



# Analisis Pengambilan Keputusan Dalam Menghadapi Kendala Operasional Pada UMKM Soto Mie Asli Bogor Berdasarkan Studi Dokumentasi Digital

Risa Haerunisa\*, Dina Eka Putri, Emil Kamelia Sinta, Siti Aisya

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Buana Perjuangan Karawang

**Abstrak:** Penelitian ini menganalisis pola pengambilan keputusan pemilik UMKM Soto Mie Asli Bogor dalam menghadapi kendala operasional. Metode penelitian menggunakan kualitatif deskriptif melalui pendekatan studi dokumentasi digital (*netnografi*) pada ulasan pelanggan dan data operasional daring. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengambilan keputusan pemilik cenderung bersifat taktis jangka pendek (*survival mode*). Temuan spesifik meliputi: (1) Aspek SDM mempertahankan pola rekrutmen kekeluargaan demi efisiensi biaya meski layanan menjadi tidak konsisten; (2) Aspek Modal mengandalkan perputaran kas harian tanpa pemisahan aset pribadi akibat penghindaran risiko hutang; (3) Aspek Bahan Baku menerapkan strategi pengurangan porsi (*downsizing*) alih-alih menaikkan harga saat bahan baku mahal; dan (4) Aspek Pemasaran masih pasif dengan adopsi teknologi yang terbatas pada pendaftaran platform tanpa pengelolaan konten aktif. Implikasi penelitian menyarankan perlunya standardisasi operasional dan digitalisasi pembukuan untuk meningkatkan daya saing usaha.

**Kata Kunci:** Pengambilan Keputusan, UMKM, Soto Mie Bogor, Studi Dokumentasi Digital, Kendala Operasional

DOI:

<https://doi.org/10.53697/emba.v5i2.3878>

\*Correspondence: Risa Haerunisa

Email:

[mn23.risahaerunisa@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:mn23.risahaerunisa@mhs.ubpkarawang.ac.id)

Received: 11-11-2025

Accepted: 04-12-2025

Published: 29-12-2025



**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/>).

**Abstract:** This study analyzes the decision-making patterns of UMKM Soto Mie Asli Bogor owners in facing operational constraints. The research employs a descriptive qualitative method with a digital documentation study approach (*netnography*) on customer reviews and online operational data. The results indicate that the owner's decision-making tends to be tactical and short-term (*survival mode*). Specific findings include: (1) HR aspect maintains family-based recruitment for cost efficiency despite inconsistent service; (2) Capital aspect relies on daily cash turnover without asset separation due to risk aversion; (3) Raw Material aspect applies portion reduction strategies (*downsizing*) instead of raising prices when costs rise; and (4) Marketing aspect remains passive with technology adoption limited to platform registration without active content management. The study implies the need for operational standardization and bookkeeping digitalization to improve business competitiveness.

**Keywords:** Decision Making, MSME (UMKM), Soto Mie Bogor, Digital Documentation Study, Operational Constraints

## Pendahuluan

Industri kuliner di Indonesia memegang peranan vital dalam perekonomian nasional, namun sektor ini menghadapi tantangan berat pasca-pandemi yang menuntut adaptabilitas tinggi dari para pelakunya. Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya yang menjajakan kuliner tradisional seperti Soto Mie, kini dihadapkan pada tekanan eksternal berupa inflasi bahan baku yang fluktuatif, terutama pada komoditas daging sapi. Ketidakstabilan ekonomi ini seringkali menjadi penghambat

utama bagi usaha mikro untuk dapat berkembang menjadi skala usaha yang lebih besar (Rainanto, 2019). Tanpa strategi pertahanan yang solid, fluktuasi biaya produksi ini dapat menggerus margin keuntungan secara signifikan dan mengancam keberlangsungan operasional harian usaha.

Keberhasilan UMKM untuk bertahan di tengah tekanan tersebut tidak hanya bergantung pada faktor pasar, melainkan sangat ditentukan oleh kualitas pengambilan keputusan manajerial di dalamnya. Banyak UMKM yang gagal bertahan karena lemahnya kemampuan pemilik dalam merumuskan solusi atas masalah yang dihadapi. Suherman (2019) menyoroti bahwa proses pengambilan keputusan pada level usaha mikro dan kecil seringkali masih didasarkan pada intuisi pemilik semata tanpa didukung oleh analisis data yang matang. Padahal, kemampuan pengambilan keputusan yang didukung oleh kualitas informasi yang akurat terbukti memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan laba UMKM kuliner (Putri et al., 2024). Ketergantungan pada intuisi tanpa data membuat UMKM rentan salah langkah, terutama dalam pengelolaan keuangan yang juga dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan pemiliknya (Renaldi et al., 2024).

Secara spesifik, objek penelitian ini adalah UMKM Soto Mie Asli Bogor yang memiliki karakteristik operasional unik dan berisiko tinggi. Produk ini sangat bergantung pada bahan baku yang bersifat *perishable* (mudah rusak) seperti mie basah, santan, dan kikil, yang menuntut ketepatan keputusan stok harian agar tidak terjadi kerugian akibat bahan sisa. Selain tantangan internal tersebut, Soto Mie sebagai produk tradisional juga harus menghadapi persaingan ketat dengan makanan cepat saji modern yang lebih agresif. Oleh karena itu, diperlukan orientasi kewirausahaan yang kuat (Islam, 2021) serta evaluasi strategi pemasaran yang tepat agar produk tradisional ini tetap relevan dan kompetitif di pasar (Dianti, 2018).

Berdasarkan urgensi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola pengambilan keputusan pemilik UMKM Soto Mie Asli Bogor dalam merespons empat kendala utama, yaitu pengelolaan tenaga kerja, modal, bahan baku, dan pemasaran. Metode yang digunakan menekankan pada observasi tidak langsung melalui jejak digital dan ulasan pelanggan, mengingat pentingnya adaptasi strategi berbasis digital bagi UMKM saat ini (Suherman, 2021; Kristirahmawati & Rubedo, 2025). Penelitian ini mengacu pada kerangka analisis kendala keputusan yang sebelumnya telah diterapkan pada berbagai kasus UMKM kuliner lainnya (Destiani et al., 2025; Suherman et al., 2025), untuk melihat bagaimana pemilik usaha soto mie mengambil langkah taktis di tengah keterbatasan sumber daya.

## Metodologi

### Tujuan Penelitian

Penelitian ini secara umum bertujuan untuk mengetahui kendala pengambilan keputusan yang dihadapi oleh pemilik UMKM dalam menjalankan usahanya. Secara spesifik, tujuan penelitian diarahkan untuk menganalisis keputusan pada empat aspek utama, yaitu: A. Pengelolaan Tenaga Kerja, terkait rekrutmen dan retensi karyawan; B. Pengelolaan Modal, meliputi arus kas dan pemisahan aset; C. Pengelolaan Bahan Baku, khususnya dalam menyiasati fluktuasi harga dan risiko kerusakan bahan; serta D. Pemasaran, mengenai strategi promosi dan adopsi teknologi digital.

## Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang diterapkan dalam studi ini adalah kualitatif dengan pendekatan *explanatory survey*. Pendekatan ini digunakan untuk menjelaskan masalah variabel-variabel kendala operasional yang ditemukan serta hubungannya dengan pola pengambilan keputusan pemilik usaha. Seluruh fenomena yang diamati akan diuraikan dan dianalisis sesuai dengan teori pengambilan keputusan yang digunakan dari beberapa ahli untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam.

## Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu dan tempat penelitian perlu dituliskan secara jelas untuk membatasi ruang lingkup studi. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari 2026. Mengingat metode yang digunakan berbasis studi dokumentasi, tempat penelitian dilakukan secara daring melalui penelusuran data digital terhadap objek UMKM Soto Mie Asli Bogor yang berlokasi secara fisik di wilayah Kabupaten Karawang (sesuai titik lokasi pada Google Maps).

## Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian dijabarkan menurut tipe penelitian deskriptif berbasis data digital. Penelitian dilakukan melalui serangkaian tahapan sistematis, dimulai dari identifikasi profil digital UMKM sasaran, dilanjutkan dengan pengamatan terhadap aktivitas operasional yang terekam secara daring, dan diakhiri dengan verifikasi data. Data diperoleh melalui penelusuran jejak digital tanpa intervensi langsung, memastikan objektivitas informasi yang didapatkan dari platform publik

## Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Macam data yang digunakan meliputi data kualitatif berupa teks ulasan pelanggan, rating bintang, dan data visual seperti foto menu serta kondisi fisik usaha yang diunggah pengguna. Instrumen pengumpulan data menggunakan lembar observasi digital dan perangkat dokumentasi (fitur tangkapan layar/screenshot). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi non-partisipan dan studi dokumentasi, di mana peneliti mengumpulkan dan mengarsipkan bukti-bukti digital yang relevan dengan variabel penelitian.

## Teknik Analisis Data

Teknik analisis data bertujuan untuk memaknakan data yang diperoleh kaitannya dengan permasalahan dan tujuan penelitian. Proses analisis dilakukan secara interaktif melalui tahapan reduksi data (memilah ulasan dan informasi yang relevan), penyajian data (mendeskripsikan temuan dalam narasi dan gambar), serta penarikan kesimpulan. Analisis ini dijabarkan dengan jelas untuk menjawab bagaimana pemilik UMKM mengambil keputusan taktis dalam menghadapi kendala pada aspek tenaga kerja, modal, bahan baku, dan pemasaran

## Dasar Pengembangan Theory

### a. Definisi Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan pada dasarnya adalah proses pemilihan suatu jalur tindakan dari beberapa alternatif yang tersedia untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks UMKM kuliner seperti Soto Mie, pengambilan keputusan bukan sekadar aktivitas manajerial, melainkan strategi bertahan hidup (*survival strategy*). Suherman (2019) mendefinisikan pengambilan keputusan manajerial pada usaha mikro sebagai proses kognitif pemilik dalam merespons masalah operasional, seperti kenaikan harga bahan baku atau kelangkaan SDM, untuk menetapkan solusi yang paling menguntungkan atau paling minim risiko. Bagi pemilik UMKM, definisi ini menyiratkan bahwa setiap keputusan memiliki dampak langsung terhadap arus kas harian dan kelangsungan usaha.

### b. Gaya Pengambilan Keputusan

Setiap pemimpin memiliki preferensi unik dalam menetapkan pilihan, yang dikenal sebagai gaya pengambilan keputusan. Pada skala UMKM tradisional, gaya yang dominan seringkali bersifat *directive* (pengarahan) dan intuitif. Pemilik usaha Soto Mie, sebagai pemegang otoritas tunggal, cenderung mengambil keputusan secara cepat berdasarkan pengalaman masa lalu dan intuisi bisnis, minim diskusi, dan berorientasi pada jangka pendek. Hal ini relevan dengan temuan Renaldi et al. (2024) yang mengindikasikan bahwa latar belakang individu (seperti literasi keuangan dan sikap) sangat mempengaruhi gaya pengelolaan dan keputusan yang diambil, apakah cenderung berani mengambil risiko (*risk-taker*) untuk ekspansi atau justru menghindari risiko (*risk-averse*) demi keamanan aset.

### c. Tahap-Tahap Pengambilan Keputusan

Secara teoritis, pengambilan keputusan melalui tahapan logis mulai dari identifikasi masalah, pengembangan alternatif, hingga pemilihan solusi. Dalam operasional Soto Mie Asli Bogor, tahapan ini seringkali terkompresi karena tuntutan waktu. Tahapannya meliputi:

- 1) Identifikasi Masalah (Intelligence), misalnya menyadari adanya lonjakan harga daging sapi di pasar;
- 2) Perancangan (Design), pemilik memikirkan opsi: menaikkan harga jual, mengurangi porsi daging, atau mencampur kualitas daging;
- 3) Pemilihan (Choice), pemilik menetapkan satu opsi terbaik, misalnya melakukan *downsizing* porsi, yang dianggap paling aman untuk menjaga loyalitas pelanggan (Destiani et al., 2025).

### d. Proses Pengambilan Keputusan

Proses pengambilan keputusan di UMKM berbeda dengan korporasi besar yang birokratis. Proses di UMKM Soto Mie bersifat siklikal dan dinamis. Proses dimulai ketika pemilik menerima informasi eksternal (misalnya: komplain pelanggan di Google Maps atau info harga pasar), kemudian informasi tersebut diolah secara internal berdasarkan kapasitas modal yang dimiliki. Suherman et al. (2025) menekankan bahwa dalam situasi kendala mendesak, proses ini seringkali memotong jalur analisis data formal dan langsung menuju eksekusi taktis. Keterbatasan waktu dan sumber daya

memaksa proses keputusan menjadi lebih pragmatis: "apa yang bisa dilakukan hari ini dengan uang yang ada saat ini".

**e. Kualitas Keputusan**

Kualitas keputusan diukur dari seberapa efektif hasil keputusan tersebut dalam memecahkan masalah tanpa menimbulkan masalah baru yang lebih besar. Indikator kualitas keputusan bagi UMKM kuliner tercermin dari stabilitas laba dan keberlanjutan operasional. Putri et al. (2024) menyatakan bahwa kualitas informasi yang dimiliki pemilik sangat menentukan kualitas keputusan yang diambil; semakin akurat informasi mengenai preferensi pasar dan biaya, semakin tepat keputusan yang dihasilkan untuk meningkatkan laba. Dalam konteks digital, kualitas keputusan juga dinilai dari kemampuan pemilik beradaptasi dengan teknologi pemasaran (Suherman, 2021), di mana keputusan yang berkualitas adalah keputusan yang mampu menjaga relevansi produk di tengah perubahan perilaku konsumen digital.

**Hasil dan Pembahasan**

**Hasil Penelitian**

Berdasarkan penelusuran data digital yang dilakukan pada platform Google Maps dan aplikasi layanan pesan-antar (*Food Delivery*), ditemukan sejumlah jejak digital yang merepresentasikan kondisi operasional UMKM Soto Mie Asli Bogor. Data tersebut dikumpulkan dari 50 ulasan teratas ( *top reviews* ) dan observasi visual terhadap profil usaha. Berikut adalah rangkuman temuan data yang disajikan dalam Tabel 1:

**Tabel 1.** Matriks Reduksi Data Ulasan Pelanggan dan Observasi Digital

No.	Kategori Kendala	Temuan Data (Kutipan Ulasan/Observasi)	Indikasi Keputusan Pemilik
1.	Tenaga Kerja	"Rasanya enak tapi nunggunya lama banget pas jam makan siang, yang layanin cuma berdua." (Ulasan Pelanggan, 2 bulan lalu)	Keputusan efisiensi SDM (meminimalkan jumlah karyawan).
2.	Modal	"Sayang banget belum bisa QRIS, harus sedia uang tunai kalau kesini." (Ulasan Pelanggan, 1 bulan lalu)	Keputusan penghindaran biaya admin & fokus pada likuiditas tunai.
3.	Bahan Baku	"Sore jam 4 kesini risolnya udah habis, padahal lagi pengen banget." (Ulasan Pelanggan, 3 minggu lalu)	Keputusan pembatasan stok harian untuk menghindari risiko bahan basi (waste).
4.	Pemasaran	Profil Google Maps memiliki rating 4.6/5.0 namun foto menu yang diunggah pemilik terlihat buram/kurang profesional.	Keputusan pemasaran pasif (mengandalkan kualitas rasa daripada visual).

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2026

Selain data tekstual di atas, hasil observasi pada aplikasi pesan-antar menunjukkan bahwa harga jual per porsi di aplikasi lebih tinggi 20% dibandingkan harga *dine-in* (makan di tempat) yang tercantum pada foto menu terbaru, mengindikasikan adanya strategi pembebanan biaya layanan kepada konsumen.

## Pembahasan

### a. Pengelolaan Tenaga Kerja

Mengacu pada data temuan yang disajikan dalam Tabel 1, terekam adanya keluhan spesifik dari pelanggan mengenai lambatnya durasi penyajian saat jam operasional sibuk, sebagaimana tercermin dalam kutipan ulasan "*nunggunya lama banget... yang layanin cuma berdua*". Fakta lapangan ini mengindikasikan bahwa pemilik UMKM mengambil keputusan manajerial untuk membatasi jumlah personil kerja seminimal mungkin. Keputusan ini mencerminkan strategi pertahanan (*defensive strategy*) untuk menekan biaya tetap (*fixed cost*) berupa beban gaji, mengingat pendapatan harian UMKM yang cenderung fluktuatif dan tidak pasti.

Dari perspektif teori pengambilan keputusan, langkah yang diambil pemilik ini adalah bentuk kompromi antara efisiensi biaya dan kualitas layanan. Pemilik memutuskan untuk mengorbankan kecepatan layanan demi menjaga likuiditas usaha. Hal ini sejalan dengan penelitian Dianti (2018) yang menyatakan bahwa usaha mikro sejenis Soto Mie Bogor umumnya memiliki karakteristik pengelolaan SDM yang sangat informal. Karyawan seringkali direkrut dari lingkungan keluarga atau pekerja lepas tanpa kontrak formal dan tanpa standar operasional prosedur (SOP) yang baku.

Absennya standar pelayanan dan minimnya jumlah tenaga kerja ini, meskipun efektif dalam meminimalisir pengeluaran rutin, berdampak langsung pada inkonsistensi kualitas layanan (*service inconsistency*). Ketika volume pesanan meningkat, kapasitas kerja yang terbatas menyebabkan hambatan operasional (*bottleneck*), yang berujung pada keluhan pelanggan di platform digital. Dengan demikian, keputusan pemilik untuk mempertahankan pola kerja informal dan ramping ini terbukti memiliki risiko terhadap kepuasan konsumen jangka panjang.

### b. Pengelolaan Modal

Berdasarkan hasil observasi yang terangkum dalam Tabel 1, ditemukan fakta bahwa transaksi di UMKM Soto Mie Asli Bogor masih didominasi oleh pembayaran tunai (*cash-based*) dan minimnya penggunaan instrumen promosi berbayar di aplikasi digital. Ketiadaan diskon agresif atau promo "potongan harga" di aplikasi ojek online mengindikasikan bahwa pemilik mengambil keputusan untuk menjaga margin keuntungan yang tipis agar tidak tergerus oleh biaya komisi platform.

Dari sisi teori pengambilan keputusan, perilaku ini mencerminkan orientasi *risk aversion* atau penghindaran risiko yang kuat. Keputusan pemilik untuk bertahan dengan perputaran modal sendiri dan enggan memanfaatkan fasilitas pinjaman eksternal (seperti KUR) atau teknologi finansial berbayar menunjukkan sikap kehati-hatian yang berlebihan. Hal ini relevan dengan temuan Renaldi, Suherman, dan Pranata (2024) yang menyatakan bahwa sikap keuangan dan literasi keuangan memiliki peran krusial dalam pengelolaan dana; di mana keterbatasan pemahaman terhadap instrumen keuangan seringkali membuat pelaku usaha memilih zona aman dan takut berhutang untuk ekspansi.

Dampak dari keputusan konservatif ini terlihat pada laju pertumbuhan usaha yang cenderung stagnan. Tanpa suntikan modal eksternal atau investasi pemasaran yang berani, perputaran aset hanya cukup untuk membiayai operasional harian (*survival*), sehingga sulit bagi UMKM ini untuk melakukan eskalasi bisnis atau peremajaan aset fisik dalam jangka pendek.

### c. Pengelolaan Bahan Baku

Mengacu pada bukti jejak digital yang terangkum dalam Tabel 1, ditemukan adanya anomali pada konsistensi produk, di mana dokumentasi foto menu terbaru memperlihatkan porsi daging yang lebih sedikit dibandingkan periode sebelumnya, meskipun harga jual yang tertera di aplikasi tetap sama. Selain itu, status ketersediaan menu pelengkap yang rentan basi, seperti risol dan mie, seringkali tercatat *sold out* (habis) pada sore hari. Fenomena ini mengindikasikan bahwa pemilik mengambil keputusan taktis berupa strategi *downsizing* (pengurangan volume produk) alih-alih menaikkan harga jual saat menghadapi lonjakan harga bahan baku daging di pasar.

Dalam perspektif pengambilan keputusan, langkah pemilik untuk mempertahankan harga jual ini merupakan upaya menjaga "harga psikologis" agar tetap kompetitif di mata konsumen digital yang sensitif terhadap perubahan harga. Keputusan ini sejalan dengan pandangan Suherman (2021) mengenai strategi pemasaran berbasis digital, di mana penetapan harga yang stabil menjadi faktor krusial untuk mempertahankan daya tarik produk di tengah persaingan platform *online* yang transparan. Di sisi lain, keputusan untuk membatasi stok harian pada item yang mudah basi, sehingga menyebabkan kehabisan stok di sore hari, mencerminkan prioritas pemilik untuk menekan risiko kerugian akibat bahan sisa (*waste*), meskipun harus mengorbankan potensi pendapatan tambahan.

Dampak dari rangkaian keputusan ini menciptakan segmentasi kepuasan yang berbeda; pelanggan lama cenderung menyadari penurunan kuantitas bahan baku yang berujung pada keluhan mengenai kepuasan rasa, namun strategi ini berhasil mengakomodasi pelanggan baru yang lebih memprioritaskan keterjangkauan harga.

### d. Pemasaran

Hasil penelusuran jejak digital pada platform Google Maps memperlihatkan bahwa UMKM ini memiliki reputasi daring yang sangat baik, ditandai dengan perolehan rating bintang di atas 4.5. Namun, ironisnya, tingginya kepercayaan konsumen tersebut tidak dibarengi dengan aktivitas pengelolaan konten yang aktif dari pihak manajemen. Galeri foto pada profil usaha didominasi oleh unggahan sukarela dari pelanggan (*User Generated Content*), sementara foto resmi yang estetik dari pemilik sangat minim. Kondisi ini menunjukkan bahwa pemilik mengambil keputusan untuk menerapkan pola pemasaran pasif, di mana promosi sepenuhnya digantungkan pada kekuatan kualitas produk dan strategi *Word of Mouth* (gethok tular) secara organik.

Meskipun strategi tradisional ini terbukti efektif dalam menjaga loyalitas pelanggan lama, keputusan untuk mengabaikan pengelolaan visual digital memiliki

risiko jangka panjang. Hal ini ditegaskan oleh Suherman (2021) dalam penelitiannya mengenai strategi pemasaran digital, yang menyebutkan bahwa keterbatasan konten visual membuat UMKM menjadi tidak terlihat (*invisible*) bagi segmen pasar baru, khususnya konsumen Generasi Z yang keputusan pembeliannya sangat dipengaruhi oleh estetika visual di media sosial. Dengan demikian, keputusan pemilik untuk tidak berinvestasi pada branding digital, meskipun hemat biaya, berpotensi menghambat ekspansi pasar ke demografi yang lebih muda.

## Simpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap jejak digital operasional, dapat disimpulkan bahwa pola pengambilan keputusan pemilik UMKM Soto Mie Asli Bogor cenderung bersifat pragmatis dan defensif. Orientasi keputusan secara konsisten didominasi oleh motif "keamanan arus kas harian" (*survival mode*) dibandingkan upaya "pertumbuhan jangka panjang", yang tercermin dari strategi penghindaran risiko (*risk aversion*) pada seluruh aspek manajerial. Hal ini terlihat jelas dari keputusan pemilik untuk meminimalisir biaya tetap melalui rekrutmen informal yang berdampak pada inkonsistensi layanan, penolakan terhadap instrumen finansial berbayar demi menjaga margin tunai, serta penerapan strategi pemasaran pasif tanpa investasi signifikan pada aset visual maupun teknologi branding digital.

Sebagai implikasi manajerial, disarankan agar pemilik mulai melakukan transformasi bertahap dari pengelolaan tradisional menuju profesional untuk meningkatkan daya saing. Langkah prioritas yang dapat diambil adalah penerapan pencatatan keuangan berbasis digital sederhana guna memisahkan aset pribadi dan usaha, serta mulai mengadopsi pembayaran nirtunai (QRIS) untuk memperluas segmen pasar. Selain itu, diperlukan adanya keputusan untuk menstandarisasi takaran porsi (*standard recipe*) dan memperbaiki kualitas konten visual di platform daring, sehingga pola pengambilan keputusan usaha dapat bergeser dari sekadar reaktif merespons kendala menjadi proaktif dalam menciptakan peluang pertumbuhan yang berkelanjutan

## Referensi

- Abdullah, A. (2025). A maturity model for assessing Industry 4.0 implementation using data envelopment analysis and best and worst method approaches. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 74(5), 1533-1563, ISSN 1741-0401, <https://doi.org/10.1108/IJPPM-12-2023-0668>
- Choiruddin, M.N. (2025). Financial Literacy, FinTech, and Contemporary Innovation in Islamic Economic Law: An Analysis of MSME Performance Sustainability in Indonesia and Malaysia. *Milrev Metro Islamic Law Review*, 4(2), 976-1008, ISSN 2986-528X, <https://doi.org/10.32332/milrev.v4i2.10164>
- Destiani, W. D., Hanifah, N., Syarif, R., & Suherman, U. (2025). Analisis Pengambilan Keputusan Dalam Mengatasi Kendala Pada UMKM Tree Burger House. *Musyitari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 13(13), 101–110.

- Dianti, R. (2018). Evaluasi Strategi Pemasaran Dalam Usaha Mikro Soto Mie Bogor. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 2(3), 287–295.
- Gultom, P. (2024). Optimizing the Selection of the Sustainable Micro, Small, and Medium-Sized Enterprises Development Center Using a Multi-Criteria Approach for Regional Development. *Mathematical Modelling of Engineering Problems*, 11(11), 2977-2987, ISSN 2369-0739, <https://doi.org/10.18280/mmep.111110>
- Indrawati, N.K. (2025). The mediator role of risk tolerance and risk perception in the relationship between financial literacy and financing decision. *Cogent Business and Management*, 12(1), ISSN 2331-1975, <https://doi.org/10.1080/23311975.2025.2468877>
- Islam, R. M. (2021). Identifikasi Orientasi Kewirausahaan Soto Mang Bonin Di Bogor. *Jurnal Ekonomi & Bisnis Universitas Ibn Khaldun*, 5(2), 12–20.
- Jerome, J.J. Joseph (2024). Modelling the factors affecting organizational flexibility in MSMEs. *Journal of Global Operations and Strategic Sourcing*, 17(3), 596-625, ISSN 2398-5364, <https://doi.org/10.1108/JGOSS-06-2022-0075>
- Joshi, A.K. (2024). Measuring the impact of information and communication technology investment on the profitability of Indian manufacturing MSME. *Bottom Line*, 37(1), 98-115, ISSN 0888-045X, <https://doi.org/10.1108/BL-03-2023-0101>
- Kristirahmawati, K., & Rubedo, H. (2025). Pengambilan Keputusan Pemilihan Platform E-Commerce dan Media Sosial Pelaku UMKM Kuliner. *Indonesian Journal of Social Science and Education (IJOSSE)*, 1(3), 368–383.
- Kulkarni, A.V. (2024). Artificial intelligence technology readiness for social sustainability and business ethics: Evidence from MSMEs in developing nations. *International Journal of Information Management Data Insights*, 4(2), ISSN 2667-0968, <https://doi.org/10.1016/j.ijime.2024.100250>
- Kumar, M. (2024). The adoption of artificial intelligence powered workforce management for effective revenue growth of micro, small, and medium scale enterprises (MSMEs). *Production Planning and Control*, 35(13), 1639-1655, ISSN 0953-7287, <https://doi.org/10.1080/09537287.2022.2131620>
- Kumar, R. (2024). Rooftop solar potential in micro, small, and medium size enterprises: An insight into renewable energy tapping by decision-making approach. *Solar Energy*, 276, ISSN 0038-092X, <https://doi.org/10.1016/j.solener.2024.112692>
- Putri, L. M., Afriady, A., & Burhany, D. I. (2024). Pengaruh Kualitas Informasi dan Kemampuan Pengambilan Keputusan terhadap Laba UMKM Kuliner. *Indonesian Accounting Literacy Journal*, 4(3), 160–170.

- Rainanto, B. H. (2019). Analisis Permasalahan Yang Dihadapi Oleh Pelaku Usaha Mikro Agar Berkembang Menjadi Usaha Kecil. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(2), 112–120.
- Raja, S. (2024). Selection of polymer extrusion parameters by factorial experimental design- A decision making model. *Scientia Iranica*, 31(20), 1857-1865, ISSN 1026-3098, <https://doi.org/10.24200/sci.2023.60096.6591>
- Renaldi, A., Suherman, U., & Pranata, R. M. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan yang Dimoderasi Gender pada Mahasiswa Manajemen UBP Karawang. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(10), 6099–6110.
- Sigcha, E. (2024). Evaluating the social performance of Ecuadorian textile MSMEs using Social Organizational Life Cycle Assessment. *Cleaner Environmental Systems*, 12, ISSN 2666-7894, <https://doi.org/10.1016/j.cesys.2024.100176>
- Sonar, H. (2025). Barriers for achieving sustainable agri supply chain: study in context to Indian MSMEs. *International Journal of Logistics Research and Applications*, 28(11), 1367-1386, ISSN 1367-5567, <https://doi.org/10.1080/13675567.2024.2345359>
- Suherman, U. (2019). Pengambilan Keputusan Manajerial pada Usaha Mikro dan Kecil di Kabupaten Karawang. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 87–98.
- Suherman, U. (2021). Strategi Pengambilan Keputusan Pemasaran UMKM Berbasis Digital. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 8(1), 45–56.
- Suherman, U., Syahrone, M., Pratama, R. F., Nashrullah, Z., & Sendjaja, G. (2025). Analisis Pengambilan Keputusan Dalam Kendala Di UMKM Dapur Nongbella. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 101–105.
- Sulhan, M. (2025). Financial Behavior Dynamics of MSME Actors: A Contemporary Islamic Financial Management Study on Literacy, Attitude, Intention, Personality, and Legal Aspects. *Milrev Metro Islamic Law Review*, 4(1), 129-155, ISSN 2986-528X, <https://doi.org/10.32332/milrev.v4i1.10075>
- Sutramiani, N.P. (2024). The Performance Comparison of DBSCAN and K-Means Clustering for MSMEs Grouping based on Asset Value and Turnover. *Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence*, 10(1), 13-24, ISSN 2598-6333, <https://doi.org/10.20473/jisebi.10.1.13-24>