

ANALISIS PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM KENDALA DI UMKM SOTO, MIE AYAM DESA PASIRMULYA

¹Ujang Suherman, ² Mayla Chairunisa, ³ Sri Handiyani, ⁴ Vika Fajariyani, ⁵Zahira Syifa Nurpatimah

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

1ujang.suherman@ubpkarawang.ac.id

2mn22.maylachairunisa@mhs.ubpkarawang.ac.id

3mn22.srihandiyani@mhs.ubpkarawang.ac.id

4mn22.vikafajariyani@mhs.ubpkarawang.ac.id

5mn22.zahiranurpatimah@mhs.ubpkarawang.ac.id

ABSTRAK

UMKM di bidang kuliner, seperti usaha Soto dan Mie Ayam, yaitu ide usaha yang paling disukai dan diminati banyak orang, maka sangat berpotensi besar untuk berkembang. Namun, mereka menghadapi berbagai kendala dalam pengambilan keputusan strategis di era modern yang didominasi oleh teknologi digital dan persaingan yang ketat. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi keterbatasan pengembangan UMKM Soto dan Mie Ayam serta memberikan rekomendasi strategis untuk meningkatkan adaptabilitas mereka. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif, data diambil melalui wawancara secara langsung dengan pemilik usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterbatasan utama terletak pada pengelolaan tenaga kerja yang hanya melibatkan anggota keluarga, pengelolaan modal yang minim pencatatan dan pemanfaatan aplikasi keuangan, bahan baku yang tidak didukung oleh hubungan dengan supplier tetap, serta pemasaran yang terbatas pada media sosial Facebook dan WhatsApp. Rekomendasi yang diusulkan meliputi peningkatan literasi keuangan melalui aplikasi seperti SIAPIK, penjalinan kerja sama dengan supplier untuk memastikan konsistensi bahan baku, pemanfaatan platform pemasaran digital seperti Instagram dan TikTok, serta pemilihan lokasi usaha yang lebih strategis. Implementasi strategi ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM kuliner di era modern.

Kata kunci: UMKM kuliner, pengambilan keputusan, keterbatasan pengembangan, pengelolaan tenaga kerja, pengelolaan modal, bahan baku, pemasaran digital.

Article history

Received: Januari 2025

Reviewed: Januari 2025

Published: Januari 2025

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/)

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan krusial dalam mendukung perekonomian Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UMKM, sektor ini berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional serta menjadi penyerap utama tenaga kerja. UMKM di sektor kuliner, seperti bisnis soto dan mie ayam, memiliki peluang besar untuk tumbuh pesat seiring dengan meningkatnya permintaan di pasar.

Namun, di era modern yang ditandai dengan perkembangan teknologi informasi, perubahan preferensi konsumen, dan persaingan yang semakin ketat, banyak UMKM menghadapi berbagai kendala dalam proses pengambilan keputusan strategis. Hal ini juga dialami oleh "UMKM Soto, Mie Ayam" yang berusaha mempertahankan eksistensinya di tengah dinamika pasar yang terus berubah.

Keterbatasan dalam pengembangan usaha UMKM tersebut dapat disebabkan oleh sejumlah faktor, seperti kurangnya akses terhadap teknologi, minimnya pemahaman terhadap tren digitalisasi, keterbatasan sumber daya manusia yang kompeten, hingga kesulitan dalam mengadopsi strategi pemasaran modern. Selain itu, pengambilan keputusan yang cenderung bersifat tradisional dan kurang berbasis data menjadi salah satu penghambat utama bagi UMKM ini untuk bersaing secara kompetitif.

Dalam konteks era modern, kemampuan UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital, seperti platform online, media sosial, dan aplikasi berbasis data, menjadi sangat krusial. Di sisi lain, kurangnya kesadaran akan pentingnya literasi digital sering kali menyebabkan pelaku UMKM kehilangan peluang untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi keterbatasan yang dihadapi UMKM Soto, Mie Ayam dalam pengambilan keputusan serta untuk memberikan rekomendasi strategi yang relevan guna meningkatkan kemampuan mereka dalam beradaptasi di era modern. Dengan memahami tantangan yang dihadapi, diharapkan penelitian ini dapat berkontribusi pada pengembangan UMKM secara lebih optimal dan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui kendala pengambilan keputusan :

A. Pengelolaan Tenaga Kerja

Pengelolaan tenaga kerja sangat dibutuhkan pada perusahaan-perusahaan, pengelolaan tenaga kerja menentukan jumlah dan jenis tenaga kerja yang dibutuhkan bagi setiap perusahaan. Memilih kandidat yang tepat dan sesuai untuk perusahaan. Banyaknya perusahaan-perusahaan besar yang sangat memerlukan tenaga kerja yang lebih, namun UMKM biasanya hanya sedikit untuk memerlukan ketenagakerjaan. Banyaknya UMKM mengelola tenaga kerjanya sendiri, dan dibantu dengan keluarga. Pemilik UMKM hanya mengelola tenaga kerjanya sendiri dibantu dengan istri, dari mulai proses menyediakan bahan baku, melayani konsumen, mengatur pemasaran, mengatur keuangan, dan lainnya.

B. Pengelolaan Modal

Dalam dunia usaha jika kita akan melakukan suatu usaha atau membuka UMKM pasti akan dibutuhkannya modal, pengelolaan modal sangat penting bagi kita yang akan membuka usaha dalam menentukan likuiditas usaha tersebut. Mengelola pengelolaan modal pasti selalu dalam keadaan operasi berputar. Untuk membuka usahanya pemilik UMKM memerlukan modal untuk segala macam keperluan yang dibutuhkan bagi usaha, sumber-sumber modal bisa dari modal pribadi ataupun modal asing. Untuk membangun usahanya Pemilik UMKM menggunakan modal pribadi dan juga menggunakan modal asing dari saudara, ataupun kerabat terdekat. Pemilik UMKM mengelola modalnya sendiri dan dibantu dengan keluarga.

C. Pengelolaan bahan baku

Di era globalisasi, olahan pangan telah menjadi salah satu komoditas perdagangan dengan potensi bisnis yang besar. Banyak pelaku usaha memanfaatkan perkembangan teknologi untuk berinovasi, terutama di sektor kuliner. Contohnya adalah makanan berkuah yang diproses dengan beragam bumbu untuk menciptakan cita rasa khas dan lezat. Setiap pedagang berusaha menjaga kualitas bahan baku yang mereka tawarkan kepada konsumen. Mereka memilih bahan segar untuk memastikan keamanan dan kelayakan konsumsi. Pemilik UMKM juga menerapkan standar yang ketat dengan menggunakan bahan baku yang segar, bersih, berkualitas tinggi, dan

bebas dari kontaminasi kimia, biologis, maupun fisik. Mereka tidak menyimpan bahan baku untuk jangka waktu lama, melainkan membeli dan mengganti bahan setiap hari, memastikan kualitas serta keseegarannya tetap terjaga. Bahan baku yang tidak terpakai akan diganti dengan yang baru untuk menjaga standar kualitas produk.

D. Pemasaran

Pemasaran membutuhkan strategi seperti tema, ide, atau daya tarik pelanggan agar pelanggan tertarik terhadap produk yang kita buat, pemasaran juga bisa dilakukan dengan menggunakan digital marketing atau saluran media sosial. Maraknya media sosial di era sekarang bisa dipergunakan untuk memulai bisnis dan berjualan, dengan media sosial juga bisa melakukan penjualan sekaligus pemasaran, melakukan promosi di media sosial, dan membuat konten promosi untuk menarik minat para konsumen terhadap produk yang kita jual. Pemilik UMKM menggunakan media sosial untuk melakukan promosi dan menjual produknya, menggunakan media sosial seperti menggunakan Facebook, dan WhatsApp untuk menarik minat pelanggan terhadap produk.

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan dan menginterpretasikan data yang diperoleh secara menyeluruh, memberikan pemahaman yang komprehensif tentang situasi yang diteliti. Menurut Moleong (2010), metode kualitatif deskriptif memungkinkan peneliti untuk menganalisis data berbentuk kata-kata, gambar, atau media non-numerik lainnya. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui wawancara langsung dengan pendiri UMKM Soto dan Mie Ayam, serta didukung oleh dokumentasi berupa foto dan video.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada hari Selasa tanggal 17 Desember 2024 yang berlokasi di Dusun Cimider 012/006 Desa Pasirmulya Kecamatan Majalaya Kabupaten Karawang.

Target/ Subjek Penelitian

Mengidentifikasi kendala yang dihadapi UMKM di bidang kuliner (khususnya usaha Soto dan Mie Ayam) dalam pengambilan keputusan strategis di era modern, serta memberikan rekomendasi strategi untuk meningkatkan adaptabilitas mereka terhadap tantangan modernisasi.

Prosedur penelitian

Penelitian kualitatif akan digunakan untuk menggali wawasan mendalam melalui wawancara terhadap pengelola UMKM. Peneliti akan merancang terkait solusi atau intervensi untuk mengatasi masalah yang ditemukan dalam penelitian awal, misalnya dengan memberikan saran atau dukungan dalam aspek tertentu. Penelitian dilakukan dengan wawancara, dengan menanyakan terkait permasalahan yang dihadapi, lalu peneliti merangkumnya untuk dijadikan bahan analisis apa saja permasalahan yang muncul, dan bagaimana pengelolaan usaha menurut pelaku usaha tersebut, yang nantinya peneliti akan menyajikan dan memberi saran untuk pengambilan keputusan yang tepat dalam pengelolaan usaha agar terus berkembang dan ramai pembeli.

Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang diteliti berfokus pada empat aspek utama pengelolaan usaha UMKM:

1. Tenaga Kerja: yang dikerjakan hanya dengan pemilik nya
2. Bahan Baku: ketersediaan, kualitas, dan efisiensi penggunaan bahan baku dalam proses produksi.
3. Modal: pendanaan, pengelolaan keuangan, dan hambatan memperoleh modal.
4. Pemasaran: strategi pemasaran, cakupan pasar, serta kendala promosi dan distribusi produk.

Instrumen, wawancara semi-terstruktur disusun untuk memastikan konsistensi pertanyaan terkait aspek tenaga kerja, bahan baku, modal, dan pemasaran. Panduan ini dirancang agar fleksibel, memungkinkan peneliti untuk menggali informasi tambahan yang relevan.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik UMKM. Tahapan proses pengumpulan data dengan membuat teks untuk wawancara yang berdasarkan dengan tujuan penelitian, mengidentifikasi dan mencari pelaku usaha yang terlibat dengan permasalahan. Wawancara dilakukan dengan bertemu langsung dengan pemilik, serta ditempat usaha pemilik. Informasi yang diperoleh dari wawancara direkam agar tidak ada informasi yang terlewat. Metode wawancara ini dipilih karena dapat menggali informasi mendalam mengenai pengalaman dan pandangan UMKM terkait masalah pengelolaan UMKM pada aspek yang diteliti.

Teknik analisis data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknis analisis data kualitatif yaitu berupa wawancara. Dengan langkah-langkah berikut:

1. Pengumpulan data, data dikumpulkan melalui wawancara, membuat transkrip dari hasil wawancara dengan cara merekam wawancara dan mendokumentasikan dengan bentuk video. Didalam wawancara peneliti membuat pertanyaan terkait permasalahan yang terletak pada tenaga kerja, dengan tidak adanya tenaga kerja, artinya hanya pemilik usaha sebagai tenaga kerjanya, terkait ketersediaan, kualitas, dan efisiensi penggunaan bahan baku, dan sumber pendanaan, pengelolaan keuangan, dan hambatan dalam mendapatkan modal usaha, serta strategi pemasaran, tantangan dalam menjangkau pasar, serta upaya promosi yang dilakukan.
2. Reduksi data, informasi yang telah dikumpulkan disaring dan dirangkum untuk mengidentifikasi poin-poin penting, seperti masalah utama dan strategi pengelolaan yang sudah diterapkan. Proses ini dilakukan untuk mengurangi data yang tidak relevan agar analisis menjadi lebih fokus.
3. Kategorisasi data, data yang telah diringkas dikelompokkan berdasarkan tema utama sesuai dengan aspek yang dianalisis. Misalnya, masalah tenaga kerja dikategorikan ke dalam subtema seperti kurangnya keterampilan atau tingkat pergantian karyawan yang tinggi.
4. Penyajian data, data yang telah dikategorikan disajikan dalam bentuk uraian singkat mengenai permasalahan dan solusinya untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai kondisi UMKM berdasarkan masing-masing aspek dan pengambilan keputusan yang tepat dari permasalahan yang dihadapi
5. Penarikan kesimpulan dan verifikasi, setelah data dianalisis, kesimpulan dibuat untuk menjawab pertanyaan penelitian, yakni identifikasi masalah dan solusi pengelolaan UMKM

DASAR PENGEMBANGAN THEORY

Berisi paparan teori pengambilan keputusan, seperti :

a. Definisi Pengambilan Keputusan,

Menurut George R. Terry, pengambilan keputusan adalah proses memilih satu alternatif perilaku dari dua atau lebih pilihan yang tersedia. S.P. Siagian mendefinisikan pengambilan keputusan sebagai pendekatan sistematis dalam menghadapi berbagai alternatif untuk memilih tindakan yang dianggap paling tepat berdasarkan perhitungan tertentu. Sementara itu, James A. F. Stoner menyatakan bahwa pengambilan keputusan adalah proses pemilihan tindakan yang digunakan untuk menyelesaikan masalah. Secara umum, pengambilan keputusan dapat diartikan sebagai proses terstruktur yang bertujuan untuk menentukan alternatif terbaik di antara beberapa pilihan guna memecahkan masalah atau mencapai tujuan tertentu. Proses ini memerlukan analisis yang mendalam dan pertimbangan rasional agar keputusan yang diambil optimal dan sesuai dengan tujuan yang diharapkan.

b. Gaya Pengambilan Keputusan,

Penelitian ini menggunakan gaya pengambilan keputusan dengan gaya otoriter. Pemilik UMKM tersebut membuat keputusan dengan sendiri tanpa banyak konsultasi. Gaya keputusan

ini sangat efisien dalam situasi yang darurat atau ketika keputusan yang harus diambil secara secepat. Pemilik UMKM ini menghadapi permasalahan dalam kenaikan harga bahan baku, yang memutuskan untuk mengganti membeli bahan baku pada toko yang lebih murah dari sebelumnya.

c. Tahap -Tahap Pengambilan Keputusan

4 proses tahapan menurut Herbert Simon :

- Tahap Penelusuran (Intelligence), proses pencarian dari problematika yang terjadi atau proses mengenali masalah.
- Tahap Perancangan (Design), yaitu menentukan beberapa alternatif terkait masalah, termasuk untuk memahami permasalahan yang dihadapi.
- Tahap Pemilihan (Choice), memilih alternatif dari beberapa alternatif yang sudah ditentukan, mencari jalan keluar serta solusi yang sesuai.
- Implementasi, melaksanakan solusi yang dipilih, namun dengan rangkaian rencana yang sudah diatur terlebih dahulu.

d. Proses Pengambilan Keputusan

Proses pengambilan keputusan melibatkan serangkaian tahapan yang dirancang untuk menentukan tindakan terbaik di antara berbagai pilihan yang tersedia. Proses ini mencakup beberapa langkah yang bertujuan memastikan keputusan yang diambil tepat dan efektif. Proses ini membantu memastikan bahwa keputusan yang diambil untuk memastikan bahwa masalah telah terpecahkan atau tujuan telah tercapai.

e. Kualitas Keputusan

Kualitas keputusan mengacu pada seberapa baik keputusan tersebut memenuhi tujuan yang diinginkan dan memecahkan masalah yang dihadapi. Dan beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas keputusan yang baik didasarkan pada informasi yang lengkap dan akurat, evaluasi yang cermat terhadap semua alternatif dan konsekuensinya, keputusan yang konsisten dengan tujuan dan nilai-nilai organisasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

- Mendeskripsikan hasil temuan kendala pengambilan keputusan :

A. Pengelolaan Tenaga Kerja

Pemilik UMKM mengelola ketenagakerjaan bersama keluarganya, yaitu istrinya. Mulai dari menyiapkan bahan baku, mengelola modal, keuangan, dan untuk melayani konsumen itu semua dikerjakan oleh pemilik UMKM beserta istrinya. Kendala yang dihadapi Pemilik UMKM yaitu dengan tidak memiliki karyawan tambahan dan hanya dikerjakan oleh 2 orang (sepasang suami istri)

B. Pengelolaan Modal

Modal dikelola oleh pemilik UMKM beserta istrinya, pemilik UMKM mendapatkan modal dengan modal sendiri dan meminjam modal dari kerabat. UMKM tersebut tidak menggunakan sama sekali penulisan dalam modal masuk dan keluar, UMKM tersebut hanya mengingat berapa biaya yang dikeluarkan untuk penjualan hari ini, dan pendapatan yang diterima hari ini. Kendala yang dihadapi oleh pemilik UMKM dalam mengelola modal dan keuangan yang masih menggunakan metode manual dan tidak menggunakan aplikasi yang sudah disediakan oleh Bank Indonesia (BI) yaitu SIAPIK aplikasi untuk perhitungan pengelolaan keuangan untuk para UMKM, serta UMKM tersebut tidak meminjam modal dari bank untuk lebih menambah modal untuk membuka usaha yang lebih besar, ataupun investasi untuk jangka panjang dalam mengembangkan usaha.

C. Pengelolaan bahan baku

Pengelolaan bahan baku yang digunakan pemilik UMKM yaitu dengan mengganti bahan baku baru ketika sudah berganti hari, artinya yaitu pemilik UMKM membeli bahan baku pada hari ini dan diolah lalu dijual, jika bahan bakunya tersisa, tidak untuk kemudian hari lagi untuk

dijual. Pemilik UMKM membeli bahan baku yang baru dan tidak digunakannya bahan baku yang kemarin. Pemilik UMKM membeli bahan baku dari toko-toko yang berbeda, yang artinya pemilik UMKM masih terkendala dalam dengan menemukan supplier karena masih membeli bahan baku dari supplier yang berbeda-beda.

D. Pemasaran

Pemilik UMKM memasarkan dagangannya dengan cara “mangkal” (stay) pada satu tempat dan memasarkannya dengan berjualan pada media sosial facebook pribadi dan whats’app pribadi. Kendala yang dihadapi yaitunya kurang luasnya pemasaran di media sosial, pemilik UMKM hanya memasarkan pada media sosial facebook dan whats’app, serta tidak menggunakan media sosial yang lain. Pemilik UMKM hanya memangkal pada satu tempat dan tidak berpindah-pindah. Serta menurut penulis, UMKM tersebut berjualan ditempat yang lumayan sepi. UMKM tersebut juga tidak terdapat nama atau merk yang membedakan dengan yang lain, dan sehingga membuat kesulitan konsumen untuk menyebut UMKM tersebut.

Pembahasan

A. Tenaga Kerja

Menurut penulis, dengan belum terlalu besarnya UMKM tersebut, adanya 2 orang pekerja, masih bisa untuk handle segala aktivitas perdagangan, seperti melayani pelanggan, mengatur pembelian bahan baku produk, memproses pembuatan produknya, membuat laporan penjualan dan keuangan, walaupun itu sangat menguras banyak tenaga, energi dan pikiran jika hanya dilakukan hanya dua orang. Jadi sebisa mungkin harus bisa membagi waktu dan berkomunikasi antar belah pihak agar keduanya tidak saling memberatkan. Solusi yang tepat menurut penulis, jika tidak adanya karyawan lain, dan hanya dilakukan dengan sepasang suami istri, mereka harus cekatan dan mempelajari banyak hal seperti pembuatan laporan keuangan dan penjualan sederhana yang bisa mereka lihat di media youtube, untuk bisa menganalisa bahwa keuangannya stabil, ataupun penjualannya memiliki keuntungan atau tidak nya.

B. Modal

Menurut penulis, seharusnya pelaku UMKM tersebut setidaknya menulis, dan mencatat harian berapa modal yang dikeluarkan, dan berapa keuntungan yang didapatkan, walaupun tidak bisa menggunakan platform yang bisa digunakan untuk keuangan. Solusi yang tepat menurut penulis yaitu keduanya harus mempelajari banyak tentang pengelolaan modal, perputaran modal, investasi berjangka, dan sistem HPP, pemberian harga produk, ataupun aplikasi SIAPIK yang sudah disediakan oleh Bank Indonesia untuk para UMKM dan usaha lainnya, agar terlihat dengan jelas perkembangan keuangan yang mereka punya. Serta sebisa mungkin mereka menyisihkan pendapatannya guna kebutuhan perkembangan usahanya, serta menyisihkan sedikit untuk dana darurat, agar semuanya terkendali dengan aman.

C. Pengelolaan Bahan Baku

Menurut penulis, dalam membeli bahan baku harus pilih pilih dan juga harus berkualitas, dan juga terdapatnya supplier, atau langganan tetap agar kualitas yang nantinya diterima pelanggan konsisten sesuai dengan standar usaha tersebut. Solusi yang tepat yaitu UMKM tersebut harus memilih dan menetapkan penjual bahan baku, agar tetap konsisten dan memiliki kualitas yang sama, dan bisa juga untuk mengurangi pengurangan biaya karena telah menjadi langganan, dan tetap selalu membeli di tempat tersebut, sehingga saling bekerja sama.

D. Pengelolaan Pemasaran

Menurut penulis, UMKM tersebut hanya mengandalkan dua platform media sosial, seperti Facebook, dan WhatsApp, membuat jangkauan pemasaran menjadi terbatas. Dengan perkembangan zaman yang ada saat ini, UMKM tersebut bisa memanfaatkan segala jenis platform sosial media yang sudah bisa diakses dengan mudah oleh semua orang. Memangkal di tempat yang sepi membatasi jumlah konsumen yang bisa dijangkau secara langsung. Lokasi yang kurang strategis juga mengurangi kemungkinan usaha tersebut terlihat oleh calon pelanggan baru. Solusi yang bisa diambil yaitu dengan menggunakan platform Instagram untuk

promosi dengan gambar menarik, TikTok untuk video kreatif. Pilih lokasi yang memiliki keramaian, seperti pasar, area perkantoran, atau pusat perbelanjaan. Analisis pasar di sekitar lokasi tersebut untuk memahami kebutuhan calon pelanggan. Bekerja sama dengan UMKM lain untuk mengadakan bazar atau event kecil. Hal ini membantu meningkatkan visibilitas usaha.

Gunakan promosi, seperti diskon, giveaway, atau loyalty program untuk menarik perhatian pelanggan. Serta harus terdapat disertakan perihal nama/merk produk agar bisa diingat kembali dengan konsumen, dan membedakannya dengan pemilik UMKM lainnya yang serupa.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, ditemukan beberapa kendala utama yang dihadapi UMKM Soto dan Mie Ayam, yaitu:

1. Tenaga Kerja: terbatas pada anggota keluarga dengan pembagian tugas yang kurang efisien.
2. Modal: minimnya pencatatan arus keuangan dan pemanfaatan aplikasi keuangan yang tersedia.
3. Bahan Baku: tidak ada kerja sama dengan supplier tetap, sehingga kualitas bahan baku kurang konsisten.
4. Pemasaran: Pemanfaatan media sosial terbatas pada Facebook dan WhatsApp, dengan lokasi usaha kurang strategis.

Solusi yang direkomendasikan meliputi:

- Peningkatan literasi keuangan melalui aplikasi SIAPIK atau pelatihan sederhana.
- Penjalinan kerja sama dengan supplier untuk efisiensi bahan baku.
- Pemanfaatan platform pemasaran digital seperti Instagram dan TikTok.
- Lokasi yang lebih strategis untuk meningkatkan visibilitas usaha.

Implementasi strategi tersebut dapat membantu UMKM kuliner meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka di era modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Ermawati, N., Khotimah, T., & Nindyasari, R. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dalam Pengambilan Keputusan Investasi Studi Kasus Pada UMKM Batik Tulis Lasem. *Prosiding SENDI_U 2019, 2019*, 547-552.
- Hasibuan, S., Rodliyah, I., Thalbah, S. Z., Ratnaningsih, P. W., & E, A. A. M. S. (2022). Media penelitian kualitatif. In *Jurnal EQUILIBRIUM* (Vol. 5, Issue January). <http://belajarpsikologi.com/metode-penelitian-kualitatif/>
- Rainanto, B. H. (2019). Analisis Permasalahan Yang Dihadapi Oleh Pelaku Usaha Mikro Agar Berkembang Menjadi Usaha Kecil (Scalling Up) Pada UMKM Di 14 Kecamatan Di Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, Vol.7 No. 1*.
- Ratnasari, A., Setiawati, E., & Sukamto, D. (2023). Perkembangan Sektor Ekonomi di Kabupaten Karawang dalam Perspektif Location Quotient dan Dynamic Location Quotient. *Jurnal Ilmiah Karawang, Vol.01 No.*
- Saputri, P. A., Khomsatun, S., & Ginanjar, S. E. (2024). Analisis Kendala Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bandung. *Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan, 13(1)*, 45-50.

LAMPIRAN

