

## **Pengambilan Keputusan Bisnis Pelaku Umkm Kabupaten Lombok Utara di Era Ekonomi Digital: Peluang, Tantangan, Dan Strategi**

**Adi Purmanto**

Akademi Bisnis Lombok  
[adipurmanto@akbil.ac.id](mailto:adipurmanto@akbil.ac.id)

### **Abstrak**

Perkembangan ekonomi digital mengubah cara pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjalankan usaha dan mengambil keputusan bisnis. Pemanfaatan media sosial, *marketplace*, pembayaran digital, analisis data, dan kecerdasan artifisial (*Artificial Intelligence/AI*) memberikan peluang untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi, dan memahami perilaku konsumen. Dalam konteks Kabupaten Lombok Utara, transformasi digital berpotensi mendukung pengembangan UMKM pada sektor perdagangan, pertanian, pariwisata, serta usaha akomodasi dan makan-minum. Makalah ini bertujuan menganalisis peluang, tantangan, dan strategi pengambilan keputusan bisnis UMKM di Kabupaten Lombok Utara pada era ekonomi digital. Kajian menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui studi pustaka dan analisis data sekunder yang bersumber dari publikasi pemerintah, termasuk Badan Pusat Statistik dan Satu Data Kabupaten Lombok Utara. Hasil kajian menunjukkan bahwa teknologi digital dapat mendukung keputusan bisnis melalui pemanfaatan informasi penjualan, biaya, persediaan, dan respons pelanggan. Namun, penerapannya masih menghadapi kendala berupa keterbatasan literasi digital, kompetensi sumber daya manusia, pencatatan keuangan, modal usaha, dan keamanan informasi. Pemanfaatan AI juga memerlukan verifikasi hasil berdasarkan data dan kondisi usaha. Oleh karena itu, strategi pengembangan UMKM perlu diarahkan pada peningkatan literasi digital, pembenahan pencatatan keuangan, penggunaan data dalam pengambilan keputusan, pemanfaatan AI secara bertanggung jawab, serta penguatan kolaborasi antara pemerintah, perguruan tinggi, dan pelaku usaha.

**Kata Kunci:** Ekonomi Digital, Pengambilan Keputusan Bisnis, UMKM, Kecerdasan Artifisial.

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, pengembangan perdagangan, dan pemanfaatan potensi ekonomi lokal. Di tengah perkembangan teknologi, keberhasilan UMKM tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menghasilkan produk, tetapi juga oleh kapasitas pelaku usaha dalam mengelola sumber daya, memahami perubahan pasar, dan mengambil keputusan bisnis secara tepat. Sagala dan Öri (2024), melalui tinjauan sistematis terhadap transformasi digital UMKM, mengidentifikasi berbagai faktor yang memengaruhi keberhasilan digitalisasi, termasuk kesiapan organisasi, kapabilitas digital, dan dukungan lingkungan usaha.

Di Kabupaten Lombok Utara, pengembangan UMKM didukung oleh potensi sektor pertanian, perikanan, perdagangan, kuliner, kerajinan, produk oleh-oleh, serta kegiatan ekonomi yang berkaitan dengan pariwisata. Keragaman potensi tersebut membuka peluang bagi masyarakat untuk mengembangkan usaha, tetapi juga menuntut pelaku UMKM agar mampu menyesuaikan strategi bisnis dengan perubahan kebutuhan konsumen dan dinamika persaingan pasar. Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi digital perlu diarahkan untuk mendukung kebutuhan nyata usaha, seperti menentukan harga, mengelola persediaan, memperluas pemasaran, dan mengevaluasi kinerja keuangan.

Data Satu Data Kabupaten Lombok Utara mencatat jumlah UMKM sebanyak 6.389 unit pada 2023, meningkat menjadi 15.174 unit pada 2024 dan 23.948 unit pada 2025. Data tersebut bersumber dari Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan serta *Online Single Submission* (OSS) sebagaimana tercantum dalam portal data daerah (Satu Data Kabupaten Lombok Utara, 2026). Peningkatan jumlah UMKM yang tercatat menunjukkan pentingnya sektor usaha masyarakat dalam pembangunan ekonomi daerah. Namun, data tersebut belum menggambarkan tingkat adopsi teknologi digital, kualitas pengambilan keputusan, profitabilitas, maupun keberlanjutan setiap usaha. Dengan demikian, jumlah UMKM perlu dibaca sebagai gambaran skala pendataan usaha, bukan sebagai ukuran langsung keberhasilan transformasi digital.

Perkembangan ekonomi digital telah mengubah cara konsumen mencari informasi, membandingkan harga, memilih produk, dan melakukan transaksi. Media sosial, *marketplace*, pembayaran digital, serta aplikasi pencatatan keuangan memberikan peluang bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan efisiensi operasional. Meskipun demikian, pemanfaatan teknologi tidak cukup dinilai dari keberadaan akun media sosial atau penggunaan aplikasi transaksi. Teknologi perlu diintegrasikan ke dalam proses pengelolaan usaha agar informasi yang dihasilkan dapat digunakan untuk menentukan prioritas, mengevaluasi alternatif, dan memperbaiki keputusan bisnis.

Temuan Affandi et al. (2024), berdasarkan survei terhadap 5.035 usaha ultra-mikro, mikro, dan kecil di 17 provinsi Indonesia, menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara adopsi digital dan kinerja usaha yang diukur melalui pertumbuhan penjualan. Penelitian tersebut juga menemukan bukti bahwa adopsi digital berpengaruh terhadap tingkat literasi keuangan pemilik usaha. Temuan ini memperkuat argumen bahwa digitalisasi berpotensi memberikan manfaat yang melampaui aktivitas pemasaran, terutama ketika teknologi digunakan untuk mendukung pengelolaan informasi dan keuangan. Namun, hasil penelitian pada cakupan nasional tersebut tidak dapat langsung dianggap mewakili kondisi seluruh UMKM di Kabupaten Lombok Utara.

Dalam pengambilan keputusan bisnis, pencatatan transaksi dapat digunakan untuk memantau omzet, biaya, dan arus kas, sedangkan data penjualan dapat membantu pelaku usaha mengenali produk yang diminati, pola permintaan, dan efektivitas promosi. Prakasa dan Jumani (2024), melalui penelitian terhadap 330 usaha kecil di Jawa Timur, menunjukkan adanya hubungan antara kapabilitas digital, transformasi bisnis digital, dan kinerja usaha. Penelitian tersebut juga menempatkan transformasi bisnis digital sebagai mekanisme yang menghubungkan kapabilitas digital dengan kinerja usaha. Hal ini mengindikasikan bahwa kepemilikan teknologi saja belum memadai; pelaku usaha perlu memiliki kemampuan untuk mengintegrasikan teknologi ke dalam proses bisnis.

Perkembangan kecerdasan artifisial (*Artificial Intelligence/AI*) semakin memperluas peluang tersebut. AI dapat dimanfaatkan untuk menyusun materi promosi, mengembangkan ide produk, merangkum informasi pasar, membantu menganalisis data sederhana, dan menghasilkan alternatif strategi pemasaran. OECD (2025) menjelaskan bahwa penerapan AI pada UMKM masih menghadapi hambatan, antara lain keterbatasan keterampilan, sumber daya keuangan, dan kesiapan digital. Oleh sebab itu, pemanfaatan AI perlu disesuaikan dengan kebutuhan dan kapasitas usaha. Hasil yang dihasilkan juga harus diperiksa kembali berdasarkan data yang tersedia, kondisi pasar, dan pertimbangan pelaku usaha agar keputusan tidak bergantung sepenuhnya pada keluaran sistem.

Tantangan tersebut relevan bagi UMKM Kabupaten Lombok Utara yang memiliki karakteristik usaha beragam. Pelaku usaha pertanian dan perdagangan perlu memperhatikan perubahan harga, ketersediaan bahan baku, dan pengelolaan persediaan. Sementara itu, usaha kuliner, kerajinan, dan produk yang menyasar wisatawan perlu mempertimbangkan karakteristik konsumen, musim kunjungan, kualitas produk, dan efektivitas saluran pemasaran. Keterbatasan literasi digital, kompetensi sumber daya manusia, kualitas pencatatan keuangan, modal usaha, konektivitas, dan keamanan informasi berpotensi menghambat pemanfaatan teknologi secara optimal. Karena itu, strategi digitalisasi perlu mempertimbangkan perbedaan kebutuhan sektor usaha dan tidak hanya berorientasi pada penggunaan teknologi terbaru.

Berdasarkan kajian tersebut, persoalan yang perlu diperhatikan adalah bagaimana menghubungkan pemanfaatan teknologi digital dengan proses pengambilan keputusan bisnis yang sesuai dengan kondisi UMKM daerah. Penelitian terdahulu telah membahas adopsi digital, kapabilitas teknologi, dan kinerja usaha dalam konteks nasional maupun wilayah lain. Namun, dalam makalah ini, perhatian diarahkan secara khusus pada sintesis peluang, tantangan, dan strategi pengambilan keputusan berbasis data serta pemanfaatan AI yang relevan dengan karakteristik ekonomi lokal Kabupaten Lombok Utara. Pernyataan ini merupakan fokus kontribusi makalah, bukan klaim bahwa penelitian serupa belum pernah dilakukan di wilayah tersebut.

Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui studi pustaka dan analisis data sekunder, makalah ini bertujuan menganalisis peluang dan tantangan pemanfaatan ekonomi digital dalam pengambilan keputusan bisnis UMKM Kabupaten Lombok Utara serta merumuskan strategi penerapan teknologi digital dan AI yang sesuai dengan kapasitas usaha. Kontribusi makalah terletak pada penyusunan kerangka praktis yang menghubungkan pencatatan usaha, pemanfaatan data penjualan dan keuangan, penggunaan AI secara bertanggung jawab, serta dukungan pemerintah daerah dan perguruan tinggi. Kerangka tersebut diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan kualitas keputusan bisnis, efisiensi operasional, daya saing, dan keberlanjutan usaha.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam makalah ini adalah:

1. Bagaimana peluang ekonomi digital dalam mendukung pengambilan keputusan bisnis UMKM Kabupaten Lombok Utara?
2. Apa saja tantangan yang dihadapi UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital?
3. Bagaimana data dan AI dapat digunakan untuk membantu pengambilan keputusan bisnis?
4. Strategi apa yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kemampuan pengambilan keputusan bisnis UMKM di Kabupaten Lombok Utara?

## **1.3 Tujuan Penulisan**

Makalah ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis peluang ekonomi digital bagi UMKM Kabupaten Lombok Utara.
2. Mengidentifikasi tantangan penerapan teknologi digital dalam pengelolaan usaha.
3. Menjelaskan peran data dan AI dalam mendukung keputusan bisnis.
4. Merumuskan strategi transformasi digital yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan UMKM.

## **METODE**

Makalah ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi pustaka dan analisis data sekunder. Pendekatan tersebut digunakan untuk mendeskripsikan perkembangan ekonomi digital dan menganalisis relevansinya terhadap pengambilan keputusan bisnis pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Lombok Utara. Analisis difokuskan pada peluang pemanfaatan teknologi digital, tantangan penerapannya, serta strategi pengambilan keputusan berbasis data dan kecerdasan artifisial (*Artificial Intelligence/AI*).

Data dan bahan kajian bersumber dari publikasi resmi pemerintah, portal data daerah, dokumen kebijakan, serta literatur ilmiah yang relevan. Data mengenai jumlah UMKM diperoleh dari portal Satu Data Kabupaten Lombok Utara melalui dataset *Jumlah UMKM di Kabupaten Lombok Utara*, dengan sumber data yang dicantumkan berupa Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan serta *Online Single Submission* (OSS). Data tahun 2023, 2024, dan 2025 masing-masing tercatat sebanyak 6.389, 15.174, dan 23.948 unit usaha (Satu Data Kabupaten Lombok Utara, tanpa tahun). Data tersebut digunakan untuk menggambarkan perkembangan jumlah UMKM yang tercatat, bukan untuk mengukur tingkat digitalisasi atau kinerja usaha.

Konteks perekonomian daerah dianalisis menggunakan publikasi Badan Pusat Statistik Kabupaten Lombok Utara, yaitu *Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Lombok Utara Menurut Lapangan Usaha 2021–2025* (BPS Kabupaten Lombok Utara, 2026) dan *Kabupaten Lombok Utara Dalam Angka 2026* (BPS Kabupaten Lombok Utara, 2026). Kedua publikasi tersebut digunakan sebagai referensi untuk memahami struktur dan perkembangan perekonomian daerah serta karakteristik sektor usaha yang relevan dengan pengembangan UMKM.

Landasan konseptual diperoleh dari literatur ilmiah mengenai transformasi digital UMKM, adopsi teknologi, kinerja usaha, pengambilan keputusan bisnis, dan pemanfaatan AI. Literatur yang digunakan antara lain penelitian Affandi et al. (2024) mengenai adopsi digital, kinerja usaha, dan literasi keuangan pada usaha ultra-mikro, mikro, dan kecil di Indonesia; tinjauan sistematis Sagala dan Ōri (2024) mengenai faktor keberhasilan transformasi digital UMKM; serta laporan OECD (2025) mengenai adopsi AI oleh usaha kecil dan menengah. Literatur tersebut digunakan untuk membangun kerangka analisis dan menginterpretasikan relevansi teknologi digital terhadap pengelolaan usaha.

Pengumpulan bahan dilakukan melalui penelusuran publikasi resmi dan literatur ilmiah, pemilihan sumber berdasarkan relevansi dengan tujuan makalah, serta pengelompokan informasi ke dalam lima tema, yaitu kondisi UMKM dan perekonomian daerah, peluang ekonomi digital, tantangan transformasi digital, pemanfaatan data dan AI dalam pengambilan keputusan, serta strategi pengembangan usaha.

Analisis dilakukan secara deskriptif dan interpretatif dengan membandingkan informasi dari sumber data daerah dan literatur ilmiah, kemudian mengaitkannya dengan konsep pengambilan keputusan bisnis serta karakteristik usaha yang relevan di Kabupaten Lombok Utara. Berdasarkan sintesis tersebut, disusun rekomendasi mengenai pemanfaatan teknologi digital dan AI yang mempertimbangkan kebutuhan, sumber daya, serta kapasitas pelaku UMKM.

Makalah ini tidak menggunakan survei, wawancara, atau eksperimen terhadap pelaku UMKM. Contoh kasus yang disajikan dalam pembahasan berfungsi sebagai ilustrasi penerapan konsep, bukan sebagai hasil penelitian lapangan. Oleh karena itu, hasil kajian merupakan

interpretasi konseptual berbasis data sekunder dan literatur ilmiah, bukan generalisasi empiris mengenai kondisi seluruh UMKM di Kabupaten Lombok Utara.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Gambaran UMKM dan Potensi Ekonomi Kabupaten Lombok Utara

Kabupaten Lombok Utara memiliki potensi ekonomi yang dapat mendukung perkembangan UMKM, terutama pada kegiatan pertanian, perikanan, perdagangan, kuliner, kerajinan, serta usaha yang berhubungan dengan pariwisata. Potensi tersebut memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk menghasilkan produk lokal dan mengembangkan pasar berdasarkan kebutuhan konsumen.

Data Satu Data Kabupaten Lombok Utara mencatat jumlah UMKM sebanyak 6.389 unit pada 2023, 15.174 unit pada 2024, dan 23.948 unit pada 2025. Data tersebut memperlihatkan peningkatan jumlah UMKM yang terdaftar atau tercatat dalam sumber administrasi yang digunakan pemerintah daerah (Satu Data Kabupaten Lombok Utara, 2026).

Peningkatan angka tersebut perlu ditafsirkan secara hati-hati. Perubahan jumlah yang tercatat tidak dengan sendirinya membuktikan peningkatan produktivitas, keuntungan, atau keberhasilan digitalisasi. Perbedaan cakupan pendataan, proses pendaftaran, dan pembaruan data juga dapat memengaruhi angka yang tersedia. Meskipun demikian, data tersebut menunjukkan perlunya pendekatan pemberdayaan UMKM yang memperhatikan bukan hanya jumlah usaha, melainkan juga kualitas pengelolaan, akses pasar, kemampuan teknologi, dan keberlanjutan bisnis.

Gambaran ekonomi daerah juga memperlihatkan pentingnya sektor-sektor yang berhubungan dengan UMKM. Publikasi BPS Kabupaten Lombok Utara mencatat PDRB atas dasar harga berlaku tahun 2025 sebesar Rp6.371,54 miliar. Beberapa lapangan usaha yang tercatat antara lain pertanian, kehutanan, dan perikanan sebesar Rp2.230,92 miliar; perdagangan besar dan eceran serta reparasi kendaraan sebesar Rp964,44 miliar; dan penyediaan akomodasi dan makan-minum sebesar Rp345,01 miliar (BPS Kabupaten Lombok Utara, 2026a).

Angka tersebut merupakan nilai tambah pada tingkat lapangan usaha, bukan nilai omzet UMKM. Data PDRB juga tidak dapat digunakan untuk menyatakan bahwa seluruh nilai tambah dari sektor tersebut dihasilkan oleh UMKM. Namun, informasi tersebut memberikan konteks mengenai sektor ekonomi yang dapat menjadi ruang pengembangan usaha masyarakat.

**Tabel 1. Data UMKM Kabupaten Lombok Utara Tahun 2023–2025**

| Tahun Jumlah UMKM tercatat |             |
|----------------------------|-------------|
| 2023                       | 6.389 unit  |
| 2024                       | 15.174 unit |
| 2025                       | 23.948 unit |

*Sumber: Satu Data Kabupaten Lombok Utara (2026), data DISKOPERINDAG dan OSS.*

Berdasarkan gambaran tersebut, pengembangan UMKM perlu memperhatikan kesesuaian teknologi dengan jenis usaha. Usaha kuliner dapat memanfaatkan data penjualan untuk mengatur produksi, usaha kerajinan dapat menggunakan media sosial untuk memperkenalkan produk, sedangkan pelaku usaha pertanian dapat menggunakan informasi pasar dan pencatatan biaya untuk membantu menentukan waktu penjualan.

### 3.2 Pengambilan Keputusan Bisnis dalam Era Ekonomi Digital

Pengambilan keputusan bisnis merupakan proses menentukan pilihan tindakan berdasarkan tujuan, informasi, sumber daya, dan kondisi yang dihadapi. Dalam kegiatan UMKM, keputusan bisnis dapat berkaitan dengan pembelian bahan baku, penetapan harga, jumlah produksi, pemilihan pemasok, promosi, pengelolaan tenaga kerja, dan penggunaan modal.

Dalam praktiknya, keputusan usaha sering dibuat berdasarkan pengalaman pemilik. Pengalaman tersebut memiliki nilai penting karena pelaku usaha memahami karakter pelanggan dan kondisi lingkungan usahanya. Namun, keputusan yang hanya mengandalkan perkiraan berisiko kurang tepat apabila kondisi pasar berubah dengan cepat.

Ekonomi digital menyediakan peluang untuk menggabungkan pengalaman dengan informasi yang lebih terukur. Data transaksi dapat digunakan untuk memeriksa apakah penjualan meningkat atau menurun, sedangkan catatan biaya membantu mengetahui apakah peningkatan omzet benar-benar menghasilkan keuntungan.

Perbedaan antara keputusan berbasis intuisi dan keputusan berbasis data dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 2. Perbandingan Pendekatan Pengambilan Keputusan UMKM**

| <b>Aspek</b>         | <b>Berbasis perkiraan saja</b>   | <b>Berbasis data dan pengalaman</b>            |
|----------------------|----------------------------------|------------------------------------------------|
| Penentuan stok       | Berdasarkan kebiasaan            | Berdasarkan penjualan dan pola permintaan      |
| Penetapan harga      | Mengikuti perkiraan atau pesaing | Mempertimbangkan biaya, margin, dan pasar      |
| Promosi              | Dilakukan tanpa evaluasi terukur | Dievaluasi berdasarkan jangkauan dan transaksi |
| Penilaian keuntungan | Berdasarkan uang yang tersisa    | Berdasarkan pencatatan pendapatan dan biaya    |
| Pengembangan produk  | Mengikuti intuisi                | Mempertimbangkan permintaan dan umpan balik    |
| Evaluasi usaha       | Tidak selalu teratur             | Menggunakan indikator yang dipantau berkala    |

*Sumber: Diolah penulis berdasarkan konsep pengambilan keputusan bisnis.*

Tabel tersebut bukan berarti intuisi selalu salah atau data selalu benar. Data dapat tidak lengkap, terlambat, atau keliru. Oleh karena itu, pendekatan yang diperlukan adalah menggabungkan pengalaman pemilik, pencatatan yang dapat dipercaya, informasi pasar, dan evaluasi hasil keputusan.

### **3.3 Peluang Digitalisasi bagi UMKM Kabupaten Lombok Utara**

#### **3.3.1 Perluasan jangkauan pasar**

Teknologi digital memungkinkan pelaku UMKM memperkenalkan produk kepada konsumen di luar lingkungan terdekat. Media sosial, katalog digital, marketplace, dan layanan komunikasi daring dapat membantu memperluas jangkauan promosi.

Sebagai contoh, pelaku usaha kerajinan atau makanan khas di Kabupaten Lombok Utara dapat memanfaatkan media sosial untuk memperlihatkan produk, proses produksi, keunggulan bahan, dan cara pemesanan. Informasi tersebut dapat diakses calon konsumen tanpa harus datang langsung ke lokasi usaha.

Namun, jangkauan promosi yang luas tidak otomatis menghasilkan penjualan. Pelaku usaha tetap perlu memperhatikan kualitas produk, harga, kemasan, kecepatan respons, ketersediaan stok, biaya pengiriman, dan kepercayaan konsumen.

### **3.3.2 Peningkatan efektivitas pemasaran**

Pemasaran digital memberikan peluang untuk menguji berbagai pendekatan promosi. Pelaku UMKM dapat membandingkan konten yang menghasilkan pertanyaan pelanggan, jumlah kunjungan, pesanan, dan transaksi.

Evaluasi tersebut membantu pemilik usaha menentukan jenis konten dan saluran pemasaran yang sesuai. Sebagai contoh, video proses produksi dapat menarik perhatian calon konsumen, sedangkan informasi harga dan cara pemesanan membantu mengubah ketertarikan menjadi transaksi.

Pengambilan keputusan pemasaran perlu mempertimbangkan biaya dan hasil. Banyaknya tanda suka atau penayangan belum tentu menunjukkan peningkatan keuntungan. Indikator yang digunakan sebaiknya disesuaikan dengan tujuan, seperti jumlah pesanan, tingkat pembelian ulang, nilai transaksi, dan biaya promosi per transaksi.

### **3.3.3 Pencatatan dan pembayaran digital**

Pencatatan transaksi merupakan fondasi penting dalam pengelolaan UMKM. Pelaku usaha dapat menggunakan buku kas, lembar kerja elektronik, atau aplikasi keuangan untuk mencatat pemasukan, pengeluaran, utang, piutang, dan persediaan.

Pembayaran digital dapat membantu mempermudah transaksi dan menyediakan bukti pembayaran. Namun, pelaku usaha tetap perlu merekonsiliasi transaksi, memperhitungkan biaya layanan apabila ada, serta memisahkan keuangan usaha dari keuangan pribadi.

Digitalisasi pencatatan juga membantu pemilik usaha menilai kemampuan membayar pemasok, menentukan kebutuhan modal kerja, dan memperkirakan jumlah produksi yang sesuai.

### **3.3.4 Pemanfaatan data pelanggan**

Data pelanggan yang diperoleh secara sah dapat membantu UMKM memahami kebutuhan pasar. Informasi seperti produk yang sering dibeli, frekuensi transaksi, dan umpan balik konsumen dapat digunakan untuk meningkatkan pelayanan.

Pemanfaatan data perlu memperhatikan privasi. UMKM sebaiknya hanya mengumpulkan informasi yang diperlukan, meminta persetujuan ketika relevan, menjaga kerahasiaan informasi, dan tidak membagikan data pelanggan tanpa dasar yang sesuai.

## **3.4 Tantangan Transformasi Digital UMKM**

Walaupun menyediakan peluang, transformasi digital juga menghadirkan tantangan yang perlu diperhatikan.

### **3.4.1 Literasi digital**

Kemampuan menggunakan aplikasi tidak selalu sama dengan kemampuan mengambil keputusan berdasarkan informasi digital. Pelaku usaha mungkin

mampu mengunggah foto produk, tetapi belum tentu dapat mengevaluasi efektivitas promosi atau menganalisis data penjualan.

Oleh karena itu, pelatihan digital perlu mencakup keterampilan praktis, mulai dari pencatatan transaksi, penggunaan katalog digital, pengelolaan akun, keamanan siber, sampai pemahaman indikator kinerja usaha.

#### **3.4.2 Keterbatasan sumber daya manusia dan waktu**

Dalam banyak usaha kecil, pemilik menangani beberapa fungsi sekaligus, seperti produksi, pelayanan, pemasaran, pembelian bahan baku, dan pencatatan keuangan. Kondisi tersebut dapat membatasi waktu untuk mempelajari teknologi atau menganalisis data.

Solusinya tidak harus berupa penerapan sistem yang kompleks. Pelaku usaha dapat memulai dari pencatatan harian sederhana dan evaluasi mingguan, kemudian meningkatkan sistem sesuai kebutuhan.

#### **3.4.3 Kualitas data dan pencatatan keuangan**

Keputusan berbasis data hanya bermanfaat apabila data yang digunakan cukup akurat. Pencatatan yang tidak lengkap dapat menimbulkan kesalahan dalam memperkirakan biaya, keuntungan, atau kebutuhan stok.

Sebagai contoh, omzet yang meningkat belum tentu berarti keuntungan meningkat apabila biaya bahan baku, pengiriman, komisi platform, dan promosi juga bertambah. Oleh karena itu, pencatatan pendapatan perlu disertai pencatatan biaya.

#### **3.4.4 Infrastruktur dan biaya teknologi**

Kualitas akses internet, ketersediaan perangkat, biaya layanan, serta keterampilan pengguna dapat berbeda antarwilayah dan antarjenis usaha. Kondisi tersebut perlu dipetakan secara langsung sebelum pemerintah atau pendamping UMKM menetapkan bentuk intervensi.

Pendekatan digitalisasi sebaiknya tidak mengharuskan seluruh UMKM menggunakan aplikasi yang sama. Pilihan teknologi perlu mempertimbangkan skala usaha, kemampuan pengguna, biaya, dan manfaat yang diharapkan.

#### **3.4.5 Persaingan dan keamanan digital**

Pemasaran daring memperluas jangkauan pasar sekaligus meningkatkan persaingan. UMKM dapat berhadapan dengan banyak penjual yang menawarkan produk serupa. Persaingan yang hanya berfokus pada harga berisiko mengurangi margin keuntungan.

Selain itu, penggunaan akun dan transaksi digital membawa risiko penipuan, pencurian akun, tautan berbahaya, dan kebocoran informasi. Pelaku usaha perlu menerapkan kata sandi yang kuat, autentikasi berlapis apabila tersedia, pemeriksaan bukti pembayaran, dan pencadangan data.

### **3.5 Peran Artificial Intelligence dalam Pengambilan Keputusan**

Artificial Intelligence (AI) dapat membantu UMKM menyelesaikan tugas yang berhubungan dengan pengolahan informasi, pembuatan konten, penyusunan ide, dan analisis sederhana. Teknologi ini dapat digunakan sebagai pendukung pekerjaan, bukan sebagai pengganti penilaian dan tanggung jawab pemilik usaha.

Beberapa bentuk pemanfaatannya adalah sebagai berikut :

**Pertama, pemasaran dan pembuatan konten.** AI dapat membantu menyusun alternatif judul promosi, deskripsi produk, kalender konten, dan naskah video. Pelaku usaha tetap perlu memastikan informasi harga, kualitas, bahan, dan klaim produk benar.

**Kedua, analisis data sederhana.** Apabila tersedia catatan penjualan yang memadai, AI dapat membantu merangkum tren, membandingkan penjualan antarperiode, atau mengidentifikasi pertanyaan yang perlu diperiksa lebih lanjut. Hasil analisis perlu dibandingkan dengan catatan asli agar tidak terjadi kesalahan interpretasi.

**Ketiga, pengembangan produk.** AI dapat membantu menghasilkan alternatif nama produk, konsep kemasan, variasi menu, atau ide paket penjualan. Ide tersebut kemudian perlu diuji berdasarkan biaya, kemampuan produksi, kebutuhan pelanggan, dan kelayakan pasar.

**Keempat, pelayanan pelanggan.** AI dapat membantu menyiapkan jawaban untuk pertanyaan yang sering muncul, seperti informasi produk, jam operasional, cara pemesanan, dan ketentuan pengiriman. Jawaban otomatis perlu diperiksa agar tidak memberikan informasi yang keliru atau menjanjikan sesuatu yang tidak dapat dipenuhi.

Penggunaan AI juga memiliki keterbatasan. Sistem dapat menghasilkan informasi yang salah, memberikan rekomendasi yang tidak sesuai dengan kondisi lokal, atau menarik kesimpulan yang tidak didukung data. Pelaku usaha perlu menghindari memasukkan informasi rahasia, data keuangan sensitif, atau identitas pelanggan ke layanan yang belum dipahami ketentuan privasinya.

Dengan demikian, AI sebaiknya diposisikan sebagai alat bantu yang mempercepat pekerjaan dan menyediakan alternatif. Keputusan akhir tetap berada pada pemilik usaha dengan mempertimbangkan data, pengalaman, etika, dan risiko bisnis.

### **3.6 Ilustrasi Pengambilan Keputusan pada UMKM Kuliner di Kawasan Wisata**

Untuk menggambarkan penerapan konsep, berikut disajikan ilustrasi sebuah UMKM kuliner di kawasan wisata Kabupaten Lombok Utara. Contoh ini bersifat hipotetis dan bukan hasil pengumpulan data lapangan. Sebelum menggunakan pencatatan digital, pemilik usaha menentukan jumlah produksi berdasarkan perkiraan. Pada beberapa hari, makanan tidak habis sehingga bahan baku terbuang. Pada akhir pekan, permintaan meningkat dan persediaan tidak mencukupi.

Pemilik kemudian mulai mencatat jumlah porsi yang terjual setiap hari, biaya bahan baku, jumlah makanan tersisa, serta waktu terjadinya transaksi. Setelah beberapa minggu, catatan tersebut digunakan untuk membandingkan pola penjualan hari kerja dan akhir pekan.

Hasil pencatatan menunjukkan bahwa permintaan pada akhir pekan cenderung lebih tinggi. Pemilik dapat menggunakan informasi tersebut untuk merencanakan pembelian bahan baku dan jumlah produksi. Namun, peningkatan produksi tidak dilakukan hanya berdasarkan asumsi; keputusan perlu memperhitungkan kapasitas, cuaca, jadwal kunjungan, masa simpan bahan baku, dan catatan penjualan aktual.

Selanjutnya, pemilik menggunakan AI untuk menyusun beberapa alternatif promosi. Konten yang dihasilkan diuji secara terbatas, kemudian dievaluasi berdasarkan jumlah pesanan, nilai transaksi, dan biaya promosi. Promosi yang memperoleh banyak penayangan tetapi tidak menghasilkan pesanan tidak otomatis dipertahankan.

Ilustrasi tersebut menunjukkan bahwa manfaat utama teknologi bukan semata-mata penggunaan aplikasi atau AI, melainkan kemampuan menghubungkan pencatatan, analisis, tindakan, dan evaluasi.

### **3.7 Strategi Meningkatkan Kualitas Pengambilan Keputusan UMKM**

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, strategi pengembangan UMKM Kabupaten Lombok Utara dapat diarahkan pada beberapa langkah berikut :

**3.7.1 Memulai dari pencatatan dasar**

Pelaku UMKM perlu membangun kebiasaan mencatat penjualan, biaya, persediaan, dan utang-piutang. Catatan tersebut menjadi sumber informasi awal sebelum menggunakan analisis yang lebih kompleks.

**3.7.2 Menetapkan indikator usaha**

Setiap usaha perlu menentukan indikator yang sesuai dengan tujuannya. Indikator tersebut dapat meliputi omzet, margin keuntungan, biaya produksi, jumlah pesanan, persediaan terbuang, pembelian ulang, dan ketepatan waktu pelayanan. Indikator tidak perlu terlalu banyak. Yang penting adalah indikator dapat dicatat secara konsisten dan digunakan untuk mengevaluasi keputusan.

**3.7.3 Melakukan evaluasi berkala**

Pemilik usaha dapat melakukan evaluasi mingguan atau bulanan untuk membandingkan target dan hasil aktual. Ketika terjadi perubahan penjualan, pemilik perlu mencari penyebabnya sebelum mengubah harga, jumlah stok, atau strategi promosi.

**3.7.4 Menggunakan teknologi sesuai kebutuhan**

UMKM sebaiknya memilih teknologi berdasarkan masalah yang ingin diselesaikan. Apabila masalah utama adalah pencatatan keuangan, prioritasnya adalah sistem kas yang mudah digunakan. Apabila masalahnya adalah jangkauan pasar, prioritas dapat berupa katalog digital dan pemasaran daring.

Penggunaan teknologi yang terlalu kompleks sejak awal dapat meningkatkan biaya dan menyulitkan pengguna. Oleh sebab itu, penerapan secara bertahap lebih sesuai dengan perbedaan kebutuhan dan kapasitas setiap usaha.

**3.7.5 Menerapkan AI secara bertanggung jawab**

Pelaku usaha dapat menggunakan AI untuk pekerjaan yang risikonya relatif rendah, seperti ide konten dan penyusunan deskripsi produk. Untuk keputusan yang berdampak langsung terhadap modal, harga, atau pembelian bahan baku, rekomendasi AI harus diperiksa dengan data usaha dan pertimbangan manusia.

**3.7.6 Memperkuat kolaborasi pemerintah dan perguruan tinggi**

Pemerintah daerah dapat membantu melalui pemetaan kebutuhan UMKM, pelatihan, pendampingan, fasilitasi promosi, dan akses informasi. Perguruan tinggi dapat berperan dalam penelitian, pelatihan pencatatan keuangan, pendampingan pemasaran digital, serta pengenalan analisis data dan AI.

Program pendampingan sebaiknya disusun berdasarkan kebutuhan nyata UMKM dan dievaluasi dengan indikator yang jelas. Keberhasilan tidak cukup diukur dari jumlah peserta pelatihan atau jumlah akun digital yang dibuat, tetapi juga perlu memperhatikan perubahan keterampilan dan penerapan pengetahuan dalam pengelolaan usaha.

**3.7.7 Membangun tahapan transformasi digital**

Strategi transformasi digital UMKM dapat diringkas dalam tahapan berikut :

**Tabel 3. Tahapan Strategi Transformasi Digital UMKM**

| <b>Tahap</b>      | <b>Fokus kegiatan</b>                             | <b>Hasil yang diharapkan</b>                      |
|-------------------|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| Dasar             | Pencatatan pemasukan, pengeluaran, dan stok       | Data usaha lebih teratur                          |
| Kehadiran digital | Katalog, media sosial, dan komunikasi pelanggan   | Informasi produk lebih mudah diakses              |
| Transaksi digital | Pembayaran digital dan pencatatan transaksi       | Transaksi lebih mudah ditelusuri                  |
| Analisis usaha    | Evaluasi penjualan, biaya, dan pelanggan          | Keputusan lebih terukur                           |
| Pemanfaatan AI    | Bantuan konten, ringkasan, dan analisis sederhana | Pekerjaan lebih efisien dengan verifikasi manusia |

*Sumber: Diolah penulis.*

Tahapan tersebut bukan standar wajib yang harus diikuti secara kaku. UMKM dapat menyesuaikannya dengan kondisi usaha, kemampuan sumber daya manusia, akses internet, dan manfaat yang ingin dicapai.

Secara keseluruhan, strategi yang paling penting adalah membangun kebiasaan mengambil keputusan berdasarkan informasi yang relevan. Teknologi dapat membantu menyediakan informasi tersebut, tetapi kualitas keputusan tetap bergantung pada ketepatan analisis dan kemampuan melaksanakan tindakan.

## **KESIMPULAN**

Ekonomi digital memberikan peluang bagi pelaku UMKM Kabupaten Lombok Utara untuk memperluas pasar, memperbaiki pemasaran, meningkatkan keteraturan pencatatan, memahami perilaku konsumen, dan memperkuat pengelolaan usaha. Peluang tersebut relevan dengan potensi ekonomi daerah yang meliputi pertanian, perikanan, perdagangan, kuliner, kerajinan, dan kegiatan usaha yang berkaitan dengan pariwisata.

Data pemerintah daerah menunjukkan bahwa jumlah UMKM yang tercatat meningkat dari 6.389 unit pada 2023 menjadi 23.948 unit pada 2025. Sementara itu, publikasi BPS menunjukkan besarnya peranan sektor pertanian, perdagangan, serta akomodasi dan makan-minum dalam struktur PDRB Kabupaten Lombok Utara. Data tersebut memberikan konteks penting bagi pengembangan UMKM, meskipun tidak secara langsung menunjukkan tingkat keberhasilan maupun tingkat digitalisasi setiap usaha.

Pengambilan keputusan bisnis di era digital perlu menggabungkan pengalaman pemilik usaha dengan data yang akurat dan relevan. Pencatatan transaksi, biaya, persediaan, dan pelanggan dapat membantu UMKM menentukan produk, harga, promosi, serta kebutuhan produksi secara lebih terukur. AI juga dapat dimanfaatkan untuk mendukung pemasaran, pengembangan produk, dan analisis sederhana, dengan tetap memperhatikan keterbatasan teknologi dan pentingnya verifikasi manusia.

Tantangan transformasi digital meliputi literasi digital, keterbatasan sumber daya manusia, kualitas pencatatan, biaya teknologi, akses infrastruktur, keamanan informasi, dan persaingan pasar. Oleh karena itu, transformasi digital tidak seharusnya hanya berorientasi pada penggunaan aplikasi, tetapi perlu diarahkan pada peningkatan kualitas keputusan, efisiensi, daya saing, dan keberlanjutan usaha.

Strategi yang dapat diterapkan adalah memulai pencatatan dasar, menetapkan indikator usaha, melakukan evaluasi berkala, memilih teknologi sesuai kebutuhan, menggunakan AI

secara bertanggung jawab, serta memperkuat kolaborasi pemerintah, perguruan tinggi, dan pelaku usaha.

Dengan demikian, teknologi digital sebaiknya dipahami sebagai sarana untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mengambil keputusan, bukan sebagai tujuan akhir. Keberhasilan transformasi digital akan lebih bermakna apabila penggunaan teknologi menghasilkan perbaikan nyata dalam pengelolaan dan keberlanjutan usaha.

## **SARAN**

Berdasarkan hasil kajian, beberapa saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

1. **Bagi pelaku UMKM:** membiasakan pencatatan transaksi dan keuangan, memisahkan uang usaha dari uang pribadi, mengevaluasi hasil penjualan, serta menggunakan data sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan.
2. **Bagi Pemerintah Kabupaten Lombok Utara:** memperkuat pendampingan UMKM berbasis kebutuhan, memperbarui data usaha secara berkala, meningkatkan literasi digital, dan memfasilitasi akses pemasaran serta pembiayaan.
3. **Bagi perguruan tinggi:** mengembangkan pelatihan dan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pembukuan sederhana, pemasaran digital, analisis data, serta pemanfaatan AI yang aman dan bertanggung jawab.
4. **Bagi komunitas dan mitra usaha:** membangun kerja sama pemasaran, berbagi pengetahuan, serta memperluas akses informasi dan jejaring bisnis.
5. **Bagi peneliti selanjutnya:** melakukan penelitian lapangan melalui survei atau wawancara untuk mengukur tingkat literasi digital, pola pengambilan keputusan, penggunaan AI, serta hubungan pemanfaatan teknologi dengan kinerja UMKM di Kabupaten Lombok Utara.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Akademi Bisnis Lombok atas penyelenggaraan Webinar Series 2 sebagai ruang berbagi pengetahuan dan diskusi mengenai perkembangan ekonomi digital serta penguatan kapasitas pelaku UMKM. Apresiasi juga disampaikan kepada Badan Pusat Statistik Kabupaten Lombok Utara dan pengelola Satu Data Kabupaten Lombok Utara atas penyediaan informasi statistik dan data daerah yang menjadi bahan kajian dalam makalah ini.

Penulis berharap makalah ini dapat memberikan manfaat bagi pelaku UMKM, akademisi, pemerintah daerah, dan masyarakat dalam memahami pentingnya pengambilan keputusan bisnis berbasis informasi di era ekonomi digital. Segala kekurangan dalam makalah ini menjadi ruang untuk perbaikan dan pengembangan kajian pada masa mendatang.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Lombok Utara. (2026a). *Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Lombok Utara Menurut Lapangan Usaha 2021–2025*. BPS Kabupaten Lombok Utara.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Lombok Utara. (2026b). *Kabupaten Lombok Utara Dalam Angka 2026*. BPS Kabupaten Lombok Utara.
- Republik Indonesia. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*.
- Republik Indonesia. (2021). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*.
- Satu Data Kabupaten Lombok Utara. (2026). *Jumlah UMKM di Kabupaten Lombok Utara*. Referensi data: DISKOPERINDAG dan OSS.
- Affandi, Y., Ridhwan, M. M., Trinugroho, I., & Hermawan Adiwibowo, D. (2024). Digital adoption, business performance, and financial literacy in ultra-micro, micro, and small enterprises in Indonesia. *Research in International Business and Finance*, 70, 102376. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2024.102376>
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2025). *AI adoption by small and medium-sized enterprises: OECD discussion paper for the G7*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/426399c1-en>
- Sagala, G. H., & Öri, D. (2024). Toward SMEs digital transformation success: A systematic literature review. *Information Systems and e-Business Management*, 22, 667–719. <https://doi.org/10.1007/s10257-024-00682-2>
- Prakasa, Y., & Jumani, Z. A. (2024). Linking digital capability to small business performance: The mediating role of digital business transformation. *Cogent Business & Management*, 11(1), Article 2342486. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2342486>