



Analisis Pengambilan Keputusan dalam Menghadapi Kendala di UMKM Pempek Chindo Alfamidi Unsika

Azhar Taufik*, Samsul Sobirin, Rifqi Maulana Fazri, Muhammad Zacky

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan Karawang

*Correspondence: Azhar Taufik

Email:

mn23.azhartaufik@mhs.ubpkarawang.ac.id

Received: 03-10-2025

Accepted: 14-11-2025

Published: 28-12-2025



Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

rujukan bagi pelaku UMKM dan pemangku kebijakan dalam merumuskan strategi penguatan kapasitas pengambilan keputusan usaha.

Abstrak: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional, namun dalam praktiknya kerap menghadapi berbagai kendala operasional, manajerial, dan lingkungan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses pengambilan keputusan dalam menghadapi kendala yang dialami oleh UMKM Pempek Chindo Alfamidi UNSIKA. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi terhadap aktivitas usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengambilan keputusan di UMKM Pempek Chindo Alfamidi UNSIKA dilakukan secara adaptif dan pragmatis, dengan mempertimbangkan keterbatasan sumber daya, kondisi pasar, serta pengalaman pelaku usaha. Kendala utama yang dihadapi meliputi fluktuasi permintaan, keterbatasan modal, pengelolaan bahan baku, dan persaingan usaha. Dalam merespons kendala tersebut, pelaku UMKM cenderung menggunakan pendekatan keputusan jangka pendek yang berorientasi pada keberlangsungan usaha. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami dinamika pengambilan keputusan pada UMKM sektor kuliner, serta dapat menjadi

Kata kunci: Pengambilan Keputusan, UMKM, Kendala Usaha, Studi Kasus, Sektor Kuliner.

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor strategis dalam perekonomian Indonesia karena berkontribusi besar terhadap penyerapan tenaga kerja dan pembentukan produk domestik bruto. Data Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa UMKM mendominasi struktur usaha nasional, namun sebagian besar masih menghadapi tantangan serius dalam hal keberlanjutan usaha di tengah dinamika ekonomi, digitalisasi, dan persaingan pasar yang semakin ketat (Kemenkop UKM, 2023). Kondisi global yang tidak stabil serta perubahan perilaku konsumen menuntut UMKM untuk lebih adaptif, khususnya dalam mengambil keputusan bisnis yang tepat dan responsif terhadap perubahan lingkungan usaha.

Secara konseptual, pengambilan keputusan dipahami sebagai proses sistematis dalam memilih alternatif terbaik untuk mencapai tujuan dengan mempertimbangkan berbagai keterbatasan dan risiko (Simon, 1977). Dalam konteks UMKM, proses pengambilan keputusan sering kali tidak sepenuhnya rasional, melainkan dipengaruhi oleh

pengalaman pribadi, intuisi, serta kondisi sumber daya yang terbatas (Mintzberg et al., 1998). Penelitian Nugroho dan Setyawan (2021) menunjukkan bahwa kemampuan pengambilan keputusan pelaku UMKM memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja usaha dan ketahanan bisnis, terutama dalam menghadapi ketidakpastian lingkungan usaha. Sementara itu, penelitian Prasetyo (2022) menegaskan bahwa keputusan strategis yang diambil pelaku UMKM cenderung bersifat jangka pendek dan reaktif akibat keterbatasan modal, informasi pasar, serta kapasitas manajerial.

Meskipun demikian, kedua penelitian tersebut lebih menekankan pada hasil dan dampak pengambilan keputusan terhadap kinerja usaha, sehingga belum mengulas secara mendalam bagaimana proses pengambilan keputusan itu sendiri berlangsung ketika pelaku UMKM menghadapi kendala konkret di lapangan. Dengan kata lain, aspek prosedural dan kontekstual dari pengambilan keputusan masih relatif terabaikan dalam kajian UMKM.

UMKM sektor kuliner merupakan salah satu sektor yang paling dinamis sekaligus rentan terhadap berbagai kendala, seperti fluktuasi permintaan, keterbatasan modal kerja, pengelolaan bahan baku, serta tekanan persaingan dengan usaha sejenis (Sari & Wibowo, 2020). UMKM Pempek Chindo Alfamidi UNSIKA menghadapi kondisi serupa, di mana pelaku usaha dituntut untuk mengambil keputusan secara cepat dalam situasi yang penuh ketidakpastian. Kendala-kendala tersebut tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga berkaitan dengan kemampuan manajerial dan strategi adaptasi usaha.

Berdasarkan uraian tersebut, terdapat gap penelitian berupa keterbatasan kajian yang secara khusus menganalisis proses pengambilan keputusan pelaku UMKM dalam menghadapi kendala usaha melalui pendekatan kualitatif dan studi kasus. Sebagian besar penelitian UMKM masih berfokus pada faktor eksternal atau hasil akhir kinerja usaha, bukan pada dinamika internal bagaimana keputusan diambil, dipertimbangkan, dan dijalankan dalam konteks nyata. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis pengambilan keputusan dalam menghadapi kendala pada UMKM Pempek Chindo Alfamidi UNSIKA. Fokus pada pengambilan keputusan dipilih karena keputusan pelaku usaha merupakan titik kunci yang menentukan arah strategi, respons terhadap kendala, dan keberlanjutan usaha, sehingga diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi teoretis dan praktis bagi pengembangan kajian UMKM di Indonesia.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan *explanatory survey*. Pendekatan kualitatif dipilih untuk memahami secara mendalam fenomena pengambilan keputusan pelaku UMKM dalam menghadapi kendala usaha berdasarkan pengalaman, persepsi, dan konteks nyata yang dihadapi (Creswell, 2015). Pendekatan *explanatory survey* digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti, khususnya kendala usaha dan proses pengambilan keputusan, dengan mengacu pada teori pengambilan keputusan dan manajemen usaha. Menurut Singarimbun dan Effendi (2015), *explanatory survey* bertujuan menjelaskan hubungan kausal

antarvariabel melalui pengumpulan data dari responden yang relevan, yang dalam penelitian ini diperdalam secara kualitatif melalui penafsiran makna data.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Rabu, 17 Desember 2025, Pukul 18:42 s/d 19:00 WIB di UMKM Pempek Chindo Alfamidi UNSIKA Teras Alfamidi Unsika, Jl. HS.Ronggo Waluyo No.34, Puseurjaya, Telukjambe Timur, Karawang, Jawa Barat 41361, Indonesia. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa UMKM tersebut merupakan usaha kuliner skala mikro yang secara langsung menghadapi berbagai kendala operasional dan manajerial, sehingga relevan untuk dianalisis dalam konteks pengambilan keputusan usaha.

Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian dilakukan secara bertahap sesuai dengan karakteristik penelitian kualitatif. Tahap awal diawali dengan studi pendahuluan untuk mengidentifikasi permasalahan dan memahami konteks usaha. Tahap selanjutnya adalah pengumpulan data lapangan melalui interaksi langsung dengan informan utama, yaitu pemilik atau pengelola UMKM. Setelah data terkumpul, peneliti melakukan proses reduksi dan pengorganisasian data untuk memudahkan analisis. Tahap akhir adalah penarikan kesimpulan dengan mengaitkan temuan empiris dengan teori pengambilan keputusan yang relevan. Prosedur ini sejalan dengan tahapan penelitian kualitatif yang menekankan pemahaman proses dan makna suatu fenomena (Miles, Huberman, & Saldaña, 2015).

Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi terhadap aktivitas pengelolaan usaha, khususnya terkait proses pengambilan keputusan dalam menghadapi kendala. Instrumen utama dalam penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri, yang didukung dengan pedoman wawancara semi-terstruktur dan lembar observasi (Sugiyono, 2019). Data sekunder diperoleh melalui studi dokumentasi, seperti catatan usaha, laporan sederhana, serta sumber pustaka yang relevan dengan topik penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan secara langsung di lokasi penelitian dengan prinsip fleksibilitas dan kedalaman data.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan model analisis interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles et al., 2015). Data yang diperoleh dimaknai dengan cara mengelompokkan informasi berdasarkan tema-tema yang berkaitan dengan kendala usaha dan proses pengambilan keputusan. Selanjutnya, hasil analisis diinterpretasikan dengan mengaitkan temuan lapangan dengan permasalahan dan tujuan penelitian, serta didukung oleh teori pengambilan keputusan. Proses ini bertujuan untuk menghasilkan pemahaman yang komprehensif mengenai bagaimana pelaku UMKM mengambil keputusan dalam menghadapi kendala usaha secara kontekstual.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini didasarkan pada wawancara mendalam dengan pemilik UMKM Pempek Chindo Alfamidi UNSIKA, Andre Firmansyah, yang dilaksanakan pada Rabu, 17 Desember 2025, Pukul 18:42 s/d 19:00 WIB berlokasi di Teras Alfamidi UNSIKA, Karawang. Hasil wawancara memberikan gambaran empiris mengenai latar belakang usaha serta kendala pengambilan keputusan yang dihadapi pelaku UMKM dalam aspek pengelolaan tenaga kerja, modal, bahan baku, dan pemasaran.

Secara historis, Pempek Chindo berdiri pada tahun 2019 di masa pandemi Covid-19. Usaha ini dirintis setelah pemilik mengalami pemutusan kontrak kerja dan menghadapi keterbatasan peluang kerja formal. Kondisi tersebut mendorong pemilik untuk mengambil keputusan beralih ke sektor UMKM dengan memanfaatkan pengalaman usaha rumahan yang telah dimiliki sebelumnya. Temuan ini menunjukkan bahwa UMKM tidak hanya berfungsi sebagai unit ekonomi, tetapi juga sebagai strategi bertahan hidup (*survival strategy*) di tengah krisis, sebagaimana dikemukakan oleh Kemenkop UKM (2023)

Pengelolaan Tenaga Kerja

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kendala utama dalam pengelolaan tenaga kerja adalah keterbatasan jumlah pekerja dan rendahnya tingkat spesialisasi tugas. Pelaku UMKM cenderung mengandalkan tenaga kerja keluarga atau pekerja paruh waktu untuk menekan biaya operasional. Kondisi ini menyebabkan beban kerja tidak terdistribusi secara optimal dan berpotensi memengaruhi kualitas produksi serta pelayanan.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa pengelolaan tenaga kerja di Pempek Chindo masih sangat terbatas. Saat ini, usaha tersebut dikelola oleh tiga orang tenaga kerja, dengan dua orang bertugas pada proses produksi di rumah dan satu orang menjaga lapak penjualan. Pemilik usaha menyatakan, "*Untuk tenaga kerja, yang membuat Pempek Chindo ini ada dua orang di rumah, dan satu yang jaga di lapaknya sendiri.*"

Sejak awal pendirian hingga saat penelitian dilakukan, tidak terdapat perubahan jumlah tenaga kerja karena usaha masih memiliki satu lapak penjualan. Namun, pemilik menyadari bahwa keputusan terkait penambahan tenaga kerja akan dilakukan apabila terdapat ekspansi usaha. Ketika menghadapi kondisi penjualan sepi, pemilik tidak mengambil keputusan pengurangan tenaga kerja atau jam kerja, melainkan menyesuaikan jumlah stok produksi. Keputusan ini menunjukkan orientasi pengambilan keputusan yang mengutamakan stabilitas sosial dan keberlanjutan usaha dibandingkan efisiensi tenaga kerja semata. Secara empiris, pola ini sejalan dengan karakteristik UMKM yang mengandalkan fleksibilitas dan hubungan kerja informal (Nugroho & Setyawan, 2021).

Dalam menghadapi kendala tersebut, keputusan yang diambil pelaku UMKM adalah menerapkan sistem kerja fleksibel dan pembagian tugas secara multitasking. Keputusan ini sejalan dengan karakteristik UMKM yang cenderung mengedepankan efisiensi biaya dibandingkan formalitas manajerial (Sari & Wibowo, 2020). Secara empiris, keputusan ini efektif dalam menjaga keberlangsungan usaha, namun dalam jangka panjang berpotensi membatasi peningkatan produktivitas dan profesionalisme tenaga kerja,

sebagaimana dikemukakan oleh Nugroho dan Setyawan (2021) bahwa kualitas pengelolaan sumber daya manusia berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Pengelolaan Modal

Pengelolaan modal menjadi kendala paling dominan dalam pengambilan keputusan usaha. Modal awal Pempek Chindo berasal dari modal pribadi pemilik, yaitu sisa gaji dari pekerjaan sebelumnya, serta dukungan program pemerintah berupa bantuan Pra-Kerja. Pemilik menjelaskan bahwa tantangan terbesar dalam pengelolaan modal adalah fluktuasi harga bahan baku akibat inflasi tahunan.

Dalam kondisi penjualan menurun dan modal mulai menipis, pemilik mengambil keputusan untuk memperluas kanal penjualan melalui platform daring dan memanfaatkan strategi promosi. Pemilik menyatakan bahwa penggunaan promo pada *online food delivery* mampu menjaga stabilitas penjualan ketika penjualan offline mengalami penurunan. Secara empiris, keputusan ini mencerminkan pengambilan keputusan adaptif dan reaktif terhadap tekanan modal. Temuan ini mendukung pandangan Prasetyo (2022) bahwa pelaku UMKM cenderung memprioritaskan keputusan jangka pendek untuk menjaga arus kas usaha.

Kendala pengelolaan modal yang ditemukan dalam penelitian ini meliputi keterbatasan modal kerja dan ketergantungan pada perputaran pendapatan harian. Pelaku UMKM belum memanfaatkan akses pembiayaan formal secara optimal, sehingga keputusan keuangan lebih banyak didasarkan pada kemampuan kas yang tersedia.

Keputusan yang diambil dalam kondisi ini adalah membatasi pengeluaran usaha, menunda pengembangan skala usaha, serta memprioritaskan kebutuhan operasional jangka pendek. Keputusan tersebut mencerminkan pola pengambilan keputusan yang bersifat reaktif dan berorientasi pada keberlangsungan usaha (Prasetyo, 2022). Secara empiris, keputusan ini mampu menjaga stabilitas keuangan usaha dalam jangka pendek, namun kurang mendukung pertumbuhan usaha secara berkelanjutan, sebagaimana dikritisi oleh Simon (1977) bahwa keputusan yang diambil dalam kondisi keterbatasan informasi dan sumber daya cenderung bersifat bounded rationality.

Pengelolaan Bahan Baku

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan bahan baku menjadi kendala signifikan akibat fluktuasi harga dan keterbatasan daya simpan bahan baku pempek. Ketergantungan pada pemasok tertentu juga meningkatkan risiko keterlambatan produksi. Dalam aspek pengelolaan bahan baku, hasil wawancara menunjukkan bahwa Pempek Chindo menggunakan beberapa sumber pemasok. Bahan baku utama diperoleh dari Pasar Karawang, sementara bahan tertentu seperti gula merah untuk cuko didapatkan langsung dari Palembang. Diversifikasi pemasok ini merupakan keputusan strategis untuk menjaga kualitas produk.

Pemilik juga menjelaskan bahwa keputusan produksi sangat dipengaruhi oleh pola permintaan pasar. Penyesuaian jumlah stok dilakukan berdasarkan waktu tertentu, seperti periode gajian, untuk mengantisipasi peningkatan permintaan. Selain itu, pemilik pernah mengganti pemasok ikan akibat keterbatasan stok dan kualitas bahan baku.

Dalam menghadapi kendala tersebut, pelaku UMKM mengambil keputusan untuk melakukan pembelian bahan baku dalam jumlah terbatas dan menyesuaikan volume produksi dengan permintaan harian. Keputusan ini menunjukkan strategi pengambilan keputusan yang berhati-hati dan berbasis pengalaman empiris. Menurut Mintzberg et al. (1998), keputusan berbasis pengalaman merupakan ciri khas usaha kecil yang beroperasi dalam lingkungan penuh ketidakpastian. Secara empiris, keputusan ini efektif dalam meminimalkan kerugian akibat bahan baku rusak, namun berdampak pada keterbatasan kapasitas produksi ketika permintaan meningkat secara tiba-tiba.

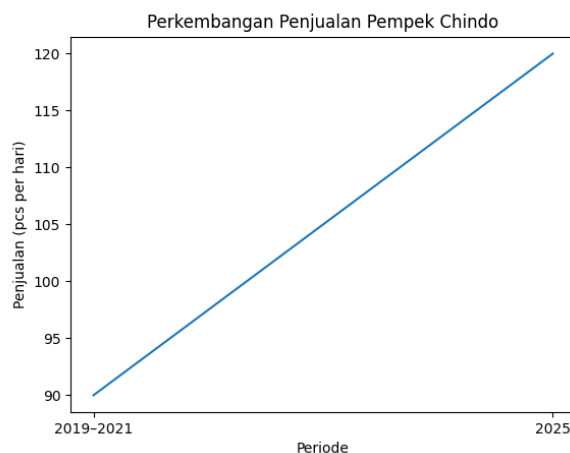
Pemasaran

Kendala pemasaran yang diidentifikasi meliputi keterbatasan jangkauan pasar dan minimnya pemanfaatan media digital secara optimal. UMKM Pempek Chindo Alfamidi UNSIKA masih mengandalkan lokasi fisik dan konsumen sekitar sebagai pasar utama. Dalam aspek pemasaran, hasil penelitian menunjukkan bahwa Pempek Chindo lebih mengandalkan promosi melalui platform *online food delivery* seperti GrabFood, ShopeeFood, dan GoFood. Pemilik menyatakan bahwa strategi pemasaran utama adalah pemanfaatan promo yang telah disediakan oleh platform tersebut, khususnya program Grab Booster yang meskipun memiliki komisi lebih besar, terbukti mampu meningkatkan volume penjualan.

Dari sisi perkembangan usaha, pemilik mengungkapkan bahwa penjualan saat ini mengalami peningkatan signifikan dibandingkan periode awal usaha (2019–2021). Pada masa awal, penjualan kurang dari 100 pcs per hari, sedangkan saat ini telah melampaui angka tersebut.

Tabel 1. Penjualan 2019-sekarang

Periode Waktu	Rata-rata Penjualan Per Hari
2019	<100 pcs
2020	<100 pcs
2021	<100 pcs
2022-sekarang	>100 pcs



Gambar 1. Grafik Penjualan 2019-Sekarang)

Keputusan yang diambil pelaku UMKM adalah mempertahankan pola pemasaran konvensional dengan memanfaatkan lokasi strategis dan promosi dari mulut ke mulut. Keputusan ini didasarkan pada pertimbangan keterbatasan sumber daya dan kemampuan pengelolaan pemasaran digital. Secara empiris, keputusan tersebut cukup efektif dalam mempertahankan pelanggan loyal, namun kurang responsif terhadap perubahan perilaku konsumen yang semakin digital (Kemenkop UKM, 2023). Hal ini sejalan dengan temuan Sari dan Wibowo (2020) yang menyatakan bahwa keterbatasan strategi pemasaran menjadi hambatan utama UMKM dalam meningkatkan daya saing.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengambilan keputusan pelaku UMKM Pempek Chindo Alfamidi UNSIKA bersifat adaptif, intuitif, dan berorientasi pada keberlangsungan usaha jangka pendek. Keputusan-keputusan yang diambil mampu merespons kendala secara praktis, namun masih terbatas dalam mendorong pengembangan usaha jangka panjang. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa pengambilan keputusan pada UMKM tidak sepenuhnya rasional-formal, melainkan dipengaruhi oleh pengalaman, keterbatasan sumber daya, dan konteks lingkungan usaha (Simon, 1977; Mintzberg et al., 1998). Dengan demikian, peningkatan kapasitas pengambilan keputusan yang lebih strategis menjadi kebutuhan penting bagi penguatan UMKM.

Pembahasan

Pembahasan ini bertujuan untuk menginterpretasikan temuan penelitian mengenai pengambilan keputusan pelaku UMKM Pempek Chindo Alfamidi UNSIKA dalam menghadapi berbagai kendala usaha. Analisis dilakukan dengan mengaitkan hasil penelitian dengan tujuan penelitian serta konteks teoritis pengambilan keputusan dan manajemen UMKM. Temuan menunjukkan bahwa keputusan yang diambil pelaku UMKM dipengaruhi oleh keterbatasan sumber daya, ketidakpastian lingkungan usaha, serta pengalaman empiris pelaku usaha.

Pengelolaan Tenaga Kerja

Temuan mengenai pengelolaan tenaga kerja menunjukkan bahwa pelaku UMKM menghadapi keterbatasan jumlah dan kompetensi tenaga kerja, sehingga pengambilan keputusan cenderung diarahkan pada efisiensi biaya dan fleksibilitas kerja. Keputusan untuk menerapkan sistem kerja multitasking dan mengandalkan tenaga kerja keluarga mencerminkan strategi adaptif yang umum dilakukan oleh UMKM. Dalam perspektif teori *bounded rationality*, keputusan tersebut merupakan hasil dari keterbatasan informasi dan sumber daya yang dimiliki pelaku usaha (Simon, 1977).

Secara teoretis, pengelolaan sumber daya manusia yang belum terstruktur sering ditemukan pada UMKM dan berdampak pada terbatasnya peningkatan produktivitas jangka panjang (Nugroho & Setyawan, 2021). Namun, dalam konteks empiris UMKM Pempek Chindo Alfamidi UNSIKA, keputusan tersebut dapat dipahami sebagai respons rasional terhadap kondisi usaha yang menuntut keberlangsungan jangka pendek. Hal ini

menjelaskan mengapa pelaku UMKM lebih memprioritaskan stabilitas operasional dibandingkan pengembangan sistem ketenagakerjaan yang formal.

Pengelolaan Modal

Pembahasan pengelolaan modal menunjukkan bahwa keterbatasan akses terhadap pembiayaan formal memengaruhi pola pengambilan keputusan pelaku UMKM. Keputusan untuk membatasi pengeluaran dan menghindari ekspansi usaha merupakan bentuk strategi defensif dalam menghadapi risiko keuangan. Dalam kerangka teori pengambilan keputusan, kondisi ini menggambarkan keputusan yang bersifat reaktif dan berorientasi pada pengurangan risiko (Mintzberg et al., 1998).

Penelitian Prasetyo (2022) menegaskan bahwa pelaku UMKM cenderung mengambil keputusan jangka pendek akibat keterbatasan modal dan ketidakpastian lingkungan usaha. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pengelolaan modal lebih difokuskan pada keberlangsungan usaha daripada pertumbuhan. Secara konseptual, keputusan tersebut logis dalam konteks UMKM, namun berpotensi menghambat penguatan kapasitas usaha dalam jangka panjang.

Pengelolaan Bahan Baku

Dalam aspek pengelolaan bahan baku, hasil penelitian menunjukkan bahwa fluktuasi harga dan daya simpan bahan baku menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan produksi. Keputusan untuk menyesuaikan volume produksi dengan permintaan harian mencerminkan strategi pengambilan keputusan berbasis pengalaman dan kehati-hatian. Menurut Mintzberg et al. (1998), pengambilan keputusan semacam ini merupakan ciri khas organisasi kecil yang beroperasi dalam kondisi ketidakpastian tinggi.

Secara teoritis, keputusan tersebut dapat dipahami sebagai upaya meminimalkan risiko kerugian akibat pemborosan bahan baku. Namun, dalam konteks yang lebih luas, keputusan ini juga membatasi kemampuan UMKM untuk merespons lonjakan permintaan pasar. Hal ini menunjukkan adanya dilema keputusan antara efisiensi jangka pendek dan peluang peningkatan skala usaha, yang sering dihadapi pelaku UMKM sektor kuliner (Sari & Wibowo, 2020).

Pemasaran

Pembahasan aspek pemasaran menunjukkan bahwa keterbatasan pemanfaatan teknologi digital memengaruhi keputusan pemasaran UMKM. Keputusan untuk mempertahankan pemasaran konvensional didasarkan pada pertimbangan kemampuan dan sumber daya yang tersedia. Dalam konteks teori pengambilan keputusan, keputusan ini mencerminkan kecenderungan pelaku UMKM untuk memilih alternatif yang paling familiar dan berisiko rendah (Simon, 1977).

Meskipun keputusan tersebut efektif dalam menjaga pelanggan lokal, temuan ini menunjukkan adanya kesenjangan antara praktik pemasaran UMKM dan tuntutan perubahan perilaku konsumen yang semakin digital. Kemenkop UKM (2023) menekankan bahwa transformasi digital menjadi faktor penting dalam peningkatan daya saing UMKM. Oleh karena itu, keputusan pemasaran yang diambil pelaku UMKM Pempek Chindo

Alfamidi UNSIKA dapat dipahami sebagai keputusan rasional dalam jangka pendek, namun perlu dikembangkan agar lebih adaptif terhadap perubahan pasar dalam jangka panjang.

Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengambilan keputusan dilakukan secara adaptif dan pragmatis dengan mempertimbangkan keterbatasan sumber daya yang dimiliki. Dalam aspek pengelolaan tenaga kerja, keputusan diarahkan pada efisiensi dan fleksibilitas tanpa melakukan pengurangan tenaga kerja, melainkan dengan penyesuaian stok produksi. Pada pengelolaan modal, keputusan menjadi aspek paling menantang karena dipengaruhi oleh fluktuasi harga bahan baku dan keterbatasan modal kerja, sehingga pelaku usaha lebih memprioritaskan strategi jangka pendek untuk menjaga arus kas. Dalam pengelolaan bahan baku, keputusan diambil secara situasional melalui diversifikasi pemasok dan penyesuaian volume produksi berdasarkan pola permintaan. Sementara itu, pada aspek pemasaran, keputusan pemanfaatan platform *online food delivery* dan program promosi terbukti berkontribusi terhadap peningkatan penjualan dan keberlanjutan usaha.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan yang diambil pelaku UMKM lebih berorientasi pada keberlangsungan usaha jangka pendek dibandingkan pengembangan usaha jangka panjang. Pola pengambilan keputusan tersebut mencerminkan realitas empiris UMKM yang beroperasi dalam kondisi keterbatasan modal, informasi, dan ketidakpastian lingkungan usaha.

Implikasi

Implikasi praktis dari penelitian ini menunjukkan pentingnya penguatan kapasitas pengambilan keputusan pelaku UMKM, khususnya dalam pengelolaan modal dan perencanaan usaha jangka menengah. Pelaku UMKM disarankan untuk mulai mengembangkan pencatatan keuangan yang lebih terstruktur serta memperluas akses terhadap sumber pembiayaan formal guna mengurangi tekanan keputusan jangka pendek. Selain itu, diversifikasi strategi pemasaran di luar ketergantungan pada promo platform digital perlu dipertimbangkan agar daya saing usaha dapat ditingkatkan secara berkelanjutan.

Implikasi akademik dari penelitian ini membuka peluang bagi penelitian selanjutnya untuk mengkaji pengambilan keputusan UMKM dengan pendekatan komparatif antar sektor atau menggunakan metode campuran (*mixed methods*) guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif. Penelitian lanjutan juga dapat mengkaji peran literasi keuangan dan digital dalam meningkatkan kualitas pengambilan keputusan UMKM. Dengan demikian, temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan dalam pengembangan kebijakan dan strategi pemberdayaan UMKM agar lebih adaptif dan berdaya guna.

Daftar Pustaka

Creswell, J. W. (2015). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2023). *Perkembangan data usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia*. Kemenkop UKM.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2015). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Mintzberg, H., Raisinghani, D., & Théorêt, A. (1998). The structure of “unstructured” decision processes. *Administrative Science Quarterly*, 21(2), 246–275. <https://doi.org/10.2307/2392045>
- Nugroho, A., & Setyawan, A. A. (2021). Pengaruh pengambilan keputusan terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(2), 101–112.
- Prasetyo, B. (2022). Pengambilan keputusan strategis pelaku UMKM dalam menghadapi ketidakpastian lingkungan usaha. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(1), 45–56.
- Sari, D. P., & Wibowo, A. (2020). Tantangan dan strategi UMKM sektor kuliner dalam meningkatkan daya saing. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 210–222.
- Simon, H. A. (1977). *The new science of management decision*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (2015). *Metode penelitian survei*. Jakarta: LP3ES.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.