

ANALISIS PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM KENDALA PADA TOKO BONEKA OPIK COLLECTION CIKAMPEK

Abdul Kodir¹, Benyamin Lumbantoruan², Deva Suderajat³, M. Ari Permana⁴, Tesar Rafli⁵, Ujang Suherman⁶

Universitas Buana Perjuangan Karawang, Karawang, Indonesia

mn23.abdulkodir@mhs.ubpkarawang.ac.id¹, mn23.benyaminlumbantoruan@mhs.ubpkarawang.ac.id², mn22.devasuderajat@mhs.ubpkarawang.ac.id³, mn23.m.putra@mhs.ubpkarawang.ac.id⁴, mn23.tesarrafli@mhs.ubpkarawang.ac.id⁵, ujang.suherman@ubpkarawang.ac.id⁶

Informasi Artikel

Vol: 3 No: 1 Januari 2026

Halaman : 1-7

Abstract

This study aims to analyze the decision-making process undertaken by the manager of the Opik Collection Doll Shop in Cikampek in the face of various operational constraints and business competition. In conducting their business, the doll shop faces challenges such as fluctuating consumer demand, limited inventory, price competition, and rapidly changing market trends. This study used a qualitative approach, collecting data through direct interviews with the shop owner, observations of operational activities, and a review of supporting documents related to business management policies. The results indicate that decision-making at the Opik Collection Doll Shop is influenced by internal factors, such as capital, storage capacity, and the owner's experience, as well as external factors such as market conditions and consumer behavior. The findings of this study demonstrate that appropriate and adaptive decision-making strategies are essential to overcome existing constraints and maintain business continuity and growth amidst increasingly fierce competition.

Keywords:

Decision making
Business constraints
Doll shop

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pengelola Toko Boneka Opik Collection Cikampek dalam menghadapi berbagai kendala operasional dan persaingan usaha. Dalam menjalankan kegiatan bisnis, toko boneka menghadapi tantangan seperti fluktuasi permintaan konsumen, keterbatasan stok barang, persaingan harga, serta perubahan tren pasar yang cepat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara langsung dengan pemilik toko dan observasi terhadap aktivitas operasional, serta penelaahan dokumen pendukung yang berkaitan dengan kebijakan pengelolaan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengambilan keputusan di Toko Boneka Opik Collection dipengaruhi oleh faktor internal, seperti kemampuan modal, kapasitas penyimpanan, dan pengalaman pemilik usaha, serta faktor eksternal berupa kondisi pasar dan perilaku konsumen. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengambilan keputusan yang tepat dan adaptif sangat diperlukan untuk mengatasi kendala yang ada serta menjaga keberlangsungan dan perkembangan usaha di tengah persaingan yang semakin kompetitif.

Kata Kunci : Pengambilan keputusan, kendala usaha, toko boneka

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha di sektor perdagangan ritel semakin menunjukkan persaingan yang ketat, terutama pada usaha mikro dan kecil yang bergerak di bidang penjualan produk mainan dan cendera mata. Kondisi ini menuntut setiap pelaku usaha untuk memiliki kemampuan pengambilan keputusan yang tepat dan efektif agar mampu bertahan dan berkembang di tengah dinamika pasar yang terus berubah. Pengambilan keputusan yang tidak tepat dapat menimbulkan berbagai kendala operasional, seperti ketidaksesuaian stok dengan permintaan konsumen, penetapan harga yang kurang kompetitif, serta menurunnya tingkat keuntungan usaha.

Salah satu potensi UMKM unggulan di Kabupaten Karawang adalah industri boneka yang terdapat di Kecamatan Cikampek dan Kecamatan Kota Baru. Cikampek terkenal sebagai salah satu penghasil boneka karena terdapat Kampung Boneka yang dimana banyak masyarakat yang berprofesi sebagai pengrajin boneka dan banyak toko - toko yang menjual berbagai macam jenis boneka. Kampung Boneka berdiri dari tahun 1980-an dan tetap bertahan hingga saat ini. Kampung Boneka telah menerima

berbagai penghargaan, salah satunya penghargaan dari PT Ayo Jalan – Jalan dan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) pada tahun 2019.

Toko Boneka Opik Collection Cikampek sebagai salah satu pelaku usaha di bidang penjualan boneka menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Kendala yang dihadapi meliputi fluktuasi permintaan konsumen, perubahan tren produk boneka, keterbatasan modal, serta persaingan harga dengan toko sejenis. Kondisi tersebut menuntut pengelola toko untuk mampu mengambil keputusan yang tepat, khususnya dalam hal pengadaan barang, penentuan harga, dan pengelolaan persediaan, agar usaha tetap berjalan secara optimal.(Arfian et al., 2024)

Dalam praktiknya, proses pengambilan keputusan pada usaha kecil sering kali dipengaruhi oleh pengalaman pemilik usaha, keterbatasan informasi, serta kondisi lingkungan usaha yang tidak menentu. Hal ini menyebabkan keputusan yang diambil tidak selalu berdasarkan analisis yang sistematis, sehingga berpotensi menimbulkan risiko dan hambatan dalam operasional usaha. Oleh karena itu, analisis terhadap proses pengambilan keputusan menjadi penting untuk memahami bagaimana keputusan dibuat dan sejauh mana keputusan tersebut mampu mengatasi kendala yang dihadapi.(Organisasi, 2024)

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pengelola Toko Boneka Opik Collection Cikampek dalam menghadapi berbagai kendala usaha. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa pemahaman yang lebih mendalam mengenai pentingnya pengambilan keputusan yang adaptif dan strategis bagi keberlangsungan usaha, serta menjadi referensi bagi pelaku usaha sejenis dalam meningkatkan kualitas pengelolaan bisnisnya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis berbagai kendala yang dihadapi dalam proses pengambilan keputusan pada UMKM Toko Boneka Opik Collection Cikampek. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kendala yang berkaitan dengan ketersediaan dan pengelolaan tenaga kerja, pengelolaan modal dan keuangan usaha, pengelolaan bahan baku, serta strategi pemasaran yang diterapkan dalam menjalankan kegiatan operasional. Melalui analisis terhadap aspek-aspek tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai proses pengambilan keputusan yang dilakukan pelaku UMKM dalam menghadapi keterbatasan sumber daya dan dinamika lingkungan usaha.

DASAR PENGEMBANGAN TEORI

A. Definisi Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan merupakan proses pemilihan satu alternatif terbaik dari beberapa alternatif yang tersedia untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Siagian (2012), pengambilan keputusan adalah suatu pendekatan sistematis terhadap masalah melalui pengumpulan fakta dan data, penentuan alternatif, serta pemilihan tindakan yang paling tepat. Sementara itu, Terry (2014) menyatakan bahwa pengambilan keputusan adalah pemilihan perilaku tertentu dari dua atau lebih alternatif yang ada.

Dalam konteks organisasi atau usaha, pengambilan keputusan menjadi aktivitas manajerial yang sangat penting karena menentukan arah dan keberhasilan suatu kegiatan operasional.

B. Gaya Pengambilan Keputusan

Gaya pengambilan keputusan menggambarkan cara individu atau manajer dalam menentukan pilihan. Menurut Rowe dan Mason (2007), gaya pengambilan keputusan dapat dibedakan menjadi beberapa jenis, yaitu:

1. Gaya Rasional, yaitu keputusan diambil berdasarkan analisis data, logika, dan pertimbangan objektif.
2. Gaya Intuitif, yaitu keputusan didasarkan pada pengalaman, perasaan, dan intuisi pengambil keputusan.
3. Gaya Dependensi, yaitu keputusan dibuat dengan melibatkan atau bergantung pada pendapat orang lain.
4. Gaya Avoidance, yaitu kecenderungan menunda atau menghindari pengambilan keputusan.

Pemilihan gaya pengambilan keputusan dipengaruhi oleh situasi, karakter individu, serta kompleksitas masalah yang dihadapi.

C. Tahap-Tahap Pengambilan Keputusan

Tahap-tahap pengambilan keputusan merupakan langkah-langkah sistematis yang dilakukan untuk menghasilkan keputusan yang tepat. Menurut Robbins dan Coulter (2016), tahapan pengambilan keputusan meliputi:

1. Identifikasi masalah
2. Pengumpulan dan analisis informasi
3. Penentuan alternatif Keputusan
4. Evaluasi alternatif
5. Pemilihan alternatif terbaik
6. Implementasi Keputusan
7. Evaluasi hasil keputusan

Tahapan ini membantu pengambil keputusan untuk meminimalkan kesalahan dan meningkatkan efektivitas keputusan yang diambil.

D. Proses Pengambilan Keputusan

Proses pengambilan keputusan merupakan rangkaian aktivitas yang saling berkaitan dalam menentukan suatu pilihan. Menurut Handoko (2015), proses pengambilan keputusan dimulai dari pengenalan masalah hingga evaluasi keputusan yang telah diterapkan. Proses ini tidak selalu berjalan secara linear, karena dalam praktiknya pengambil keputusan sering kali harus menyesuaikan langkah-langkah yang diambil dengan kondisi lingkungan dan keterbatasan sumber daya yang dimiliki. Dalam dunia usaha, proses pengambilan keputusan sering dipengaruhi oleh faktor internal seperti modal dan sumber daya manusia, serta faktor eksternal seperti kondisi pasar dan persaingan.

E. Kualitas Keputusan

Kualitas keputusan menunjukkan sejauh mana keputusan yang diambil mampu menyelesaikan masalah dan mencapai tujuan yang diharapkan. Menurut Gibson et al. (2012), keputusan yang berkualitas adalah keputusan yang efektif, efisien, tepat waktu, dan dapat diterima oleh pihak-pihak yang terkait. Kualitas keputusan juga dipengaruhi oleh kelengkapan informasi, kemampuan analisis pengambil keputusan, serta ketepatan dalam memilih alternatif terbaik.

Keputusan yang berkualitas tinggi akan memberikan dampak positif bagi kinerja organisasi atau usaha, sedangkan keputusan yang kurang tepat dapat menimbulkan berbagai kendala dan risiko di masa mendatang.(Handayani et al., n.d.)

METODE

Penelitian ini dilakukan di UMKM Boneka Opik Collection yang berada di Desa Cikampek Utara, Kecamatan Kota Baru, Kabupaten Karawang. Penelitian ini dilakukan dari bulan Desember 2025 – Januari 2026. Penelitian yang dilakukan yaitu membahas mengenai analisis kelayakan usaha.

Data primer dan sekunder adalah dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini. Dengan melakukan observasi lapangan dan wawancara mendalam dengan pemilik UMKM boneka Opik Collection data primer diperoleh secara langsung, yang memberikan wawasan langsung tentang operasional bisnis, masalah, dan peluang pertumbuhan. Proses observasi juga memungkinkan untuk memahami dengan mendalam mengenai hal-hal yang terjadi di lapangan, seperti produksi, distribusi, dan pemasaran. Selain itu, data sekunder secara tidak langsung dikumpulkan melalui berbagai literatur yang relevan. Dokumen internal perusahaan, buku-buku terkait, skripsi penelitian terdahulu, jurnal akademik, dan sumber lain yang mendukung konteks dan pemahaman penelitian.

JENIS PENELITIAN

Jenis Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif, yang bertujuan untuk mengeksplorasi proses, faktor, dan pengalaman yang memengaruhi pengambilan keputusan di UMKM toko grosir boneka.

WAKTU DAN TEMPAT PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Toko Grosir Boneka Opik Collection, yang berlokasi di Desa Cikampek Utara, Kecamatan KotaBaru, Karawang, Jawa Barat. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada karakteristik toko yang berperan sebagai pemasok utama boneka di wilayah sekitar, sehingga sesuai dengan fokus penelitian terkait pengelolaan usaha pada UMKM.

Adapun waktu penelitian dilakukan pada periode Desember 2025 hingga Januari 2026. Selama periode tersebut, peneliti melakukan serangkaian kegiatan, termasuk observasi langsung di lokasi, wawancara dengan pemilik, serta pengumpulan data tambahan dari dokumen operasional toko.

PROSEDUR PENELITIAN

Langkah awal dalam penelitian ini adalah menentukan fokus penelitian seperti strategi pemasaran dan kepuasan pelanggan, yaitu dengan cara melakukan observasi langsung pada UMKM grosir boneka dan wawancara dengan pemilik usaha untuk memahami tantangan utama yang dihadapi. Subjek penelitian adalah Bapak Opik selaku pemilik usaha grosir boneka Opik Collection.

DATA, INSTRUMEN, DAN TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Data primer diperoleh melalui wawancara semi – terstruktur dengan subjek penelitian yang dipilih berdasarkan fokus penelitian yang dipilih, yaitu strategi pemasaran dan kepuasan pelanggan sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan pada toko boneka Opik Collection. Instrumen wawancara dirancang untuk mengidentifikasi kendala dalam pengambilan keputusan, yang mencakup berbagai aspek seperti pengelolaan tenaga kerja, modal, bahan baku dan pemasaran. Sedangkan data sekunder melibatkan sumber -sumber terkait, seperti artikel ilmiah dan publikasi yang mencakup topik teori pengambilan keputusan dan studi kasus serupa lainnya. Proses pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam bersama subjek yang disesuaikan dengan ketersediaan subjek. Wawancara berlangsung antara 10 hingga 15 menit, direkam atas izin responden, dan kemudian ditranskripsikan untuk analisis lebih lanjut.

TEKNIK ANALISIS DATA

Data dianalisis menggunakan pendekatan tematik, di mana tema - tema utama yang muncul dari hasil wawancara diidentifikasi. Proses analisis mencakup: pembacaan awal transkrip wawancara untuk memahami konteks dan isu utama yang muncul, identifikasi tema utama berdasarkan jawaban subjek, temuan dari wawancara divalidasi dengan data sekunder untuk memastikan konsistensi dan keabsahan

penelitian ini, dan penarikan Kesimpulan yang mempertimbangkan hubungan antara kendala dan strategi pengambilan keputusan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Toko boneka Opik Collection merupakan salah satu UMKM di karawang yang menjual berbagai macam jenis boneka. Toko boneka Opik Collection sudah berdiri lebih dari 10 tahun. Selama lebih dari 10 tahun tersebut, tentunya toko Opik Collection telah menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan bisnisnya. Karena hal ini, bapak Opik selaku pemilik toko Opik Collection sering menghadapi situasi pengambilan keputusan untuk bisnisnya ini.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara dengan pemilik Toko Boneka Opik Collection Cikampek, dapat dianalisis bahwa proses pengambilan keputusan dalam usaha ini dipengaruhi oleh keterbatasan sumber daya dan kondisi lingkungan usaha. Analisis dilakukan pada empat aspek utama, yaitu pengelolaan tenaga kerja, modal, bahan baku, dan pemasaran. Beberapa tantangan atau kendala telah dianalisis melalui wawancara yang dilakukan bersama bapak Opik, sebagai Berikut :

A. Pengelolaan Tenaga Kerja

Hasil analisis menunjukkan bahwa keputusan pengelolaan tenaga kerja yang dilakukan oleh pemilik toko bersifat efisiensi-biaya (cost efficiency). Dengan menjadikan pemilik sebagai tenaga kerja utama dan hanya menambah tenaga kerja ketika permintaan meningkat, pelaku UMKM berusaha menyesuaikan kapasitas kerja dengan kondisi pasar. Keputusan ini mencerminkan pengambilan keputusan rasional terbatas, di mana pemilik mempertimbangkan keterbatasan modal dan ketidakpastian permintaan. Namun, secara analitis keputusan ini menimbulkan risiko keterlambatan pelayanan dan keterbatasan kapasitas produksi ketika permintaan tinggi, yang dapat berdampak pada kepuasan pelanggan.

B. Pengelolaan Modal

Pengelolaan modal yang sepenuhnya bersumber dari modal pribadi menunjukkan bahwa pemilik usaha cenderung menghindari risiko finansial yang lebih besar. Analisis menunjukkan bahwa keputusan ini memberikan stabilitas keuangan jangka pendek, tetapi membatasi fleksibilitas pengambilan keputusan strategis, seperti penambahan stok dalam jumlah besar atau ekspansi usaha. Keterbatasan modal menyebabkan pengambilan keputusan menjadi lebih konservatif dan berorientasi pada kelangsungan usaha, bukan pada pertumbuhan usaha secara agresif.

C. Pengelolaan Bahan Baku

Persediaan bahan baku memiliki peran penting sebagai penopang keberhasilan kegiatan produksi.(Ilmiah et al., 2024) Dalam pengelolaan bahan baku, keputusan pemilik toko sangat bergantung pada pengalaman dan hubungan dengan pemasok. Analisis menunjukkan bahwa pendekatan ini cukup efektif dalam menjaga kontinuitas pasokan, namun belum didukung oleh sistem perencanaan dan pengendalian persediaan yang terstruktur. Ketergantungan pada pemasok tertentu dan fluktuasi harga bahan baku menyebabkan keputusan pengadaan bersifat reaktif. Hal ini berpotensi menimbulkan ketidakseimbangan antara ketersediaan stok dan permintaan pasar.

D. Pemasaran

Strategi merupakan pernyataan direksional yang mencakup sejumlah dimensi dalam meningkatkan daya saing, yaitu arena, advantage, acces dan activities. agar dapat memenangkan persaingan. (Berbasis et al., 2013)Keputusan pemasaran yang mengombinasikan penjualan langsung, pemasaran online, dan kerja sama dengan reseller menunjukkan adanya upaya adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Analisis menunjukkan bahwa keputusan ini tepat dalam konteks UMKM dengan keterbatasan

sumber daya, karena mampu memperluas jangkauan pasar dengan biaya relatif rendah. Namun, pemasaran yang dilakukan belum didasarkan pada analisis pasar yang sistematis, sehingga efektivitas strategi pemasaran masih bergantung pada pengalaman dan intuisi pemilik usaha.

E. Tantangan dan Kendala Lainnya

Tantangan dan kendala yang dihadapi oleh UMKM grosir boneka mencakup berbagai aspek penting yang memengaruhi proses pengambilan keputusan dan keberlangsungan usaha. Salah satu tantangan utama adalah persaingan usaha yang semakin ketat, baik dari sesama pelaku usaha lokal maupun dari produk impor yang menawarkan harga lebih rendah atau desain yang lebih menarik bagi konsumen. Kondisi ini menuntut pelaku UMKM untuk mampu mengambil keputusan strategis agar tetap memiliki daya saing di pasar.

Selain itu, pengelolaan modal menjadi kendala yang signifikan bagi UMKM grosir boneka. Sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan modal pribadi dalam menjalankan kegiatan operasional. Ketergantungan pada sumber modal internal ini menyebabkan keterbatasan dalam pengembangan usaha dan pengambilan keputusan yang cenderung bersifat hati-hati, terutama dalam pembelian stok dan ekspansi pasar.

Kendala lainnya terdapat pada pengelolaan bahan baku, di mana ketersediaan dan kualitas bahan baku sangat memengaruhi kelancaran operasional usaha. Pengelolaan bahan baku yang kurang efisien dapat mengakibatkan ketidaksesuaian stok, keterlambatan produksi, serta menurunnya daya saing produk. Oleh karena itu, pengambilan keputusan terkait bahan baku menjadi faktor penting dalam menjaga stabilitas usaha.

Perubahan tren pasar dan perilaku konsumen yang berlangsung cepat juga menjadi tantangan tersendiri bagi UMKM. Ketidakmampuan pelaku usaha dalam menyesuaikan produk dengan tren yang sedang berkembang berpotensi menyebabkan penurunan permintaan. Hal ini menuntut pengambilan keputusan yang adaptif dan responsif terhadap dinamika pasar.

Dari sisi sumber daya manusia, keterbatasan tenaga kerja menjadi kendala dalam memenuhi peningkatan permintaan, terutama pada periode tertentu. Banyak UMKM, termasuk Opik Collection, masih mengandalkan jumlah tenaga kerja yang terbatas, sehingga keputusan terkait pengelolaan tenaga kerja harus disesuaikan dengan kemampuan modal dan kebutuhan operasional.

Terakhir, strategi pemasaran yang belum optimal juga menjadi hambatan dalam meningkatkan penjualan. Pemasaran yang kurang efektif dapat membatasi jangkauan pasar dan pertumbuhan usaha. Oleh karena itu, UMKM perlu mengambil keputusan yang tepat dalam memanfaatkan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa proses pengambilan keputusan pada Toko Boneka Opik Collection Cikampek dipengaruhi oleh berbagai kendala internal dan eksternal yang berkaitan dengan keterbatasan sumber daya usaha. Dalam pengelolaan tenaga kerja, keputusan yang diambil cenderung berorientasi pada efisiensi biaya dengan mengandalkan pemilik sebagai tenaga kerja utama dan menggunakan tenaga tambahan secara situasional. Keputusan ini efektif dalam menekan biaya operasional, namun berpotensi membatasi kapasitas pelayanan ketika permintaan meningkat.

Pada aspek pengelolaan modal, keputusan menggunakan modal pribadi mencerminkan sikap kehati-hatian dan penghindaran risiko finansial. Meskipun mampu menjaga stabilitas keuangan usaha, keputusan tersebut membatasi ruang gerak pengembangan usaha dan fleksibilitas dalam menghadapi

peluang pasar. Dalam pengelolaan bahan baku, pengambilan keputusan didasarkan pada pengalaman dan hubungan dengan pemasok, yang membantu menjaga kelancaran pasokan, tetapi belum didukung oleh sistem perencanaan dan pengendalian yang terstruktur sehingga berpotensi menimbulkan ketidakseimbangan stok.

Sementara itu, pada aspek pemasaran, keputusan untuk memanfaatkan penjualan langsung, pemasaran online, dan kerja sama dengan reseller menunjukkan kemampuan adaptasi pelaku UMKM terhadap perubahan lingkungan bisnis dan perilaku konsumen. Namun, strategi pemasaran yang diterapkan masih bersifat sederhana dan belum sepenuhnya didukung oleh analisis pasar yang sistematis.

Secara keseluruhan, kualitas pengambilan keputusan di Toko Boneka Opik Collection dinilai cukup efektif dalam menjaga keberlangsungan usaha, namun masih didominasi oleh pendekatan intuitif dan pengalaman pribadi. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan kualitas pengambilan keputusan melalui perencanaan yang lebih sistematis, pemanfaatan informasi dan teknologi, serta pengelolaan sumber daya yang lebih terstruktur agar usaha dapat berkembang secara berkelanjutan dan memiliki daya saing yang lebih kuat.

REFERENCES

- Arfian, Z., Rizke, M. B., Hidayat, R., Studi, P., Bisnis, A., Mikro, U., & Keputusan, T. P. (2024). *Issn : 3025-9495. 10(1)*.
- Berbasis, M., Kreatif, I., & Ict, M. (2013). *Information and Communication Technology*. 2, 31–42.
- Handayani, C. K., Anggraini, N. M., Hidayat, R., & Respati, I. (n.d.). *Analysis of the Application of Decision Making Theory in Business Strategy of PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk* Analisis Penerapan Teori Pengambilan Keputusan Dalam Strategi Bisnis Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. 1(1), 104–112.
- Ilmiah, J., Dan, E., & Devi, A. C. (2024). *Literatur Riview : Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Dengan Menggunakan Metode Economic Order Quantity (EOQ) (Studi kasus Perusahaan di Indonesia)*. 2(1), 28–34.
- Organisasi, D. K. (2024). *Teori pengambilan keputusan: mengupas definisi, proses, dan faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam konteks organisasi*. 5(4).