

Analisis Kendala Dalam Pengambilan Keputusan Di UMKM Warung Ema

Farras Luthfiyyah Zahra¹, Syalma Dahlia Effendi², Nurul Ma'rifah³, Fany Laelasari⁴, Ujang Suherman⁵

Universitas Buana Perjuangan Karawang, Karawang, Indonesia¹²³⁴⁵
mn22.farraszahra@mhs.ubpkarawang.ac.id¹, mn22.syalmaeffendi@mhs.ubpkarawang.ac.id²,
mn22.nurulmarifah@mhs.ubpkarawang.ac.id³, mn22.fanylaelasari@mhs.ubpkarawang.ac.id⁴,
ujang.suherman@ubpkarawang.ac.id⁵

Informasi Artikel	Abstract
Vol: 1 No : 4 2024 Halaman : 156-162	<i>This study aims to identify constraints in decision-making at Warung Ema MSMEs in Karawang and evaluate the strategies implemented to overcome them. Using a descriptive qualitative approach through a case study, data was obtained from in-depth interviews with the owner of Warung Ema, Mrs. Ani, as well as related literature as secondary data. The results revealed constraints such as in labor management, capital and financial management, raw material management, marketing strategies, and other constraints. The main constraints in decision-making at Warung Ema that were identified include limited labor, access to capital, traditional marketing, and a less strategic business location. Strategies include optimizing the family workforce for efficiency, selecting raw material suppliers based on quality and competitive prices, and marketing based on "word of mouth." However, technological limitations are a significant obstacle, especially in expanding the market through digitalization. Frequent location shifts due to government policies also affect business stability. The study concludes that family-based strategies and local adaptation can support the survival of MSMEs in difficult situations. However, to promote long-term sustainability, the application of digital technology, access to more competitive funding, and business management training are needed. The implications of this research provide insights for MSME actors in managing decision-making constraints and optimizing digitalization opportunities. The results of this study also serve as a reference for further studies related to innovative adaptation strategies in the MSME sector to support local economic growth.</i>
Keywords: Constraints Decision Making MSMEs	

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kendala dalam pengambilan keputusan pada UMKM Warung Ema di Karawang serta mengevaluasi strategi yang diterapkan untuk mengatasinya. Dengan pendekatan deskriptif kualitatif melalui studi kasus, data diperoleh dari wawancara mendalam kepada pemilik Warung Ema, Ibu Ani, serta literatur terkait sebagai data sekunder. Hasil penelitian mengungkapkan kendala-kendala seperti dalam pengelolaan tenaga kerja, pengelolaan modal dan keuangan, pengelolaan bahan baku, strategi pemasaran, dan kendala yang lainnya. Kendala utama dalam pengambilan keputusan di Warung Ema yang teridentifikasi meliputi keterbatasan tenaga kerja, akses modal, pemasaran yang masih tradisional, serta lokasi usaha yang kurang strategis. Strategi yang dilakukan mencakup optimalisasi tenaga kerja keluarga untuk efisiensi, pemilihan pemasok bahan baku berdasarkan kualitas dan harga yang kompetitif, serta pemasaran berbasis "word of mouth." Kendati demikian, keterbatasan teknologi menjadi hambatan signifikan, terutama dalam memperluas pasar melalui digitalisasi. Lokasi yang sering berpindah akibat kebijakan pemerintah juga memengaruhi stabilitas usaha. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi berbasis keluarga dan adaptasi lokal dapat mendukung keberlangsungan UMKM dalam situasi sulit. Namun, untuk mendorong keberlanjutan jangka panjang, penerapan teknologi digital, akses pendanaan yang lebih kompetitif, serta pelatihan pengelolaan usaha diperlukan. Implikasi penelitian ini memberikan wawasan bagi pelaku UMKM dalam mengelola kendala pengambilan keputusan serta mengoptimalkan peluang digitalisasi. Hasil penelitian ini juga menjadi referensi bagi studi lanjutan terkait inovasi strategi adaptasi di sektor UMKM untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.

Kata Kunci : Kendala, Pengambilan Keputusan, UMKM

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah jenis usaha dengan kategori yang berdasarkan jumlah aset dan omset tahunan, di mana usaha mikro memiliki aset dan omset terkecil, juga diikuti oleh usaha kecil, dan kemudian usaha menengah yang memiliki kapasitas yang lebih besar tetapi masih dalam skala terbatas dibandingkan dengan perusahaan besar (Rusdiana dalam Dwi Maharani Sabban et al., 2024). Iskandar mengatakan bahwa UMKM memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi di banyak negara, termasuk Indonesia (Supriandi, dalam Meilisa Amalia, 2023). Dengan kontribusi yang begitu signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan perekrutan tenaga kerja, UMKM juga merupakan salah satu pilar penting dalam pengembangan ekonomi nasional. Namun, meskipun memiliki potensi yang besar, masih banyak pelaku UMKM yang menghadapi berbagai tantangan yang dapat menghambat pertumbuhan dan keberlanjutan usaha mereka. Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM adalah pengambilan keputusan yang efektif. Turban mengatakan bahwa pengambilan keputusan adalah suatu proses memilih tindakan dari berbagai alternatif untuk mencapai satu atau beberapa tujuan (Alivia Fasha et al., 2025).

Keberhasilan suatu usaha tidak hanya ditentukan oleh produk atau jasa yang ditawarkan, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengambil keputusan yang tepat di berbagai situasi. Pengambilan keputusan menjadi aspek krusial yang memengaruhi berbagai aspek usaha, mulai dari pemilihan lokasi, pengelolaan sumber daya manusia, pengelolaan bahan baku, hingga pengelolaan keuangan dan pemasaran. Dalam Kamus Besar Ilmu Pengetahuan, pengambilan keputusan didefinisikan sebagai proses pemilihan satu atau beberapa alternatif terbaik berdasarkan kriteria tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks ini, teori pengambilan keputusan memegang peranan penting sebagai panduan sistematis dalam memilih solusi yang optimal di antara berbagai pilihan yang tersedia.

Menurut para pakar, pengambilan keputusan tidak hanya menjadi inti dari kegiatan manajerial, tetapi juga merupakan proses yang kompleks melibatkan identifikasi masalah, analisis alternatif, pemilihan solusi terbaik, dan implementasinya (Ratna Sari et al., 2024; Mukhtar et al., 2023). Proses ini menjadi sangat relevan dalam berbagai situasi, mulai dari pengelolaan organisasi, pengembangan strategi bisnis, hingga respons terhadap dinamika pasar.

Dalam konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), pengambilan keputusan yang tepat dan cepat sangat menentukan keberlangsungan usaha. Keputusan yang baik mampu membantu UMKM mengoptimalkan sumber daya, meningkatkan efisiensi operasional, serta mengambil peluang ekspansi yang signifikan (Yulianti dalam Dwi Maharani Sabban et al., 2024). Di sisi lain, gaya pengambilan keputusan yang diterapkan, baik yang bersifat mengarahkan, analitis, konseptual, maupun perilaku, turut memengaruhi hasil akhir dari proses pengambilan keputusan (Marsyela et al., 2023).

Tahapan pengambilan keputusan, seperti analisis situasi, pengembangan alternatif, evaluasi, pemilihan, hingga implementasi, menjadi langkah-langkah yang perlu dijalankan secara sistematis untuk mencapai hasil yang optimal (Cherryl et al., 2024). Dengan memperhatikan kualitas keputusan, yaitu dengan mempertimbangkan berbagai faktor seperti informasi yang akurat, umpan balik, dan mitigasi risiko, proses pengambilan keputusan dapat memberikan dampak positif yang signifikan (Al Rasyid, 2024).

Hal ini berlaku pada usaha kecil dan menengah, seperti yang dijalankan oleh Ibu Ani Rohayani, seorang pemilik Warung Ema yang menjual soto dan ketupat dengan pengalaman berdagang selama lebih dari tiga dekade di Karawang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apa saja kendala yang dialami Warung Ema dan bagaimana Warung Ema mengambil keputusan dalam menghadapi kendala-kendala tersebut. Dengan memahami apa saja kendala serta bagaimana strategi pengambilan keputusan yang diterapkan untuk mengatasi kendala-kendala tersebut, diharapkan dapat memberikan gambaran serta wawasan bagi pelaku UMKM lain dalam mengatasi masalah yang serupa.

METODE

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui kendala dalam pengambilan keputusan di UMKM Warung Ema, seperti: (1) Ketersediaan dan pengelolaan tenaga kerja; (2) Pengelolaan modal dan keuangan; (3) Pengelolaan bahan baku; (4) Strategi pemasaran yang diterapkan.

Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus melalui wawancara mendalam. Pendekatan ini dipilih karena dapat memberikan keleluasaan dalam mengeksplorasi secara mendalam terkait pengalaman dan tantangan spesifik yang dihadapi oleh Ibu Ani sebagai pelaku UMKM Warung Ema dalam melakukan pengambilan keputusan. Sebagaimana yang diungkapkan oleh (Marsyela et al., 2023), deskriptif kualitatif adalah suatu pendekatan dalam penelitian sosial yang bertujuan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang bersifat non-numerik, seperti kata-kata, gambar, atau perilaku, untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang suatu fenomena atau pengalaman manusia.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 15 Desember 2024 di UMKM Warung Ema yang berlokasi di Jl. Veteran No. 30, Karawang Wetan, Kecamatan Karawang Timur, Kabupaten Karawang, Jawa Barat, 41314.

Prosedur Penelitian

Langkah awal dalam penelitian ini adalah menentukan topik mengenai kendala pengambilan keputusan pada UMKM. Fokus utama pada masalah yang diidentifikasi ialah tantangan atau kendala yang dihadapi pelaku UMKM dalam proses pengambilan keputusan terkait bisnisnya. Penelitian dilakukan menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus melalui wawancara mendalam. Subjek penelitian adalah Ibu Ani Rohayani, pemilik UMKM Warung Ema.

Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Data primer diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur dengan subjek penelitian yang dipilih berdasarkan kriteria relevansi, yaitu UMKM yang mengalami kendala dalam pengambilan keputusan, dalam hal ini adalah Ibu Ani selaku pemilik UMKM Warung Ema. Metode ini dipilih karena memungkinkan penggalian informasi yang lebih mendalam dan fleksibel dalam menyesuaikan pertanyaan berdasarkan jawaban dari subjek. 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 literatur 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 25 hingga 30 menit, direkam atas izin responden, dan kemudian ditranskripsikan untuk analisis lebih lanjut. Data tambahan dari literatur seperti artikel dan publikasi yang meliputi bahasan tentang definisi, gaya, tahapan, proses, kualitas, serta kendala dalam pengambilan keputusan.

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, triangulasi data atau 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 DAN PEMBAHASAN

Warung Ema merupakan salah satu UMKM di Karawang yang menjual berbagai produk, seperti soto dan ketupat. Warung Ema sudah dijalankan selama lebih dari tiga dekade. Selama lebih dari tiga dekade tersebut, tentunya Warung Ema telah menghadapi berbagai tantangan dan kendala dalam menjalankan bisnisnya. Dalam hal ini, Ibu Ani selaku pemilik Warung Ema tentu sering menghadapi situasi pengambilan keputusan untuk bisnisnya. Beberapa tantangan atau kendala tersebut telah dianalisis setelah melalui wawancara yang dilakukan bersama Ibu Ani, sebagai berikut:

Ketersediaan Pengelolaan Tenaga Kerja

Menurut teori Human Capital Management, sumber daya manusia adalah aset penting dalam keberlanjutan bisnis. Beban kerja yang terlalu besar pada satu individu dapat mengurangi produktivitas dan menimbulkan risiko kelelahan (Alivia Fasha et al., 2025). Untuk mengatasi keterbatasan tenaga kerja di Warung Ema, Ibu Ani memilih untuk melibatkan dan mengandalkan anggota keluarganya dalam pelaksanaan operasional Warung Ema. Dalam pengelolaannya, Ibu Ani memberikan dan membagi tugas kepada setiap anggota keluarganya, seperti Ibu Ani berperan sebagai juru masak, suaminya sebagai pramusaji, serta anak-anaknya yang akan membantu di saat yang diperlukan. Pembagian tugas ini diberikan kepada anggota keluarganya agar kegiatan operasional dapat berjalan dengan efisien.

Pengelolaan Modal dan Keuangan

UMKM sering kali memiliki akses terbatas ke sumber daya keuangan, sehingga menyulitkan mereka untuk memperluas operasi bisnis mereka (Meilisa Amalia, 2023). Hal tersebut juga dialami oleh Warung Ema. Keterbatasan modal untuk mempertahankan dan membesarkan bisnisnya, membuat Ibu Ani memanfaatkan pinjaman dari bank keliling. Meskipun selalu lancar dalam pembayaran, bunga yang tinggi menjadi beban yang memengaruhi pendapatan Warung Ema. Sadar akan hal tersebut, Ibu Ani membuat keputusan bijak dengan tidak mengambil pinjaman lebih besar meskipun dalam kondisi sulit. Keputusan ini mencerminkan pertimbangan risiko yang matang untuk menghindari beban utang yang lebih berat.

Pengelolaan Bahan Baku

Bahan baku yang digunakan di Warung Ema diperoleh dari Pasar Baru Karawang dan Pasar Johar. Ibu Ani memilih bahan baku dari kedua pasar tersebut atas pertimbangan harga dan kualitas yang ditawarkan dari kedua pasar tersebut, selain itu jarak tempuh ke kedua pasar itu juga menjadi pertimbangan dalam pembelian bahan baku. Keputusan ini menunjukkan proses evaluasi yang cermat untuk memastikan bahan yang digunakan berkualitas baik, yang pada akhirnya memengaruhi kualitas produk yang dijual. Selain hal tersebut, Ibu Ani menyatakan tidak ada kendala yang berarti dalam pengelolaan bahan baku di Warung Ema.

Strategi Pemasaran

Pemasaran bertujuan untuk menciptakan, menjaga, dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan dan pihak lain, sambil mendapatkan keuntungan dan mempertemukan semua kelompok yang terlibat. Ini dilakukan untuk mencapai pertukaran yang saling menguntungkan dan memenuhi komitmen yang telah dibuat (Gronroos dalam Cikal Asa Bangsa, 2024). Warung Ema yang telah berdiri selama lebih dari tiga dekade, tentu sudah memiliki pelanggan tetap. Pelanggan-pelanggan tersebut merupakan hasil dari keramahan pelayanan di Warung Ema. Namun, strategi pemasaran yang digunakan Ibu Ani untuk Warung Ema masih tergolong sebagai pemasaran tradisional, seperti

pemanfaatan kekuatan *word of mouth* atau pemasaran melalui mulut ke mulut. Strategi tersebut memang bisa dibilang cukup efektif, namun potensi digitalisasi seperti promosi *online* belum dimanfaatkan secara optimal. Hal tersebut dikarenakan adanya keterbatasan dalam teknologi yang dimiliki Warung Ema. Ibu Ani pun berharap agar di masa mendatang dapat menerapkan pemasaran digital setelah kendala dalam keterbatasan teknologi tadi teratasi agar dapat memperluas bisnisnya untuk mendapatkan lebih banyak pelanggan.

Tantangan dan Kendala Lainnya

Selain kendala-kendala yang telah disebutkan di atas, Ibu Ani juga menghadapi berbagai kendala lain yang mengakibatkan terhambatnya kelancaran operasional di Warung Ema. Kendala-kendala tersebut di antaranya seperti cuaca yang kadang tidak menentu. Kendala cuaca yang tidak menentu membuat Warung Ema menjadi sepi pelanggan, ditambah dengan keterbatasan media promosi yang belum mengoptimalkan digitalisasi membuat Warung Ema semakin sulit menjangkau pelanggan dalam kondisi cuaca yang buruk.

Selain kondisi cuaca yang tidak menentu, perubahan lokasi akibat kebijakan pemerintah setempat juga menjadi salah satu kendala yang mempengaruhi kelancaran bisnis Warung Ema ini. Awalnya, Ibu Ani berjualan di depan rumahnya yang beralamat di Guro satu Karawang, kemudian kerabat perempuannya menawarkan kepada Ibu Ani untuk meneruskan warung yang akan ditinggalkannya yang berlokasi di Gor Panatayudha Karawang dan pindah ke sana. Namun, karena adanya perbaikan oleh pemerintah setempat, akhirnya Ibu Ani dipindahkan ke belakang Kodim Stadion Singaperbangsa Karawang. Pindahan lokasi ini merupakan bentuk pengambilan keputusan yang dipengaruhi oleh faktor eksternal (perbaikan tempat). Keputusan ini pada akhirnya membawa dampak signifikan pada pendapatan, karena lokasi di belakang Kodim dinilai kurang ramai dibanding dengan lokasi sebelumnya. Hal ini menunjukkan pentingnya pemilihan lokasi yang strategis untuk mempertahankan atau meningkatkan jumlah pelanggan.

Kendala selanjutnya adalah fasilitas Warung Ema yang kurang nyaman bagi konsumen. Karena keterbatasan modal, Warung Ema mengalami kesulitan untuk mengembangkan bisnisnya termasuk renovasi fasilitas Warung Ema. Dari hal-hal tersebut, maka dukungan eksternal seperti pemerintah atau komunitas bisnis lokal diperlukan untuk membantu mengatasi kendala infrastruktur dan meningkatkan kapasitas usaha melalui pelatihan teknologi.

Strategi Pengambilan Keputusan

Meski menghadapi berbagai tantangan dan kendala di tengah penurunan pendapatan dan kemerosotan ekonomi, Ibu Ani tetap mempertahankan usahanya dengan semangat, dengan dukungan dari suami dan anak-anaknya. Untuk menghadapi kendala-kendala yang dialami, Ibu Ani akan melakukan diskusi dengan anggota keluarganya sebelum mengambil keputusan terkait bisnisnya. Keputusan dari hasil diskusi tersebut kemudian diterapkan dalam menjalankan bisnisnya. Beberapa contoh keputusan yang telah diambil Ibu Ani untuk Warung Ema di antaranya ialah: keputusan mengandalkan anggota keluarga sebagai tenaga kerja, keputusan mengambil modal dari pinjaman bank keliling, keputusan untuk berhenti menambah pinjaman, keputusan dalam memilih pemasok bahan baku untuk Warung Ema, keputusan pemilihan lokasi Warung Ema, hingga keputusan untuk membesarkan usahanya dan mengoptimalkan digitalisasi apabila kondisi yang diharapkan dapat terpenuhi. Keputusan ini menunjukkan tekad yang kuat untuk tetap bertahan meskipun menghadapi berbagai tantangan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM Warung Ema di Karawang menghadapi berbagai kendala dalam proses pengambilan keputusan yang memengaruhi keberlangsungan usahanya. Kendala utama yang ditemukan mencakup keterbatasan tenaga kerja, akses modal yang terbatas, pemasaran tradisional berbasis "word of mouth," dan lokasi usaha yang kurang strategis akibat kebijakan relokasi. Kendala ini menjadi tantangan dalam mempertahankan stabilitas dan mengembangkan usaha, terutama di tengah persaingan yang semakin ketat dan tuntutan adaptasi digital. Untuk mengatasi tantangan tersebut, pemilik Warung Ema menerapkan strategi berbasis keluarga yang efisien, seperti memanfaatkan tenaga kerja keluarga, memilih pemasok bahan baku dengan kualitas dan harga terbaik, serta menghindari risiko keuangan dengan menghindari pinjaman berbunga tinggi. Namun, penelitian juga menemukan bahwa keterbatasan dalam penggunaan teknologi digital menjadi salah satu faktor penghambat utama dalam memperluas pasar dan meningkatkan daya saing.

Hasil penelitian ini memiliki implikasi penting bagi pelaku UMKM, khususnya dalam meningkatkan kemampuan pengambilan keputusan yang strategis dan adaptif. UMKM disarankan untuk lebih aktif memanfaatkan teknologi digital, seperti pemasaran melalui media sosial dan platform online, guna meningkatkan visibilitas dan memperluas jangkauan pasar. Selain itu, peningkatan akses terhadap sumber pendanaan yang kompetitif dan pelatihan manajemen usaha dapat membantu UMKM mengatasi keterbatasan modal dan memperkuat strategi bisnis. Dukungan eksternal dari pemerintah, lembaga keuangan, dan komunitas bisnis lokal juga sangat diperlukan untuk menyediakan pelatihan, pendampingan, dan insentif yang relevan. Penelitian ini juga menjadi referensi berharga bagi studi lanjutan, khususnya yang berfokus pada inovasi strategi adaptasi untuk UMKM di sektor yang serupa, guna mendukung pertumbuhan ekonomi lokal secara berkelanjutan dan inklusif.

REFERENCES

- Agathian Kurnianto Christie, O., & Dwiatmadja, C. (2024). ANALISIS PENGAMBILAN KEPUTUSAN BERDASARKAN PERBEDAAN PROGRAM STUDI DALAM ORGANISASI KEMAHASISWAAN FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 8(1), 1080–1098. <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3759>
- Al Rasyid, I. (2024). PERKEMBANGAN DAN ARAH PENELITIAN KUALITAS PENGAMBILAN KEPUTUSAN TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN : ANALISIS BIBILIOMETRIK. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 8(2), 606–619. <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4053>
- Alivia Fasha, D., Sri Wahyuni, D., Prameshia Wulandari, G., Nur Andini, L., & Suherman, U. (2025). Analisis Pengambilan Keputusan dalam Kendala di UMKM Sultan Smoothies Kota Karawang. *Global Leadership Organizational Research in Management*, 3(1), 79–89. <https://doi.org/10.59841/glory.v3i1.2117>
- Cherryl, E., Kalistarosa, A., Hidayat, R., & Respati Kusumasari, I. (2024). PENERAPAN TEORI PENGAMBILAN KEPUTUSAN SEBAGAI UPAYA UNTUK MENINGKATKAN INOVASI PRODUK DI SEKTOR BINIS. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 5(3), 51–60. <https://doi.org/https://doi.org/10.6578/triwikrama.v5i3.6362>
- Cikal Asa Bangsa, L. (2024). Hubungan Paradigma, Strategi, dan Tantangan dalam Konsep Pemasaran. *JUMBA (JOURNAL OF MANAGEMENT AND BUSSINESS ALIFANA)*, 02(02), 87–96.
- Dwi Maharani Sabban, N., Putranto Sabban, Y., & Arnida. (2024). Peran Sistem Informasi Manajemen dalam Pengambilan Keputusan Bisnis UMKM Berbasis E-Commerce. *Co-Value: Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan*, 15(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.59188/covalue.v15i01.4410>
- Marsyela, Marsyeli, & Maidiana. (2023). JURNAL BAHASA INDONESIA PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM PERILAKU ORGANISASI. *JURNAL BAHASA INDONESIA*, 01(02), 56–62. <https://doi.org/https://doi.org/10.59966/jbi.v1i2.651>

- Meilisa Amalia, 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), 97–107. <https://doi.org/https://doi.org/10.58812/jakws.v2i02.362>
- Muktamar, A., Fenny Ramadani, T., Ahmad, & Ardi. (2023). Pengambilan Keputusan dalam Kepemimpinan. *Journal Of International Multidisciplinary Research*, 1(2), 1141–1158. <https://doi.org/https://doi.org/10.62504/4j9ygm36>
- Muktamar, A., Safitri, T., Nirwana, I., & Nurdin, N. (2024). Proses Pengambilan Keputusan dalam Manajemen. *Journal Of International Multidisciplinary Research*, 2(1), 17–32. <https://doi.org/https://doi.org/10.62504/t4z8gx04>
- Pasolong, H. (2023). *Teori PENGAMBILAN KEPUTUSAN*. Alfabeta. www.cvalfabeta.com
- Ratna Sari, S., Nabillah Ramadanty Wibowo, D., Hidayat, R. N., & Respati Kusumasari, I. (2024). PERAN TEKNOLOGI DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN BISNIS : INTEGRASI ARTIFICIAL INTELLIGENCE DALAM TEORI PENGAMBILAN KEPUTUSAN. *MUSYTARI*, 10(1). <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Rizki Hamidah, S., Safithri, R., & Wahab. (2024). Problematika Pemecahan Masalah dan Pengambilan Keputusan dalam Upaya Menjaga Mutu Pendidikan di MIN 3 Pontianak. *Indonesian Research Journal on Education*, 4(2), 681–688. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/irje.v4i2.700>
- Tina Maylanie, J. (2022). Tahapan Pengambilan Keputusan. *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 263–274. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/optimal.v2i2.1365>
- Wijayaningsih, R., Kanizah, K., Salsabila, M., Zahra Octaviany, N., Fitria, S., & Salsabilla R, P. (2024). Pengambilan Keputusan Seorang Manager Terhadap Perilaku Karyawan. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 131–140. <https://doi.org/10.58192/profit.v3i3.2285>