinggi, biaya produksi bisa melonjak, sementara pendapatan dari penjualan belum tentu langsung stabil.

Solusi: Mencari Sumber Pendanaan: Pemilik usaha bisa mencari sumber pendanaan dari lembaga keuangan yang mendukung UMKM atau memanfaatkan program bantuan dari pemerintah yang diperuntukkan bagi pengembangan usaha kecil. **Efisiensi Pengelolaan Biaya:** Mengelola biaya produksi dengan bijaksana, seperti mengurangi pemborosan

bahan baku dan meningkatkan efisiensi tenaga kerja, dapat membantu menjaga stabilitas keuangan usaha.

f. **Pengelolaan Inventaris yang Kurang Efisien**

Pengelolaan inventaris yang buruk dapat mengakibatkan bahan baku habis atau terbuang sia-sia. Hal ini sangat merugikan terutama untuk bahan baku yang mudah rusak, seperti daging ayam dan bahan segar lainnya, yang bisa menambah beban biaya bagi pemilik usaha.

Solusi: Menggunakan Sistem Manajemen Inventaris: Dengan menggunakan sistem yang lebih terorganisir, pemilik usaha dapat memonitor persediaan bahan baku dan memastikan bahan baku yang digunakan tetap dalam kondisi baik. **Penerapan Sistem Just-in-Time (JIT):** Mengimplementasikan sistem JIT dalam pengadaan bahan baku memastikan bahan baku diterima hanya saat dibutuhkan, mengurangi pemborosan dan biaya penyimpanan yang berlebihan.

Dengan mengatasi tantangan-tantangan ini melalui solusi yang tepat, usaha Mie Ayam dan Bakso Super Mas Anto dapat lebih efisien dalam pengelolaan bahan baku, serta tetap mempertahankan kualitas produk dan daya saing di pasar.

4. Pemasaran

pemasaran adalah proses manajerial yang memungkinkan individu atau kelompok untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran nilai produk. Manajemen pemasaran bertujuan memperkenalkan barang dan jasa kepada masyarakat luas untuk meningkatkan keuntungan perusahaan dengan memenuhi permintaan konsumen. Di UMKM Mie Ayam dan Bakso Super Mas Anto, pengelolaan pemasaran masih kurang efektif, terbatas pada pemasaran mulut ke mulut dan Facebook, yang menghambat pertumbuhan bisnis dan menurunkan daya saingnya.

Pengelolaan pemasaran yang kurang efektif pada UMKM Mie Ayam dan Bakso "Super Mas Anto" dapat menghambat pertumbuhan bisnis dan menurunkan daya saing. Berikut adalah beberapa masalah umum dan solusi yang dapat diterapkan:

Masalah Umum dalam Pemasaran

- Minim nya Promosi Digital : Mengandalkan pelanggan tetap dan promosi dari mulut ke mulut, serta belum memanfaatkan media sosial atau aplikasi pesan antar.
- Kurangnya Branding yang Kuat : Tidak memiliki logo atau ciri khas yang membedakan dari kompetitor, sehingga nama usaha kurang dikenal.
- Kurang Memanfaatkan Ulasan Pelanggan : Jarang meminta ulasan online dari pelanggan.
- Lokasi Terbatas dan Tidak Terlihat : Lokasi usaha sulit ditemukan dari jalan utama.

Solusi dan Strategi Peningkatan Pemasaran

- Optimasi Media Sosial : Buat akun di Instagram, Facebook, dan TikTok untuk memposting konten menarik dan pastikan terdaftar di Google Bisnisku.
- Loyalitas Program : Implementasi kartu stempel untuk pembelian dan promo diskon pada jam tertentu.
- Branding yang Kuat : Desain logo sederhana dan gunakan kemasan menarik.
- Kerjasama dengan Aplikasi Pengiriman : Daftarkan usaha di platform seperti GoFood dan GrabFood untuk memperluas jangkauan.
- Ulasan Online : Dorong pelanggan untuk memberikan ulasan positif di platform media sosial dan Google.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, UMKM "Mie Ayam dan Bakso Super Mas Anto" memiliki potensi besar untuk berkembang jika pengelolaan tenaga kerja, modal, bahan baku, dan strategi pemasaran dapat dioptimalkan secara lebih efektif. Penelitian ini menemukan bahwa kendala utama yang dihadapi mencakup kurangnya tenaga kerja, kesulitan memperoleh bahan baku berkualitas dengan harga terjangkau, keterbatasan dalam pengetahuan pemasaran digital, serta manajemen keuangan yang masih sederhana. Dengan fokus pada peningkatan di area tersebut,

UMKM ini dapat memperbaiki daya saing dan keberlanjutan usaha di tengah persaingan industri kuliner yang semakin ketat.

Implikasi

1. **Praktis:** Pemilik usaha dapat mempertimbangkan untuk mengimplementasikan pelatihan manajemen keuangan, penggunaan media sosial untuk pemasaran, serta menjalin hubungan kerja sama dengan pemasok bahan baku untuk memastikan kualitas dan stabilitas harga.
2. **Kebijakan:** Pemerintah daerah atau lembaga terkait disarankan untuk memberikan dukungan berupa pelatihan kewirausahaan, akses modal usaha yang terjangkau, serta program digitalisasi UMKM untuk membantu meningkatkan daya saing.
3. **Teoritis:** Penelitian ini berkontribusi pada literatur mengenai pengelolaan UMKM, khususnya dalam konteks kuliner di daerah Karawang. Temuan ini dapat menjadi dasar untuk studi lanjut yang mengeksplorasi strategi optimal dalam menghadapi kendala operasional UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia Nur Azizah, P. I. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Pada Resto Kita Karawang Berdasarkan SWOT Analisis. *Management Studies & Entrepreneurship Journal*, 75-87.
- Della Alvida, I. R. (2024). ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA UMKM MIE AYAM DAN BAKSO SEBATAS IKHTIAR DITINJAU DARI ASPEK PASAR DAN PEMASARAN, ASPEK TEKNIK DAN OPERASIONAL, ASPEK SOSIAL, DAN ASPEK LINGKUNGAN. *Jurnal Ekonomi Manajemen (JEKMa)*, 59-62.
- Diva Fanesintya, R. A. (2024). Analisis Penerapan Balance Scorecard (BSC) untuk Meningkatkan Kinerja UMKM (Studi Kasus pada UMKM Mie Ayam dan Bakso Cak No). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Ekonomi*, 1-13.
- Permana, S. H. (2017). STRATEGI PENINGKATAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI INDONESIA. *Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI*, 1-11.
- Qristin Violinda, I. I. (2024). TINJAUAN KUALITATIF USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI KOTA SEMARANG. *JURNAL EKONOMI DAN BISNIS*, 64-71.
- Sujana, R. N. (2024). ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DALAM MASA ERA DIGITAL PADA UMKM CAFE SHAN'S JUICE KARAWANG . *Jurnal Sains Student Research* , 358-369.
- Surya, A. (2021). ANALISIS FAKTOR PENGHAMBAT UMKM DI KECAMATAN CILEUNGSI. *JURNAL EKOBIS: EKONOMI, BISNIS & MANAJEMEN*, 342-350.
- Suyadi, S. S. (2018). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bengkalis-Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 1-0.
- TAMARA, D. I. (2021). INOVASI PRODUK MIE AYAM – BAKSO DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA UMKM BAKSO TAMAN PESONA. 1-17.
- Winda Ayu Anggraini, E. R. (2023). TANTANGAN DALAM PENGEMBANGAN UMKM DI KABUPATEN TASIKMALAYA. *Jurnal Akuntansi daan Bisnis*, 49-59.
- Zeta Arfian, M. B. (2024). PENERAPAN TEORI PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM). *Neraca Manajemen, Ekonomi*.