

---

## Analisis Pengambilan Keputusan Kendala Pada Umkm Semprong Amoundy

<sup>1</sup>Ahmad Rifai, <sup>2</sup>Fajar Maulana, <sup>3</sup>Rara Nuravni Oktavia, <sup>4</sup>Salsabila Nelza Saputri, <sup>5</sup>Ujang Suherman

<sup>1-5</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan Karawang

E-mail: mn23.ahmadrifai@mhs.ubpkarawang.ac.id<sup>1</sup>, mn23.fajarmaulana@mhs.ubpkarawang.ac.id<sup>2</sup>, mn23.raraoktavia@mhs.ubpkarawang.ac.id<sup>3</sup>, mn23.salsabilasaputri@mhs.ubpkarawang.ac.id, ujangsuherman@ubpkarawang.ac.id<sup>5</sup>

---

### Article History:

Received: 09 Maret 2026

Revised: 18 Maret 2026

Accepted: 29 Maret 2026

**Keywords:** Kunjungan Industri, UMKM, Semprong Amoundy, Kewirausahaan, Proses Produksi, Teori Pengambilan Keputusan.

**Abstract:** Kunjungan ke industry termasuk dalam proses pembelajaran kontekstual yang bertujuan memberikan siswa pengalaman langsung tentang dunia bisnis dan industry. Laporan ini Adalah hasil dari kunjungan ke UMKM Semprong Amoundy, sebuah usaha mikro kecil menengah yang fokus pada produksi camilan tradisional, khususnya kue Semprong. Dalam kegiatan ini, metode yang digunakan terdiri dari pengamatan langsung, perbincangan dengan pemilik usaha, dan pengumpulan dokumen-dokumen. Temuan dari kunjungan ini mengindikasikan bahwa UMKM Semprong Amoundy menerapkan metode produksi tradisional disertai dengan inovasi dalam rasa dan kemasan untuk menarik perhatian para konsumen. Selain itu, usaha ini juga memanfaatkan platform media social sebagai sarana untuk promosi dan penjualan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, disimpulkan bahwa pengelolaan yang baik dan kreativitas dalam keberhasilan UMKM. Hasil dari kegiatan ini Adalah peningkatan pemahaman mengenai praktik bisnis secara langsung serta pentingnya pengembangan yang dimulai sejak awal. Pengalaman ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan berharga dan inspirasi bagi peserta dalam mengembangkan ide-ide kewirausahaan serta kesiapan dalam menghadapi tantangan di dunia bisnis di masa mendatang.

---

### PENDAHULUAN

Kegiatan mengunjungi industri adalah salah satu metode pembelajaran di luar kelas yang bersifat praktis dan relevan. Tujuannya adalah untuk memberikan pemahaman dan pengalaman secara langsung kepada mahasiswa mengenai proses kerja, manajemen usaha, serta tantangan nyata yang dihadapi oleh perusahaan, khususnya di sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Melalui kunjungan ini, mahasiswa tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritis, tetapi juga dapat melihat secara langsung penerapan ilmu kewirausahaan di lapangan.

Di tengah perubahan zaman yang ditandai oleh perkembangan teknologi digital yang cepat dan persaingan global yang ketat, UMKM di Indonesia menghadapi banyak tantangan, seperti

---

keterbatasan dalam penggunaan teknologi, efisiensi produksi yang rendah, dan strategi pemasaran yang tidak optimal. UMKM Semprong Amoundy menjadi contoh nyata dari UMKM lokal yang berusaha bertahan dengan melakukan inovasi pada rasa, kemasan produk, dan penggunaan media sosial, meskipun masih menghadapi kendala seperti proses produksi manual yang membutuhkan waktu dan distribusi produk yang belum efektif.

Dalam konteks ini, kunjungan industri menjadi sangat penting bagi siswa untuk memperoleh pemahaman langsung tentang kondisi lapangan dan menghubungkannya dengan teori yang telah dipelajari. Berdasarkan teori pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) dari Kolb (1984), siswa akan lebih mudah memahami suatu konsep jika mereka terlibat secara langsung dalam aktivitas atau proses nyata. Penelitian oleh Astuti (2021) juga menunjukkan bahwa kunjungan ke dunia industri dapat meningkatkan minat serta pemahaman siswa mengenai kewirausahaan.

Penelitian relevan mengenai pengambilan keputusan pada UMKM telah banyak dilakukan sebelumnya. Kristirahmawati & Rubedo (2025) dalam penelitiannya mengenai pengambilan keputusan pemilihan platform e-commerce dan media sosial pada UMKM sektor kuliner di Bandung menemukan bahwa pelaku UMKM menghadapi dilema dalam menentukan platform digital yang tepat dengan keterbatasan modal dan sumber daya manusia. Temuan ini sejalan dengan kondisi UMKM Semprong Amoundy yang masih menghadapi kendala dalam optimalisasi pemasaran digital.

Lebih lanjut, penelitian oleh Samita et al. (2024) mengenai integrasi konsep *bounded rationality* dalam pengambilan keputusan bisnis menjelaskan bahwa keterbatasan kognitif, waktu, dan informasi menyebabkan pelaku UMKM cenderung mengambil keputusan berdasarkan pengalaman dan intuisi daripada analisis komprehensif. Konsep *bounded rationality* yang dikemukakan Herbert A. Simon ini sangat relevan dengan kondisi UMKM di Indonesia, termasuk Semprong Amoundy, di mana keputusan operasional sering kali dilakukan secara terpusat oleh pemilik usaha dengan keterbatasan informasi dan waktu.

Studi oleh Azhari et al. (2024) tentang strategi penciptaan lapangan kerja pada sektor UMKM di Indonesia juga menekankan pentingnya pengelolaan sumber daya manusia yang optimal dalam meningkatkan produktivitas dan keberlanjutan usaha. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pembagian tugas yang efisien dan penempatan tenaga kerja yang tepat menjadi faktor kunci keberhasilan UMKM dalam menghadapi persaingan pasar.

Dalam aspek pemasaran, penelitian terbaru oleh Hakim & Fernando (2024) mengenai strategi pemasaran yang tepat bagi UMKM mengungkapkan bahwa kombinasi antara pemasaran konvensional dan digital perlu diseimbangkan sesuai dengan karakteristik produk dan target pasar. Temuan ini mengindikasikan bahwa UMKM seperti Semprong Amoundy perlu mengembangkan strategi pemasaran terintegrasi untuk memperluas jangkauan pasar tanpa meninggalkan basis pelanggan loyal yang sudah ada.

Oleh karena itu, kunjungan ke UMKM Semprong Amoundy tidak hanya bertujuan memberikan wawasan praktis tentang produksi dan pemasaran produk, tetapi juga mendorong siswa untuk mengidentifikasi masalah nyata yang dihadapi pengusaha, seperti rendahnya efisiensi produksi dan minimnya promosi digital.

Pada UMKM Semprong Amoundy ini hanya mempunyai satu rasa yaitu original, tidak menambah varian rasa karena rasa ini sudah menjadi ciri khas dari semprong Amoundy. Untuk ukuran yang tersedia yaitu ada 3 dari segi harga masih terjangkau, berikut data ukuran beserta isi dan harga yang disediakan pada Semprong Amoundy :

NO	Ukuran	Isi	Harga
----	--------	-----	-------

.....

1.	Kecil	50	35.000
2.	Sedang	80	50.000
3.	Besar	180	100.000

*Table 1 Data harga Semprong Amoundy*

## LANDASAN TEORI

Pada dasarnya keputusan adalah hasil pemecahan masalah yang dihadapi dengan tegas. Suatu keputusan merupakan jawaban yang pasti terhadap suatu pertanyaan (Pasolong, 2023). Kesimpulan yang di ambil menurut (Pasolong, 2023) bahwa keputusan adalah merupakan suatu pemecahan masalah sebagai suatu hukum situasi yang dilakukan melalui pemilihan suatu alternatif dari beberapa alternatif. Jadi dapat dikatakan pengambilan keputusan dilakukan karena adanya masalah, dan keputusan merupakan finalisasi dari pemilihan alternatif. Pengambilan keputusan merupakan peranan manajemen yang paling penting, dan tersedianya sumber informasi yang reliabel merupakan komponenn kunci bagi pembuatan keputusan manajemen. Pengambilan keputusan merupakan suatu yang urgen dari kegiatan kepemimpinan Dewi Anggadini, S. (2013). Dengan demikian pengambilan keputusan adalah suatu proses pemilihan dari berbagai alternatif baik kualitatif maupun kuantitatif untuk mendapatkan suatu alternatif terbaik guna menjawab masalah atau menyelesaikan konflik (pertentangan) Dewi Anggadini, S. (2013). Sedangkan menurut hasan (2014) dalam (Pasolong, 2023). Teori pengambilan keputusan adalah teori-teori atau teknik-teknik atau pendekatan-pendekatan yang digunakan dalam suatu proses pengambilan keputusan.

Harren (1980) dalam (Santoso & Triwijayati, 2018) menemukan ada lima gaya pengambilan keputusan yang berbeda yaitu, rasional, intuitif, spontaneous, avodiance, dependent. Gaya pengambilan keputusan intuitif ditandai perhatian pada perincian aliran informasi dari pada pengelolaan dan pencarian informasi secara sistematis, serta lebih mengandalkan firasat dan perasaan. Gaya spontaneous ditandai dengan keinginan untuk dapat mengambil keputusan secepat mungkin. Gaya dependent ditandai dengan pencarian saran dan masukan dari orang lain sebelum mengambil keputusan yang penting. Gaya avoidance upaya untuk menghindari pengambilan keputusan kapan dimungkinkan.

Berikut adalah tahapannya: 1) Menetapkan keputusan: Sebelum memulai, anda harus memastikan bahwa keputusan yang diambil realistis, dapat diukur, dan dilaksanakan sesuai waktu yang ditetapkan. 2) Mengumpulkan informasi: Anda harus memulai mengumpulkan informasi dengan melakukan penelitian primer dan skunder. Contohnya , anda bisa menyebar kuesioner, melakukan wawancara, atau mengumpulkan proses pengambilan keputusan 77 data-data eksternal yang berhubungan dengan industri anda untuk mendukung pengambilan keputusan. 3) Menimbang semua faktor : Luangkan waktu untuk menimbang semua faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengambilan keputusan berdasarkan informasi yang dikumpulkan ditahap sebelumnya. Kurniasari, E. (2012).

Simon (1997) dalam Kurniasari, E. (2012). Menjelaskan bahwa ada enam langkah dalam proses pengambilan keputusan yaitu : sebagai ahli pemimpin organisasi memebrikan rujukan dengan enam langkas dalam proses pengambilan keputusan, yaitu : (1) mendefinisakn masalah, (2) menganalisis masalah, (3) menggambarkan alternatif pemecahan masalah, (4) memutuskan satu pemecahan masalah terbaik, (5) merencanakan tindakan yang efektif, dan (6) memantau dan mengevaluasi hasilnya.

Sedangkan menurut Mintzberg (1976) dalam Kurniasari, E. (2012). Memberikan tiga tahap dalam proses pengambilan keputusan, yaitu: (1) tahap identifikasi, (2) tahap pengembangan, dan (3) tahap pemilihan. Tahap indentifikasi, pengambil keputusan mencari standar prosedur yang tersedia atau pemecahan masalah sebagai desain baru. Pada tahap pemilihan, pengambil keputusan dapan memilih dengan menggunakan pertimbangan, analisis logis, basis sitematis,atau bargain Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas keputusan adalah keputusan yang dibuat tepat waktu, efektif dan keputusan tersebut dapat diterima oleh pelanggan, mitra dan karyawan. Suatu keputusan dinilai berkualitas jika keputusan yang diambil pada waktu yang tepat (timeliness). Keputusan yang berkualitas juga bisa tepat waktu jika di dukung dengan teknologi informasi, karena teknologi informasi dapat mempercepat pengolahan data sehingga membuat informasi dapat disajikan tepat waktunya (Hartono, 2005);2) keefektifan, menurut Tuckman san Jansen (1977) bahwa kemajuan dari berkembangnya seseorang adalah pada kemampuan interkasi dengan orang lain secara menyeluruh, yang menunjukkan kualitas pegambilan keputusan yang lebih baik (Kerr dan Tindale, 2004). Dan Alliyah, S. (2015)

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan explanatory survey yang dilaksanakan pada 15 Desember 2025 di UMKM Semprong Amoundy, Jalan Anjun Kaler RT 12 RW 13, Kelurahan Karawang Kulon, Kecamatan Karawang Barat, Jawa Barat. Pemilihan lokasi didasarkan pada pertimbangan bahwa UMKM ini merupakan pelaku usaha makanan ringan tradisional yang masih aktif berproduksi dengan ciri khas produk kue semprong dan target pasar masyarakat umum dari berbagai kalangan usia.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama. Pertama, observasi langsung terhadap aktivitas produksi, pengemasan, dan pemasaran produk. Kedua, wawancara semi-terstruktur dengan pemilik usaha (Bapak Andi) dan tenaga kerja yang terlibat langsung dalam operasional usaha untuk menggali informasi terkait sejarah usaha, strategi pemasaran, sistem keuangan, pembagian kerja, serta kendala yang dihadapi. Ketiga, dokumentasi berupa foto, video, dan catatan lapangan sebagai data pendukung. Instrumen penelitian meliputi pedoman observasi, pedoman wawancara, dan catatan lapangan.

Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik deskriptif kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis difokuskan pada aspek pengelolaan tenaga kerja, permodalan, bahan baku, dan strategi pemasaran dalam konteks pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pelaku UMKM. Pendekatan explanatory survey digunakan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antarvariabel berdasarkan fakta yang ditemukan di lapangan, khususnya peran sumber daya manusia, permodalan, proses produksi, dan strategi pemasaran dalam mendukung kualitas, kuantitas produksi, serta keberlangsungan usaha.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **HASIL**

#### **Pengelolaan Tenaga Kerja**

Berdasarkan hasil wawancara, pemilik usaha UMKM Semprong Amoundy mengatakan bahwa terdapat 20 yang terlibat langsung dalam kegiatan operasional usaha. Pengambilan keputusan terkait pengelolaan tenaga kerja dilakukan langsung oleh pemilik usaha berdasarkan kebutuhan produksi, pengalaman kerja pegawai, serta kondisi permintaan pasar. Keputusan tersebut bersifat terpusat (centralized decision making), di mana pemilik menjadi pihak utama yang menentukan pembagian tugas dan jam kerja.

No.	Bagian Pekerjaan	Jumlah Karyawan
1.	Produksi	12 Orang

2.	Pengolahan bahan baku	4 Orang
3.	Packing	4 Orang

*Table 2 Data jumlah pekerjaan atau job desk*

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar karyawan diprioritaskan untuk ditempatkan pada bagian produksi. Keputusan tersebut diambil guna kelancaran pada produksi serta dapat memenuhi permintaan atau kebutuhan pelanggan. Dengan demikian, jumlah tenaga kerja pada bagian pemasaran dan administrasi relatif terbatas, sehingga pembagian pekerjaan dilakukan secara merata sesuai dengan kebutuhan operasional.

### **Pengelolaan Modal**

Berdasarkan hasil penelitian atau wawancara, bahwa pengelolaan modal pada UMKM Semprong Amoundy masih berfokus pada kebutuhan operasional sehari-hari. Modal usaha ini sebagian besar bersumber dari uang pribadi pemilik usaha dan digunakan untuk pembelian bahan baku, kemasan, serta biaya produksi lainnya. Pencatatan keuangan pun masih dilakukan secara sederhana dan manual. Keputusan dalam penggunaan modal lebih memfokuskan pada kebutuhan operasional, dibandingkan dengan memfokuskan pengembangan usaha, seperti pembelian peralatan baru atau perluasan bisnis. Kondisi ini membatasi ruang gerak usaha serta menyebabkan informasi keuangan usaha tidak tersedia secara rutin. Modal usaha yang lebih memfokuskan untuk pembelian bahan baku itu merupakan keputusan yang dinilai tepat karena upaya menjaga kelangsungan proses produksi tetap stabil, meskipun sistem pencatatan keuangan masih belum optimal.

### **Pengelolaan Bahan Baku**

Hasil wawancara dan observasi pada pemilik usaha Semprong Amoundy, menyatakan bahwa pengelolaan bahan baku di UMKM ini dilakukan dengan pembelian sesuai dengan kebutuhan pada produksi. Bahan baku utama diperoleh dari pemasok yang sudah dipercaya oleh pemilik usaha semprong ini dengan sistem pembelian setiap hari atau bahkan mingguan untuk kebutuhan stock. Pemilik usaha menyebutkan bahwa memiliki kendala berupa fluktuasi harga bahan baku, sehingga keputusan pembelian masih didasarkan pada pengalaman dan juga perkiraan kebutuhan dapur. Selain itu, ketergantungan pada pemasok memengaruhi keputusan pembelian ketika harga meningkat atau keterlambatan pasokan, yang mengakibatkan pada kelancaran proses produksi. Situasi ini menunjukkan bahwa pengelolaan bahan baku kurang atau bahkan tidak didukung oleh perencanaan persediaan yang terorganisir.

### **Pemasaran**

Penelitian atau observasi menunjukkan bahwa cara pengambilan keputusan dalam pemasaran UMKM Semprong Amoundy masih dilakukan secara konvensional. Pemasaran produk ini lebih mengandalkan penjualan langsung di tempat usaha serta bergantung pada promosi dari mulut ke mulut, dengan pemanfaatan media sosial seperti WhatsApp, Instagram, ataupun Facebook yang masih terbatas. Akan tetapi, produk Semprong Amoundy sudah tersedia pada platform E-Commerce seperti Shopee ataupun Tokopedia, penggunaan platform tersebut masih kurang dimanfaatkan secara optimal dan kurang didukung oleh strategi pemasaran digital yang terencana atau terstruktur. Selain itu, pemilik usaha juga menerapkan strategi penitipan produk di toko oleh-oleh atau beberapa toko cemilan, upaya memperluas jangkauan pemasaran. Keputusan pemasaran ini masih didasarkan pada pengalaman pemilik usaha dan tanggapan langsung dari konsumen, sehingga jangkauan pasar terbatas dan peluang peningkatan penjualan masih kurang dimaksimalkan.

**PEMBAHASAN****Pengelolaan Tenaga Kerja**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengambilan keputusan pengelolaan tenaga kerja pada UMKM Semprong Amoundy dilakukan secara terpusat oleh pemilik usaha. Pola ini umum ditemukan pada UMKM dengan struktur organisasi sederhana, di mana pemilik berperan sebagai pengambil keputusan utama dalam kegiatan operasional.

Pada sumber yang ditulis oleh (Gading Rayya Samita et al., 2024), Herbert Simon mendefinisikan bounded rationality sebagai keterbatasan manusia dalam membuat keputusan yang sepenuhnya rasional akibat keterbatasan kognitif, waktu, dan informasi. Dalam bounded rationality, manusia cenderung menggunakan heuristik atau aturan praktis untuk menyederhanakan proses pengambilan keputusan. Pendekatan ini relevan dalam situasi dengan ketidakpastian tinggi, seperti krisis ekonomi atau perubahan pasar (Simon, H. A., 2020). Penelitian menunjukkan bahwa bounded rationality sangat berguna dalam analisis kebijakan publik, manajemen organisasi, dan pengelolaan risiko. Sebagai contoh, dalam pengelolaan risiko keuangan, bounded rationality digunakan untuk mengidentifikasi strategi yang memadai berdasarkan informasi yang tersedia, meskipun data tersebut tidak sepenuhnya lengkap atau akurat (Kumar, A., & Singh, R., 2022).

Selain itu, Terry (2006) menjelaskan bahwa fungsi manajemen meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian. Pada UMKM Semprong Amoundy, pengelolaan dan pengorganisasian tenaga kerja masih perlu ditingkatkan agar kinerja usaha dapat berkembang secara berkelanjutan.

Dengan demikian, pengambilan keputusan tenaga kerja pada UMKM Semprong Amoundy secara empiris telah mendukung stabilitas operasional usaha, namun masih memiliki keterbatasan dalam mendukung aspek manajerial dan strategis.

**Pengelolaan Modal**

Pengelolaan modal di UMKM Semprong Amoundy ini menunjukkan bahwa cara pengambilan keputusan yang berfokus pada kelangsungan usaha dalam jangka waktu yang singkat. Keputusan untuk memilih memanfaatkan modal pribadi dianggap sebagai langkah yang bijak karena dapat mengurangi risiko pinjaman dan mempertahankan kendali sepenuhnya atas usaha.

Menurut Kasmir (2016), pengelolaan modal yang tepat membutuhkan pencatatan finansial yang sistematis dan pemisahan antara keuangan bisnis dan keuangan pribadi sehingga keputusan dapat diambil secara akurat. Dengan demikian, meskipun keputusan modal di Semprong Amoundy telah mendukung keberlangsungan usaha, tetapi juga diperlukan adanya peningkatan dalam sistem pencatatan dan pengelolaan modal agar usaha dapat bertumbuh secara berkelanjutan.

Selain itu, menurut Herbert A. Simon pada buku yang ditulis oleh (Gading Rayya Samita et al., 2024) yaitu menyoroti keterbatasan manusia dalam pengambilan keputusan akibat kendala kognitif, waktu, informasi, dan kemampuan pengambilan keputusan yang dikenal sebagai konsep rasionalitas terbatas. Kondisi ini menjelaskan mengapa keputusan pada pengelolaan modal di UMKM Semprong Amoundy ini lebih berorientasi pada operasional jangka pendek dan tidak diarahkan pada pengembangan usaha secara terencana.

**Pengelolaan Bahan Baku**

Pengelolaan bahan baku di UMKM Semprong Amoundy menunjukkan bahwa keputusan membeli bahan baku masih berdasarkan kebutuhan produksi setiap hari. Pemilihan keputusan ini bertujuan mengakomodir keterbatasan modal, mempertahankan kualitas bahan baku, serta mengurangi risiko kerusakan yang mungkin terjadi karena penyimpanan kalam waktu yang terlalu lama.

Menurut Harsanto (2013) dalam (As'ad et al., 2024) Manajemen Persediaan ialah serangkaian keputusan atau kebijakan sebuah Perusahaan dengan tujuan untuk memastikan

---

Perusahaan dapat menyediakan persediaan yang bermutu seperti jumlah dan waktu tertentu.

Pengendalian persediaan bahan baku bertujuan agar biaya operasional dapat diminimalkan seminimal mungkin. Untuk itu, perlu diperhatikan dari berbagai faktor yang dapat memengaruhi keputusan pembelian. Persediaan merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam sebuah perusahaan. Salah satu cara mengatasi masalah persediaan adalah dengan menerapkan sistem perencanaan pengendalian persediaan. Memprediksikan permintaan secara tepat merupakan tantangan yang tidak mudah bagi sebuah perusahaan, oleh karena itu perusahaan harus merencanakan dengan baik agar jumlahnya tidak terlalu besar dan juga tidak terlalu kecil. Persediaan merupakan sumber daya yang disimpan untuk memenuhi kebutuhan pada masa yang akan datang (Mulyano) dalam (Aam Widiawati et al., 2024).

### **Pemasaran**

Pengelolaan pemasaran pada UMKM Semprong Amoundy menunjukkan bahwa pengambilan keputusan pemasaran masih berorientasi pada pendekatan konvensional dan pengalaman pemilik usaha. Strategi pemasaran yang diterapkan, seperti penjualan langsung, promosi dari mulut ke mulut, penitipan produk di toko oleh-oleh, serta pemanfaatan platform e-commerce, dipilih untuk menyesuaikan dengan keterbatasan modal dan sumber daya.

Secara umum, pemasaran (marketing) adalah proses menciptakan, mengomunikasikan, dan menyampaikan nilai kepada pelanggan, serta mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan bagi organisasi maupun pelanggan itu sendiri (Kotler & Keller, 2016) dalam (Hakim & Fernando, 2024).

Selain itu, pendekatan konsinyasi di toko oleh-oleh dan penggunaan e-commerce adalah langkah yang tepat untuk memperluas jalur distribusi. Namun, tanpa adanya dukungan dari strategi promosi digital yang baik, potensi pemasaran melalui jalur tersebut belum dapat dimaksimalkan sepenuhnya atau belum optimal. Oleh karena itu, perlu adanya pengembangan strategi pemasaran yang lebih terencana agar keputusan pemasaran dapat mendukung pertumbuhan usaha secara berkelanjutan. Penguatan strategi tersebut dapat dilakukan melalui peningkatan pemanfaatan media sosial, perencanaan promosi yang konsisten, serta evaluasi hasil pemasaran secara berkala guna meningkatkan jangkauan pasar dan juga daya saing produk.

### **KESIMPULAN DAN IMPLIKASI**

Berdasarkan hasil, wawancara, dan analisis deskriptif kualitatif yang telah dilakukan terhadap UMKM Semprong Amoundy, dapat disimpulkan bahwa manajemen usaha masih dikuasai oleh keputusan yang terpusat ditangan pemilik bisnis. Format ini memberikan keuntungan positif bagi keberlangsungan operasional sehari-hari, terutama dalam mempertahankan kestabilan produksi dan memenuhi kebutuhan pasar. Namun, sisi lain dari ini adalah adanya batasan dalam sistem manajerial dan rencana jangka panjang yang masih menjadi hambatan bagi pengembangan usaha yang berkelanjutan.

Dari segi pengelolaan sumber daya manusia, pilihan penempatan karyawan yang lebih terfokus pada sektor produksi. Namun, kurangnya tenaga kerja dibidang pemasaran dan administrasi menyebabkan efektivitas manajemen dan ekspansi pasar belum dapat dilakukan dengan maksimal. Dalam hal ini permodalan, penggunaan dana pribadi mencerminkan kehati-hatian pemilik bisnis dalam menghindari potensi resiko keuangan, tetapi pencatatan keuangan yang sederhana dan dilakukan secara manual membatasi kapasitas usaha untuk melakukan evaluasi dan merencanakan pengembangan.

Pengelolaan bahan baku dilakukan berdasarkan kebutuhan harian atau mingguan untuk menjaga kualitas produk dan mengurangi resiko kerusakan. Meskipun keputusan ini efisien untuk jangka pendek, ketergantungan pada pemasok dan fluktuasi harga menunjukkan bahwa perencanaan

.....

persediaan belum sepenuhnya optimal. Disisi pemasaran, UMKM Semprong Amoundy masih menggunakan pendekatan tradisional dan mengandalkan pengalaman pemilik, sementara pemanfaatan media sosial dan e-commerce belum dilakukan dengan strategi yang jelas.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengambilan keputusan di UMKM Semprong Amoundy cenderung bersifat intuitif dan berdasarkan pengalaman, yang sejalan dengan konsep rasionalitas terbatas (bounded rationality). Keputusan tersebut mampu mendukung kelangsungan usaha, tetapi tidak sepenuhnya difokuskan pada pertumbuhan dan pengembangan jangka panjang.

## DAFTAR REFERENSI

- Aam Widiawati, Anisa Nurlaela Sari, Delia Marjania, Eka Ashri Nurhamidah, & Ujang Suherman. (2024). Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku dengan Metode Economic Order Quantity Pada Klontang Coffe & Resto. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 2(1), 78–85. <https://doi.org/10.55606/makreju.v2i1.2612>
- As'ad, M. A. I., Aziz, M. F. A., Yudhistira, D. karen, Astuti, T. T., & Suherman, U. (2024). 36-44. *Analisis Manajemen Persediaan Dalam Inovasi Pada Kedai Sultan Karawang*, 2.
- Azhari, A., Kamaruddin, K., & Simahatie, M. (2024). Strategi Penciptaan Lapangan Kerja Pada Sektor UMKM di Indonesia. *Ekonomika: Journal Ekonomi dan Pembangunan*, 16(1), 19–25. <https://doi.org/10.51179/eko.v16i1.2655>
- Gading Rayya Samita, Wisesa, W., Setiawan, E. D., Respati K, I., & Hidayat, R. (2024). Integrasi Artificial Intelligence dan Teori Bounded Rationality dalam Mengatasi Ketidakpastian Pengambilan Keputusan Bisnis di Era Big Data. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 2(2), 12. <https://doi.org/10.47134/jbkd.v2i2.3460>
- Hakim, D. L., & Fernando, A. (2024). *MENERAPKAN STRATEGI PEMASARAN YANG TEPAT*. Kristirahmawati, & Hendar Rubedo. (2025). Pengambilan Keputusan Pemilihan Platform E-Commerce dan Platform Media Sosial Pelaku UMKM (Survei pada Pelaku UMKM Sektor Kuliner di Kelurahan Suka Asih Kota Bandung). *Indonesian Journal of Social Science and Education (IJOSSE)*, 1(3), 368–383. <https://doi.org/10.62567/ijosse.v1i3.1319>
- Literasiologi Literasi Kita Indonesia, J., Wulandari, T., Purnama Sari, D., & Rahmi Nasution, A. (2024). *Deskripsi Mendalam untuk Memastikan Keteralihan Temuan Penelitian Kualitatif*. <https://doi.org/10.47783/literasiologi.v9i4>
- Munawar, Z., Herdiana, Y., Putri, N. I., & Rustiyana, R. (2021). DAMPAK INTELIJEN BISNIS PADA KUALITAS PENGAMBILAN KEPUTUSAN. *Infotronik: Jurnal Teknologi Informasi Dan Elektronika*, 6(1), 32. <https://doi.org/10.32897/infotronik.2021.6.1.661>
- Pasolong, H. (2023). *TEORI PENGAMBILAN KEPUTUSAN*. ALFABETA, cv.
- Samita, G. R., Wisesa, W., Setiawan, E. D., Respati K, I., & Hidayat, R. (2024). Integrasi Artificial Intelligence dan Teori Bounded Rationality dalam Mengatasi Ketidakpastian Pengambilan Keputusan Bisnis di Era Big Data. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 2(2), 1-12. <https://doi.org/10.47134/jbkd.v2i2.3460>
- Santoso, G., & Triwijayati, A. (2018). Gaya Pengambilan Keputusan Pembelian Pakaian Secara Online pada Generasi Z Indonesia. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 11(3), 231–242. <https://doi.org/10.24156/jikk.2018.11.3.231>
- Sholihah, D. A., & Mahmudi, A. (2015). Keefektifan Experiential Learning Pembelajaran Matematika MTs Materi Bangun Ruang Sisi Datar. *Jurnal Riset Pendidikan Matematika*, 2(2), 175–185. <https://doi.org/10.21831/jrpm.v2i2.7332>
- .....