



Strategi Pengambilan Keputusan UMKM Bakso Ambon dalam Mengatasi Kendala Bisnis untuk Meningkatkan Daya Saing

Elma Kurnia¹, Fifikristiana Daeli², Jagad Nuryatman³,
Siti Julaeha HS⁴, Ujang Suherman⁵

Universitas Buana Perjuangan Karawang ^{1,2,3,4,5}

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

Abstract

This research is intended to recognize the various obstacles faced by MSME actors in the management of labor, capital, raw materials, and marketing, and provide recommendations to improve competitiveness. The method applied was qualitative, with an in-depth interview method involving MSME actors in the restaurant sector. The results revealed several key constraints: labor management is hampered by a lack of training and a high rate of labor turnover, capital management is constrained by suboptimal financial recording, raw material management faces challenges from price fluctuations and dependence on one supplier, and marketing still relies on traditional methods. These findings are analyzed by linking them to the theory of resource management and marketing strategies to help improve the competitiveness of MSMEs. The conclusion of the study shows that to improve the competitiveness of MSMEs, it is necessary to conduct labor training, improve financial records, diversify sources of raw materials, and implement digital marketing strategies. The implications of this study emphasize the importance of developing digital-based marketing strategies and more efficient capital management to support the growth and sustainability of MSMEs.

Keywords: Marketing Strategy, Competitiveness, Restaurants, Digital Marketing.

Abstrak

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengenali berbagai hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam pengelolaan tenaga kerja, modal, bahan baku, dan pemasaran, serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan daya saing. Metode yang diterapkan adalah kualitatif, dengan metode wawancara mendalam yang melibatkan pelaku UMKM di sektor rumah makan. Hasil penelitian mengungkapkan beberapa kendala utama: pengelolaan tenaga kerja terhambat oleh kurangnya pelatihan dan tingginya tingkat pergantian tenaga kerja, pengelolaan modal terkendala oleh pencatatan keuangan yang belum optimal, pengelolaan bahan baku menghadapi tantangan dari fluktuasi harga dan ketergantungan pada satu pemasok, serta pemasaran yang masih bergantung pada cara-cara tradisional. Temuan ini dianalisis dengan mengaitkannya pada teori pengelolaan sumber daya dan strategi pemasaran untuk membantu meningkatkan daya saing UMKM. Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa untuk meningkatkan daya saing UMKM, perlu dilakukan pelatihan tenaga kerja, perbaikan pencatatan keuangan, diversifikasi sumber bahan baku, serta penerapan strategi pemasaran digital. Implikasi dari penelitian ini menekankan pentingnya pengembangan strategi pemasaran berbasis digital dan pengelolaan modal yang lebih efisien demi mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Daya Saing, Rumah Makan, Digital Marketing.

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan peran strategis yang sangat vital dalam mendukung pembangunan ekonomi di berbagai negara, termasuk Indonesia. Sektor ini berkontribusi besar dalam menciptakan lapangan kerja, mendorong inovasi, serta meningkatkan pertumbuhan ekonomi di tingkat daerah di Indonesia. UMKM kerap bergerak di berbagai bidang, mulai dari kerajinan tradisional hingga startup teknologi. Mereka mencerminkan kekayaan budaya Indonesia dan keinginan untuk menjadi modern. Meskipun memiliki peran penting, UMKM di Indonesia menghadapi sejumlah tantangan, termasuk terbatasnya akses terhadap pendanaan, keterbatasan teknologi, dan hambatan peraturan yang menghalangi mereka untuk mengembangkan potensi pertumbuhan dan perkembangan mereka secara maksimal.

Pemahaman terhadap strategi pengambilan keputusan UMKM khususnya industri pangan penting untuk menyusun kebijakan peningkatan daya saing UMKM. Penelitian sebelumnya telah mengidentifikasi sejumlah tantangan yang dihadapi UMKM, antara lain terbatasnya akses permodalan, kendala teknologi, dan persaingan pasar. Ketahanan dan kemampuan beradaptasi UMKM di sektor pangan Indonesia memerlukan perhatian khusus karena mereka harus menavigasi rantai pasokan yang kompleks dan mengubah preferensi konsumen. UMKM di sektor ini seringkali mampu membedakan dirinya di pasar dengan menggunakan bahan baku lokal dan resep tradisional untuk menciptakan proposisi nilai yang unik. Memahami proses pengambilan keputusan dalam konteks ini dapat memberikan wawasan berharga mengenai strategi penanggulangan dan bidang-bidang di mana dukungan dan intervensi yang ditargetkan diperlukan.

Penelitian mengenai proses pengambilan keputusan UMKM untuk mengatasi hambatan perdagangan guna meningkatkan daya saing. Penelitian ini mencoba mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis strategi pengambilan keputusan yang digunakan oleh UMKM di Bakso Ambon. Studi ini diharapkan mampu menyajikan informasi yang dapat dimanfaatkan oleh para pemimpin dunia usaha dan pengambil kebijakan untuk lebih mendukung pertumbuhan UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti dan mengevaluasi berbagai strategi pengambilan keputusan yang digunakan UMKM di Bakso Ambon untuk mengatasi hambatan usaha dan meningkatkan daya saingnya. Hipotesis yang diajukan adalah UMKM di Bakso Ambon yang menggunakan strategi pengambilan keputusan yang inovatif dan adaptif lebih besar kemungkinannya untuk mengatasi hambatan bisnis dan mencapai keunggulan kompetitif yang lebih besar. Penelitian ini tidak semata-mata bertujuan untuk menjawab permasalahan yang dihadapi UMKM di Bakso Ambon, namun juga memberikan kontribusi pemahaman yang lebih luas mengenai ketahanan dan daya saing UMKM di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode survei eksplanatori dengan pendekatan kualitatif untuk memahami hubungan antara variabel dan menguji hipotesis, serta menjelaskan fenomena yang terjadi melalui analisis hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan dependen. Penelitian dilaksanakan selama satu minggu, dari 28 November hingga 4 Desember 2024, di Mal Festival Walk Karawang, Jawa Barat. Sasaran penelitian ini adalah pemilik dan pekerja UMKM Bakso Ambon yang memiliki pengalaman dalam pengambilan keputusan strategis untuk menghadapi tantangan bisnis. Tiga UMKM Bakso yang dipilih secara purposive sampling menjadi subjek penelitian, dengan kriteria usaha minimal lima tahun, keberhasilan operasional, dan penerapan inovasi. Prosedur penelitian dimulai dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi langsung. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama, kemudian dianalisis dengan teknik statistik untuk menguji hipotesis dan mengevaluasi hubungan antar variabel. Hasil analisis data kemudian diinterpretasikan untuk memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai fenomena yang diteliti.

Instrumen penelitian meliputi panduan wawancara terdiri dari Bagian demografi yang mengumpulkan data dasar mengenai responden (Seperti umur, jenis kelamin, dan latar belakang pendidikan, serta bagian utama, berupa pertanyaan terkait variabel yang diteliti. Metode Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui serangkaian tahapan sebagai berikut: pertama, menggunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik dasar responden dan distribusi data; kedua, melakukan Analisis tematik digunakan untuk mengidentifikasi pola-pola dan tema-tema dari wawancara dan observasi; dan ketiga, melakukan interpretasi data untuk mengaitkan temuan dengan permasalahan serta tujuan penelitian, sehingga menghasilkan pemahaman yang mendalam tentang fenomena yang diteliti.

Studi ini mengadopsi metode kualitatif dengan pendekatan survei eksplanatori, yang dimaksudkan untuk menjelaskan hubungan antar variabel dan menguji dampak variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut (Thyer, 2022), penelitian explanatory survey berfokus pada pengembangan dan pengujian teori dalam bidang studi tertentu, dengan tujuan untuk memahami "mengapa" dan "bagaimana" suatu fenomena terjadi melalui analisis data yang sistematis. Menurut (Babbie & Mouton, 2023) menekankan bahwa proses penelitian ini melibatkan langkah-langkah yang jelas, mulai dari pernyataan masalah hingga analisis data, sehingga memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi dan mengkonfirmasi hubungan kausal antara variabel. Selain itu, menurut (Sukmadinata, 2024) menyatakan bahwa penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena tetapi juga mengembangkan teori, dengan menggunakan metode pengumpulan data yang relevan seperti kuesioner dan observasi untuk mendapatkan wawasan mendalam tentang hubungan antar

variabel yang diteliti. Pendekatan ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang menyeluruh tentang dinamika variabel dalam konteks sosial yang lebih luas.

Penelitian ini dilaksanakan selama satu minggu, mulai dari tanggal 28 November 2024 – 4 Desember 2024, bertempat di Mal Festival Walk Karawang, yang berlokasi di Jl. Arteri Galuh Mas, Sukaharja, Telukjambe Timur, Karawang, Jawa Barat 41361. Lokasi ini dipilih karena menyediakan fasilitas yang representatif untuk observasi dan wawancara, memiliki aksesibilitas yang baik, serta menjadi salah satu pusat kegiatan UMKM yang aktif di wilayah Karawang. Prosedur penelitian ini mengikuti langkah-langkah sistematis yang dirancang untuk mengumpulkan data primer dan menganalisis hubungan antar variabel dalam konteks penelitian kualitatif dengan pendekatan *explanatory survey*. Prosedur dimulai dengan pernyataan masalah, di mana peneliti menetapkan fokus penelitian yang ingin dijawab. Selanjutnya, pada tahap pengumpulan data, peneliti melakukan wawancara dan observasi langsung untuk mendapatkan perspektif yang lebih komprehensif. Setelah data terkumpul, tahap analisis data dilakukan dengan menerapkan Metode analisis statistik yang tepat untuk menguji hipotesis dan mengevaluasi hubungan antar variabel. Terakhir, pada tahap interpretasi data, peneliti menginterpretasikan hasil analisis untuk Memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai fenomena yang sedang diteliti, sehingga dapat menghasilkan kesimpulan yang valid dan relevan terhadap masalah penelitian. Prosedur ini memastikan bahwa penelitian dilakukan secara terstruktur dan dapat direplikasi oleh peneliti lain di masa depan.

Data primer diperoleh langsung melalui wawancara dan observasi langsung, dengan tujuan Untuk memperoleh informasi yang tepat, akurat, dan relevan mengenai variabel-variabel yang diteliti. Sementara itu, data sekunder mencakup informasi yang diperoleh dari literatur terkait, dokumen, dan sumber-sumber lain yang dapat mendukung analisis dan pemahaman konteks penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen wawancara Semi-terstruktur, di mana peneliti mempersiapkan pertanyaan panduan. Tetap memberikan kesempatan bagi responden untuk menyampaikan pendapat dan pengalaman mereka secara bebas. Wawancara ini dilakukan secara langsung atau melalui platform online, bergantung pada kenyamanan dan ketersediaan responden. Selain itu, observasi langsung dilakukan di lokasi penelitian untuk mengamati interaksi sosial dan situasi yang relevan dengan fenomena yang diteliti, sehingga peneliti dapat mendapatkan data kontekstual yang tidak dapat diperoleh melalui wawancara saja.

Teknis pengumpulan data dilakukan secara sistematis. Pertama, peneliti melakukan wawancara dengan responden terpilih berdasarkan kriteria tertentu untuk memastikan bahwa informasi yang diperoleh relevan dengan fokus

penelitian. Peneliti mencatat jawaban responden dan juga merekam percakapan (dengan izin) untuk analisis lebih lanjut. Sementara itu, observasi dilakukan dengan mencatat perilaku dan interaksi subjek dalam konteks alami mereka, yang kemudian dianalisis Untuk memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang hubungan antar variabel. Diharapkan Informasi yang diperoleh dapat memberikan gambaran menyeluruh Mengenai fenomena yang sedang diteliti.

Pendekatan analisis Informasi dalam penelitian ini kualitatif dengan metode explanatory survey dimaksudkan untuk memaknai data yang diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi langsung, serta mengaitkannya dengan permasalahan dan tujuan penelitian. Proses analisis dimulai dengan reduksi data, di mana peneliti memilih, menyederhanakan, dan mengorganisir data mentah yang telah dikumpulkan. Langkah ini penting untuk mengidentifikasi informasi yang relevan dan mengeliminasi data yang tidak diperlukan, sehingga fokus analisis dapat ditentukan dengan jelas. Dalam tahapan ini, peneliti juga dapat membuat ringkasan dan memberikan kode pada tema-tema tertentu yang muncul dari data. Setelah proses reduksi, langkah berikutnya adalah pengelompokan dan kategorisasi data. Pada tahap ini, peneliti mengidentifikasi pola serta tema Yang teridentifikasi dari wawancara dan observasi. Metode analisis tematik sering diterapkan untuk menganalisis data kualitatif, di mana peneliti mencari topik atau kategori yang relevan dengan tujuan penelitian.

Dengan mengelompokkan data ke dalam tema-tema tertentu, peneliti dapat lebih mudah memahami hubungan antar variabel dan menjelaskan fenomena yang diteliti. Peneliti melakukan interpretasi data untuk memberikan makna yang lebih dalam terhadap hasil analisis. Peneliti mengaitkan temuan dengan permasalahan penelitian dan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena tetapi juga untuk menjelaskan dinamika hubungan antar variabel dalam konteks sosial yang lebih luas. Dengan cara ini, hasil analisis diharapkan dapat memberikan wawasan yang signifikan mengenai pengalaman dan interaksi sosial subjek penelitian serta menjawab pertanyaan penelitian secara komprehensif.

PEMBAHASAN

Berdasarkan Kamus Besar Ilmu Pengetahuan (Save, 2006), pengambilan keputusan (decision making) didefinisikan sebagai proses memilih keputusan atau kebijakan yang didasarkan pada kriteria tertentu. Sedangkan menurut (Krisnandi et.al., 2019) menyebut pengambilan keputusan sebagai rangkaian proses memilih dari berbagai Pilihan yang ada, dengan memperhatikan berbagai kepentingan dari pihak-pihak yang terlibat. Menurut (Sadikin et.all., 2020) mendefinisikan pengambilan keputusan sebagai proses mengidentifikasi masalah dan peluang untuk kemudian mencari solusinya. Seluruh tahapan dalam proses pengumpulan, analisis, hingga pemilihan alternatif solusi memiliki peran yang sama pentingnya, bukan hanya tahap pemilihan keputusan. Dapat

disimpulkan bahwa proses pengambilan keputusan adalah serangkaian tahapan yang mencakup identifikasi masalah dan peluang, analisis alternatif solusi, hingga pemilihan solusi terbaik berdasarkan berbagai pertimbangan yang melibatkan kepentingan semua pihak terkait.

Gaya pengambilan keputusan mencakup beberapa pendekatan yang berbeda, di antaranya adalah direktif, analitis, konseptual, dan perilaku. Pembuat keputusan direktif cenderung cepat, tegas, dan rasional, dengan fokus pada tugas dan penilaian pribadi, serta cenderung mengambil keputusan jangka pendek yang logis. Sementara itu, pembuat keputusan analitis lebih berhati-hati dan adaptif, mengutamakan pengumpulan data untuk menemukan solusi terbaik, serta memiliki toleransi tinggi terhadap ambiguitas dan berorientasi pada tugas. Pembuat keputusan konseptual memiliki pandangan gambaran besar, mengeksplorasi ide kreatif, dan mempertimbangkan peluang serta risiko untuk masa depan, dengan orientasi sosial dan kecenderungan membuat keputusan jangka panjang. Terakhir, pembuat keputusan dengan gaya perilaku lebih fokus pada hubungan dan perasaan orang lain, mengandalkan masukan tim, serta menggunakan pendekatan persuasif untuk mencapai konsensus dalam keputusan yang berorientasi sosial.

Tahap-tahap pengambilan keputusan dimulai dengan identifikasi masalah, yaitu menyadari dan mendefinisikan masalah yang perlu dipecahkan. Langkah selanjutnya adalah identifikasi kriteria keputusan, di mana faktor-faktor penting yang digunakan untuk menilai alternatif solusi ditentukan. Kemudian, pada tahap alokasi bobot kriteria, penilaian atau tingkat prioritas diberikan pada setiap kriteria yang telah ditetapkan. Tahap mengembangkan alternatif dilakukan untuk menghasilkan berbagai pilihan solusi yang dapat mengatasi masalah. Analisis alternatif dilakukan dengan menilai setiap alternatif berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. Pada tahap memilih alternatif, alternatif terbaik yang paling sesuai dengan tujuan dan kriteria dipilih. Setelah alternatif dipilih, tahap implementasi alternatif dilakukan dengan merencanakan tindakan dan sumber daya yang dibutuhkan untuk menerapkan keputusan tersebut. Evaluasi keputusan dilakukan untuk menilai hasil dari keputusan yang diambil, memastikan efektivitasnya, dan untuk memperoleh pembelajaran bagi pengambilan keputusan di masa mendatang.

Proses pengambilan keputusan menurut Simon terdiri dari empat tahap. Tahap pertama adalah penelusuran (*intelligence*), yang mencakup pendefinisian masalah serta identifikasi informasi yang relevan dengan permasalahan dan keputusan yang akan diambil. Tahap kedua adalah perancangan (*design*), di mana alternatif pemecahan masalah dicari dan dirancang untuk menemukan opsi yang dapat menyelesaikan masalah secara efektif. Selanjutnya, pada tahap pemilihan (*choice*), pengambil keputusan memilih alternatif terbaik yang paling

sesuai untuk menyelesaikan masalah. Terakhir, tahap implementasi melibatkan penerapan keputusan yang telah dipilih, dengan menyusun rencana tindakan dan melaksanakan langkah-langkah yang diperlukan, sambil memantau pelaksanaannya untuk memastikan solusi berjalan sesuai dengan harapan.

Mutu merujuk pada kualitas pekerjaan atau hasil yang dicapai melalui tahapan tertentu. Kualitas keputusan mengacu pada mutu hasil dari keputusan yang telah diimplementasikan atau diuji secara menyeluruh, dengan hasil yang terlihat dan dapat dinilai secara maksimal. Penilaian yang dilakukan secara maksimal akan memberikan hasil yang lebih jelas dan akurat serta lebih dapat dipertanggungjawabkan dibandingkan dengan penilaian yang dilakukan secara tidak maksimal. Untuk menilai kualitas suatu keputusan, diperlukan pengujian melalui pendekatan yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Pendekatan ilmiah yang digunakan harus disesuaikan dengan ruang lingkup dari proses awal terbentuknya keputusan tersebut. Misalnya, jika keputusan tersebut terkait dengan bidang ekonomi, teknik, kedokteran, atau sosiologi, maka pendekatan yang digunakan harus didasarkan pada prinsip dan aturan dalam bidang tersebut. Hal ini bertujuan untuk menghindari potensi tumpang-tindih atau kekeliruan dalam penerapan keputusan.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM menghadapi berbagai kendala dalam pengambilan keputusan di empat aspek utama. Pada pengelolaan tenaga kerja, kendala utama adalah kurangnya pelatihan dan pengembangan keterampilan. Sebagian besar tenaga kerja memiliki kemampuan yang terbatas, yang memengaruhi efisiensi dan produktivitas kerja. Selain itu, tingkat perputaran tenaga kerja yang tinggi menjadi tantangan karena membutuhkan waktu untuk perekrutan dan pelatihan ulang, di samping jadwal kerja yang tidak efisien. Keputusan yang diambil meliputi penggunaan pekerja lepas, pemberian insentif berbasis target, penyederhanaan jadwal kerja, serta penyediaan pelatihan sederhana. Dalam pengelolaan modal, hambatan seperti akses pendanaan yang terbatas, manajemen arus kas yang kurang baik, dan ketergantungan pada pendapatan harian menjadi tantangan utama.

Pelaku UMKM memutuskan untuk menggunakan modal pribadi, fokus pada penjualan cepat, dan memperpanjang jam operasional. Untuk pengelolaan bahan baku, ketergantungan pada pemasok lokal, fluktuasi harga bahan baku, dan fasilitas penyimpanan yang tidak memadai menjadi kendala. Keputusan yang diambil mencakup mencari pemasok alternatif, membeli bahan baku dalam jumlah besar saat harga murah, serta menambah alat penyimpanan sederhana. Dalam pemasaran, pelaku UMKM menghadapi kurangnya digitalisasi, persaingan yang ketat, dan branding yang lemah. Untuk mengatasi hal tersebut, mereka mulai memanfaatkan media sosial, melakukan promosi offline, serta menawarkan diskon untuk menarik pelanggan.

Keputusan yang diambil oleh pelaku UMKM merupakan langkah yang tepat untuk mengatasi kendala yang mereka hadapi saat ini. Penggunaan pekerja lepas dan pemberian insentif berbasis target mampu meningkatkan produktivitas tenaga kerja dalam jangka pendek. Pelatihan yang lebih terarah diperlukan untuk meningkatkan keterampilan tenaga kerja secara berkelanjutan. Dalam aspek modal, penggunaan dana pribadi dan fokus pada penjualan cepat adalah solusi praktis untuk keterbatasan akses pendanaan, tetapi pelaku UMKM perlu mempertimbangkan diversifikasi sumber pendanaan agar lebih stabil. Pengelolaan bahan baku melalui diversifikasi pemasok dan pembelian dalam jumlah besar saat harga rendah menunjukkan kemampuan adaptasi yang baik, meskipun perbaikan fasilitas penyimpanan tetap menjadi prioritas. Digitalisasi pemasaran dengan media sosial adalah langkah awal yang signifikan untuk meningkatkan daya saing, namun diperlukan konsistensi dan inovasi dalam pelaksanaannya agar mampu menghasilkan dampak yang optimal.

Tabel 1
Kendala Pengelolaan UMKM pada Bakso Ambon

Pengelolaan	Kendala	Solusi	Komentar
Tenaga Kerja	Minimnya pelatihan tenaga kerja	Meningkatkan program latihan	Melakukan pelatihan secara rutin dapat meningkatkan kualitas produk dan menjaga konsistensi kualitas
Modal	Sistem pencatatan keuangan yang kurang optimal	Menggunakan teknologi akuntansi sesuai dengan kebutuhan	Pencatatan keuangan harus lebih cermat dan akurat untuk menghindari risiko keuangan
Bahan Baku	Fluktuasi harga dan ketergantungan pada pemasok Tunggal	Diversifikasi pemasok dan pengelolaan stok yang lebih baik	Diversifikasi pemasok akan mengurangi risiko dan meningkatkan kestabilan pasokan
Pemasaran	Minimnya pemanfaatan digital marketing dan strategi yang kurang optimal	Penerapan digital marketing dan strategi promosi yang lebih efektif	Pemasaran digital dan strategi yang efektif dapat meningkatkan jangkauan pasar dan daya saing

Sumber: Data diolah, 2024

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kendala utama dalam pengelolaan tenaga kerja adalah kurangnya pelatihan dan pengembangan keterampilan. Tenaga kerja dengan kemampuan terbatas berdampak pada efisiensi dan produktivitas yang rendah. Perputaran tenaga kerja yang tinggi juga menjadi tantangan, karena proses rekrutmen dan pelatihan ulang memerlukan waktu dan biaya tambahan. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM belum memprioritaskan Peningkatan sumber daya manusia sebagai bentuk investasi jangka panjang.

Pengelolaan tenaga kerja yang baik berkontribusi pada peningkatan kinerja organisasi. Memberikan pelatihan berkala dan menciptakan lingkungan kerja yang mendukung adalah tindakan yang perlu diambil untuk menyelesaikan masalah ini.

Modal yang terbatas menjadi kendala utama dalam pengelolaan keuangan. Kesulitan dalam mengakses pinjaman atau pembiayaan dari lembaga keuangan formal disebabkan oleh kurangnya dokumen pendukung yang memadai dan pemahaman tentang pengelolaan keuangan yang baik. Keterbatasan ini membatasi kemampuan pelaku UMKM untuk memperluas usaha atau menambah aset yang mendukung produktivitas. Dalam literatur ekonomi, akses terhadap modal yang memadai adalah faktor kunci dalam mendorong pertumbuhan usaha kecil. Dengan memperbaiki pencatatan keuangan dan menjalin kemitraan dengan lembaga keuangan, UMKM dapat meningkatkan aksesibilitas terhadap modal.

Fluktuasi harga bahan baku dan ketergantungan pada satu pemasok menjadi kendala signifikan dalam pengelolaan bahan baku. Masalah ini menyebabkan biaya produksi yang tidak stabil dan risiko kekurangan bahan baku pada waktu tertentu. Ketergantungan pada satu pemasok dapat menimbulkan risiko besar terhadap kelangsungan produksi suatu perusahaan. Ketika sebuah perusahaan bergantung sepenuhnya pada satu pemasok untuk memenuhi kebutuhan bahan baku atau komponen, perusahaan tersebut rentan terhadap gangguan yang mungkin terjadi pada pemasok tersebut. Ketergantungan ini juga dapat menyebabkan perusahaan kehilangan fleksibilitas dalam merespons perubahan pasar atau kebutuhan produksi yang mendesak, karena mereka terjebak dalam kesepakatan dan jadwal yang ditentukan oleh pemasok tersebut. Hal ini akan mengarah pada ketidakpastian yang dapat mengganggu perencanaan produksi dan operasional, berpotensi menurunkan daya saing perusahaan dan mempengaruhi reputasi di pasar. Diversifikasi pemasok menjadi salah satu strategi penting untuk mengurangi ketergantungan yang berisiko tersebut dan memastikan kelangsungan produksi yang lebih stabil.

Pelaku UMKM sebaiknya mulai mempertimbangkan untuk menjajaki kerja sama dengan lebih banyak pemasok guna memperoleh harga yang lebih kompetitif serta menjaga kelangsungan bisnis (Supriyanto, 2022b); (Supriyanto, Permatasari, *et al.*, 2023). Kerja sama dengan berbagai jaringan bisnis juga memungkinkan UMKM untuk mengakses berbagai inovasi dan produk baru, sehingga dapat meningkatkan daya saing di pasar (Supriyanto *et al.*, 2020); (Supriyanto, Chikmah, *et al.*, 2023). Strategi ini tidak hanya mendukung kestabilan bisnis tetapi juga memperkuat posisi UMKM dalam menghadapi dinamika pasar yang selalu berubah (Supriyanto, 2015); (Supriyanto, 2022a).

Pelaku UMKM yang masih mengandalkan metode pemasaran konvensional dan belum sepenuhnya memanfaatkan potensi digitalisasi untuk menjangkau konsumen secara lebih luas. Inovasi diperlukan agar UMKM dapat menciptakan pendekatan pemasaran yang lebih kreatif, efektif, dan relevan dengan kebutuhan pasar yang terus berubah. Misalnya, dengan memanfaatkan media sosial, platform e-commerce, atau teknik pemasaran berbasis data, UMKM dapat lebih mudah berinteraksi dengan konsumen, memahami preferensi mereka, serta mengembangkan penawaran produk atau layanan yang lebih tepat sasaran (Supriyanto, 2021); (Supriyanto *et al.*, 2022).

Tantangan muncul karena keterbatasan sumber daya, baik dari segi finansial, keterampilan, maupun teknologi yang dimiliki oleh sebagian besar UMKM. Pelaku UMKM harus terus berinovasi dan beradaptasi dengan tren terbaru dalam pemasaran, seperti pemasaran digital, personalisasi produk, atau pemanfaatan influencer, untuk tetap relevan dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Ketergantungan pada metode pemasaran tradisional menyebabkan produk kurang dikenal di pasar yang lebih luas. Dalam era digital, pemasaran berbasis teknologi, seperti melalui media sosial dan platform e-commerce, merupakan metode yang efisien untuk mencapai lebih banyak pelanggan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa UMKM yang menggunakan strategi pemasaran digital cenderung memiliki tingkat pertumbuhan yang lebih tinggi. Pelaku UMKM harus menyesuaikan diri dengan teknologi untuk meningkatkan visibilitas produk mereka.

KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM menghadapi kendala utama dalam pengelolaan tenaga kerja, modal, bahan baku, dan pemasaran. Terbatasnya pelatihan keterampilan dan tingginya perputaran tenaga kerja menghambat produktivitas, sementara pencatatan keuangan yang kurang baik menyulitkan akses pembiayaan. Dalam pengelolaan bahan baku, fluktuasi harga dan ketergantungan pada satu pemasok menciptakan risiko operasional. Ketergantungan pada metode tradisional menyebabkan keterbatasan jangkauan pasar. Implikasinya, UMKM perlu meningkatkan manajemen sumber daya melalui pelatihan tenaga kerja, pencatatan keuangan yang lebih baik, diversifikasi pemasok, dan penerapan strategi pemasaran digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, M. M. (2023). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi, Kualitas Laporan Keuangan, Efektivitas Pengambilan Keputusan terhadap Kinerja UMKM Di Jakarta. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan West Science*, 2(02), 32-42. <https://doi.org/10.58812/jakws.v2i02.362>
- Kakooza, J., Tusiime, I., Namiyingo, S., Nabwami, R., & Basemera, M. (2023). Business choice, location decision and success of small and medium

- enterprises in Uganda. *Journal of Money and Business*, 3(1), 108–121. <https://doi.org/10.1108/jmb-08-2022-0041>
- Maksum, I. R., Sri Rahayu, A. Y., & Kusumawardhani, D. (2020). A social enterprise approach to empowering micro, small and medium enterprises (SMEs) in Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(3), 50. <https://doi.org/10.3390/JOITMC6030050>
- Pebrianti, T., Samsuddin, H., Kusumastuti, S. yani, Hatma, R., Permatasari, A. H., Liana, W., Widyatmoko, Suhardi, D., & Gaspersz, V. (2020). *Buku Ajar Teori Pengambilan Keputusan*. In *Buku Ajar Teori Pengambilan Keputusan (Issue May)*. <https://doi.org/10.21070/2020/978-623-6833-62-9>
- Supriyanto, A. (2015) 'Pengaruh penggunaan media sosial terhadap kinerja bisnis yang dimediasi oleh biaya dan pemasaran berbasis output', *Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 6(2).
- Supriyanto, A. (2021) 'Pertumbuhan Bisnis Online Mahasiswa Melalui Sosial Media pada Masa Pandemi Covid-19', *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 3(2).
- Supriyanto, A. (2022a) 'Pelatihan Digital Marketing pada UMKM Uliq Food di Kecamatan Bae Kabupaten Kudus', *Journal of Community Service and Empowerment Vol*, 3(1).
- Supriyanto, A. (2022b) 'Peran Nilai-Nilai Islami Dalam Kewirausahaan Untuk Menunjang Sebuah Kinerja Bisnis', *El-Hekam*, 7(1), pp. 69–82.
- 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.
- Supriyanto, A. et al. (2022) *Pemberdayaan Masyarakat Desa di Masa Pandemi Covid-19*. Sukabumi: Farha Pustaka.
- Supriyanto, A., Chikmah, I.F., et al. (2023) 'Penjualan Melalui Tiktok Shop dan Shopee: Menguntungkan yang Mana?', *BUSINESS: Scientific Journal of Business and Entrepreneurship*, 1(1), pp. 1–16.
- Supriyanto, A., Permatasari, R.D., et al. (2023) 'Kesuksesan Muslimah Pelaku UMKM: Peran Dimensi Entrepreneurial Orientation', *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 10(2), pp. 267–286.