

EFEKTIVITAS PENGAMBILAN KEPUTUSAN MANAJERIAL DALAM RANGKA PENINGKATAN KAPASITAS ORGANISASI BERBASIS PROFIT

Harmawan Teguh Saputra^{1*)}

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas PGRI Argopuro Jember, Jember, Indonesia

*Email Corresponding Author: wa0n3.saputra@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan melakukan studi empiris pada organisasi berbasis profit. Dengan menganalisis kasus-kasus nyata, penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas pengambilan keputusan manajerial dan mengusulkan rekomendasi praktis untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dalam organisasi.

Penelitian ini akan mengkaji bagaimana pengambilan keputusan manajerial dapat berkontribusi pada peningkatan berbagai aspek kapasitas organisasi, seperti inovasi, fleksibilitas, dan kemampuan untuk merespons perubahan lingkungan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana organisasi dapat meningkatkan daya saingnya melalui pengambilan keputusan yang berkualitas.

Kata kunci : Efektivitas, Keputusan Manajerial, Kapasitas Organisasi

Abstract

This research aims to analyze the influence of customer satisfaction on customer trust, the influence of customer satisfaction on customer loyalty, the influence of trust on customer loyalty and analyze the indirect influence of customer satisfaction on customer loyalty through the existing trust in broiler chicken businesses in Sukorejo Village. The approach used in this research is an associative approach. The data collection techniques used were interviews (Interview), a list of questions (Questionnaire). Meanwhile, the object in the research used 3 respondents, the data used path analysis. The results of this research show that customer satisfaction has a very positive and significant effect on customer trust, customer satisfaction can also have a positive and significant effect on customer loyalty. Thus, this research can be concluded that the broiler chicken business is able to provide good product quality to create feelings of customer satisfaction with a broiler chicken product because customer satisfaction with product quality will make customers at the broiler chicken business in Sukorejo Village loyal.

Keywords: Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Product Quality, Customer Trust

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis yang semakin ketat dan kompleks memaksa organisasi berbasis profit untuk terus meningkatkan kapasitas dan efisiensi. Pengambilan keputusan manajerial yang efektif menjadi kunci utama dalam mencapai tujuan organisasi. Keputusan yang tepat waktu dan strategis dapat membedakan organisasi dari pesaingnya. Namun, banyak organisasi masih menghadapi kesulitan dalam pengambilan keputusan manajerial yang efektif. Faktor-faktor seperti perubahan lingkungan bisnis, ketidakpastian pasar, dan keterbatasan sumber daya menyebabkan keputusan yang diambil tidak selalu tepat. Hal ini berdampak pada penurunan kinerja, efisiensi dan kepuasan pelanggan.

Memasuki era globalisasi dan disrupsi digital yang semakin cepat, organisasi bisnis modern beroperasi dalam lingkungan yang sangat dinamis dan kompleks. Perubahan teknologi, preferensi konsumen yang berubah-ubah, serta persaingan yang semakin ketat memaksa organisasi untuk terus beradaptasi dan berinovasi. Di tengah tantangan ini, pengambilan keputusan yang efektif menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan suatu organisasi.

Mengapa Pengambilan Keputusan yang Efektif Sangat Penting?

1. Ketidakpastian yang Tinggi: Lingkungan bisnis modern penuh dengan ketidakpastian. Perubahan teknologi, regulasi, dan kondisi ekonomi yang fluktuatif membuat sulit untuk memprediksi masa depan. Pengambilan keputusan yang efektif membantu organisasi untuk menghadapi ketidakpastian ini dengan lebih baik.
2. Persaingan yang Intensif: Persaingan bisnis semakin ketat, baik di tingkat lokal maupun global. Organisasi yang mampu mengambil keputusan yang lebih cepat dan tepat akan memiliki keunggulan kompetitif.
3. Tekanan untuk Berinovasi: Inovasi menjadi kunci keberlangsungan hidup suatu organisasi. Pengambilan keputusan yang mendukung inovasi memungkinkan organisasi untuk mengembangkan produk dan layanan baru yang memenuhi kebutuhan pasar yang terus berubah.
4. Optimalisasi Sumber Daya: Sumber daya organisasi, baik itu sumber daya manusia, keuangan, maupun teknologi, bersifat terbatas. Pengambilan keputusan yang efektif membantu organisasi untuk mengalokasikan sumber daya secara optimal sehingga menghasilkan nilai tambah yang maksimal.
5. Peningkatan Kinerja Organisasi: Keputusan yang tepat akan berdampak positif pada kinerja organisasi, seperti peningkatan profitabilitas, pertumbuhan, dan kepuasan pelanggan.

Dalam lanskap bisnis yang semakin dinamis dan kompetitif, kemampuan organisasi untuk mengambil keputusan yang tepat dan efektif menjadi semakin krusial. Pengambilan keputusan yang berkualitas tinggi tidak hanya memengaruhi kinerja jangka pendek, tetapi juga menentukan keberlangsungan organisasi dalam jangka panjang. Studi-studi sebelumnya telah menunjukkan bahwa organisasi yang mampu mengambil keputusan secara cepat, tepat, dan berdasarkan data cenderung lebih sukses dalam mencapai tujuan bisnisnya.

Pengambilan keputusan merupakan salah satu fungsi manajemen yang krusial dalam penguatan kapasitas organisasi. Keputusan yang efektif akan membantu organisasi untuk memanfaatkan sumber daya secara efisien, beradaptasi dengan perubahan lingkungan, dan mencapai keunggulan kompetitif. Sebaliknya, keputusan yang buruk dapat menghambat kinerja organisasi, bahkan mengancam kelangsungan organisasi.

Efektivitas pengambilan keputusan dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain:

1. Kualitas Informasi: Informasi yang akurat, relevan, dan tepat waktu sangat penting untuk pengambilan keputusan yang baik.
2. Proses Pengambilan Keputusan: Proses pengambilan keputusan yang sistematis dan terstruktur akan menghasilkan keputusan yang lebih berkualitas.
3. Keterlibatan Stakeholder: Melibatkan stakeholder dalam proses pengambilan keputusan dapat meningkatkan pemahaman dan dukungan terhadap keputusan yang diambil.
4. Keterampilan Pengambilan Keputusan: Keterampilan manajer dalam menganalisis masalah, mengevaluasi alternatif, dan mengambil keputusan sangat penting untuk efektivitas pengambilan keputusan.
5. Budaya Organisasi: Budaya organisasi yang mendukung pengambilan keputusan yang terbuka, kolaboratif, dan berbasis data akan mendorong efektivitas pengambilan keputusan.

Penguatan kapasitas organisasi melalui pengambilan keputusan yang efektif dapat memberikan berbagai manfaat, antara lain:

1. Peningkatan Kinerja: Keputusan yang tepat dapat meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan produktivitas organisasi.

2. Adaptabilitas: Kemampuan mengambil keputusan yang cepat dan tepat memungkinkan organisasi untuk merespons perubahan lingkungan secara efektif.

3. Inovasi: Pengambilan keputusan yang berani dan visioner dapat mendorong inovasi dan pengembangan produk atau layanan baru.

4. Keberlanjutan: Keputusan yang bijaksana dan bertanggung jawab membantu organisasi mencapai keberlanjutan jangka panjang. Meskipun banyak teori dan model yang telah dikembangkan untuk menjelaskan proses pengambilan keputusan dalam organisasi, masih terdapat kesenjangan antara teori dan praktik. Dalam dunia nyata, berbagai faktor kompleks, seperti tekanan waktu, keterbatasan informasi, dan kepentingan politik, seringkali memengaruhi kualitas pengambilan keputusan.

Kapasitas organisasi, yang mencakup sumber daya, kompetensi, dan kemampuan untuk belajar dan beradaptasi, merupakan faktor kunci yang menentukan keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuannya. Pengambilan keputusan yang efektif berperan penting dalam membangun dan meningkatkan kapasitas organisasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana efektivitas pengambilan keputusan manajerial dapat berkontribusi pada peningkatan kapasitas organisasi berbasis profit. Dengan kata lain, penelitian ini akan mengungkap mekanisme di balik hubungan antara kualitas pengambilan keputusan dan kemampuan organisasi untuk tumbuh, berkembang, dan mencapai kinerja yang unggul.

Seiring dengan kemajuan teknologi dan persaingan pasar yang ketat, tuntutan inovasi bisnis semakin meningkat. Seperti yang dinyatakan oleh Endah Rahayu Lestari (2019), bisnis yang tidak berinovasi cenderung gagal dalam jangka panjang. Ini terutama berlaku ketika pasar dan teknologi mengalami disrupsi. Daya saing perusahaan di pasar sangat ditentukan oleh inovasi produk.

Menurut Friska Mastarida (2022), inovasi produk dapat mendorong keunggulan kompetitif yang berkelanjutan karena memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi dengan kebutuhan pasar yang berubah-ubah dan terus berkembang. Inovasi dalam industri bisnis tidak hanya melibatkan pembuatan produk baru; itu juga melibatkan meningkatkan efisiensi operasi, memperoleh keunggulan dibandingkan dengan pesaing, dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Proses memilih satu atau beberapa opsi terbaik dari berbagai opsi untuk mencapai tujuan tertentu disebut pengambilan keputusan. Mukhtar et al. 2024 menggambarkan konsep pengambilan keputusan rasional sebagai cara individu atau kelompok menggunakan informasi saat ini untuk membuat keputusan terbaik. Teori pengambilan keputusan membantu kita memahami berbagai faktor yang mempengaruhi pilihan kita, baik secara rasional maupun intuitif. Dalam konteks bisnis, pengambilan keputusan melibatkan analisis mendalam terhadap situasi, risiko, dan peluang, sebelum kemudian diimplementasikan menjadi tindakan nyata. Cara pengambil keputusan melihat opsi dan cara mereka melihat risiko memengaruhi keputusan (Fadila et al., 2022).

Pengambilan Keputusan berdasarkan fakta merupakan salah satu prinsip Standar Sistem Mutu ISO 9000:2000. Standar internasional ini menentukan persyaratan bagi sistem manajemen mutu bila sebuah organisasi bertujuan meningkatkan kepuasan pelanggan melalui penerapan sistemnya secara efektif, termasuk proses perbaikan berlanjut dari sistemnya dan kepastian kesesuaiannya pada persyaratan pelanggan dan peraturan yang berlaku (Prasojo, 2016: 16).

Adapun langkah pembuatan keputusan meliputi pengidentifikasian masalah, pencarian alternatif penyelesaian masalah, evaluasi daripada alternatif-alternatif tersebut, dan pemilihan alternatif keputusan yang terbaik. Seorang pemimpin dapat mengasah kemampuan dalam membuat keputusan dapat ditingkatkan apabila ia mengetahui dan menguasai teori dan teknik pembuatan keputusan. Melalui peningkatan kemampuan pimpinan dalam pembuatan keputusan maka seorang pemimpin mengambil Keputusan yang bijak serta berkualitas sehingga akan meningkatkan efisiensi dan efektivitas kerja organisasi.

Setiap tahap kegiatan organisasi dan manajemen, perlu melakukan keputusan bijak menggunakan pendekatan fakta yang didapat. Adapun dalam tahap perencanaan diperlukan banyak kegiatan pembuatan keputusan sepanjang proses perencanaan tersebut. Dan, dalam tahap pengawasan yang mencakup pemantauan, pemeriksaan, dan penilaian terhadap hasil pelaksanaan dilakukan untuk mengevaluasi pelaksanaan dari pembuatan keputusan yang telah dilakukan. Hakikatnya kegiatan administrasi dalam suatu organisasi adalah pembuatan Keputusan dengan pendekatan fakta agar lahir suatu Keputusan bijak dan efisien.

Proses kegiatan pengambilan Keputusan dimulai dengan identifikasi masalah sampai dengan evaluasi dari pengambilan keputusan yang melibatkan seluruh elemen-elemen dalam administrasi sebagai suatu sistem organisasi. Perbaikan Berkelanjutan harus menjadi sasaran permanen sebuah organisasi sehingga diperlukan sistem manajemen mutu yang selalu disempurnakan, Kebijakan mutu dan sasaran mutu, Staf yang kompeten, Pengukuran, monitor untuk mencapai kesesuaian (Sukirman, 2023: 32) Keputusan yang efektif adalah keputusan yang berdasarkan pada analisis data dan informasi untuk menghilangkan akar penyebab masalah, sehingga masalah- masalah kualitas dapat terselesaikan secara efektif dan efisien. Dengan demikian, perlu ada penjelasan yang lebih mendalam mengenai pengambilan keputusan berdasarkan fakta. Proses pengambilan keputusan sendiri terdiri dari beberapa tahapan, yaitu Identifikasi masalah, pengumpulan data, analisis opsi, penentuan opsi terbaik, penerapan keputusan, dan evaluasi hasil adalah bagian dari proses pengambilan keputusan sendiri. Proses ini (Cand, Febrianty, and Sri Sentanu 2023) disebut sebagai "reflektif" karena melibatkan memikirkan pilihan yang ada sebelum mengambil keputusan. Setiap langkah dalam proses ini penting untuk memastikan bahwa keputusan yang dibuat sesuai dengan tujuan organisasi dan berdampak positif, terutama untuk inovasi produk. Evaluasi pasca-keputusan sangat penting untuk meningkatkan proses pengambilan keputusan di masa mendatang (Fauzi et al., 2024).

Dalam menganalisis peran krusial inovasi dan pengambilan keputusan dalam dunia bisnis, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan teori pengambilan keputusan sebagai upaya untuk meningkatkan inovasi produk di sektor bisnis. Pemahaman yang lebih baik mengenai bagaimana keputusan strategis dapat mendukung proses inovasi diharapkan dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi para pebisnis dalam merencanakan langkah inovatif di masa mendatang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan melakukan studi empiris pada organisasi berbasis profit. Dengan menganalisis kasus-kasus nyata, penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas pengambilan keputusan manajerial dan mengusulkan rekomendasi praktis untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dalam organisasi dan mengkaji bagaimana pengambilan keputusan manajerial dapat berkontribusi pada peningkatan berbagai aspek kapasitas organisasi, seperti inovasi, fleksibilitas, dan kemampuan untuk merespons perubahan lingkungan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan

kontribusi terhadap pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana organisasi dapat meningkatkan daya saingnya melalui pengambilan keputusan yang berkualitas.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Teori Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan adalah proses memilih satu alternatif terbaik di antara beberapa pilihan yang ada untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut (Muktamar et al. 2024), pengambilan keputusan merupakan inti dari kegiatan manajerial, di mana seorang pemimpin harus dapat mengidentifikasi masalah, menganalisis alternatif, dan memilih solusi yang paling rasional berdasarkan informasi yang tersedia. (Hakim et al. 2021) juga menjelaskan bahwa pengambilan keputusan melibatkan proses rasional, intuisi, dan pengalaman dalam memilih alternatif yang paling tepat. Mereka menyatakan bahwa setiap keputusan harus didasarkan pada analisis yang tepat terhadap situasi yang dihadapi, termasuk mempertimbangkan risiko dan manfaat dari masing-masing alternatif.

B. Inovasi Dalam Sektor Bisnis

Inovasi dalam konteks bisnis didefinisikan sebagai proses menciptakan sesuatu yang baru atau memperbaiki yang sudah ada, baik dalam produk, layanan, maupun proses. (Junaidi 2022) menyatakan bahwa inovasi adalah kekuatan pendorong utama dalam pembangunan ekonomi dan dapat mengganggu tatanan lama dengan menciptakan produk atau layanan baru. Inovasi produk sangat penting untuk mempertahankan daya saing perusahaan, terutama dalam menghadapi perubahan preferensi konsumen dan kemajuan teknologi yang pesat. (Taufik et al. 2024) menambahkan bahwa inovasi bukan hanya tentang teknologi, tetapi juga bagaimana perusahaan merespon kebutuhan pasar secara kreatif dan efektif. Dalam hal ini, inovasi produk memungkinkan perusahaan untuk membedakan diri dari kompetitornya dan menciptakan nilai tambah bagi konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan studi kepustakaan (library research). Studi kepustakaan merupakan kegiatan yang diwajibkan dalam penelitian, khususnya penelitian akademik yang tujuan utamanya adalah mengembangkan aspek teoritis maupun aspek manfaat praktis. Studi kepustakaan dilakukan oleh setiap peneliti dengan tujuan utama yaitu mencari dasar pijakan / fondasi untuk memperoleh dan membangun landasan teori, kerangka berpikir, dan menentukan dugaan sementara atau disebut juga dengan hipotesis penelitian. Sehingga para peneliti dapat menggolongkan, mengalokasikan mengorganisasikan, dan menggunakan variasi pustaka dalam bidangnya. Dengan melakukan studi kepustakaan, para peneliti mempunyai pendalaman yang lebih luas dan mendalam terhadap masalah yang hendak diteliti. (Kartiningrum, 2015: 5)

Dalam memperoleh data penelitian, peneliti mengumpulkan, menganalisis, mengorganisasi, sumber dari artikel, buku, penelitian terdahulu tentang implementasi manajemen strategi dalam bidang pendidikan. Kemudian peneliti menyimpulkan dan menyajikan data-data manajemen strategi untuk peningkatan mutu pendidikan (Danandjaja, 2014; Sari & Asmendri, 2020; Zed, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Manajemen menurut G.R. Terry adalah suatu proses atau kerangka kerja, yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu kelompok orang-orang ke arah tujuan-tujuan organisasional atau maksud yang nyata. Sedangkan Ricky W. Griffin menyampaikan bahwa manajemen sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran (goals) secara efektif dan efisien. Efektif berarti bahwa tujuan dapat dicapai sesuai dengan perencanaan, sementara efisien berarti bahwa tugas yang ada dilaksanakan secara benar, terorganisir, dan sesuai dengan jadwal. (Adman, 2019: 3)

Sejalan dengan G.R. Terry, Prasojo (menyampaikan bahwa Manajemen mutu (QM) adalah perencanaan dan kontrol kualitas produk dan jasa dalam sebuah perusahaan secara eksplisit dan sistematis. Dalam manajemen mutu semua tanggung jawab perusahaan akan mempengaruhi secara langsung terhadap kualitas kerja, proses, dan produk yang dihasilkan. Manajemen mutu di dalam dunia Pendidikan bertujuan untuk menarik dan memuaskan peserta didik dalam menggapai Pendidikan di sekolah. Organisasi pendidikan berusaha merancang output mereka dengan memperhatikan kebutuhan pelanggan dan merencanakan serta mengendalikan semua proses dan kegiatan dengan standar kualitas tinggi. Dalam setiap fungsi dan tahapan proses manajemen pendidikan telah dilakukan pencegahan kegagalan. Cara tersebut disebut Total Quality Management (TQM) yang telah merevolusi organisasi pendidikan dan melibatkan setiap anggota staf dalam perbaikan mutu berkelanjutan. Input dan stakeholder pendidikan ikut berpartisipasi untuk memperoleh manfaat dari kualitas yang baik Organisasi pendidikan seharusnya berusaha memenuhi tuntutan stakeholder di pasar global dengan menawarkan output yang berkualitas luar biasa dan jaminan kualitas yang dapat diandalkan. Permintaan stakeholder untuk kualitas tinggi ikut menentukan peran organisasi pendidikan dalam mengelola persaingan yang efektif dalam dunia pendidikan. (Prasojo, 2016: 2).

M. N. Nasution (2001) menjelaskan bahwa ada tiga unsur utama dalam manajemen mutu yaitu sebagai berikut: 1) Strategi nilai pelanggan: Nilai pelanggan merupakan manfaat yang dapat diperoleh pelanggan atas penggunaan barang/jasa yang dihasilkan perusahaan dan pengorbanan pelanggan untuk memperolehnya. Strategi ini merupakan perencanaan bisnis untuk memberikan nilai bagi pelanggan termasuk karakteristik produk, cara penyampaian, pelayanan, dan sebagainya.

2) Sistem organisasional: Sistem organisasional menfokuskan pada penyediaan nilai bagi pelanggan. Sistem ini mencakup tenaga kerja, material, mesin, metode operasi dan pelaksanaan kerja, aliran proses kerja, arus informasi, dan pembuatan keputusan. 3) Perbaikan kualitas berkelanjutan: Perbaikan kualitas bertujuan untuk menghadapi lingkungan eksternal yang selalu berubah, terutama perubahan selera pelanggan. Konsep ini menuntut adanya komitmen untuk melakukan pengujian kualitas produk secara kontinu, akan dapat memuaskan pelanggan.

Dalam memecahkan masalah, pengambilan keputusan adalah suatu tindakan yang menentukan hasil dengan memilih salah satu dari banyak pilihan yang tersedia melalui proses berpikir logis dan mental serta mempertimbangkan setiap pilihan yang ada yang memiliki dampak negatif atau positif. Karena keputusan manajer adalah keputusan akhir yang harus dilakukan oleh organisasi atau bisnis mereka, pengambilan keputusan sangat penting dalam manajemen. Keputusan manajer sangat penting karena mencakup semua aspek. Manajer harus berhati-hati dalam membuat keputusan agar tidak berdampak buruk pada organisasi, mulai dari merusak reputasi perusahaan atau organisasi sampai pada kerugian uang.

Pembuatan keputusan adalah peran penting bagi manajer dalam melaksanakan fungsi perencanaan mereka. Keputusan penting dan jangka panjang harus dibuat melalui perencanaan.

Strategi Pengambilan Keputusan

Menurut Oteng Sutisna dalam Haudi (2021) pengambilan keputusan dilaksanakan dengan urutan-urutan proses sebagai berikut:

a. Identifikasi Masalah

Sebelum suatu tindakan diambil, adalah perlu untuk menentukan secara khusus masalahnya, menganalisis situasi yang ada, mengembangkan alternatif-alternatif ini, dan memelihara rangkaian tindakan yang paling baik.

b. Analisis Situasi dan Perumusan Masalah

Analisis situasi dan perumusan masalah melibatkan suatu usaha yang sistematis untuk menyajikan fakta, opini, ide, tentang situasi yang ada bila itu diketahui, dan perkiraan-perkiraan tentang situasi itu bila fakta, opini, ide, itu sukar untuk diperoleh.

c. Pengembangan dan Analisis Alternatif-alternatif

Dalam langkah ini, administrator diminta kesanggupannya untuk mengetahui cukup banyak alternative yang mungkin. Alternative yang telah dirumuskan itu kemudian di analisis, dan dinilai secara kritis atas dasar efektifitasnya yang mungkin dalam pemecahan masalah yang telah ditetapkan. Penggunaan diagram alir (Proses algoritma) dan program komputer digunakan dalam tahapan ini.

d. Pengambilan Keputusan

Memilih alternatif yang paling baik. Tahapan ini memerlukan keterampilan yang sama seperti langkah pertama, yaitu pertimbangan yang baik. Perbandingan alternatif-alternatif dan pilihan tindakan yang paling dikehendaki meminta suatu pandangan filosofi dari administrator.

KESIMPULAN

Salah satu prinsip standar sistem mutu adalah pengambilan keputusan berdasarkan fakta, yang bertujuan meningkatkan kepuasan pelanggan melalui penerapan sistem yang efektif. Manajemen adalah kerangka kerja yang membantu suatu kelompok atau individu mencapai tujuan organisasi. Strategi nilai pelanggan, sistem organisasional, dan perbaikan kualitas berkelanjutan adalah beberapa contoh komponennya. Mengidentifikasi masalah, membuat alternatif, mempertimbangkan resiko, memilih, dan mengevaluasi adalah komponen pengambilan keputusan. Faktor-faktor yang memengaruhi termasuk sosial, budaya, pribadi, dan psikologis. Strategi pengambilan keputusan meliputi identifikasi masalah, analisis situasi dan perumusan masalah, pengembangan dan analisis alternatif, dan akhirnya pengambilan keputusan. Ada tujuh tahapan dalam proses pengambilan keputusan. Teknik melalui langkah-langkah penemuan fakta, penemuan ide, dan pemecahan. Metode partisipasi dalam pengambilan keputusan berfokus pada perilaku dan bersifat demokratis.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan proposal ini. Pertama-tama, kami sampaikan apresiasi kepada pemilik usaha ayam potong di Desa Sukorejo yang dengan penuh dedikasi dan komitmen telah mengembangkan usaha ini sehingga mencapai reputasi yang baik dalam penyediaan daging ayam berkualitas.

Kami juga berterima kasih kepada pelanggan yang telah memberikan dukungan dan kepercayaan, serta berbagi pengalaman yang berharga dalam proses penelitian ini. Selain itu, kami menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam pengumpulan data dan informasi, termasuk tim peneliti, teman-teman, dan keluarga yang telah memberikan dukungan moral selama proses penelitian ini. Semoga hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi usaha ayam potong di Sukorejo, tetapi juga bagi pengembangan industri pangan secara umum. Terima kasih.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler,(1997) *Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia jilid satu*. Jakarta: Prentice Hall.
- Nurfauzi et al., (2023) *Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif*.
- Pertiwi et al., (2022) *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan; Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran)*.
- Ummah, (2019) *Instrumen Penelitian Kualitatif*
- Yanti, (2022) *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*.