

ANALISIS PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM KENDALA UMKM ES TEH POCI

**Muhammad Fadlan Ramdhani¹, Rifqi Musyaffa², Hanum Zalfa Muliana Wijaya³,
Indra Jaya⁴, Ujang Suherman⁵**

mn23.muhammadramdhani@mhs.ubpkarawang.ac.id¹,
mn23.rifqimusyaffa@mhs.ubpkarawang.ac.id², mn23.hanumwijaya@mhs.ubpkarawang.ac.id³,
mn23.indrajaya@mhs.ubpkarawang.ac.id⁴, ujangsuherman@ubpkarawang.ac.id⁵

Universitas Buana Perjuangan Karawang

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sering menghadapi berbagai kendala operasional, salah satunya adalah rendahnya tingkat kunjungan pelanggan yang berdampak pada penurunan penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pelaku UMKM Es Teh Poci dalam menghadapi kendala usaha berupa menurunnya jumlah pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan explanatory survey, di mana data diperoleh melalui wawancara, observasi langsung, dan dokumentasi aktivitas usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kendala utama yang dihadapi pelaku UMKM meliputi pengelolaan tenaga kerja yang belum efisien, keterbatasan modal untuk inovasi dan promosi, ketidakstabilan pasokan bahan baku, serta lemahnya strategi pemasaran digital. Pengambilan keputusan sering dilakukan berdasarkan intuisi tanpa analisis pasar yang mendalam, sehingga berdampak pada kurang optimalnya strategi penjualan. Kesimpulannya, keputusan manajerial perlu didukung oleh data penjualan, tren konsumen, serta inovasi produk agar UMKM dapat bertahan di tengah persaingan. Implikasi penelitian ini menunjukkan perlunya peningkatan kemampuan analisis bisnis dan digital marketing bagi pelaku UMKM minuman di daerah Karawang.

Kata Kunci: Pengambilan Keputusan, UMKM, Es Teh Poci, Pemasaran, Kendala Usaha.

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) often face various operational obstacles, one of which is the low level of customer visits which has an impact on declining sales. This study aims to analyze the decision-making made by Ice Tea Poci MSME actors in facing business obstacles in the form of declining customer numbers. This research uses a qualitative method with an explanatory survey approach, where data is obtained through interviews, direct observations, and documentation of business activities. The results of the study show that the main obstacles faced by MSME actors include inefficient labor management, limited capital for innovation and promotion, instability in the supply of raw materials, and weak digital marketing strategies. Decision-making is often done based on intuition without in-depth market analysis, resulting in a less optimal sales strategy. In conclusion, managerial decisions need to be supported by sales data, consumer trends, and product innovations so that MSMEs can survive in the midst of competition. The implications of this study show the need to improve business analysis and digital marketing skills for beverage MSME actors in the Karawang area.

Keywords: Decision Making, Msmes, Ice Tea Pots, Marketing, Business Constraints.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Di Indonesia, UMKM menjadi salah satu sektor utama yang berkontribusi besar terhadap pendapatan negara serta mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang signifikan. Keberadaan UMKM sebagai bagian dari struktur perekonomian nasional tidak hanya memberikan manfaat dari sisi ekonomi, tetapi juga berdampak secara sosial, terutama dalam upaya pengurangan kemiskinan dan peningkatan inklusi keuangan. Dari perspektif ekonomi, UMKM memiliki peran strategis

dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui penciptaan peluang usaha dan sumber pendapatan (Janah & Tampubolon, 2024).

Dalam pelaksanaannya, UMKM kerap dihadapkan pada berbagai kendala, antara lain keterbatasan permodalan, rendahnya kualitas sumber daya manusia, serta perubahan permintaan pasar yang tidak stabil. Selain itu, kondisi usaha yang sepi menjadi permasalahan utama karena berpengaruh langsung terhadap penurunan pendapatan dan kelangsungan usaha.

Salah satu UMKM yang menghadapi tantangan tersebut adalah UMKM Es Teh Poci yang berlokasi di Jl. Syekh Quro, Desa Lemahabang, Kecamatan Lemahabang, Kabupaten Karawang. Usaha ini mengalami penurunan penjualan yang cukup signifikan selama beberapa bulan terakhir. Faktor-faktor seperti perubahan perilaku konsumen, munculnya pesaing baru, keterbatasan modal, serta kurang optimalnya strategi pemasaran menjadi penyebab utama penurunan omzet.

Dalam konteks pengelolaan usaha kecil, pengambilan keputusan menjadi aspek yang sangat krusial. Pelaku UMKM dituntut untuk mampu memilih alternatif terbaik dalam menghadapi berbagai kendala bisnis. Namun, keputusan yang diambil sering kali masih bersifat intuitif dan tidak berbasis pada data atau analisis yang mendalam. Kondisi ini menyebabkan keputusan yang diambil tidak selalu efektif dalam mengatasi masalah yang muncul.

Melalui penelitian ini diharapkan dapat diketahui bagaimana pelaku usaha menentukan langkah-langkah strategis dalam menghadapi penurunan penjualan serta sejauh mana keputusan yang diambil mampu meningkatkan kinerja usahanya. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi empiris bagi pelaku UMKM lain dalam menghadapi situasi serupa dan memperkuat kapasitas pengambilan keputusan berbasis data dan analisis pasar.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan explanatory survey. Pendekatan ini digunakan untuk menjelaskan hubungan antara berbagai kendala yang dihadapi pelaku UMKM dan proses pengambilan keputusan yang dilakukan dalam mengatasi masalah tersebut. Metode ini dipilih karena mampu menggambarkan fenomena nyata yang terjadi di lapangan secara mendalam, khususnya dalam konteks usaha kecil yang menghadapi perubahan lingkungan bisnis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian melalui wawancara mendalam dengan pemilik UMKM Es Teh Poci yang menunjukkan fluktuasi penjualan selama enam periode, dapat dipahami bahwa kondisi tersebut tidak terlepas dari kendala dalam pengambilan keputusan pada beberapa aspek pengelolaan usaha. Pembahasan ini difokuskan pada empat aspek utama, yaitu pengelolaan tenaga kerja, pengelolaan modal, pengelolaan bahan baku, dan pemasaran.

A. Pengelolaan Tenaga Kerja

Berdasarkan hasil wawancara, pengelolaan tenaga kerja pada UMKM Es Teh Poci masih dilakukan secara sederhana. Jumlah tenaga kerja yang terbatas menyebabkan pemilik usaha harus merangkap berbagai tugas operasional. Keputusan terkait pembagian tugas dan jam kerja belum dibuat secara tertulis dan cenderung bersifat fleksibel menyesuaikan kondisi harian usaha.

Kendala pengambilan keputusan muncul ketika terjadi peningkatan jumlah pesanan,

karena keterbatasan tenaga kerja membuat pelayanan menjadi kurang optimal. Pemilik usaha mengakui bahwa keputusan terkait penambahan tenaga kerja masih ditunda karena keterbatasan modal.

B. Pengelolaan Modal

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan modal pada UMKM Es Teh Poci masih berfokus pada pemenuhan kebutuhan operasional sehari-hari. Modal usaha sebagian besar berasal dari dana pribadi pemilik, tanpa adanya pencatatan keuangan yang terstruktur.

Keputusan penggunaan modal lebih diprioritaskan untuk pembelian bahan baku dan biaya operasional, sementara keputusan untuk pengembangan usaha, seperti penambahan peralatan atau perluasan usaha, masih belum menjadi prioritas utama. Kondisi ini menyebabkan ruang gerak usaha menjadi terbatas.

C. Pengelolaan Bahan Baku

Dalam pengelolaan bahan baku, hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilik usaha menghadapi kendala berupa fluktuasi harga bahan baku, khususnya bahan utama yaitu es batu dan minuman sachet untuk melengkapi berbagai jenis minuman. Keputusan pembelian bahan baku masih didasarkan pada pengalaman dan perkiraan kebutuhan harian.

Selain itu, UMKM Es Teh Poci masih bergantung pada pemasok tertentu. Ketergantungan ini memengaruhi pengambilan keputusan ketika terjadi kenaikan harga atau keterlambatan pasokan, yang berdampak pada kelancaran proses produksi.

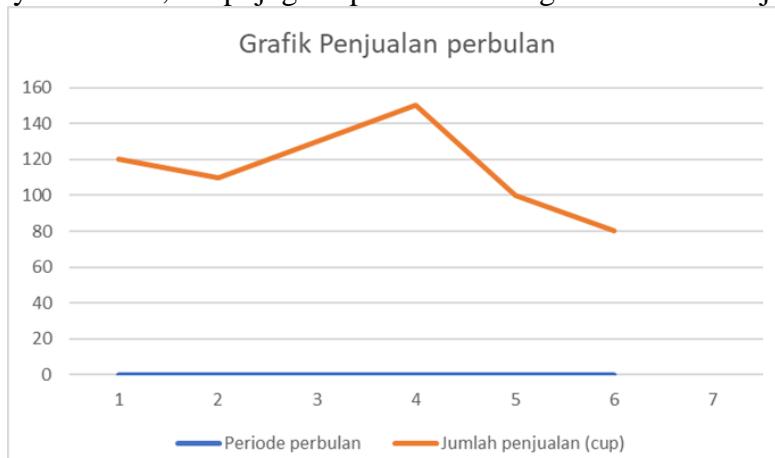
D. Pemasaran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengambilan keputusan dalam pemasaran masih dilakukan secara konvensional. UMKM Es Teh Poci lebih mengandalkan penjualan langsung di lokasi usaha dan promosi dari mulut ke mulut.

Pemanfaatan media digital seperti media sosial masih sangat terbatas, sehingga keputusan pemasaran belum didasarkan pada analisis pasar yang luas. Hal ini berdampak pada terbatasnya jangkauan konsumen dan potensi peningkatan penjualan.

E. Komentar atas Keputusan Pelaku UMKM Secara Empiris

Berdasarkan hasil penelitian, keputusan yang diambil oleh pelaku UMKM Es Teh Poci secara umum sudah mampu menjaga keberlangsungan usaha dalam jangka pendek. Namun, keputusan tersebut masih bersifat reaktif dan belum didukung oleh perencanaan yang matang. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan kualitas pengambilan keputusan agar usaha tidak hanya bertahan, tetapi juga dapat berkembang secara berkelanjutan.



Berdasarkan grafik penjualan per bulan, dapat dideskripsikan bahwa jumlah penjualan mengalami fluktuasi selama enam periode. Pada periode pertama, penjualan berada pada angka sekitar 120 cup, kemudian mengalami penurunan pada periode kedua menjadi sekitar 110 cup. Selanjutnya, penjualan kembali meningkat pada periode ketiga dan mencapai

puncaknya pada periode keempat dengan jumlah sekitar 150 cup. Namun setelah mencapai titik tertinggi tersebut, penjualan mengalami penurunan yang cukup signifikan pada periode kelima menjadi sekitar 100 cup, dan kembali menurun pada periode keenam hingga mencapai sekitar 80 cup. Secara keseluruhan, grafik menunjukkan bahwa penjualan bersifat tidak stabil, dengan kecenderungan meningkat di awal periode hingga pertengahan, kemudian menurun pada periode akhir, yang mengindikasikan adanya faktor-faktor tertentu yang memengaruhi penurunan penjualan pada bulan-bulan terakhir.

Pembahasan

A. Pengelolaan Tenaga Kerja

Dalam aspek tenaga kerja, hasil penelitian Es Teh Poci menunjukkan bahwa pengambilan keputusan terkait pembagian tugas dan alokasi kerja karyawan belum optimal, terutama ketika terjadi perubahan permintaan seperti saat penjualan meningkat atau menurun. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang menemukan bahwa UMKM sering mengalami kesulitan dalam mempertahankan tenaga kerja yang kompeten dan konsisten karena karakter usaha kecil yang informal dan terbatasnya kapasitas pelatihan internal.

Ketidakmampuan membuat keputusan proaktif terkait SDM ini berpotensi menurunkan layanan pelanggan, yang pada akhirnya berdampak pada stabilitas penjualan.

B. Pengelolaan Modal

Pada aspek pengelolaan modal, kendala pengambilan keputusan terlihat dari keterbatasan modal usaha serta belum optimalnya pencatatan keuangan. Keputusan penggunaan modal, baik untuk operasional maupun pengembangan usaha, belum didasarkan pada analisis keuangan yang sistematis.

Keterbatasan modal menjadi kendala strategis yang signifikan dalam pengambilan keputusan UMKM Es Teh Poci. Besarnya modal yang tersedia kerap memengaruhi kemampuan usaha untuk mengatur stok, promosi, atau investasi dalam peningkatan kualitas layanan. Temuan ini konsisten dengan studi lain yang menunjukkan bahwa UMKM menghadapi tantangan besar dalam pengelolaan modal dan akses pendanaan eksternal, sehingga keputusan terkait alokasi modal bersifat konservatif atau berhati-hati, membatasi ruang untuk inovasi atau ekspansi usaha.

C. Pengelolaan Bahan Baku

Hasil penelitian dalam hal bahan baku, keputusan Es Teh Poci terutama mengikuti kebutuhan jangka pendek tanpa strategi stok yang matang, sehingga mudah terpengaruh oleh fluktuasi permintaan pasar dan perubahan harga. Hal ini sesuai dengan temuan studi sebelumnya yang melaporkan bahwa UMKM sering menghadapi masalah dalam stabilitas bahan baku akibat ketergantungan pada pemasok tertentu dan volatilitas harga. Kendala ini mempengaruhi kemampuan UMKM untuk merencanakan produksi yang efisien dan menjamin kualitas layanan secara konsisten.

Fluktuasi harga bahan baku dan ketergantungan pada pemasok tertentu menjadi faktor eksternal yang memengaruhi kualitas keputusan. Kondisi ini menyebabkan ruang pengambilan keputusan menjadi terbatas, terutama ketika terjadi kenaikan harga atau keterlambatan pasokan. Hal ini menjelaskan mengapa pengelolaan bahan baku masih berpotensi menimbulkan risiko biaya dan ketidakefisienan operasional.

D. Pemasaran

Hasil analisis menunjukkan bahwa pengambilan keputusan pemasaran pada UMKM Es Teh Poci masih dilakukan secara konvensional dan belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Kondisi ini dapat dijelaskan oleh keterbatasan pengetahuan dan pengalaman pelaku usaha dalam pemasaran berbasis digital.

Dalam konteks UMKM Es Teh Poci, kurangnya inovasi dan pemanfaatan media digital menyebabkan peluang pasar belum dimanfaatkan secara optimal, sehingga

berdampak pada ketidakstabilan penjualan. Penelitian terbaru menegaskan bahwa keterbatasan pengetahuan dan keberanian dalam mengambil keputusan pemasaran, khususnya pemasaran digital, menjadi kendala utama bagi UMKM dalam meningkatkan daya saing (Putri & Wibowo, 2022; Rahmawati et al., 2022).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengambilan keputusan dalam menghadapi kendala usaha pada UMKM Es Teh Poci, dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha masih menghadapi berbagai keterbatasan dalam pengelolaan usaha, khususnya pada aspek tenaga kerja, modal, bahan baku, dan pemasaran. Pengambilan keputusan yang dilakukan cenderung bersifat sederhana, intuitif, dan reaktif, serta belum sepenuhnya didukung oleh analisis data dan perencanaan yang sistematis.

Keterbatasan modal dan sumber daya manusia menyebabkan pemilik usaha harus merangkap berbagai fungsi operasional, sehingga keputusan strategis belum menjadi prioritas utama. Selain itu, pengelolaan bahan baku yang bergantung pada pemasok tertentu serta fluktuasi harga turut memengaruhi stabilitas operasional usaha. Pada aspek pemasaran, minimnya pemanfaatan media digital mengakibatkan jangkauan pasar yang terbatas dan berkontribusi pada ketidakstabilan penjualan.

Secara keseluruhan, keputusan yang diambil oleh UMKM Es Teh Poci mampu menjaga keberlangsungan usaha dalam jangka pendek, namun belum cukup optimal untuk mendorong pertumbuhan dan pengembangan usaha secara berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan kualitas pengambilan keputusan yang lebih terencana, berbasis data, dan adaptif terhadap perubahan pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Amri, K. M., Firmansyah, R., Triana, R. E., Khairunisa, S., & Suherman, U. (2025). Strategi dan tantangan pengambilan keputusan pada UMKM Ratnasari Bakery. *Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*.
- Janah, U. R. N., & Tampubolon, F. R. S. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam Pertumbuhan Ekonomi: Analisis Kontribusi Sektor UMKM terhadap Pendapatan Nasional di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(2), 739–746. <https://teewanjournal.com/index.php/peng>
- Pasolong, H. (2023). Teori pengambilan keputusan. Alfabeta, Bandung.
- Rahmawati, A., Ananta, D., Rahmayanty, F., Putri, M., & Suherman, U. (2025). Pengambilan keputusan dalam kendala di UMKM Kaybun Dimsum Karawang. *Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*.
- Restuaji, H. W., et al. (2025). Analisis pengambilan keputusan atas kendala di UMKM Pabrik Tahu NR Karawang. *Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Organizational behavior* (17th ed.). Pearson Education Limited.
- Scott, S. G., & Bruce, R. A. (1995). Decision-making style: The development and assessment of a new measure. *Educational and Psychological Measurement*, 55(5), 818–831. <https://doi.org/10.1177/0013164495055005017>
- Siagian, S. P. (2016). Teori dan praktik pengambilan keputusan. Bumi Aksara.
- Tambunan, T. (2019). Usaha mikro, kecil, dan menengah di Indonesia: Isu-isu penting. LP3ES.
- Wijaya, E. M., Laudza, H. D., Maulana, S., Diva, Z. H., & Suherman, U. (2025). Analisis pengambilan keputusan dalam kendala di UMKM Toko Beras PB. Mulus. *Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*.
- Wijaya, T. (2018). Pengambilan keputusan dalam kewirausahaan dan usaha kecil. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 20(1), 1–10. <https://doi.org/10.9744/jmk.20.1.1-10>