

## ANALISIS PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM KENDALA DI UMKM AYAM GEPREK DAN SEBLAK DADA WARUNG BAMBU

<sup>1</sup>Andini Fathurohmah, <sup>2</sup>Anis Dara Puspita, <sup>3</sup>Awaludi Hafif, <sup>4</sup>Fitri Nuraeni, <sup>5</sup>Ujang Suherman

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

[mn22.andinifathurohmah@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:mn22.andinifathurohmah@mhs.ubpkarawang.ac.id),

[mn22.anispuspita@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:mn22.anispuspita@mhs.ubpkarawang.ac.id), [mn22.awaludihafif@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:mn22.awaludihafif@mhs.ubpkarawang.ac.id),

[mn22.fitrinuraeni@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:mn22.fitrinuraeni@mhs.ubpkarawang.ac.id), [ujang.suherman@ubpkarawang.ac.id](mailto:ujang.suherman@ubpkarawang.ac.id)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengambilan keputusan dalam menghadapi kendala operasional pada UMKM Seblak Parasmanan dan Ayam Geprek Dada. Usaha ini, yang awalnya didirikan oleh Chandra Juliansyah saat masih bersekolah, mengalami pertumbuhan signifikan hingga menghadapi berbagai tantangan seperti fluktuasi harga bahan baku, keterbatasan tenaga kerja, dan persaingan pasar yang ketat. Metode penelitian yang digunakan meliputi wawancara langsung dengan pemilik untuk menggali data terkait sejarah usaha, kendala, dan strategi adaptasi yang diterapkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi digital yang dilakukan melalui media sosial seperti WhatsApp dan Facebook menjadi salah satu kekuatan utama dalam menarik pelanggan. Namun, tantangan operasional yang muncul membutuhkan pendekatan strategis, termasuk efisiensi pengelolaan bahan baku, inovasi produk, dan perluasan promosi ke platform digital lainnya. Penelitian ini memberikan wawasan bagi pelaku UMKM tentang pentingnya adaptasi dan inovasi dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berubah.

**Kata Kunci :** Pengambilan Keputusan, UMKM.

### ABSTRACT

*This study aims to analyze decision-making in facing operational constraints in the Seblak Parasmanan and Ayam Geprek Dada MSMEs. This business, which was originally founded by Chandra Juliansyah while still in school, has experienced significant growth and faced various challenges such as fluctuations in raw material prices, limited labor, and tight market competition. The research methods used include direct interviews with the owner to collect data related to business history, constraints, and adaptation strategies implemented. The results of the study indicate that digital promotion strategies carried out through social media such as WhatsApp and Facebook are one of the main strengths in attracting customers. However, the operational challenges that arise require a strategic approach, including efficient management of raw materials, product innovation, and expansion of promotions to other digital platforms. This study provides insight for MSME actors about the importance of adaptation and innovation in facing changing market dynamics.*

**Keywords :** Decision Making, MSMEs

### Article history

Received: januari 2025

Reviewed: januari 2025

Published: januari 2025

Plagirism checker no 77

Doi : prefix doi :

10.8734/musytari.v1i2.365

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, baik sebagai penggerak ekonomi lokal maupun sebagai penyerap tenaga kerja. Salah satu sektor UMKM yang berkembang pesat adalah kuliner, termasuk bisnis makanan cepat saji seperti ayam geprek dan seblak. Ayam Geprek dan Seblak Dada Warung Bumbu, sebagai salah satu UMKM dalam sektor ini, menghadapi tantangan dan peluang yang memengaruhi keberlanjutan bisnisnya. Dalam menghadapi dinamika pasar dan persaingan yang semakin ketat, pengambilan keputusan menjadi salah satu faktor kunci yang menentukan kesuksesan bisnis ini.

Proses pengambilan keputusan di UMKM sering kali dihadapkan pada berbagai kendala, seperti keterbatasan sumber daya, kurangnya akses terhadap informasi, dan minimnya strategi manajerial yang terstruktur. Di sisi lain, kebutuhan untuk respons cepat terhadap perubahan selera konsumen dan persaingan dari bisnis sejenis memaksa pelaku usaha untuk membuat keputusan yang efektif dan efisien. Kendala-kendala ini sering kali menjadi hambatan bagi pengembangan UMKM, terutama dalam menciptakan nilai tambah dan mempertahankan daya saing di pasar lokal maupun regional.

Ayam Geprek dan Seblak Dada Warung Bumbu merupakan salah satu contoh UMKM yang mengalami berbagai tantangan dalam pengambilan keputusan. Pemilik usaha harus mempertimbangkan berbagai aspek, seperti pemilihan bahan baku, penetapan harga, inovasi menu, serta strategi promosi yang tepat. Selain itu, adanya fluktuasi harga bahan baku dan perubahan pola konsumsi masyarakat juga menjadi variabel yang memengaruhi proses pengambilan keputusan. Tantangan ini semakin kompleks ketika keputusan tersebut harus diambil secara cepat dan dengan sumber daya yang terbatas.

Di tengah pesatnya perkembangan UMKM di sektor kuliner, salah satu fenomena yang sering dijumpai adalah tantangan dalam pengambilan keputusan yang dihadapi oleh pelaku usaha, terutama pada UMKM makanan cepat saji seperti Ayam Geprek dan Seblak Dada Warung Bumbu. Banyak pemilik usaha yang sering kali mengalami kesulitan dalam mengelola sumber daya yang terbatas, baik dari segi modal, tenaga kerja, maupun bahan baku. Fenomena ini muncul sebagai akibat dari tekanan untuk tetap bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Misalnya, perubahan selera konsumen yang cepat, fluktuasi harga bahan baku, serta tantangan dalam menjaga kualitas produk yang konsisten sering kali memaksa pengusaha untuk mengambil keputusan yang cepat dan tepat. Selain itu, strategi pemasaran yang kurang optimal atau ketidakmampuan dalam mengidentifikasi tren pasar juga turut mempengaruhi kelangsungan hidup bisnis tersebut. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana pengambilan keputusan dilakukan di tengah kendala yang ada, serta bagaimana keputusan tersebut berpengaruh pada perkembangan dan keberlanjutan UMKM kuliner ini.

Pengambilan keputusan dalam konteks UMKM dapat dijelaskan melalui berbagai teori manajemen, seperti teori rasionalitas terbatas (bounded rationality), teori keputusan, dan teori manajemen sumber daya. Teori rasionalitas terbatas menyatakan bahwa dalam pengambilan keputusan, pelaku usaha sering kali dihadapkan pada keterbatasan informasi, waktu, dan sumber daya yang memadai. Hal ini menyebabkan keputusan yang diambil mungkin tidak sepenuhnya optimal, namun cukup memadai untuk kondisi yang ada. Di sisi lain, teori keputusan menyarankan bahwa pengambilan keputusan seharusnya didasarkan pada analisis risiko dan manfaat yang dapat diperoleh dari pilihan yang ada. Penerapan teori ini dalam konteks UMKM akan membantu memahami bagaimana pengusaha memutuskan langkah terbaik untuk menghadapi kendala yang ada. Selain itu, teori manajemen sumber daya menunjukkan pentingnya pemanfaatan sumber daya yang ada secara optimal untuk mendukung kelangsungan dan perkembangan usaha, yang mencakup pengelolaan tenaga kerja, modal, serta bahan baku secara efisien.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengambilan keputusan dalam menghadapi kendala yang dihadapi oleh UMKM Ayam Geprek dan Seblak Dada Warung Bumbu. Secara khusus, tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi pengambilan keputusan, memahami strategi yang digunakan oleh pelaku usaha dalam mengatasi kendala tersebut, serta mengevaluasi dampak keputusan yang diambil terhadap kinerja dan keberlanjutan usaha. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan rekomendasi praktis yang dapat digunakan oleh pelaku UMKM dalam meningkatkan kualitas pengambilan keputusan mereka, serta mendukung daya saing di pasar yang semakin ketat. Melalui analisis ini, diharapkan dapat ditemukan solusi yang relevan dan aplikatif bagi UMKM yang bergerak di sektor kuliner, khususnya bagi Ayam Geprek dan Seblak Dada Warung Bumbu.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pelaku UMKM dalam mengelola proses pengambilan keputusan yang lebih efektif. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan kontribusi pada pengembangan literatur terkait manajemen UMKM, khususnya dalam konteks bisnis kuliner. Dengan memahami pola pengambilan keputusan di Ayam Geprek dan Seblak Dada Warung Bumbu, diharapkan dapat dihasilkan rekomendasi praktis yang relevan untuk mendukung keberlanjutan dan daya saing UMKM di sektor makanan cepat saji.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses pengambilan keputusan dalam menghadapi kendala di UMKM Ayam Geprek dan Seblak Dada Warung Bumbu. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, yang dirancang untuk menggali secara mendalam fenomena yang terkait dengan pengambilan keputusan, faktor-faktor yang memengaruhinya, dan dampaknya terhadap operasional UMKM. Penelitian dilakukan selama satu minggu, dimulai dari tanggal 9- 15 Desember bertempat di lokasi operasional Ayam Geprek dan Seblak Dada Warung Bumbu.

Prosedur penelitian dimulai dengan tahap persiapan, meliputi identifikasi masalah, penyusunan kerangka teori, dan desain instrumen penelitian. Selanjutnya, tahap pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur dengan pemilik usaha, observasi langsung terhadap aktivitas operasional, serta mengumpulkan dokumen berupa gambar. Pada tahap analisis, data yang diperoleh diolah secara sistematis dengan teknik analisis tematik, di mana data dikategorikan berdasarkan tema tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi, sementara data sekunder berasal dari dokumen bisnis dan literatur yang relevan. Instrumen penelitian mencakup panduan wawancara, dan lembar observasi. Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi untuk memastikan validitas dan reliabilitas, yaitu dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, terhadap objek penelitian.

Teknik analisis data dilakukan secara berurutan mulai dari reduksi data, penyajian data, hingga penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi, data yang tidak relevan disaring untuk memfokuskan analisis pada informasi yang berkaitan langsung dengan pengambilan keputusan. Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk narasi deskriptif dan tematik untuk mempermudah pemahaman hubungan antar variabel. Tahap akhir adalah menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis, yang akan memberikan gambaran mendalam mengenai proses pengambilan keputusan di UMKM Ayam Geprek dan Seblak Dada Warung Bumbu.

## **DASAR PENGEMBANGAN THEORY**

### **a. Definisi Pengambilan Keputusan**

Pengambilan keputusan adalah proses memilih alternatif terbaik dari sejumlah pilihan yang tersedia untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Herbert A. Simon, pengambilan

keputusan mencakup serangkaian tahapan, mulai dari identifikasi masalah, pengumpulan informasi, evaluasi opsi, hingga pemilihan dan implementasi keputusan. Proses ini merupakan inti dari fungsi manajerial yang bertujuan untuk menyelesaikan masalah secara efektif dan efisien.

## b. Gaya Pengambilan Keputusan

Gaya pengambilan keputusan mencerminkan pendekatan yang digunakan individu dalam menentukan keputusan. Menurut Rowe dan Mason, terdapat empat gaya utama pengambilan keputusan, yaitu direktif, analitis, konseptual, dan perilaku. Gaya direktif cenderung cepat dan pragmatis, sementara gaya analitis melibatkan analisis data secara mendalam. Gaya konseptual berorientasi pada visi jangka panjang, sedangkan gaya perilaku lebih fokus pada interaksi dan kepuasan tim.

## c. Tahap-Tahap Pengambilan Keputusan

Tahap pengambilan keputusan meliputi:

- a) Identifikasi Masalah: Menentukan isu yang perlu diselesaikan.
- b) Pengumpulan Informasi: Menghimpun data relevan untuk memahami konteks masalah.
- c) Pengembangan Alternatif: Menyusun berbagai opsi untuk menyelesaikan masalah.
- d) Evaluasi Alternatif: Menilai kelebihan dan kekurangan setiap opsi.
- e) Pemilihan Keputusan: Memilih alternatif terbaik.
- f) Implementasi Keputusan: Melaksanakan keputusan yang telah diambil.
- g) Evaluasi Keputusan: Mengukur hasil dan dampak keputusan.

## d. Proses Pengambilan Keputusan

Proses pengambilan keputusan adalah rangkaian aktivitas sistematis yang dilakukan untuk memilih solusi optimal. Proses ini melibatkan analisis rasional, pengintegrasian berbagai sudut pandang, serta pertimbangan risiko dan hasil. Teori rasionalitas terbatas menyatakan bahwa keputusan sering kali diambil dalam kondisi keterbatasan informasi dan sumber daya, sehingga menghasilkan solusi yang cukup memadai, meskipun tidak sempurna.

## e. Kualitas Keputusan

Kualitas keputusan mengacu pada sejauh mana keputusan yang diambil efektif dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Kualitas keputusan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kelengkapan informasi, kejelasan tujuan, keterampilan analitis, dan kemampuan evaluasi alternatif. Keputusan yang berkualitas ditandai oleh relevansi solusi terhadap masalah, efisiensi pelaksanaan, dan kepuasan pihak yang terlibat. Dengan memperhatikan tahapan dan proses yang sistematis, pengambilan keputusan dapat menghasilkan solusi yang optimal bagi organisasi atau individu.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Berdasarkan wawancara dengan Chandra Juliansyah, pemilik UMKM Seblak Parasmanan dan Ayam Geprek Dada, diketahui bahwa usaha ini bermula dari inisiatif pribadi saat pemilik masih bersekolah. Bisnis ini resmi berdiri secara mandiri pada tahun 2020 setelah sebelumnya bermitra dengan rekan yang memberikan modal awal. Dengan target pasar anak sekolah dan semua kalangan, usaha ini berhasil menarik pelanggan melalui strategi promosi digital di platform seperti WhatsApp dan Facebook, sehingga mempermudah pelanggan untuk memesan tanpa perlu antri.

Pada awalnya, menu yang ditawarkan meliputi ayam geprek, ayam sadas (ayam pedas), dan ayam saus keju. Seblak mulai ditambahkan pada tahun 2022 dengan sistem parasmanan, mengikuti tren saat itu. Strategi promosi yang dilakukan melibatkan penyajian rasa yang unik dibandingkan pesaing, sehingga banyak pelanggan kembali membeli. Kombinasi promosi online

dan kualitas produk membantu membangun loyalitas pelanggan, yang menjadi salah satu kekuatan utama usaha ini.

Namun, UMKM ini menghadapi beberapa kendala yang menghambat keberlanjutan dan pertumbuhannya. Kendala pertama adalah fluktuasi harga bahan baku yang menyebabkan ketidakstabilan dalam pengelolaan modal. Kenaikan harga bahan baku membuat biaya operasional meningkat, sehingga sulit menjaga profitabilitas yang konsisten. Kedua, jumlah tenaga kerja yang terbatas juga menjadi masalah utama. Pemilik beroperasi tanpa bantuan tenaga kerja tambahan untuk menghemat biaya, namun ini berujung pada beban kerja yang tinggi dan potensi penurunan efisiensi.

Selain itu, persaingan yang semakin ketat dengan banyaknya penjual lain yang menawarkan harga lebih murah menjadi tantangan signifikan. Strategi banting harga oleh pesaing memengaruhi daya tarik pasar dan menyebabkan penurunan omzet penjualan. Meski demikian, usaha ini tetap bertahan dengan mempertahankan keunikan rasa dan layanan yang baik kepada pelanggan.

Penurunan omzet menunjukkan perlunya strategi adaptasi yang lebih inovatif. Pemilik menyadari pentingnya efisiensi dalam pengelolaan bahan baku dan eksplorasi cara baru untuk meningkatkan daya saing, seperti memperluas promosi ke platform digital lainnya atau menawarkan paket harga khusus. Di sisi lain, upaya untuk merekrut tenaga kerja tambahan juga menjadi opsi yang perlu dipertimbangkan untuk meningkatkan produktivitas.

Melalui wawancara ini, dapat disimpulkan bahwa meskipun UMKM Seblak Parasmanan dan Ayam Geprek Dada memiliki keunggulan dalam promosi digital dan loyalitas pelanggan, mereka membutuhkan pendekatan yang lebih strategis dalam mengelola tantangan operasional dan persaingan agar mampu bertahan dan berkembang di tengah dinamika pasar yang terus berubah.

## Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, UMKM Seblak Parasmanan dan Ayam Geprek Dada menunjukkan dinamika usaha kecil yang mengalami tantangan kompleks di tengah upaya mempertahankan keberlanjutan bisnis. Pemilik, Chandra Juliansyah, berhasil memanfaatkan peluang pasar sejak masa sekolah dengan membangun usaha yang fokus pada kebutuhan konsumen lokal, khususnya anak sekolah. Namun, meskipun awalnya sukses menarik pelanggan dengan rasa yang khas dan strategi promosi digital melalui WhatsApp dan Facebook, kendala operasional mulai muncul seiring dengan perkembangan usaha.

Kendala pertama yang dihadapi adalah fluktuasi harga bahan baku. Kenaikan harga bahan baku secara signifikan memengaruhi modal operasional, sehingga sulit bagi pemilik untuk menjaga kestabilan keuangan. Ketidakstabilan ini sering kali menjadi hambatan bagi UMKM yang memiliki modal terbatas. Sebagai langkah antisipasi, UMKM ini dapat mempertimbangkan kerjasama jangka panjang dengan pemasok untuk mendapatkan harga yang lebih stabil atau mencari alternatif bahan baku yang lebih ekonomis tanpa mengurangi kualitas.

Kendala kedua adalah keterbatasan tenaga kerja. Saat ini, pemilik menjalankan sebagian besar operasional secara mandiri untuk menghemat biaya. Namun, pendekatan ini tidak hanya meningkatkan beban kerja tetapi juga berisiko menurunkan efisiensi, terutama ketika permintaan pelanggan meningkat. Rekrutmen tenaga kerja tambahan atau pelatihan anggota keluarga untuk membantu operasional dapat menjadi solusi untuk mengurangi beban kerja sekaligus meningkatkan produktivitas.

Persaingan pasar yang ketat dengan munculnya banyak penjual sejenis juga menjadi tantangan serius. Beberapa pesaing menggunakan strategi banting harga untuk menarik pelanggan, yang secara langsung memengaruhi omzet penjualan UMKM ini. Dalam menghadapi persaingan ini, pemilik dapat mengeksplorasi inovasi dalam produk, seperti memperluas variasi menu atau menawarkan layanan khusus, misalnya paket hemat untuk kelompok tertentu atau

program loyalitas bagi pelanggan tetap. Strategi ini dapat meningkatkan nilai tambah usaha dibandingkan pesaing yang hanya mengandalkan harga murah.

Selain itu, strategi promosi yang telah dilakukan melalui media sosial seperti WhatsApp dan Facebook menunjukkan efektivitas yang cukup tinggi, tetapi belum dimaksimalkan sepenuhnya. UMKM ini dapat memperluas cakupan promosi ke platform lain seperti Instagram atau TikTok, yang memiliki jangkauan lebih luas dan lebih interaktif, terutama untuk menarik segmen anak muda. Penggunaan strategi pemasaran berbasis konten, seperti video pendek atau ulasan pelanggan, juga dapat membantu meningkatkan visibilitas dan kepercayaan konsumen terhadap produk.

Melalui pembahasan ini, dapat disimpulkan bahwa keberlanjutan bisnis UMKM Seblak Parasmanan dan Ayam Geprek Dada membutuhkan penyesuaian dalam beberapa aspek. Pengelolaan bahan baku yang lebih strategis, optimalisasi tenaga kerja, inovasi produk, serta penguatan promosi digital adalah langkah-langkah yang dapat diterapkan untuk mengatasi kendala yang ada. Selain itu, penting bagi pemilik untuk terus memantau dinamika pasar dan melakukan evaluasi berkala terhadap kinerja usahanya. Dengan pendekatan yang adaptif dan inovatif, UMKM ini memiliki potensi besar untuk bertahan di tengah persaingan yang ketat dan terus berkembang. Keberhasilan dalam mengatasi kendala operasional tidak hanya akan membantu meningkatkan omzet tetapi juga memperkuat posisi usaha di pasar lokal, sehingga dapat menjadi contoh bagi UMKM lain dalam menghadapi tantangan serupa.

Salah satu kendala utama yang dihadapi UMKM Seblak Parasmanan dan Ayam Geprek Dada adalah fluktuasi harga bahan baku. Fenomena ini umum terjadi di sektor usaha kuliner, terutama karena ketergantungan pada pasokan bahan yang sifatnya musiman atau terpengaruh oleh kondisi pasar. Bagi UMKM dengan modal terbatas, ketidakstabilan harga bahan baku dapat berdampak signifikan terhadap perencanaan keuangan dan operasional. Pada kasus ini, kenaikan harga bahan baku menyebabkan pemilik kesulitan menjaga kestabilan harga jual, karena harga yang terlalu tinggi dapat menurunkan daya beli konsumen. Di sisi lain, mempertahankan harga rendah tanpa menyesuaikan biaya produksi dapat mengurangi margin keuntungan, bahkan menimbulkan kerugian. Oleh karena itu, strategi manajemen bahan baku menjadi penting untuk diterapkan.

Salah satu solusi yang dapat dipertimbangkan adalah membangun kemitraan jangka panjang dengan pemasok bahan baku. Kemitraan ini memungkinkan pemilik usaha mendapatkan harga yang lebih stabil dan memastikan ketersediaan bahan baku secara konsisten. Alternatif lain adalah dengan menjalin hubungan langsung dengan petani atau produsen lokal untuk mengurangi ketergantungan pada distributor besar yang sering kali menaikkan harga. Diversifikasi bahan baku juga dapat menjadi strategi untuk menghadapi kenaikan harga. Misalnya, mencari bahan substitusi yang lebih ekonomis tanpa mengurangi kualitas produk. Untuk ayam geprek, misalnya, pemilik bisa memilih potongan ayam yang lebih kecil atau menggunakan bahan pelapis yang lebih hemat biaya. Dalam produk seblak, variasi topping yang lebih fleksibel juga bisa menjadi solusi untuk menekan biaya.

Pemilik juga dapat mempertimbangkan penggunaan teknologi dalam mengelola bahan baku, seperti pencatatan stok otomatis dan analisis data untuk memprediksi kebutuhan bahan baku berdasarkan tren penjualan. Dengan cara ini, pembelian bahan baku dapat direncanakan lebih efisien, sehingga mengurangi risiko pemborosan atau kekurangan stok. Di sisi pemasaran, strategi penyesuaian harga dengan komunikasi yang efektif kepada pelanggan juga penting. Misalnya, memberikan penjelasan transparan mengenai alasan kenaikan harga dapat meningkatkan pemahaman dan loyalitas pelanggan. Selain itu, menawarkan promo seperti paket hemat atau diskon musiman dapat membantu mempertahankan minat konsumen meskipun harga bahan baku meningkat.

## KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

UMKM Seblak Parasmanan dan Ayam Geprek Dada menunjukkan keberhasilan dalam memanfaatkan peluang pasar lokal melalui strategi promosi digital dan penawaran rasa yang khas, namun menghadapi sejumlah kendala operasional yang menghambat pertumbuhan. Fluktuasi harga bahan baku, keterbatasan tenaga kerja, dan persaingan pasar yang ketat menjadi tantangan utama yang membutuhkan perhatian strategis. Untuk mengatasi kendala tersebut, diperlukan langkah-langkah seperti pengelolaan bahan baku yang lebih efektif, optimalisasi tenaga kerja, inovasi produk, dan perluasan strategi promosi di platform digital yang lebih luas.

Implikasinya, pemilik UMKM ini perlu meningkatkan kemampuan manajerial untuk mengelola tantangan bisnis dengan lebih adaptif. Kerjasama jangka panjang dengan pemasok, penggunaan teknologi untuk efisiensi operasional, serta pengembangan strategi pemasaran berbasis konten dapat membantu memperkuat daya saing. Selain itu, upaya inovasi produk dan layanan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan sekaligus memperluas pasar. Jika diterapkan dengan baik, langkah-langkah ini tidak hanya akan membantu meningkatkan omzet tetapi juga menjadikan UMKM sebagai pelaku usaha yang lebih tangguh dan berkelanjutan di tengah persaingan yang semakin ketat.

## LAMPIRAN



## DAFTAR PUSTAKA

- Drucker, P. F. (2007). *The Practice of Management*. Harper Business.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro Publishing.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2016). *Entrepreneurship*. McGraw-Hill Education
- Kasmir. (2016). *Kewirausahaan: Teori, Praktik, dan Kasus*. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Edition). Pearson Education.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2020). *Management* (14th Edition). Pearson Education.
- Santoso, S. (2019). *Analisis Data Statistik dengan SPSS*. Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran* (4th Edition). Andi Publisher.
- Umar, H. (2011). *Strategic Management in Action*. PT Gramedia Pustaka Utama.