



Analisis Pengambilan Keputusan UMKM Dapoer Daffa di Nagasari Kabupaten Karawang

Ananda Tato Aris¹, Irma Lestari²,

Naila Nasikah³, Tiara Nuraini⁴

Universitas Buana Perjuangan Karawang ^{1,2,3,4}

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

Abstract

This study aims to analyze the decision-making process faced by Dapoer Daffa, a micro-enterprise focused on providing quality food. Despite having clear goals, Dapoer Daffa often struggles with determining which priorities to set due to limited resources. The main focus of this study is how decision-making strategies are used to optimize the allocation of these limited resources for business sustainability. Using a qualitative approach that includes interviews and case study analysis, the study finds that effective decision-making heavily relies on risk evaluation, sound financial management, and careful market needs analysis. Adopting a priority scale based on business impact, utilizing simple technologies for efficiency, and collaborating with external parties are the key strategies implemented. The results also highlight the importance of flexibility and innovation in overcoming various challenges faced by small businesses. This research reveals that business competitiveness can be effectively built, even in the face of resource limitations.

Keywords: Decision Making, Priorities, Resource Limitations.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses pengambilan keputusan yang dihadapi oleh UMKM Dapoer Daffa, sebuah usaha mikro yang fokus pada penyediaan makanan berkualitas. Meskipun memiliki tujuan yang jelas, Dapoer Daffa sering kali kesulitan dalam menentukan prioritas yang harus diambil karena keterbatasan sumber daya yang dimiliki. Fokus utama dari penelitian ini adalah bagaimana strategi pengambilan keputusan digunakan untuk mengoptimalkan alokasi sumber daya yang terbatas demi keberlanjutan bisnis. Melalui pendekatan kualitatif yang melibatkan wawancara dan analisis studi kasus, penelitian ini menemukan bahwa pengambilan keputusan yang efektif sangat bergantung pada evaluasi risiko, pengelolaan keuangan yang baik, serta analisis kebutuhan pasar yang cermat. Adopsi skala prioritas yang didasarkan pada dampak bisnis, pemanfaatan teknologi sederhana untuk efisiensi, serta kerja sama dengan pihak eksternal menjadi strategi utama yang diterapkan. Hasil penelitian ini juga menyoroti pentingnya fleksibilitas dan inovasi dalam mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi oleh usaha kecil. Penelitian ini mengungkapkan bahwa daya saing bisnis dapat dibangun dengan baik meskipun dalam kondisi keterbatasan sumber daya yang ada.

Kata Kunci: Pengambilan Keputusan, Prioritas, Keterbatasan Sumber Daya.

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, namun dihadapkan pada berbagai tantangan, seperti keterbatasan sumber daya manusia, modal, dan teknologi. Keterbatasan ini menghambat pengembangan dan optimalisasi operasional perusahaan, sehingga menurunkan daya saing mereka, terutama dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Tantangan-tantangan tersebut semakin terasa pasca-pandemi, dimana UMKM dihadapkan pada perubahan yang cepat, seperti digitalisasi dan pengelolaan sumber daya yang lebih efisien.

Studi yang dilakukan oleh (Porter, 1985) dan (Tambunan, 2021) tentang teori keunggulan kompetitif menekankan bahwa digitalisasi dan inovasi merupakan faktor kunci untuk keberlanjutan UMKM. Dalam konteks ini, strategi yang berbasis pada kebutuhan pasar dan efisiensi sumber daya dapat menjadi kunci kesuksesan bagi UMKM dalam menghadapi tantangan tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengambilan keputusan yang diterapkan oleh Dapoer Daffa dalam menentukan prioritas di tengah keterbatasan sumber daya yang ada.

Dapoer Daffa adalah sebuah usaha mikro yang bergerak di industri kuliner dengan fokus pada penyediaan berbagai macam makanan, seperti brownies, putu ayu, kue ulang tahun, bubur sum-sum, dan lain-lain dengan sentuhan modern. Didirikan pada tahun 2017 oleh pasangan muda, Dapoer Daffa awalnya berorientasi pada pembuatan makanan yang dapat dikonsumsi oleh anak mereka yang memiliki alergi terhadap beberapa bahan makanan tertentu. Usaha ini yang pada mulanya hanya melayani kebutuhan keluarga, kini telah berkembang pesat dan digemari oleh masyarakat luas, baik melalui toko fisik maupun platform digital.

Keberhasilan Dapoer Daffa tidak lepas dari strategi pemasaran yang inovatif, seperti kolaborasi dengan platform e-commerce, keterlibatan dalam acara UMKM, serta penggunaan media sosial sebagai sarana promosi. Perjalanan usaha ini tidak selalu berjalan mulus. Beberapa tantangan yang dihadapi antara lain keterbatasan tenaga kerja, fluktuasi harga bahan baku, serta persaingan yang semakin ketat dengan UMKM lainnya. Selain itu, untuk meningkatkan efisiensi operasional, Dapoer Daffa juga dihadapkan pada tantangan dalam mengikuti perkembangan teknologi, seperti digitalisasi transaksi dan sistem manajemen inventaris. Di tengah keterbatasan sumber daya, Dapoer Daffa telah mengimplementasikan berbagai strategi untuk memastikan kelangsungan usahanya. Salah satunya adalah penerapan skala prioritas dalam pengelolaan sumber daya, seperti penggunaan bahan baku lokal untuk menekan biaya produksi dan mengadopsi model bisnis berbasis komunitas dengan melibatkan pemasok dan mitra usaha kecil dan menengah lainnya. Keunggulan Dapoer

Daffa terletak pada komitmennya untuk menghadirkan nilai pada setiap produk yang dihasilkan, sambil tetap memenuhi tuntutan konsumen modern. Melalui pendekatan ini, Dapoer Daffa berharap dapat menjadi contoh sukses bagi UMKM lainnya yang ingin menggabungkan inovasi dengan tradisi, serta terus mengembangkan produk dan memperkuat branding agar semakin dikenal dan diterima oleh pasar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk menganalisis bagaimana UMKM Dapoer Daffa mengelola keterbatasan sumber daya dan mengambil keputusan strategis dalam menentukan prioritas usahanya. Fokus utama penelitian ini adalah menggali pengalaman langsung dari pemilik usaha, karyawan, dan mitra terkait operasional serta tantangan yang dihadapi. Penelitian dilakukan di Dapoer Daffa yang berlokasi di Perumahan Bhakti Praja, Kabupaten Karawang, dengan subjek penelitian yang meliputi pemilik usaha, karyawan, mitra dalam rantai pasokan, serta pelanggan dan pihak eksternal seperti pemasok. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara semi-terstruktur, dan analisis dokumen seperti laporan keuangan dan data penjualan untuk memperoleh gambaran kuantitatif kinerja bisnis. Data yang terkumpul dianalisis secara tematik, dimulai dengan reduksi informasi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses ini memastikan validitas temuan dengan membandingkan data dari berbagai sumber, serta melibatkan ahli UMKM sebagai validator eksternal. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis untuk Dapoer Daffa dalam mengelola sumber daya secara lebih efisien, meningkatkan daya saing, serta menjadi referensi bagi UMKM lain dalam menghadapi tantangan pasar dan perubahan lingkungan bisnis.

PEMBAHASAN

Definisi Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan merupakan aspek krusial dalam manajemen bisnis, terutama bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) seperti Dapoer Daffa, yang sering menghadapi keterbatasan sumber daya. Teori pengambilan keputusan rasional menyatakan bahwa keputusan sering kali diambil berdasarkan informasi yang terbatas, waktu yang singkat, dan kapasitas pemrosesan yang terbatas. Dapoer Daffa harus mampu menyesuaikan strategi pemasaran atau fokus produknya sesuai dengan perubahan daya beli konsumen atau munculnya persaingan baru. Pemilik bisnis juga harus mempertimbangkan manfaat dan risiko dari setiap pilihan, seperti menambah menu baru atau meningkatkan kapasitas produksi, dalam konteks ketidakpastian. Selain itu, dalam teori pengambilan keputusan perilaku, faktor psikologis dan sosial turut mempengaruhi keputusan, dimana pemilik sering menggabungkan intuisi dan pengalaman pribadi dengan masukan dari pelanggan atau masyarakat sekitar.

Gaya Pengambilan Keputusan

Gaya pengambilan keputusan pada UMKM seperti Dapoer Daffa dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti keterbatasan sumber daya, dinamika pasar, dan karakteristik pengelola usaha. Gaya pengambilan keputusan dapat diklasifikasikan menjadi beberapa pendekatan. Pendekatan rasional menekankan pentingnya pengambilan keputusan yang berbasis pada analisis logis dan metodis, seperti ketika Dapoer Daffa memilih bahan baku yang lebih ekonomis. Gaya adaptif penting dalam menghadapi situasi yang berubah dengan cepat, seperti ketika Dapoer Daffa memprioritaskan produk tertentu saat permintaan meningkat atau ketika bahan baku sulit didapat. Gaya pengambilan keputusan lain, seperti gaya direktif, analitis, konseptual, dan perilaku, juga berperan penting. Misalnya, dalam menangani masalah pelanggan, pemilik sering mengadopsi pendekatan direktif, sedangkan saat membuat keputusan jangka panjang, gaya konseptual lebih diterapkan.

Proses Pengambilan Keputusan dan Tahapan Pengambilan Keputusan

Pada Dapoer Daffa, proses pengambilan keputusan dilakukan secara sistematis. Langkah pertama adalah mengidentifikasi masalah yang mempengaruhi operasi atau prospek bisnis, seperti penurunan penjualan atau peningkatan biaya bahan baku. Setelah itu, informasi yang relevan dikumpulkan untuk memahami masalah secara lebih mendalam. Selanjutnya, solusi alternatif diidentifikasi, misalnya dengan mengganti bahan baku atau meningkatkan promosi. Setiap alternatif dievaluasi berdasarkan biaya, risiko, dan kelayakannya. Setelah penilaian, keputusan terbaik dipilih dan diimplementasikan, seperti pelaksanaan kampanye pemasaran atau restrukturisasi produksi. Langkah terakhir adalah evaluasi dan umpan balik untuk memastikan keputusan yang diambil berhasil mencapai tujuan yang diinginkan, dengan melakukan tindakan korektif jika diperlukan. Praktik di Dapoer Daffa menunjukkan bahwa proses ini sering melibatkan gabungan antara pendekatan logis dan intuitif, memanfaatkan pengalaman dan umpan balik dari staf serta pelanggan.

Kualitas Keputusan

Keberhasilan Dapoer Daffa sangat bergantung pada kualitas keputusan yang diambil. Analisis yang mendalam tentang data penjualan, margin keuntungan, biaya operasional, serta masukan dari pelanggan membantu dalam membuat keputusan yang lebih berkualitas. Perencanaan strategis, seperti menetapkan target pasar dan menentukan waktu yang tepat untuk mendiversifikasi produk, merupakan bagian penting dari proses ini. Manajemen sumber daya yang efisien, seperti memilih staf terlatih dan bahan baku berkualitas dengan harga bersaing, juga menjadi faktor penting. Pemanfaatan teknologi seperti media sosial dan platform e-commerce dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar (Supriyanto *et al.*, 2020).

Pengelolaan Tenaga Kerja

Pengelolaan tenaga kerja di Dapoer Daffa melibatkan beberapa aspek, antara lain: Rekrutmen, Memilih karyawan yang memiliki keterampilan memasak dan pengalaman di dapur. Pelatihan, Memberikan pelatihan tentang standar operasional, kebersihan, dan teknik pembuatan kue-kue. Penjadwalan, Mengatur jadwal kerja untuk memastikan ada cukup tenaga kerja saat produksi tinggi. Komunikasi, Membangun komunikasi yang baik antar anggota tim untuk meningkatkan efisiensi. Evaluasi Kinerja, Melakukan penilaian berkala untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas kerja. Dengan pengelolaan yang baik, dapur dapat beroperasi secara efektif dan menghasilkan produk berkualitas. Kebutuhan operasional menentukan desain pelatihan tenaga kerja. Karyawan dengan keterampilan membuat kue hanya memerlukan supervisi dan pelatihan tambahan tentang cara pengelolaan. Pendekatan berbasis komunitas dalam pengelolaan tenaga kerja menawarkan keuntungan dalam hal hubungan kerja yang lebih erat, tetapi dapat menjadi tantangan ketika bisnis berkembang dan membutuhkan lebih banyak tenaga kerja. Pelatihan informal juga dapat menyebabkan standar konsistensi berkurang jika bisnis memperluas cabang atau operasional.

Pengelolaan Modal

Usaha Dapoer Daffa ini berasal dari tabungan pribadi, terutama Uang Suami, Mengandalkan dana pribadi menunjukkan manajemen risiko yang hati-hati dan menghindari utang yang besar. Pilihan ini cocok untuk usaha kecil dan menengah (UMKM) yang masih di tahap awal dan membutuhkan fleksibilitas keuangan. Pengelolaan modal untuk usaha Dapoer Daffa dapat meliputi beberapa langkah berikut: Perencanaan Anggaran, Tentukan total modal yang dibutuhkan untuk bahan baku, peralatan, dan operasional. Sumber Modal, Identifikasi sumber modal, apakah dari tabungan pribadi, pinjaman, atau investor. Pengendalian Biaya, Catat semua pengeluaran dan pendapatan untuk memantau arus kas. Pemasaran, Buat strategi pemasaran untuk menarik pelanggan dan meningkatkan penjualan.

Evaluasi Keuntungan, Secara rutin evaluasi keuntungan dan kerugian untuk menyesuaikan strategi bisnis. Dengan pengelolaan yang baik, usaha Daffa Brownis dapat berkembang dengan optimal Meskipun terdapat tantangan seperti pandemi COVID-19, keputusan untuk memprioritaskan kualitas produk daripada keuntungan cepat menunjukkan strategi jangka panjang yang berfokus pada pertumbuhan berkelanjutan. Hasil balik modal dalam tiga hingga empat tahun menunjukkan pengelolaan keuangan yang cukup stabil. Bisnis kecil dan menengah (UMKM) sangat cocok dengan pendekatan pengelolaan modal konservatif ini, terutama ketika ekonomi tidak stabil. Pemilik usaha harus mempertimbangkan diversifikasi sumber pendanaan untuk mendukung ekspansi atau menghadapi risiko tak terduga di masa depan.

Pengelolaan Bahan Baku

Untuk menjamin cita rasa, bahan-bahan dipilih dengan bahan yang premium. Strategi ini menunjukkan komitmen pemilik usaha terhadap kualitas produk, tetapi menambah kesulitan logistik dan risiko fluktuasi harga. Bahan baku dibeli setiap satu minggu sekali agar menjaga kualitas dari bahan yang digunakan, dan bahan yang mudah rusak disimpan dalam freezer. Mereka yang mengutamakan kualitas dalam memilih bahan baku menunjukkan bahwa mereka tahu apa yang diinginkan konsumen. Namun, ketergantungan pada bahan baku impor dapat menjadi masalah besar dalam jangka panjang karena risiko gangguan pasokan. Untuk itu, perlu mempertimbangkan berbagai sumber bahan baku.

Pemasaran

Strategi Pemasaran Strategi Dapoer Daffa menggunakan berbagai teknik pemasaran untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan menyajikan produk mereka kepada konsumen. Strategi yang digunakan adalah sebagai berikut:

Media digital dan pemasaran sosial Pemasar Dapoer Daffa secara teratur mempromosikan produk mereka di situs media sosial termasuk Facebook, Instagram, dan WhatsApp. di situs media sosial termasuk Facebook, Instagram, dan WhatsApp. Untuk menarik klien baru, mereka sering mengunggah foto makanan yang menarik perhatian ke Instagram bersama dengan promosi dan diskon. Bersamaan dengan dukungan, informasi yang diberikan juga menunjukkan cara menyiapkan menunjukkan cara menyiapkan makanan yang akan menarik pelanggan. makanan yang akan menarik pelanggan. Iklan dari mulut ke mulut Karena Dapoer Daffa adalah bisnis kecil, pemasaran dari mulut ke mulut sangat penting. penting. Tujuan utamanya adalah kebahagiaan pelanggan, dan pelanggan yang bahagia sering kali menceritakan tentang Dapoer Daffa kepada pelanggan yang bahagia, dan keluarga mereka.

Diskon dan Promosi Untuk Menarik Klien Baru, Dapoer Daffa Menawarkan Berbagai Diskon dan promosi. dan promosi. Misalnya, mereka sering memberikan promosi untuk barang-barang tertentu atau diskon barang atau diskon untuk pembelian dalam jumlah besar. Untuk pembelian dalam jumlah besar. Selain itu, mereka menawarkan diskon eksklusif untuk klien setia yang secara teratur membeli barang mereka. Cooperative Promotion Untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, Dapoer Daffa sering bermitra dengan usaha kecil lainnya seperti kafe, kedai kopi, kecil atau, seperti kafe, kedai kopi, atau perusahaan lain yang berdekatan. perusahaan lain yang berdekatan. Melalui kemitraan ini, Dapoer Daffa dapat menjangkau audiens perusahaan lain dan mempresentasikan produknya kepada klien yang mungkin belum mengenal Dapoer Daffa. Dengan produk yang berkualitas dan inovatif, serta strategi pemasaran yang efektif, Dapoer Daffa dapat menarik perhatian konsumen. Namun, tantangan seperti persaingan yang ketat dan fluktuasi harga bahan baku perlu diatasi. Fokus pada peningkatan layanan pelanggan dan diversifikasi

produk dapat menjadi langkah strategis untuk pertumbuhan yang berkelanjutan.

KESIMPULAN

Dapoer Daffa merupakan salah satu usaha kuliner yang menonjol dalam penyajian kue yang lezat dan berkualitas. Dengan fokus pada penggunaan bahan-bahan berkualitas tinggi, Dapor Daffa berhasil menciptakan variasi bermacam-macam olahan kue yang tidak hanya menggugah selera, tetapi juga memiliki tekstur yang sempurna, baik itu moist maupun fudgy. Usaha ini memanfaatkan resep tradisional yang dipadukan dengan inovasi modern, sehingga menghasilkan cita rasa yang unik dan menarik bagi berbagai kalangan. Selain itu, Dapor Daffa juga memperhatikan aspek estetika dalam penyajian kue, menjadikannya pilihan yang menarik untuk berbagai acara, mulai dari ulang tahun, perayaan, hingga acara keluarga.

Pemasaran Dapor Daffa juga menunjukkan keberhasilan dengan memanfaatkan media sosial dan platform online, sehingga mampu menjangkau pelanggan yang lebih luas. Interaksi yang baik dengan pelanggan serta pelayanan yang ramah menjadi nilai tambah tersendiri bagi usaha ini. Secara keseluruhan, Dapor Daffa tidak hanya menawarkan produk yang enak, tetapi juga membangun pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan. Dengan komitmen terhadap kualitas dan inovasi, Dapor Daffa berpotensi untuk terus berkembang dan menjadi salah satu merek kue yang dikenal luas di masyarakat.

Untuk meningkatkan efisiensi pengambilan keputusan Implikasi konsekuensi atau dampak yang muncul sebagai hasil dari suatu pernyataan, tindakan, atau situasi. Dalam konteks logika, implikasi merujuk pada hubungan antara dua proposisi, di mana kebenaran satu proposisi (premis) menjamin kebenaran proposisi lainnya (konklusi). Dalam kehidupan sehari-hari, implikasi sering digunakan untuk menggambarkan efek atau hasil dari keputusan atau peristiwa tertentu. Implikasi dalam dapur Daffa Brownis mencakup beberapa aspek, seperti kreativitas. Dapur Daffa mendorong pengembangan kreativitas dalam menciptakan resep baru dan variasi produk brownis. Kualitas Produk, Memastikan bahan-bahan berkualitas tinggi untuk menghasilkan brownis yang lezat dan menarik. Pemasaran, Strategi pemasaran yang efektif untuk menjangkau konsumen dan membangun brand awareness. Keberlanjutan, Pertimbangan terhadap praktik ramah lingkungan dalam proses produksi dan pengemasan, Peningkatan Keterampilan*: Memberikan pelatihan bagi karyawan untuk meningkatkan keterampilan dalam baking dan manajemen dapur.

DAFTAR PUSTAKA

Dora Rinova1, F. I. (2021). Pengambilan Keputusan dalam Menentukan Lokasi Usaha pada Jasa Treatment Eternal.Lab Menggunakan Analytical Hierarchy Process. JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan).

- Glenn Sendjaja, M. S. (2024). Analisis Pengambilan Keputusan dalam Kendala di UMKM Dapur Nongbella. *Jurnal Riset Manajemen dan Ekonomi*.
- Muhammad Afdhal Chatra Perdana¹, N. W. (2023). Analisis Pengaruh Pembiayaan, Skala Usaha, dan Ketersediaan Sumber Daya Manusia terhadap Profitabilitas UMKM. *Sanskara Ekonomi dan Kewirausahaan*.
- Porter, r. (1985). the patient's view: doing medical history from below. *theory and society*, 14, 175-198.0
- Purwaningsih, R. R. (2019). Sumber Daya Manusia, Operasional, Pemasaran, Dan Kebijakan Pemerintah Terhadap Kinerja Umkm Di Kota Surabaya. *urnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Supriyadi¹, R. P. (2019). Penentuan Klien Prioritas Dengan Metode Analytic Hierarchy Process (Ahp) Dan Promethee Di PT XYZ. *Jurnal Cendikia*.
- Supriyanto, A. *et al.* (2020) 'Digitalisasi dan Implementasi 5S (Seiri, Seiso, Seiton, Seiketsu, Shitsuke) pada UMKM Jenang Aliya Kudus', *Transformatif: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), pp. 1-11.
- Tambunan, T. T. (2021). UMKM di Indonesia: perkembangan, kendala, dan tantangan. *Prenada Media*.