



## **Analisis Pengambilan Keputusan Dalam Kendala di UMKM Toko Buah Podomoro Karawang**

**Ahmad Rifai Alpahmi<sup>1</sup>, Muhamad Azka Fahmi<sup>2</sup>,  
Rizky Pratama<sup>3</sup>**

Universitas Buana Perjuangan Karawang <sup>1,2,3,4,5,6,7</sup>

e-mail: mn22.ahmadalpahmi@mhs.ubpkarawang.ac.id

### **Abstract**

*The purpose of this research is to explore the challenges faced by Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the fruit sales sector, specifically at Toko Buah Podomoro in Karawang. The method employed is a qualitative approach with in-depth interviews conducted with fruit vendors. The results indicate that MSMEs encounter obstacles in accessing capital, marketing products, and financial management. Many business operators lack effective marketing strategies and often mix personal finances with business finances, hindering cash flow management. Additionally, a lack of understanding of digital technology poses a barrier to leveraging broader market potential. The conclusion of this study emphasizes the need for government support in the form of financing and training to empower MSMEs. The implications of these findings recommend the development of digital marketing strategies and financial management training programs for MSME operators so they can adapt to market changes and enhance their business competitiveness. Thus, this research provides important insights for the sustainable development of MSMEs in Indonesia.*

**Keywords:** MSME Challenges, Financial Management, Decision Making.

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi tantangan yang dihadapi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor penjualan buah, khususnya di Toko Buah Podomoro, Karawang. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam terhadap pedagang buah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM mengalami kendala dalam akses modal, pemasaran produk, dan manajemen keuangan. Banyak pelaku usaha tidak memiliki strategi pemasaran yang efektif dan sering mencampurkan keuangan pribadi dengan usaha, yang menghambat pengelolaan arus kas. Selain itu, kurangnya pemahaman tentang teknologi digital juga menjadi penghalang dalam memanfaatkan potensi pasar yang lebih luas. Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan perlunya dukungan pemerintah dalam bentuk pembiayaan dan pelatihan untuk memberdayakan UMKM. Implikasi dari temuan ini merekomendasikan pengembangan strategi pemasaran digital dan program pelatihan manajemen keuangan bagi pelaku UMKM agar mereka dapat beradaptasi dengan perubahan pasar dan meningkatkan daya saing usaha mereka. Dengan demikian, penelitian ini memberikan wawasan penting untuk pengembangan UMKM di Indonesia yang berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Tantangan UMKM, Manajemen Keuangan, Pengambilan Keputusan.

## **PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian nasional, menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja. Data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah menunjukkan bahwa UMKM mencakup 90% dari total unit usaha di Indonesia, menegaskan posisi strategis mereka dalam struktur ekonomi negara. Namun, meskipun kontribusi mereka signifikan, UMKM menghadapi berbagai tantangan yang menghambat pertumbuhan dan keberlanjutan usaha. Salah satu isu utama adalah akses terbatas terhadap modal, di mana banyak pelaku UMKM kesulitan dalam mendapatkan pembiayaan dari lembaga keuangan formal.

Dalam wawancara yang dilakukan dengan pelaku UMKM di sektor usaha buah, terungkap bahwa mereka menghadapi kesulitan dalam pemasaran produk. Banyak dari mereka tidak memiliki strategi pemasaran yang efektif, sehingga sulit untuk menjangkau konsumen di luar pasar lokal. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi produk yang dihasilkan dan kemampuan untuk memasarkan produk tersebut secara efektif. Permasalahan terkait manajemen keuangan sering kali muncul, di mana pelaku UMKM cenderung mencampurkan keuangan pribadi dengan usaha, menyulitkan pengelolaan arus kas.

Kendala lain yang dihadapi adalah kurangnya pemahaman tentang teknologi digital dan e-commerce. Meskipun digitalisasi menjadi semakin penting untuk menjangkau pasar yang lebih luas, banyak pelaku UMKM yang belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi ini karena keterbatasan pengetahuan dan infrastruktur yang ada. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital dapat meningkatkan efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan, namun masih banyak UMKM yang terhambat oleh kurangnya keterampilan dalam penggunaan teknologi tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi alternatif solusi yang dapat membantu UMKM dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka. Dengan memahami permasalahan yang dihadapi serta menerapkan solusi berbasis data dan pengalaman lapangan, diharapkan dapat ditemukan pendekatan yang lebih efektif untuk memberdayakan UMKM di Indonesia. Dukungan dari pemerintah dalam bentuk pembiayaan, pelatihan, dan pengembangan infrastruktur juga menjadi faktor penting dalam mendorong pertumbuhan sektor ini

## **Pengambilan Keputusan**

Pengambilan keputusan merupakan suatu proses yang rasional dan logis dalam menentukan pilihan terbaik melalui beberapa langkah, yaitu: 1) mengidentifikasi masalah, 2) menciptakan alternatif solusi, 3) memilih solusi, dan 4) menerapkan serta mengevaluasi solusi tersebut. Kreitner dan Kinicki menyarankan agar manajer mengambil keputusan dengan cara yang rasional. Menurut Northcraft

dan Neal, "Sebuah keputusan adalah jawaban terhadap masalah," yang bisa berkisar dari memilih pekerjaan setelah lulus hingga menentukan merek pasta gigi yang akan dibeli (Siregar, 2021). Menurut (Lunenbug, 2010) mendefinisikan pengambilan keputusan sebagai proses pemilihan dari berbagai alternatif untuk mencapai hasil yang diinginkan. Definisi ini mengandung tiga elemen utama: pertama, pengambilan keputusan melibatkan pemilihan dari serangkaian pilihan yang ada; kedua, pengambilan keputusan merupakan suatu proses yang lebih dari sekadar memilih di antara alternatif yang tersedia; dan ketiga, "hasil yang diharapkan" dalam definisi tersebut merujuk pada tujuan atau sasaran yang dicapai melalui aktivitas mental yang dilakukan oleh pengambil keputusan untuk mencapai pilihan akhir (Richard, 2021).

### **Gaya Pengambilan Keputusan**

Menurut Rowe dan Mason (Jacoby, 2006), gaya pengambilan keputusan merujuk pada proses kognitif atau cara individu mendekati suatu masalah. Gaya ini mencerminkan cara seseorang memvisualisasikan, berpikir, dan menafsirkan situasi. Penelitian menunjukkan adanya dua faktor utama yang membedakan pengambilan keputusan individu, yakni penggunaan informasi dan konsentrasi informasi. Pemahaman terhadap gaya pengambilan keputusan individu, menurut penelitian tersebut, dapat mempengaruhi cara individu memproses informasi.

### **Tahap-Tahap Pengambilan Keputusan**

Pengambilan keputusan melibatkan beberapa tahapan yang bertujuan mencapai hasil yang diinginkan. Tahapan umum yang diakui dalam pengambilan keputusan adalah: pertama, Analisis Situasi, yang mencakup pemahaman terhadap kondisi internal dan eksternal organisasi untuk mengenali konteks dan tantangan yang ada. Kedua, Pengembangan Alternatif Keputusan, yakni merumuskan berbagai alternatif keputusan yang dapat menyelesaikan masalah. Ketiga, Evaluasi Alternatif Keputusan, yang melibatkan penilaian dampak positif dan negatif dari tiap alternatif terhadap organisasi dan sumber daya yang ada. Keempat, Pemilihan Alternatif Keputusan, di mana keputusan terbaik dipilih untuk mengatasi masalah yang dihadapi organisasi. Kelima, Pelaksanaan Keputusan, yakni implementasi keputusan dengan melibatkan seluruh sumber daya manusia untuk memastikan keberhasilan (Maylanie, 2022).

### **Proses Pengambilan Keputusan**

Langkah-langkah dalam proses pengambilan keputusan meliputi: pertama, Definisi Masalah, yaitu mengidentifikasi masalah utama yang perlu diselesaikan, dengan fokus pada masalah yang berdampak luas. Kedua, Pengumpulan Data, yakni mengumpulkan informasi relevan untuk memahami konteks masalah. Ketiga, Analisis Data, di mana data yang terkumpul dianalisis untuk mendapatkan wawasan yang diperlukan. Keempat, Penentuan Alternatif, yaitu mengidentifikasi berbagai alternatif solusi untuk masalah tersebut. Kelima,

Pemilihan Alternatif Terbaik, yang melibatkan pemilihan alternatif terbaik dengan mempertimbangkan risiko dan manfaatnya. Keenam, Pengambilan Keputusan, yakni menentukan keputusan akhir berdasarkan analisis dan alternatif yang tersedia. Ketujuh, Implementasi dan Monitoring, yaitu melaksanakan keputusan dan memantau hasilnya untuk memastikan efektivitasnya. Terakhir, Evaluasi Hasil, yang melibatkan tinjauan terhadap dampak keputusan untuk menentukan apakah perlu ada penyesuaian (Mahanum, 2021).

### **Kualitas Keputusan**

Kualitas keputusan merujuk pada sejauh mana keputusan yang diambil dalam konteks manajerial dan organisasi dapat mempengaruhi kinerja serta hasil keseluruhan organisasi. Keputusan yang berkualitas memiliki dampak signifikan terhadap efektivitas organisasi dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Beberapa aspek penting yang terkait dengan kualitas keputusan meliputi kriteria kualitas, faktor yang mempengaruhi, dan teori pengambilan keputusan. Kualitas keputusan sering diukur berdasarkan ketepatan waktu, keefektifan, dan dampak yang dihasilkan dari keputusan tersebut. Keputusan yang baik biasanya diambil pada waktu yang tepat, dapat mencapai tujuan yang diinginkan, serta membawa perubahan positif bagi organisasi. Berbagai faktor, seperti informasi yang tersedia, pengalaman pengambil keputusan, dan konteks situasional, juga dapat mempengaruhi kualitas keputusan. Keputusan yang diambil berdasarkan informasi yang akurat dan relevan akan lebih berkualitas. Selain itu, pemahaman dan penerapan berbagai teori pengambilan keputusan dapat membantu pengambil keputusan dalam membuat keputusan yang lebih rasional dan efektif, serta mengevaluasi alternatif untuk memilih solusi terbaik sesuai dengan tujuan organisasi.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara mendalam. Penelitian dilakukan pada tanggal 12 Desember 2024 di Toko Buah Podomoro yang terletak di Adiarsa, Karawang. Target penelitian ini adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di sektor penjualan buah, khususnya di Toko Buah Podomoro. Subjek penelitian terdiri dari para pedagang buah yang beroperasi di toko tersebut. Prosedur penelitian dimulai dengan melakukan observasi awal untuk memahami konteks dan karakteristik Toko Buah Podomoro. Setelah itu, peneliti melakukan wawancara tanya jawab dengan pedagang buah yang telah dipilih sebagai subjek penelitian.

Wawancara dilakukan secara langsung untuk mendapatkan informasi yang mendalam mengenai tantangan dan strategi yang mereka hadapi dalam menjalankan usaha mereka. Setiap wawancara direkam dengan izin dari responden, dan catatan lapangan diambil untuk melengkapi data yang diperoleh. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah panduan

wawancara semi-terstruktur yang dirancang untuk menggali informasi mengenai aspek-aspek seperti pemasaran, manajemen keuangan, dan penggunaan teknologi dalam usaha mereka. Pertanyaan dalam panduan wawancara disusun untuk memungkinkan responden memberikan jawaban yang mendalam dan komprehensif. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis tematik, di mana data dari wawancara diorganisir dan dikelompokkan berdasarkan tema-tema yang muncul. Proses ini meliputi transkripsi wawancara, pengkodean data, dan identifikasi pola serta hubungan antar tema yang relevan dengan tujuan penelitian. Hasil analisis akan disajikan dalam bentuk naratif untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang kondisi UMKM buah di Toko Buah Podomoro serta tantangan yang mereka hadapi.

## **PEMBAHASAN**

### **Pengelolaan Tenaga Kerja**

Toko Buah Podomoro sepenuhnya dikelola oleh pemilik tanpa melibatkan karyawan. Seluruh operasional toko, mulai dari pembelian bahan baku, penataan produk, hingga pelayanan pelanggan, ditangani langsung oleh pemilik. Meskipun hal ini mengurangi biaya tenaga kerja, beban kerja yang besar menyebabkan efisiensi dan produktivitas toko menjadi terbatas. Pemilik toko sering kali kesulitan menangani semua tugas secara optimal, terutama saat toko mengalami lonjakan pengunjung, seperti pada akhir pekan atau hari libur. Pengelolaan tenaga kerja yang dilakukan secara individu membatasi kemampuan toko untuk berkembang. Ketergantungan pada pemilik tunggal juga meningkatkan risiko gangguan operasional ketika pemilik menghadapi kendala, seperti sakit atau keperluan pribadi. Kondisi ini membuat toko sulit menjaga stabilitas pelayanan kepada pelanggan, terutama dalam memastikan pengalaman belanja yang nyaman dan efisien.

Mengelola toko tanpa karyawan dapat menjadi pilihan sementara untuk mengurangi pengeluaran. Namun, jika toko ingin meningkatkan efisiensi dan pelayanan, pemilik perlu mempertimbangkan strategi untuk mengurangi beban kerja. Salah satu solusi adalah memanfaatkan teknologi, seperti aplikasi kasir digital untuk mempercepat proses transaksi dan pencatatan keuangan. Teknologi ini tidak hanya membantu menghemat waktu tetapi juga mengurangi potensi kesalahan manusia. Pemilik dapat mempertimbangkan merekrut tenaga kerja paruh waktu, terutama untuk membantu pada jam sibuk atau hari-hari dengan pengunjung lebih banyak. Selain itu, pemilik juga dapat melibatkan anggota keluarga yang bersedia membantu operasional toko. Langkah ini dapat meringankan beban kerja sekaligus menjaga kelangsungan operasional toko tanpa harus menambah biaya yang signifikan.

### **Pengelolaan Modal**

Modal yang digunakan oleh Toko Buah Podomoro sepenuhnya berasal dari dana pribadi tanpa pemisahan yang jelas antara keuangan usaha dan keuangan

pribadi. Hal ini menyebabkan kesulitan dalam menganalisis arus kas, seperti mengetahui apakah usaha menghasilkan keuntungan atau hanya sekadar bertahan. Ketiadaan pencatatan keuangan yang rapi membuat pemilik kesulitan mengidentifikasi pengeluaran mana yang relevan dengan bisnis. Akibatnya, pemilik sering kali menghadapi kesulitan saat modal tidak cukup untuk menambah stok barang atau menghadapi pengeluaran mendadak. Toko belum memanfaatkan peluang pendanaan dari luar, seperti pinjaman modal usaha atau bantuan pemerintah untuk UMKM. Hal ini disebabkan oleh kurangnya informasi tentang program pendanaan tersebut serta kekhawatiran terhadap risiko gagal bayar. Padahal, dengan tambahan modal, toko memiliki peluang untuk memperluas variasi produk dan meningkatkan fasilitas toko. Minimnya akses ke modal ini juga menghambat toko dalam menghadapi tantangan bisnis, seperti fluktuasi harga bahan baku yang sering terjadi.

Langkah pertama yang harus dilakukan adalah memisahkan keuangan pribadi dengan keuangan usaha. Pemilik dapat membuka rekening bank khusus untuk usaha yang digunakan secara eksklusif untuk mencatat transaksi bisnis. Selain itu, penting bagi toko untuk mulai membuat laporan keuangan sederhana, seperti laporan pemasukan dan pengeluaran, untuk memahami kondisi finansial usaha secara keseluruhan. Pemilik dapat membuat keputusan yang lebih tepat terkait alokasi dana. Toko juga perlu mengeksplorasi peluang pendanaan dari lembaga keuangan formal atau program pemerintah, seperti KUR (Kredit Usaha Rakyat). Pinjaman ini dapat digunakan untuk meningkatkan inventaris, membeli peralatan baru, atau membangun fasilitas tambahan. Pemilik toko juga dapat mempertimbangkan untuk bergabung dengan koperasi lokal, yang sering menawarkan akses pendanaan dengan bunga yang lebih rendah. Dengan pengelolaan modal yang lebih baik, toko dapat mengatasi hambatan finansial dan berfokus pada pengembangan bisnis.

### **Pengelolaan Bahan Baku**

Toko menghadapi kendala utama dalam menjaga kualitas bahan baku yang konsisten. Ketergantungan pada pemasok lokal tanpa kontrak jangka panjang sering menyebabkan fluktuasi harga yang signifikan. Hal ini memengaruhi keuntungan toko, terutama saat harga bahan baku melonjak tajam. Selain itu, pasokan bahan baku tidak selalu tersedia dalam jumlah yang cukup, terutama pada saat permintaan tinggi, seperti musim liburan. Situasi ini memaksa toko untuk mencari pemasok alternatif dengan harga yang kurang kompetitif. Masalah lain yang dihadapi adalah penyimpanan bahan baku yang belum optimal. Ketiadaan fasilitas penyimpanan dingin membuat sebagian bahan baku cepat rusak, sehingga menambah kerugian. Pemilik toko mengakui bahwa manajemen stok bahan baku masih menjadi tantangan besar, terutama dalam memastikan barang yang dijual tetap segar dan berkualitas tinggi. Untuk mengatasi fluktuasi harga dan pasokan, toko dapat menjalin hubungan kerja sama jangka panjang dengan pemasok utama. Kontrak jangka panjang dapat

mencakup kesepakatan harga yang tetap atau diskon khusus untuk pembelian dalam jumlah besar.

Alternatif lainnya adalah mencari pemasok baru yang menawarkan harga lebih kompetitif atau bergabung dalam kelompok usaha untuk membeli bahan baku secara kolektif. Toko juga perlu berinvestasi dalam fasilitas penyimpanan yang memadai, seperti lemari pendingin, untuk menjaga kesegaran bahan baku lebih lama. Selain itu, pengelolaan stok harus ditingkatkan dengan menggunakan sistem pencatatan yang terorganisir, misalnya aplikasi manajemen inventaris sederhana. Dengan pengelolaan bahan baku yang lebih baik, toko dapat mengurangi kerugian akibat kerusakan dan memastikan pasokan produk tetap terjaga sepanjang waktu.

### **Pemasaran**

Strategi pemasaran yang digunakan toko masih sangat terbatas pada metode tradisional, seperti promosi dari mulut ke mulut dan pemasaran lokal di sekitar Karawang. Hal ini menyebabkan jangkauan pasar toko tidak berkembang secara signifikan. Selain itu, toko tidak memiliki identitas brand yang kuat, seperti logo atau slogan, yang dapat membantu membedakan produk mereka dari pesaing. Minimnya pemanfaatan teknologi digital juga menjadi kendala besar. Pemilik toko belum memanfaatkan platform seperti media sosial atau e-commerce untuk mempromosikan produk mereka. Padahal, peluang untuk memperluas pasar melalui saluran digital sangat besar, terutama mengingat semakin banyak konsumen yang beralih ke platform online untuk membeli kebutuhan sehari-hari.

Langkah awal untuk meningkatkan pemasaran adalah membangun identitas brand yang jelas, termasuk membuat logo, slogan, dan desain kemasan yang menarik. Identitas ini akan membantu produk toko lebih mudah dikenali oleh konsumen. Selain itu, toko dapat memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk memperkenalkan produk mereka kepada khalayak yang lebih luas. Konten promosi, seperti foto produk, video testimoni, dan penawaran diskon, dapat menarik perhatian konsumen baru. Bergabung dengan platform e-commerce seperti ShopeeFood ataupun GrabFood juga merupakan langkah strategis untuk meningkatkan penjualan. Toko dapat menawarkan produk dalam bentuk paket promo atau diskon untuk menarik pembeli online. Selain itu, toko dapat menjalin kerja sama dengan influencer lokal untuk mempromosikan produk mereka. Dengan strategi pemasaran digital yang efektif, toko dapat memperluas jangkauan pasar sekaligus meningkatkan daya saingnya di tengah persaingan yang semakin ketat.

### **KESIMPULAN**

Penelitian ini berhasil mengidentifikasi berbagai tantangan yang dihadapi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor penjualan buah,

khususnya di Toko Buah Podomoro, Karawang. Temuan utama penelitian menunjukkan bahwa akses terbatas terhadap modal, kurangnya strategi pemasaran yang efektif, dan keterbatasan pemahaman tentang teknologi digital merupakan masalah utama yang menghambat perkembangan dan keberlanjutan usaha UMKM. Meskipun kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia lebih dari 60%, banyak pelaku UMKM yang masih kesulitan dalam memasarkan produk dan mengelola keuangan mereka dengan efisien. Penelitian ini menyoroti pentingnya dukungan pemerintah, baik dalam bentuk pembiayaan, pelatihan, maupun pengembangan infrastruktur, guna memberdayakan UMKM.

Beberapa rekomendasi dapat diajukan untuk peneliti selanjutnya serta pihak-pihak terkait. Pertama, pengembangan strategi pemasaran yang lebih inovatif dan efektif, seperti pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce, sangat disarankan untuk meningkatkan daya saing UMKM. Kedua, pelatihan manajemen keuangan perlu diberikan kepada pelaku UMKM agar mereka mampu memisahkan keuangan pribadi dari usaha, sehingga pengelolaan arus kas dapat lebih efisien. Ketiga, untuk menghadapi perubahan pasar yang semakin mengarah pada digitalisasi, program pelatihan keterampilan digital dan e-commerce menjadi sangat penting bagi UMKM.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Jacoby, W. G. (2006). Value choices and American public opinion. *American Journal of Political Science*, 50(3), 706-723.
- Janc, A., Guinet, C., Pinaud, D., Richard, G., Monestiez, P., & Tixier, P. (2021). Fishing behaviours and fisher effect in decision-making processes when facing depredation by marine predators. *Fisheries Management and Ecology*, 28(6), 528-541.
- Lunenburg, F. C. (2010). Managing change: The role of the change agent. *International journal of management, business, and administration*, 13(1), 1-6.
- Mahanum, M. (2021). Pengambilan Keputusan Dan Perencanaan Kebijakan. *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Pendidikan*, 6(1), 154-163. <http://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/sabilarrasyad>
- Mahanum, M. (2021). Tinjauan Kepustakaan. *ALACRITY: Journal of Education*, 1-12.
- Maylanie, J. T. (2022). Tahapan Pengambilan Keputusan (Kajian Teoritis dari James A. F. Stoner). *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 263-274.
- Richard, O. (2021). Pengertian Pengambilan Keputusan. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951-952., 2013-2015.
- Siregar, I. A. (2021). Prinsip Dan Proses Pembuatan Keputusan. *Ability: Journal of Education and Social Analysis*, 2(3), 41-51. <https://doi.org/10.51178/jesa.v2i3.217>.