

ANALISIS PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMASARAN PADA UMKM UNTUK
MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK D'SRUPUT

¹Ujang Suherman, ²Windi Rahmawati, ³Salvyra Aulia Putri,
⁴Dimas Rizki Fadilah, ⁵Alfiah Nurfadilah

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

ujang.suherman@ubpkarawang.ac.id, mn22.windirahmawati@mhs.ubpkarawang.ac.id,
mn22.salvyraputri@mhs.ubpkarawang.ac.id, mn22.dimasfadillah@mhs.ubpkarawang.ac.id,
mn22.alfiahnurfadilah@mhs.ubpkarawang.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengambilan keputusan pemasaran pada D'Sruput, sebuah UMKM di Telukjambe Timur, dengan fokus pada pengelolaan tenaga kerja, kualitas bahan baku, dan respon terhadap tren pasar. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif melalui wawancara dan observasi untuk mengumpulkan data dari pelanggan dan staf. Hasil penelitian menunjukkan bahwa D'Sruput menghadapi beberapa tantangan, termasuk pelayanan yang dianggap tidak profesional dan menu yang monoton, yang mengurangi minat pelanggan. Pembahasan mengungkapkan bahwa keputusan manajemen yang kurang responsif terhadap kebutuhan pelanggan dan tren pasar berkontribusi pada penurunan kepuasan pelanggan. Kesimpulan dari penelitian ini menekankan pentingnya pelatihan karyawan untuk meningkatkan kualitas layanan dan inovasi menu untuk menarik pelanggan baru. Implikasi dari penelitian ini merekomendasikan D'Sruput untuk mengimplementasikan program pelatihan yang lebih sistematis dan melakukan riset pasar secara berkala agar dapat beradaptasi dengan perubahan preferensi konsumen. Dengan langkah-langkah ini, D'Sruput diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usahanya di pasar yang semakin kompetitif.

Kata Kunci : UMKM, Pengelolaan Tenaga Kerja, Kualitas Bahan Baku, Strategi Pemasaran

ABSTRACT

This study aims to analyze marketing decision-making at D'Sruput, an MSME in Telukjambe Timur, focusing on workforce management, quality of raw materials, and response to market trends. The method used was a descriptive qualitative approach through interviews and observations to collect data from customers and staff. The results

Article history

Received: desember 2024
Reviewed: desember 2024
Published: desember 2024

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/)

showed that D'Sruput faces several challenges, including services that are considered unprofessional and a monotonous menu, which reduces customer interest. The discussion revealed that management decisions that were less responsive to customer needs and market trends contributed to the decline in customer satisfaction. The conclusion of this study emphasizes the importance of employee training to improve service quality and menu innovation to attract new customers. The implications of this study recommend D'Sruput to implement a more systematic training program and conduct regular market research in order to adapt to changing consumer preferences. With these steps, D'Sruput is expected to improve its competitiveness and business sustainability in an increasingly competitive market.

KeyWords : MSMEs, Labor Management, Raw Material Quality, Marketing Strategi.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) D'Sruput di Telukjambe Timur, Karawang, merupakan salah satu contoh nyata dari peran penting UMKM dalam perekonomian lokal. Dengan kontribusi yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja, UMKM D'Sruput tidak hanya berfungsi sebagai penyedia lapangan kerja, tetapi juga sebagai penggerak ekonomi masyarakat setempat. Dikenal dengan berbagai menu kuliner, khususnya minuman, D'Sruput telah berhasil menarik perhatian konsumen dengan inovasi produk yang sesuai dengan tren pasar. Namun, meskipun memiliki potensi yang besar, UMKM ini juga menghadapi berbagai tantangan yang dapat menghambat pertumbuhannya.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM D'Sruput adalah pengelolaan sumber daya manusia (SDM) yang terbatas. Keterbatasan dalam hal keterampilan dan jumlah tenaga kerja sering kali menghambat kemampuan UMKM untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan. Selain itu, kurangnya pelatihan dan pengembangan kompetensi bagi karyawan dapat berdampak negatif pada daya saing produk di pasar. Di tengah persaingan yang semakin ketat, penting bagi D'Sruput untuk mengatasi kendala ini agar dapat terus berinovasi dan memenuhi harapan pelanggan.

Di samping itu, masalah pemasaran juga menjadi tantangan yang signifikan bagi UMKM D'Sruput. Meskipun telah menawarkan beragam menu, banyak pelanggan yang merasa bahwa variasi yang ada kurang menarik dan tidak mengikuti tren kuliner yang sedang populer. Oleh karena itu, analisis pasar dan pengembangan strategi pemasaran yang efektif menjadi sangat penting untuk menarik minat pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Dengan memahami tantangan ini dan mengimplementasikan solusi yang tepat, UMKM D'Sruput dapat memperkuat posisinya dalam industri kuliner dan berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian lokal.

METODE PENELITIAN

Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui kendala pengambilan keputusan :

- A. Menganalisis pengelolaan tenaga kerja melalui program pelatihan terhadap karyawan di D'Sruput.
- B. Menganalisis pengaruh kualitas bahan baku terhadap kualitas produk
- C. Menganalisis tren pasar untuk strategi pemasaran D'Sruput

Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang deskriptif seperti wawancara, gambar, foto, dan lainnya. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah D'sruput, yang diperoleh melalui wawancara dan pengamatan diam, sementara sumber data sekunder diperoleh melalui dokumentasi. Proses pengumpulan data melibatkan dokumentasi dan observasi wawancara. Alat pengumpulan data adalah ponsel untuk mencatat saat melakukan wawancara dan kamera untuk mengambil gambar sebagai bagian dari dokumentasi.

Tujuan dari metode penelitian kualitatif adalah untuk menjelaskan suatu masalah secara rinci dan dilakukan dengan mengumpulkan data secara rinci. Observasi langsung adalah metode pengumpulan data di mana peneliti atau peneliti membimbing peneliti dalam menganalisis data yang dikumpulkan dari objek penelitian tertentu atau tanpa menggunakan instrumen penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada 11 Desember 2024. Tempat penelitian berlokasi di Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang, Jawa Barat. Pemilihan waktu tersebut didasarkan pada kebutuhan untuk memperoleh data yang relevan dan up-to-date mengenai kendala yang dihadapi oleh UMKM di daerah tersebut, serta untuk memastikan bahwa penelitian dapat dilakukan dengan efektif dalam jangka waktu yang telah ditentukan. Lokasi penelitian dipilih karena tingginya jumlah UMKM yang ada di wilayah ini dan adanya berbagai tantangan ekonomi yang perlu dianalisis secara mendalam.

Prosedur Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis keputusan pemasaran di UMKM D'sruput, khususnya masalah menu yang kurang baik dan pelayanan yang kurang profesional. Langkah pertama dalam penelitian ini adalah mengidentifikasi masalah dengan melakukan observasi langsung di outlet D'sruput untuk melihat penyajian menu dan kualitas pelayanan. Selain itu, wawancara dengan pelanggan dan staf juga akan dilakukan untuk memahami pandangan mereka mengenai menu dan pelayanan yang ada.

Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh melalui observasi langsung dan wawancara. Instrumen yang digunakan adalah wawancara semi-terstruktur, yang memungkinkan peneliti untuk menganalisis data secara ringkas mengenai masalah menu dan pelayanan D'sruput yang kurang profesional. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara langsung kepada pelanggan dan staf D'sruput.

Teknik Analisis Data

Teknik yang digunakan untuk analisis data adalah analisis tematik, yang bertujuan untuk mengidentifikasi tema utama dari observasi dan wawancara. Peneliti akan mencari hubungan antara masalah-masalah yang diangkat oleh D'sruput dan bagaimana mereka mengambil keputusan. Mereka kemudian akan menghubungkan ini dengan teori keputusan agar mereka dapat lebih memahami unsur-unsur yang mempengaruhi pilihan yang dibuat oleh UMKM.

DASAR PENGEMBANGAN THEORY**A. Definisi Pengambilan Keputusan**

Pengambilan keputusan adalah proses yang krusial dalam manajemen dan organisasi, di mana individu atau kelompok memilih dari beberapa alternatif untuk mencapai tujuan tertentu. Proses ini melibatkan identifikasi masalah, pengumpulan informasi, analisis opsi yang tersedia, dan akhirnya memilih alternatif yang dianggap paling sesuai. Menurut Salusu (2016), pengambilan keputusan adalah "proses memilih suatu alternatif cara bertindak dengan metode yang efisien sesuai situasi," yang menunjukkan bahwa keputusan yang diambil harus relevan dan efektif dalam konteks yang dihadapi.

Dalam konteks bisnis, pengambilan keputusan tidak hanya berfokus pada hasil akhir, tetapi juga pada proses yang dilalui untuk mencapai keputusan tersebut. Kualitas keputusan sering kali diukur berdasarkan efisiensi, efektivitas, dan dampaknya terhadap organisasi. Keputusan yang baik dapat meningkatkan kinerja bisnis, kepuasan pelanggan, dan daya saing di pasar. Oleh karena itu, perusahaan sering berinvestasi dalam pelatihan dan pengembangan keterampilan pengambilan keputusan untuk memastikan bahwa keputusan yang diambil adalah yang terbaik.

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dapat dibagi menjadi dua kategori: faktor internal dan eksternal. Faktor internal mencakup pengalaman dan pengetahuan pengambilan keputusan, serta ketersediaan data yang relevan. Sementara itu, faktor eksternal meliputi kondisi pasar, tren industri, dan situasi sosial-ekonomi yang dapat mempengaruhi pilihan yang diambil. Mempertimbangkan kedua jenis faktor ini sangat penting untuk menghasilkan keputusan yang sistematis dan logis.

Proses pengambilan keputusan dapat dibagi menjadi beberapa tahap, termasuk identifikasi masalah, pengembangan alternatif, dan pemilihan solusi. Mintzberg (1976) mengemukakan bahwa tahap identifikasi melibatkan pemahaman masalah dan peluang, sedangkan tahap pengembangan berfokus pada pencarian solusi yang mungkin. Akhirnya, pada tahap pemilihan, pengambilan keputusan harus mempertimbangkan semua informasi yang telah dikumpulkan dan menganalisis opsi yang ada untuk memilih alternatif terbaik. Dengan mengikuti langkah-langkah ini, pengambilan keputusan dapat meningkatkan kemungkinan mencapai hasil yang diinginkan.

B. Gaya Pengambilan Keputusan

Gaya pengambilan keputusan merujuk pada pendekatan yang digunakan oleh individu atau kelompok dalam proses memilih alternatif terbaik dari berbagai pilihan yang tersedia. Terdapat berbagai gaya yang dapat diadopsi, tergantung pada karakteristik pengambilan keputusan, konteks situasi, dan jenis masalah yang dihadapi. Misalnya, beberapa pengambilan keputusan mungkin lebih bersifat karismatik, menggunakan daya tarik pribadi dan kemampuan komunikasi untuk mempengaruhi orang lain dan mencapai konsensus. Di sisi lain, ada juga pengambilan keputusan yang lebih analitis, yang mengandalkan data dan logika untuk membuat keputusan yang rasional dan terukur. Gaya ini dapat mempengaruhi tidak hanya proses pengambilan keputusan itu sendiri, tetapi juga hasil yang dicapai.

Gaya pengambilan keputusan juga dapat dipengaruhi oleh faktor psikologis dan budaya organisasi. Misalnya, dalam lingkungan yang mendukung kolaborasi,

pengambilan keputusan mungkin lebih cenderung menggunakan pendekatan partisipatif, di mana masukan dari anggota tim dipertimbangkan sebelum mencapai keputusan akhir. Sebaliknya, dalam situasi yang lebih hierarkis, keputusan mungkin diambil secara top-down, di mana pemimpin memiliki otoritas penuh untuk menentukan arah tindakan. Memahami berbagai gaya pengambilan keputusan ini penting bagi organisasi untuk menciptakan lingkungan yang mendukung pengambilan keputusan yang efektif dan efisien, serta untuk meningkatkan keterlibatan dan kepuasan anggota tim.

C. Tahap -Tahap Pengambilan Keputusan

Menurut Mintzberg (1976), ada tiga tahap dalam proses pengambilan keputusan: identifikasi, pengembangan, dan pemilihan. Proses identifikasi melibatkan pemahaman masalah dan kemungkinan diagnosis. Pengambilan keputusan mencari solusi masalah atau prosedur standar yang tersedia untuk desain baru selama tahap pengembangan. Pengambilan keputusan dapat memilih pada tahap 83 proses pengambilan keputusan dengan menggunakan pertimbangan, analisis logistik, dasar sistematis, atau tawar-menawar. Berdasarkan beberapa pendapat tentang tahap-tahap pengambilan keputusan yang disebutkan di atas, Tahap pengambilan keputusan diantaranya yaitu:

1. Mengenai Masalah: Pada tahap ini, masalah harus didefinisikan dengan jelas untuk membedakannya dari hal lain (masalah atau hambatan).
2. Pemecahan Masalah: Pada tahap ini, masalah telah diselesaikan melalui langkah-langkah berikut: (1) menemukan solusi alternatif pemecahan masalah, (2) menganalisis unsur-unsur yang tidak dapat diketahui (yang berada di luar kemampuan manusia), (3) membuat alat yang dapat digunakan untuk mengumpulkan atau mengukur hasil, dan (4) memilih dan menggunakan model penilai.
3. Pengambilan Keputusan: Kondisi lingkungan seperti kondisi pasti, kondisi berisiko, kondisi tidak pasti, dan kondisi konflik mempengaruhi keputusan yang dibuat.

D. Proses Pengambilan Keputusan

Proses pengambilan keputusan adalah serangkaian langkah sistematis yang diambil untuk memilih alternatif terbaik dari berbagai pilihan yang tersedia. Proses ini dimulai dengan identifikasi masalah, di mana pengambilan keputusan harus memahami dan mendefinisikan isu yang perlu diselesaikan. Setelah masalah diidentifikasi, langkah berikutnya adalah mengumpulkan informasi yang relevan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang situasi yang dihadapi. Informasi ini dapat diperoleh melalui penelitian, analisis data, atau konsultasi dengan pihak-pihak yang memiliki pengetahuan terkait. Dengan informasi yang cukup, pengambilan keputusan dapat mengembangkan berbagai alternatif solusi yang mungkin, yang kemudian akan dievaluasi berdasarkan kriteria tertentu sebelum memilih opsi terbaik untuk diimplementasikan.

Setelah alternatif dipilih, proses pengambilan keputusan berlanjut dengan implementasi keputusan tersebut. Ini melibatkan perencanaan tindakan, pengalokasian sumber daya, dan komunikasi kepada semua pihak yang terlibat untuk memastikan bahwa keputusan dapat dilaksanakan dengan efektif. Setelah implementasi, penting

untuk melakukan evaluasi hasil untuk menilai apakah keputusan yang diambil berhasil mencapai tujuan yang diinginkan. Evaluasi ini tidak hanya membantu dalam memahami dampak dari keputusan yang diambil, tetapi juga memberikan wawasan berharga untuk meningkatkan proses pengambilan keputusan di masa depan. Dengan demikian, proses pengambilan keputusan yang baik tidak hanya berfokus pada hasil akhir, tetapi juga pada langkah-langkah yang diambil untuk mencapainya.

E. Kualitas Keputusan

Ketika seseorang membuat keputusan, istilah "kualitas keputusan" mengacu pada sejauh mana keputusan tersebut memenuhi standar tertentu, seperti efisiensi, efektivitas, dan kepuasan. Dalam hal pengambilan keputusan, kualitas keputusan biasanya diukur berdasarkan hasil yang dicapai setelah keputusan diambil, yang biasanya didasarkan pada analisis mendalam, informasi yang akurat, dan pertimbangan yang matang terhadap berbagai pilihan yang tersedia. Oleh karena itu, kualitas keputusan tidak hanya ditentukan oleh proses pengambilan keputusan, tetapi juga oleh hasil yang dihasilkan dan bagaimana hal itu berdampak pada orang atau organisasi.

Selain itu, variabel internal dan eksternal seperti pengalaman pengambilan keputusan ketersediaan data, dan konteks situasi mempengaruhi kualitas keputusan. Pengambilan keputusan yang memiliki pemahaman yang baik tentang masalah yang dihadapi dan mampu menemukan dan memberikan berbagai pilihan cenderung membuat pilihan yang lebih baik. Keputusan berkualitas tinggi sangat penting dalam dunia bisnis karena dapat mempengaruhi kinerja bisnis, kepuasan pelanggan, dan daya saing di pasar. Oleh karena itu, perusahaan sering berinvestasi dalam pelatihan dan pengembangan keterampilan pengambilan keputusan agar keputusan yang dibuat lebih baik. Kualitas pengambilan keputusan tidak hanya ditentukan oleh hasil akhir tetapi juga oleh proses yang dilalui untuk mencapainya. Analisis mendalam, penggunaan informasi yang akurat, dan pertimbangan yang matang terhadap berbagai opsi biasanya merupakan kunci untuk mengambil keputusan yang berkualitas tinggi. Misalnya, keputusan bisnis yang baik akan mempertimbangkan hasil jangka panjang perusahaan, seperti keuangan, reputasi, dan hubungan pelanggan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan melalui wawancara dan observasi pada cabang D'sruput di Telukjambe Timur yang mengidentifikasi beberapa permasalahan yang mempengaruhi keputusan pemasaran pada UMKM ini. Salah satu masalah yang dihadapi D'Sruput adalah menu yang dianggap membosankan oleh pelanggan. Hal ini dapat mengurangi minat pelanggan untuk kembali dan mencoba makanan yang ditawarkan. Selain itu, ketika tidak ada bahan baku yang tersedia, menu tersebut dibiarkan kosong sementara tanpa adanya usaha untuk mencari solusi alternatif. Kondisi ini tidak hanya membuat pengalaman pelanggan menjadi kurang memuaskan, tetapi juga dapat berdampak negatif pada pendapatan usaha.

D'sruput gagal mengikuti tren pasar dan menawarkan variasi baru pada menu sehingga mengakibatkan menurunnya minat pelanggan. Ini menunjukkan bahwa keputusan mengenai inovasi menu masih belum sepenuhnya responsif terhadap kebutuhan dan preferensi pelanggan. Penting untuk menjalin kerjasama yang baik dengan berbagai pemasok bahan baku

agar ketersediaan bahan selalu terjaga. Dengan memiliki beberapa supplier yang dapat diandalkan, D'Sruput dapat memastikan bahwa bahan baku yang diperlukan untuk menyajikan menu tetap tersedia, bahkan ketika salah satu supplier mengalami kendala.

Masalah lainnya adalah pelayanan yang dianggap tidak profesional. Banyak pelanggan yang tidak puas dengan sikap karyawan dan kecepatan pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa D'sruput masih kesulitan mengelola staffnya dan memberikan pelatihan yang memadai untuk meningkatkan kualitas layanan. Tanpa pelatihan sistematis dan evaluasi kinerja yang jelas, kualitas layanan cenderung tidak stabil dan kepuasan pelanggan dapat menurun.

Dari kedua permasalahan tersebut menunjukkan bahwa pengambilan keputusan manajemen D'sruput tidak sepenuhnya tepat. Keputusan yang diambil tampaknya tidak mempertimbangkan perubahan kebutuhan pasar dan tidak menanggapi pendapat pelanggan secara memadai. Berdasarkan teori keputusan, hal ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara strategi yang diterapkan dengan situasi yang ada, sehingga mengakibatkan kinerja bisnis kurang optimal.

Oleh karena itu, D'sruput harus lebih terbuka terhadap pendapat pelanggan dan menganalisis tren pasar dengan lebih baik. Keputusan yang lebih fleksibel dan berdasarkan data akan membantu D'sruput mengatasi masalah menu yang membosankan dan layanan yang buruk. Selain itu, pengelolaan karyawan yang lebih profesional melalui pelatihan yang lebih intensif dan evaluasi secara berkala dapat meningkatkan kualitas layanan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Langkah-langkah perbaikan ini akan mempersiapkan D'sruput untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

PEMBAHASAN

Pengelolaan tenaga kerja di D'Sruput menunjukkan adanya kebutuhan mendesak untuk meningkatkan kualitas pelayanan melalui program pelatihan yang sistematis. Karyawan yang terlatih dengan baik akan lebih mampu memberikan pelayanan yang profesional dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan. Pelatihan yang mencakup keterampilan komunikasi, manajemen waktu, dan penanganan keluhan pelanggan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan pengalaman positif yang berujung pada loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, D'Sruput perlu menginvestasikan waktu dan sumber daya dalam program pelatihan yang berkelanjutan untuk memastikan karyawan memiliki keterampilan yang diperlukan untuk memenuhi harapan pelanggan.

Kualitas bahan baku memiliki dampak signifikan terhadap kualitas produk yang ditawarkan oleh D'Sruput. Penggunaan bahan baku yang berkualitas tinggi tidak hanya meningkatkan rasa dan tampilan produk, tetapi juga berkontribusi pada kepuasan pelanggan. Jika pelanggan merasa bahwa produk yang mereka konsumsi tidak memenuhi standar kualitas, mereka cenderung tidak akan kembali. Oleh karena itu, D'Sruput harus memastikan bahwa mereka memilih pemasok yang dapat diandalkan dan melakukan pemeriksaan kualitas secara rutin untuk menjaga konsistensi produk. Investasi dalam bahan baku yang berkualitas akan berimbas positif pada reputasi D'Sruput di pasar.

Dalam menghadapi persaingan yang ketat, D'Sruput perlu menganalisis tren pasar secara mendalam untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif. Hal ini mencakup pemahaman tentang preferensi konsumen, perubahan dalam perilaku pembelian, dan inovasi dalam industri makanan dan minuman. D'Sruput harus melakukan riset pasar secara berkala

untuk mengidentifikasi peluang baru, seperti pengenalan menu baru yang sesuai dengan tren diet sehat atau penggunaan media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Dengan beradaptasi terhadap tren pasar dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang inovatif, D'Sruput dapat meningkatkan daya tariknya di mata pelanggan dan memperkuat posisinya di pasar.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

KESIMPULAN

Kesimpulan dari analisis pengelolaan tenaga kerja di D'Sruput menunjukkan bahwa program pelatihan yang sistematis dan berkelanjutan sangat penting untuk meningkatkan keterampilan dan profesionalisme karyawan. Dengan memberikan pelatihan yang tepat, D'Sruput dapat memastikan bahwa karyawan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga berkontribusi pada efisiensi operasional dan kinerja keseluruhan perusahaan. Oleh karena itu, investasi dalam pengembangan sumber daya manusia harus menjadi prioritas bagi manajemen D'Sruput untuk mencapai tujuan bisnis yang lebih baik.

Selain itu, analisis terhadap kualitas bahan baku dan tren pasar menunjukkan bahwa kedua faktor ini memiliki dampak signifikan terhadap kualitas produk dan strategi pemasaran D'Sruput. Kualitas bahan baku yang baik akan menghasilkan produk yang lebih unggul, yang pada gilirannya dapat menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka. Di sisi lain, pemahaman yang mendalam tentang tren pasar memungkinkan D'Sruput untuk beradaptasi dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan yang terus berubah. Dengan mengintegrasikan analisis kualitas bahan baku dan tren pasar ke dalam strategi pemasaran, D'Sruput dapat menciptakan penawaran yang lebih relevan dan kompetitif, sehingga meningkatkan daya saing di pasar yang semakin ketat.

IMPLIKASI

Analisis ini menunjukkan bahwa D'Sruput perlu mengimplementasikan program pelatihan yang lebih terstruktur dan berkelanjutan untuk karyawan, guna meningkatkan kualitas pelayanan dan profesionalisme mereka. Selain itu, penting bagi manajemen untuk secara rutin mengevaluasi dan memperbarui kualitas bahan baku yang digunakan, agar produk yang dihasilkan selalu memenuhi standar tinggi dan sesuai dengan harapan pelanggan. D'Sruput juga disarankan untuk kerjasama ini tidak hanya mencakup aspek pengadaan bahan baku, tetapi juga membangun hubungan yang saling menguntungkan. D'Sruput dapat melakukan negosiasi untuk mendapatkan harga yang lebih kompetitif dan kualitas bahan baku yang lebih baik. Selain itu, dengan menjalin komunikasi yang baik dengan pemasok, D'Sruput dapat memperoleh informasi terbaru mengenai tren bahan baku, sehingga dapat melakukan inovasi dalam menu sesuai dengan ketersediaan bahan.

Dengan menjaga ketersediaan bahan baku, D'Sruput dapat memastikan bahwa menu yang ditawarkan selalu segar dan menarik bagi pelanggan. Hal ini akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong mereka untuk kembali, serta merekomendasikan D'Sruput kepada orang lain dan melakukan riset pasar secara berkala untuk memahami tren dan preferensi konsumen yang berubah-ubah, sehingga dapat mengembangkan menu yang

lebih variatif dan menarik. Dengan langkah-langkah ini, D'Sruput tidak hanya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga memperkuat posisinya di pasar yang kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Kesuma, M., Fitria, D., & Albab Al Umar, A. U. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pattaya Corner Kota Salatiga. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(1), 13-21.
- Winasis, C. L. R., Widiанти, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 399-410.
- Pasolong, H. (2023). Teori Pengambilan Keputusan.
- Bunda, C. R., Salsabila, N. A., Putri, D. A., Gantino, J., & Sari, V. N. (2024). Strategi Pemasaran Minuman D'SRUPUT Dalam Meningkatkan Kinerja Tim. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(5), 1293-1296.

LAMPIRAN



Gambar: Lampiran Wawancara