

PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM KENDALA DI UMKM KAYBUN DIMSUM KARAWANG

¹Anzenia Rahmawati, ²Difasyah Ananta, ³Fanny Rahmayanty, ⁴Melani Putri, ⁵Ujang Suherman

¹⁻⁵Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Buana Perjuangan Karawang

Email: mn22.anzeniarahmawati@mhs.ubpkarawang.ac.id¹,
mn22.difasyahananta@mhs.ubpkarawang.ac.id²,
mn22.fannyrahmayanty@mhs.ubpkarawang.ac.id³,
mn22.melaniputri@mhs.ubpkarawang.ac.id⁴, ujang.suherman@ubpkarawang.ac.id⁵

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses pengambilan keputusan pada UMKM Kaybun Dimsum Karawang dalam menghadapi berbagai tantangan, seperti pengelolaan tenaga kerja, modal, bahan baku, dan pemasaran. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan wawancara mendalam terhadap pemilik usaha untuk mendapatkan data rinci. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan tenaga kerja dilakukan dengan pembagian tugas yang jelas, pelatihan rutin, dan evaluasi berkala untuk meningkatkan produktivitas. Pendekatan *Just-In-Time Inventory* dan kontrak eksklusif dengan pemasok membantu menjaga stabilitas operasional meskipun terdapat fluktuasi harga bahan baku. Dalam pemasaran, penggunaan media sosial dan kolaborasi dengan influencer berhasil meningkatkan jangkauan pasar. Kesimpulan menunjukkan bahwa strategi pengambilan keputusan yang adaptif mendukung keberlanjutan usaha. Implikasi penelitian merekomendasikan eksplorasi platform digital baru, diversifikasi pemasok, serta pengkajian dampak kebijakan fiskal terhadap daya beli konsumen dalam sektor kuliner.

Kata kunci: UMKM, pengambilan keputusan, Kaybun Dimsum Karawang

ABSTRACT

This research aims to analyze the decision-making process at Kaybun Dimsum Karawang in facing various challenges, such as managing labor, capital, raw materials, and marketing. The research used a descriptive qualitative method with in-depth interviews with business owners to obtain detailed data. The results showed that labor management is carried out with a clear division of tasks, regular training, and periodic evaluations to increase productivity. The Just-In-Time Inventory approach and exclusive contracts with suppliers help maintain operational stability despite fluctuations in raw material prices. In marketing, the use of social media and collaboration with influencers successfully increased market reach. Conclusions show that adaptive decision-making strategies support business sustainability. The implications of the research recommend exploring new digital platforms, diversifying suppliers, and assessing the impact of fiscal policy on consumer purchasing power in the culinary sector.

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/)

Keywords: MSMEs, decision-making, Kaybun Dimsum Karawang

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia sebagai penggerak pertumbuhan dan penyerap tenaga kerja terbesar. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UMKM, sektor ini menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Pasca-pandemi COVID-19, UMKM menjadi pilar penting dalam pemulihan ekonomi domestik. Namun, sektor ini menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan akses modal, rendahnya adopsi teknologi digital, dan kemampuan bersaing yang terbatas di pasar global, yang seringkali menyulitkan mereka untuk bertahan dan berkembang.

Pengambilan keputusan merupakan salah satu aspek penting dalam manajemen organisasi, terutama pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Proses ini melibatkan identifikasi masalah, evaluasi berbagai alternatif solusi, hingga memilih langkah strategis yang paling sesuai dengan tujuan organisasi. Keberhasilan sebuah keputusan tidak hanya ditentukan oleh informasi yang tersedia, tetapi juga oleh kemampuan pemimpin dalam menganalisis situasi dan menyesuaikan strategi dengan kondisi pasar yang dinamis.

Penerapan teori pengambilan keputusan dalam praktik bisnis menjadi hal yang krusial bagi pelaku UMKM. Artikel ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai penerapan teori tersebut dalam usaha mikro sekaligus memberikan pemahaman tentang bagaimana pelaku usaha dapat menggunakan teori ini untuk meraih kesuksesan dan menjaga keberlanjutan bisnis mereka.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan wawancara mendalam untuk memperoleh data secara rinci mengenai pengelolaan dan strategi bisnis di Kaybun Dimsum Karawang. Subjek penelitian adalah pemilik usaha, yang memiliki peran utama dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk menggali informasi mengenai tantangan, serta pengambilan keputusan yang diterapkan oleh pemilik dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya. Hasil wawancara ditranskrip dan dikelompokkan ke dalam tema-tema berdasarkan fokus penelitian, seperti pengambilan keputusan dan tantangan bisnis. Pendekatan ini memungkinkan identifikasi pola dan hubungan antar informasi yang relevan. Dengan metode dan analisis yang dijelaskan secara rinci, penelitian ini dapat direplikasi oleh peneliti lain untuk mengembangkan kajian serupa di konteks bisnis lainnya.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kendala pengambilan keputusan seperti:

- A. Pengelolaan Tenaga Kerja
- B. Pengelolaan Modal
- C. Pengelolaan bahan baku
- D. Pemasaran

Jenis Penelitian

Jenis penelitian adalah kualitatif dengan pendekatan *explanatory survey* yang memiliki pengertian sebagai metode penelitian dengan bertujuan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel dalam suatu fenomena sosial, ekonomi, atau bisnis. Sesuai dengan pandangan Engel dan Schutt, Jackson, Marlow, Pierson, dan Thomas, penelitian *explanatory* bertujuan untuk mengidentifikasi penyebab, memastikan hubungan kausal antar faktor, dan menentukan efek yang dihasilkan terhadap suatu fenomena, baik dalam konteks sosial maupun bisnis.

Dalam konteks penelitian ini, pendekatan *explanatory* digunakan untuk mengkaji penyebab dan dampak keputusan pemilik Kaybun Dimsum Karawang terhadap keberlangsungan bisnisnya. Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana strategi inovasi yang diterapkan oleh pemilik dipengaruhi oleh tantangan pasar, serta dampaknya terhadap pertumbuhan bisnis. Dengan menghubungkan hasil wawancara dengan teori pengambilan keputusan menurut Hoy dan Miskel, penelitian ini menjelaskan tidak hanya apa yang terjadi saat ini tetapi juga apa yang kemungkinan akan terjadi di masa depan (*prediction*).

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 19 Desember 2024, bertempat di outlet Kaybun Dimsum Karawang. Wawancara dilakukan langsung dengan pemilik (*owner*) Kaybun Dimsum Karawang, yang memiliki peran strategis dalam pengelolaan bisnis. Sebagai narasumber utama, owner memberikan wawasan mengenai strategi bisnis, tantangan yang dihadapi, serta inovasi yang dilakukan untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha. Durasi wawancara berlangsung selama 30 menit, dimulai pukul 14.20 WIB hingga 14.50 WIB, dengan menggunakan daftar pertanyaan yang sudah dipersiapkan.

Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian ini dirancang berdasarkan pendekatan kualitatif dengan metode *explanatory survey*. Penelitian dilakukan secara bertahap untuk memastikan data yang dikumpulkan valid, relevan, dan sesuai dengan tujuan penelitian. Langkah pertama adalah melakukan identifikasi masalah melalui studi literatur terkait pengambilan keputusan pada UMKM. Selanjutnya, wawancara mendalam dengan pemilik Kaybun Dimsum Karawang dilakukan untuk menggali informasi mengenai proses pengambilan keputusan dan strategi yang diterapkan dalam mengatasi tantangan bisnis.

Data primer dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur, yang memungkinkan fleksibilitas dalam menggali informasi tambahan sesuai perkembangan diskusi. Selain itu, data sekunder diperoleh dari dokumen internal Kaybun Dimsum Karawang, seperti laporan keuangan, catatan operasional, dan dokumentasi strategi pemasaran. Proses analisis data menggunakan pendekatan tematik untuk mengidentifikasi pola-pola yang relevan antara keputusan yang diambil dan dampaknya terhadap keberlanjutan usaha. Hasil analisis ini kemudian dikaitkan dengan teori pengambilan keputusan untuk memberikan penjelasan yang lebih mendalam.

Penelitian ini juga mencakup tahapan validasi data untuk memastikan keakuratan hasil. Validasi dilakukan dengan triangulasi, yaitu membandingkan data dari berbagai sumber untuk memastikan konsistensi informasi. Setelah data dianalisis, hasilnya disusun dalam bentuk laporan penelitian yang mencakup deskripsi fenomena, analisis kausalitas, dan rekomendasi strategis. Dengan prosedur ini, penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan yang komprehensif mengenai pengambilan keputusan dalam konteks UMKM, khususnya di sektor kuliner.

Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan wawancara sebagai teknik pengumpulan data utama. Metode wawancara dipilih karena pendekatan kualitatif ini memungkinkan adanya interaksi langsung antara peneliti dan subjek penelitian, sehingga informasi yang diperoleh lebih mendalam dan kontekstual. Dalam hal ini, peneliti melakukan tanya jawab langsung dengan pelaku UMKM Kaybun Dimsum Karawang melalui tatap muka. Proses wawancara ini bertujuan untuk memperoleh keterangan yang relevan dengan fokus masalah penelitian, khususnya terkait dengan proses pengambilan keputusan dalam operasional bisnis. Subjek penelitian, yaitu UMKM Kaybun Dimsum Karawang, dipilih karena peran dan informasi yang mereka miliki dianggap signifikan dalam menjawab pertanyaan penelitian. Informasi yang dikumpulkan diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam dan membantu menjelaskan bagaimana strategi pengambilan keputusan memengaruhi keberlanjutan usaha mereka.

Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif pada UMKM Kaybun Dimsum Karawang bertujuan untuk memahami pola, persepsi, dan preferensi pelanggan secara mendalam. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik serta observasi langsung di lokasi usaha. Setelah data terkumpul, langkah analisis mencakup transkripsi wawancara, pengodean jawaban berdasarkan tema, dan klasifikasi data serupa untuk menemukan pola utama, dengan menggunakan teknik analisis tematik untuk mengidentifikasi isu penting seperti keluhan harga atau apresiasi terhadap rasa. Hasil analisis ini diinterpretasikan untuk mengidentifikasi masalah utama dan menyusun strategi yang relevan. Triangulasi data dilakukan untuk memastikan konsistensi dan validitas informasi dari berbagai sumber, seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pendekatan ini memungkinkan UMKM Kaybun Dimsum menjadi lebih responsif terhadap kebutuhan pelanggan, meningkatkan kepuasan, serta memperkuat hubungan jangka panjang dengan pasar.

DASAR PENGEMBANGAN TEORI

Berisi paparan teori pengambilan keputusan, seperti :

a. Definisi Pengambilan Keputusan,

Pengambilan keputusan pada dasarnya merupakan proses memilih di antara berbagai alternatif yang tersedia. Proses ini sangat penting bagi pemimpin organisasi atau birokrasi karena memiliki peran besar dalam memotivasi, berkomunikasi, mengoordinasikan, serta membawa perubahan dalam organisasi. Menurut Salusu (2016:47), pengambilan keputusan dapat didefinisikan sebagai "proses memilih alternatif cara bertindak dengan metode yang efisien, sesuai dengan situasi tertentu, untuk menemukan dan menyelesaikan masalah organisasi."

Sementara itu, Usman (2018:321) menjelaskan bahwa pengambilan keputusan adalah proses memilih dari berbagai alternatif yang tersedia. Higgins, seperti yang dikutip oleh Salusu (2016:47), menyatakan bahwa pengambilan keputusan adalah salah satu aktivitas utama dalam organisasi karena selalu melibatkan peran pemimpin. Bahkan, menurut Hoy dan Miskel, pengambilan keputusan merupakan tanggung jawab utama administrator karena melibatkan proses di mana keputusan-keputusan strategis dibuat.

Menurut Brinckloe (2020), salah satu aspek kunci dari pengambilan keputusan adalah memastikan kerangka kerja yang jelas dan tepat telah disiapkan. Setelah keputusan diambil, tindakan nyata harus segera dilakukan. Hill (2020) menambahkan bahwa pengambilan keputusan memicu tindakan dan perubahan dalam organisasi. Oleh karena itu, setiap keputusan harus diimplementasikan tanpa penundaan; jika tidak, keputusan tersebut hanyalah sekadar niat atau keinginan, bukan tindakan nyata.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan adalah proses penting dalam organisasi yang melibatkan pemilihan alternatif cara bertindak secara efisien sesuai dengan situasi tertentu untuk menyelesaikan masalah dan mencapai tujuan. Proses ini menjadi tanggung jawab utama pemimpin atau administrator karena memengaruhi berbagai aspek organisasi, termasuk motivasi, komunikasi, koordinasi, dan perubahan. Keberhasilan pengambilan keputusan memerlukan kerangka kerja yang jelas dan pelaksanaan tindakan nyata tanpa penundaan agar keputusan tidak hanya menjadi niat, tetapi menghasilkan dampak yang konkret bagi organisasi.

b. Gaya Pengambilan Keputusan

Menurut Hoy dan Miskel (2016), pengambilan keputusan adalah proses sistematis yang melibatkan identifikasi masalah, pengumpulan informasi, analisis alternatif, dan pemilihan solusi terbaik. Salah satu aspek utama dalam teori ini adalah gaya pengambilan keputusan, yang mencerminkan bagaimana seseorang atau pemimpin membuat keputusan berdasarkan preferensi, pengalaman, dan situasi tertentu. Gaya pengambilan keputusan dapat dibagi menjadi beberapa kategori, seperti direktif, analitis, konseptual, dan perilaku. Gaya

direktif cenderung praktis dan cepat, sementara gaya analitis lebih mendalam dan berbasis data.

Gaya konseptual mengutamakan kreativitas dan pandangan jangka panjang, sedangkan gaya perilaku lebih fokus pada aspek interpersonal dan kesejahteraan tim. Pemahaman tentang gaya pengambilan keputusan penting untuk memastikan keputusan yang diambil selaras dengan tujuan organisasi dan kondisi lingkungan.

c. Tahap -Tahap Pengambilan Keputusan

Menurut Robbins dan Judge (2017), proses pengambilan keputusan terdiri dari delapan langkah utama: identifikasi masalah, identifikasi kriteria keputusan, pemberian bobot pada kriteria, pengembangan alternatif, evaluasi alternatif, pemilihan alternatif terbaik, implementasi keputusan, dan evaluasi hasil. Tahapan ini dirancang untuk memastikan bahwa keputusan yang diambil berbasis pada analisis yang menyeluruh dan mempertimbangkan berbagai kemungkinan dampak.

Dalam praktiknya, tidak semua proses pengambilan keputusan mengikuti urutan. Terkadang, keputusan harus dibuat secara cepat dengan informasi yang terbatas. Namun, pada situasi di mana waktu memungkinkan, penerapan tahapan ini membantu meningkatkan akurasi dan efektivitas keputusan.

d. Proses Pengambilan Keputusan

Proses pengambilan keputusan adalah keseluruhan rangkaian aktivitas dan dinamika yang terjadi ketika seseorang atau kelompok memilih alternatif untuk mencapai tujuan tertentu yang mencakup pola berpikir, strategi, dan pendekatan yang digunakan sepanjang proses tersebut dari serangkaian pilihan yang tersedia. Dalam pelaksanaannya, proses pengambilan keputusan perlu memperhatikan dua faktor utama yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi sumber daya yang dimiliki perusahaan dan mendukung pengambilan keputusan yang efektif. Sedangkan faktor eksternal mencakup situasi dan kondisi lingkungan di luar organisasi yang dapat memengaruhi hasil keputusan.

e. Kualitas Keputusan

Kualitas keputusan merujuk pada sejauh mana suatu keputusan mendukung pencapaian tujuan jangka panjang organisasi dan memenuhi target tersebut. Beberapa faktor yang memengaruhi kualitas keputusan ini meliputi keakuratan informasi yang digunakan, ketepatan waktu dalam pengambilan keputusan, serta keterlibatan pemangku kepentingan yang relevan. Penelitian menunjukkan bahwa keputusan yang berkualitas tinggi umumnya didasarkan pada pemikiran kritis, analisis data yang mendalam, dan diskusi dengan berbagai pihak yang memiliki pengetahuan dan pengalaman di bidang terkait.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

A. Pengelolaan Tenaga Kerja

Pengelolaan tenaga kerja di UMKM Kaybun Dimsum Karawang yang terdiri dari empat karyawan dengan pembagian tugas yang jelas sesuai spesialisasi. Kasir fokus pada pengelolaan transaksi dan layanan pelanggan, pelayan bertugas menjaga kenyamanan pelanggan di area makan, dan bagian memasak bertanggung jawab atas kebersihan serta kualitas makanan. Penerapan prinsip *division of labor* dari teori manajemen klasik membantu menciptakan efisiensi kerja dan meningkatkan produktivitas operasional.

Pelatihan rutin menjadi langkah penting untuk meningkatkan kualitas layanan dan kebersihan. Karyawan dapat dilatih dalam menjaga kebersihan dapur dan area layanan sesuai standar operasional (SOP), serta memperbaiki keterampilan layanan pelanggan, termasuk kecepatan, keramahan, dan penanganan keluhan. Simulasi dan pertemuan rutin mendukung koordinasi tim, sesuai dengan konsep *teamwork*, sehingga kolaborasi antar karyawan lebih efektif dalam mencapai tujuan bersama.

Monitoring dan evaluasi berkala juga dilakukan untuk memantau kinerja, memberikan umpan balik, serta penghargaan sebagai motivasi. Hal ini sesuai dengan *expectancy theory*, yang menyatakan bahwa penghargaan atas kinerja baik dapat meningkatkan motivasi kerja. Dengan pengelolaan yang terstruktur dan berbasis teori manajemen SDM, Kaybun Dimsum dapat menjaga standar layanan, kebersihan, dan kepuasan pelanggan, sehingga terus berkembang dan bersaing di Karawang.

B. Pengelolaan Modal

Kaybun Dimsum menggunakan modal pribadi sebagai sumber utama pendanaan dengan disiplin dalam pengelolannya. Pemisahan alokasi dana untuk belanja rutin seperti bahan habis pakai dan belanja jangka panjang seperti investasi alat dapur penting dilakukan. Selain itu, pencatatan arus kas secara terperinci juga membantu memonitor pengeluaran dan memastikan bahwa modal digunakan secara efisien untuk mendukung keberlanjutan usaha. Pada pengelolaan modal ditemukan pertanyaan mengenai bagaimana cara Kaybun Dimsum Karawang menangani fluktuasi. Fluktuasi memiliki arti dari kondisi ketidakstabilan dalam suatu proses ekonomi yang ditandai dengan naik turunnya aktivitas ekonomi dari waktu ke waktu.

C. Pengelolaan Bahan Baku

Kaybun Dimsum Karawang mengutamakan kualitas bahan baku sebagai kunci utama dalam mempertahankan cita rasa produk yang konsisten. Bahan baku utama yang digunakan adalah ayam, yang menjadi elemen dasar dari hampir semua varian dimsum. Selain itu, terdapat variasi lainnya yang menggunakan bahan seperti udang, cumi, dan kepiting, guna memenuhi selera konsumen yang beragam. Tidak hanya menawarkan cita rasa gurih, Kaybun Dimsum Karawang juga menyediakan varian dengan cita rasa manis, seperti mochi dan bakpau dengan isian krim susu. Untuk memastikan kelancaran operasional dan menjaga kualitas bahan baku, Kaybun Dimsum Karawang telah menjalin kerja sama melalui kontrak eksklusif dengan pemasok terpercaya yang berlokasi di Bandung. Sebagai bagian dari jaringan waralaba (franchise), bahan baku yang dipasok ini harus memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan oleh pusat.

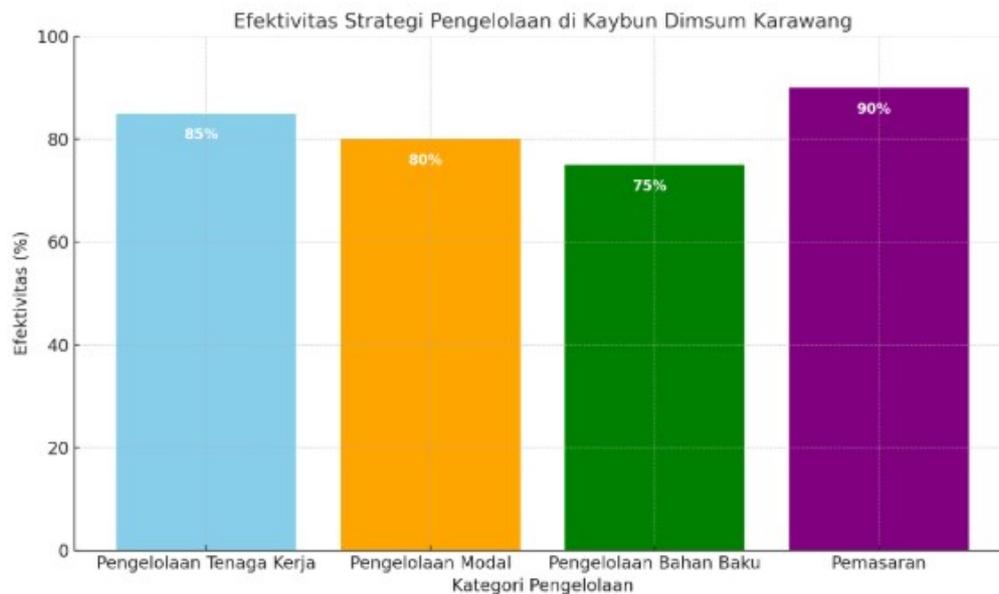
Tidak hanya pada bahan baku, Kaybun Dimsum Karawang juga menjaga konsistensi rasa dan kualitas melalui penerapan resep yang tidak boleh mengalami perubahan signifikan. Hal ini penting untuk menjaga kepercayaan pelanggan terhadap produk yang dihasilkan. Selain itu, Standar Operasional Prosedur (SOP) yang telah ditetapkan menjadi pedoman utama yang harus dijalankan oleh seluruh karyawan. Di tingkat operasional, karyawan dilatih untuk mematuhi SOP guna memastikan produk tetap higienis dan berkualitas. Sebagai bentuk komitmen terhadap kebersihan, Kaybun Dimsum Karawang secara rutin melakukan pembersihan total setiap bulan. Dalam kegiatan ini, barang-barang yang sudah tidak layak pakai akan dibuang, sehingga kebersihan dan keamanan produk tetap terjaga.

D. Pemasaran

Kaybun Dimsum memiliki target pelanggan yang berfokus pada segmen remaja hingga dewasa, dengan data menunjukkan mayoritas konsumennya adalah perempuan. Sebagai upaya memenuhi kebutuhan pelanggan, Kaybun Dimsum selalu menjaga kualitas dan rasa produk yang dihadirkan. Meskipun terdapat rencana kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) menjadi 12% pada tahun mendatang, Kaybun Dimsum tetap berkomitmen untuk mempertahankan harga di bawah Rp20.000 per porsi agar produk tetap terjangkau bagi pelanggan. Langkah ini merupakan bagian dari strategi perusahaan untuk mempertahankan daya saing sambil terus menawarkan produk berkualitas tinggi.

Dalam hal pemasaran, Kaybun Dimsum memanfaatkan media sosial seperti Instagram serta bekerja sama dengan influencer dan food vlogger untuk meningkatkan jangkauan promosi. Penjualan juga dilakukan melalui berbagai platform aplikasi makanan online, seperti GrabFood, GoFood, dan ShopeeFood, guna memudahkan pelanggan mendapatkan produk.

Melihat potensi media digital yang terus berkembang, Kaybun Dimsum merencanakan ekspansi pemasaran melalui aplikasi TikTok dalam beberapa bulan atau tahun ke depan. Menariknya, Kaybun Dimsum tidak memandang merek dimsum lain sebagai pesaing, melainkan berupaya mengedukasi pengusaha lain, khususnya yang bergerak di segmen dimsum premium. Dengan pendekatan kolaboratif ini, Kaybun Dimsum berharap dapat membentuk komunitas pecinta dimsum premium yang solid. Kehadiran komunitas ini diyakini akan memperluas pasar dan mempermudah upaya untuk menarik lebih banyak pelanggan di masa depan.



Gambar 1 Analisis Efektivitas Strategi Pengelolaan di Kaybun Dimsum Karawang

Pembahasan

A. Pengelolaan Tenaga Kerja

Terdapat tantangan dalam pengelolaan tenaga kerja yaitu bagaimana menciptakan lingkungan kerja yang mampu memotivasi karyawan meskipun dengan keterbatasan sumber daya. Salah satu solusi untuk merealisasikan lingkungan kerja yang nyaman serta mampu memotivasi karyawannya, owner Kaybun Dimsum Karawang mengadopsi pendekatan non-finansial untuk meningkatkan motivasi, seperti memberikan apresiasi verbal, pengakuan atas hasil kerja, atau tanggung jawab yang lebih besar untuk menunjukkan kepercayaan. Selain itu, menciptakan budaya kerja yang inklusif dan mendukung dapat menjadi alat motivasi yang kuat, di mana karyawan merasa dihargai sebagai bagian dari tim yang lebih besar. UMKM juga menerapkan pelatihan dan pengembangan keterampilan untuk membantu karyawan merasakan pertumbuhan pribadi dan profesional, meskipun tidak langsung diberikan dalam bentuk insentif finansial. Dengan strategi ini, Kaybun Dimsum dapat membangun motivasi karyawan secara berkelanjutan meskipun dengan sumber daya terbatas.

B. Pengelolaan Modal

Dalam menghadapi fluktuasi harga bahan baku, seperti pada produk musiman, Kaybun Dimsum menerapkan pendekatan *Just-In-Time Inventory*. Strategi ini mengutamakan pengadaan bahan baku dalam jumlah kecil namun sering, sesuai kebutuhan harian. Selain itu, membangun hubungan baik dengan pemasok lokal dapat memberikan keuntungan, seperti mendapatkan prioritas pasokan saat stok terbatas atau harga melonjak. Untuk menjaga stabilitas keuangan, diversifikasi pemasok dilakukan untuk memperoleh harga kompetitif. Selain itu, Kaybun Dimsum juga mengalokasikan sebagian keuntungan sebagai cadangan dana darurat untuk menghadapi fluktuasi pasar atau kebutuhan mendesak lainnya.

C. Pengelolaan bahan baku

Dalam perjalanannya, Kaybun Dimsum Karawang juga menghadapi berbagai tantangan, terutama terkait dengan fluktuasi harga bahan baku. Selama satu tahun beroperasi, salah satu kendala yang sering muncul adalah kenaikan harga bahan baku pada momen-momen tertentu, seperti menjelang Hari Raya Lebaran. Meski demikian, keberadaan vendor yang telah menjalin kontrak kerja sama memberikan keuntungan tersendiri, yaitu memastikan pasokan bahan baku tetap stabil dan terkendali. Dengan adanya kontrak ini, proses operasional menjadi lebih efektif dan efisien karena perusahaan dapat memanfaatkan bahan baku yang tersedia tanpa gangguan. Namun, Kaybun Dimsum Karawang juga harus bersiap menghadapi tantangan baru saat masa kontrak dengan vendor berakhir. Biasanya, vendor cenderung menaikkan harga setelah kontrak berakhir, sehingga perusahaan perlu melakukan negosiasi ulang atau mencari alternatif solusi untuk menjaga stabilitas biaya produksi. Dengan berbagai upaya ini, Kaybun Dimsum Karawang terus berkomitmen untuk memberikan produk berkualitas tinggi yang sesuai dengan harapan konsumen, sambil menjaga efisiensi operasional dan daya saing di pasar.

D. Pemasaran

Kaybun Dimsum menghadapi tantangan yang signifikan terkait fluktuasi harga bahan baku yang diperkirakan akan terus berlangsung di tahun mendatang. Ditambah lagi, rencana kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) menjadi 12% akan memberikan tekanan tambahan pada struktur biaya produksi. Dalam situasi ini, Kaybun Dimsum tetap berkomitmen untuk menjaga aksesibilitas harga dengan berusaha mempertahankan harga produk di bawah Rp20.000 per porsi. Langkah ini mencerminkan upaya perusahaan untuk terus melayani pelanggan dengan produk berkualitas tanpa mengorbankan daya beli masyarakat, terutama dalam menghadapi situasi ekonomi yang menantang.

Namun demikian, Kaybun Dimsum menyadari bahwa jika harga pasar secara keseluruhan mengalami kenaikan akibat faktor eksternal, maka penyesuaian harga menjadi hal yang tidak terhindarkan. Penyesuaian tersebut dilakukan untuk menjaga keberlanjutan bisnis, terutama dalam menjaga kualitas bahan baku dan proses produksi yang menjadi ciri khas Kaybun Dimsum. Kebijakan ini diambil dengan penuh kehati-hatian agar tetap memenuhi ekspektasi pelanggan sambil menyesuaikan diri dengan dinamika pasar yang fluktuatif.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan pada UMKM Kaybun Dimsum Karawang, dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pemilik Kaybun Dimsum Karawang efektif dalam mengatasi tantangan utama seperti pengelolaan tenaga kerja, modal, bahan baku, dan pemasaran. Pengelolaan tenaga kerja dengan pembagian tugas yang jelas, pelatihan rutin, serta evaluasi berkala mampu meningkatkan produktivitas dan kualitas layanan. Di sisi lain, pendekatan *Just-In-Time Inventory* dan kontrak eksklusif dengan pemasok membantu menjaga stabilitas operasional dan kualitas bahan baku meskipun terdapat fluktuasi harga. Strategi pemasaran berbasis media sosial dan kolaborasi dengan influencer terbukti meningkatkan jangkauan pasar, sementara komitmen untuk menjaga harga terjangkau mendukung daya saing produk.

B. Implikasi

Penelitian ini memberikan rekomendasi bagi Kaybun Dimsum untuk terus mengembangkan pelatihan karyawan, diversifikasi pemasok bahan baku, dan eksplorasi lebih lanjut terhadap platform digital seperti TikTok untuk pemasaran. Untuk UMKM lain, strategi pengelolaan yang diterapkan dapat menjadi model adaptasi terhadap tantangan bisnis. Di sisi teoritis, temuan ini memperkaya wawasan tentang pentingnya pendekatan strategis dalam pengelolaan sumber daya UMKM. Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk mengkaji dampak kebijakan pajak dan dinamika pasar terhadap daya beli konsumen di sektor kuliner.

DAFTAR PUSTAKA

- Arfian, Z., Rizke, M. B., Hidayat, R., & Kusumasari, I. R. (2024). PENERAPAN TEORI PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM). *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 10(1), 31-40.
- Maylanie, J. T. (2022). Tahapan Pengambilan Keputusan (Kajian Teoritis dari James AF Stoner). *OPTIMAL Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(2), 263-274.
- Muktamar, A., Safitri, T., Nirwana, I., & Nurdin, N. (2024). Proses Pengambilan Keputusan Dalam Manajemen. *Journal Of International Multidisciplinary Research*, 2(1), 17-31.
- Octaviani, E. (2019). Analisis Fluktuasi Penjualan Produk Tabungan Gemess Pada Koperasi Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Lkms) Ukhuwah Bintang Ihsani Bengkulu (Doctoral dissertation, IAIN BENGKULU).
- Pasolong, H. (2023). Teori Pengambilan Keputusan.
- Ramadani, Z. F., Putri, D. M., & Kusumasari, I. R. (2024). PENERAPAN TEORI PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM LINGKUNGAN BISNIS. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 9(7), 41-50.
- Suryanto, D. A., Indra, F. A. P., Hidayat, R., & Respati, I. (2024). PENGARUH TEORI PENGAMBILAN KEPUTUSAN TERHADAP KUALITAS KEPUTUSAN STRATEGIS DALAM ORGANISASI. *Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 9(9), 71-80.
- WAHJONO, S. I. (2022). IMPLEMENTASI PENGAMBILAN KEPUTUSAN DI UMKM.