



## Penggunaan Transformasi Digital Bisnis Untuk Para Pelaku UMKM Kuliner

Rachmat Adiaz Arrofi <sup>1\*</sup>; Rahman Ajie <sup>2</sup>; Tata Sutabri <sup>3</sup>.

<sup>1</sup>Prodi Teknik Informatika Fakultas Saint Teknologi Universitas Binadarma

\*[rachmatarrofi@gmail.com](mailto:rachmatarrofi@gmail.com) <sup>1</sup> [aji313839@gmail.com](mailto:aji313839@gmail.com) <sup>2</sup> [tata.sutabri@gmail.com](mailto:tata.sutabri@gmail.com) <sup>3</sup>

**Abstract :** Digital transformation has become a necessity in today's modern era, including for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the culinary sector. With increasing internet access and technology penetration at all levels of society, the use of digital technology in business operations has now become standard. For culinary MSMEs, digital transformation does not only mean having an online presence through a website or social media but also involves digitizing business processes, marketing, financial management, and customer service. The benefits offered through this transformation include increasing efficiency, achieving wider markets, and increasing competitiveness in an increasingly competitive market. In addition, with the existence of e-commerce platforms and application-based food delivery services, culinary MSMEs have gained access to consumers who were previously difficult to reach. However, challenges such as limited digital literacy, initial investment, and adapting to business culture remain obstacles. However, with the support of training, education, and collaboration between stakeholders, the potential for utilizing digital transformation by culinary MSMEs can be optimized to encourage economic growth and innovation in this sector.

**Keywords:** digital Transformation, UMKM Culinary, Digital Marketing, Online Platforms, Business Digital.

**Abstrak :** Transformasi digital telah menjadi keharusan di era modern saat ini, termasuk bagi para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor kuliner. Dengan semakin meningkatnya akses internet dan penetrasi teknologi di seluruh lapisan masyarakat, penggunaan teknologi digital dalam operasional bisnis kini telah menjadi standar. Bagi UMKM kuliner, transformasi digital bukan hanya berarti memiliki keberadaan online melalui website atau media sosial, tetapi juga melibatkan digitalisasi proses bisnis, pemasaran, pengelolaan keuangan, dan layanan pelanggan. Manfaat yang didapat dari transformasi ini antara lain peningkatan efisiensi, pasar yang lebih ekspansif, dan rata-rata harian yang lebih kompetitif. Selain itu, dengan adanya platform e-commerce dan layanan pesan-antar makanan berbasis aplikasi, UMKM kuliner mendapatkan akses ke konsumen yang sebelumnya sulit dicapai. Meskipun demikian, tantangan seperti keterbatasan literasi digital, investasi awal, dan adaptasi budaya bisnis tetap menjadi hambatan. Namun, dengan

**Kata Kunci:** Transformasi Digital, Kuliner UMKM, Market Digital, Platform Online, Digital Bisnis

### PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan revolusi industri 4.0, dunia bisnis mengalami evolusi cepat yang signifikan. Salah satu evolusi tersebut adalah transformasi digital. Transformasi digital, yang pada awalnya dianggap sebagai pilihan, kini telah menjadi kebutuhan dasar dalam berbagai sektor bisnis. Dari perusahaan multinasional hingga pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memerlukan adopsi teknologi untuk meningkatkan efisiensi, daya saing, serta memperluas jangkauan pasar mereka.

Sektor kuliner, yang selalu berubah dan dinamis, tidak terkecuali dari pengaruh transformasi ini. UMKM kuliner, yang merupakan tulang punggung ekonomi banyak negara, kini berhadapan dengan tuntutan pasar yang berubah seiring perkembangan teknologi.

Konsumen modern menginginkan layanan yang cepat, mudah, dan personal, yang hanya bisa dicapai melalui pemanfaatan teknologi.

Transformasi digital bagi UMKM kuliner bukan hanya sebatas keberadaan di media sosial atau memiliki website. Lebih dari itu, transformasi ini mencakup penerapan sistem manajemen restoran, aplikasi pemesanan online, analisis data konsumen, hingga penggunaan robotika dan kecerdasan buatan untuk meningkatkan efisiensi operasional. Semua aspek bisnis, dari rantai pasokan hingga pelayanan pelanggan, kini dapat dioptimalkan dengan teknologi.

Sebagai contoh, platform pemesanan makanan online kini telah menjadi normal. Dengan satu ketukan di smartphone, konsumen dapat memilih menu, melakukan pembayaran, dan menunggu pesanan mereka diantarkan ke rumah. UMKM kuliner yang tidak mengikuti tren ini akan kesulitan bersaing dalam pasar yang semakin kompetitif.

Namun, transformasi digital bukan tanpa tantangan. Investasi awal, ketidakpastian hasil, hingga kurangnya pengetahuan teknologi menjadi beberapa hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Oleh karena itu, dukungan dari pemerintah, lembaga pendidikan, dan komunitas bisnis sangat diperlukan untuk memastikan bahwa UMKM kuliner tidak tertinggal dalam perubahan ini.

Dalam konteks Indonesia, dimana UMKM berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, upaya transformasi digital menjadi semakin krusial. Sejumlah inisiatif, baik dari sektor swasta maupun pemerintah, telah dilakukan untuk memfasilitasi proses ini. Baik melalui pelatihan, pendanaan, maupun kerjasama dengan perusahaan teknologi.

Sebagai penutup, transformasi digital bagi UMKM kuliner bukan lagi sebuah opsi, melainkan sebuah keharusan. Di tengah persaingan yang ketat dan tuntutan konsumen yang semakin meningkat, hanya bisnis yang adaptif dan inovatif yang dapat bertahan dan berkembang. Dengan memanfaatkan teknologi dengan tepat, pelaku UMKM kuliner dapat memaksimalkan potensi mereka dan memberikan nilai tambah bagi konsumen. Masa depan bisnis kuliner ada di tangan mereka yang siap bertransformasi dan berinovasi.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Salah satu tantangan yang dihadapi UMKM Kuliner adalah terbatasnya penggunaan platform e-commerce digital, seperti kurang kreatifnya pembuatan konten di media sosial dan kurangnya website dan marketplace untuk meningkatkan volume penjualan.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (2005), metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian, tetapi tidak digunakan untuk menarik kesimpulan yang lebih luas. Sedangkan menurut penelitian kualitatif Sugiyono (2017: 8), merupakan jenis penelitian yang mempunyai spesifikasi sistematis, terencana dan terstruktur dari awal hingga perencanaan penelitian hingga tahap pelaksanaan. Selain itu, penelitian deskriptif kualitatif tidak menyarankan bagaimana memperlakukan, memanipulasi, atau memodifikasi variabel yang diteliti tetapi hanya menggambarkan suatu kondisi sebagaimana adanya. Satu-satunya perlakuan yang ditawarkan adalah penelitian, yang dilakukan melalui observasi, wawancara dan catatan. Oleh karena itu, teknik pengumpulan data dilakukan oleh UMKM Kuliner.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil dan Pembahasan Transformasi digital telah merevolusi berbagai sektor industri, termasuk industri kuliner. Dengan kemajuan teknologi, para pelaku UMKM kuliner memiliki peluang untuk meningkatkan visibilitas, efisiensi, dan profitabilitas bisnis mereka. Dari pemasaran hingga pelayanan, transformasi digital memberi peluang baru yang tidak pernah ada sebelumnya.

1. Pemasaran Digital: Media sosial, email marketing, dan optimasi mesin pencari telah menjadi alat pemasaran utama untuk UMKM kuliner. Dengan promosi digital, restoran dan kafe dapat menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang jauh lebih rendah daripada metode tradisional.
2. Pemesanan Online: Aplikasi pemesanan makanan memungkinkan konsumen memesan makanan dari kenyamanan rumah mereka. UMKM kuliner yang telah bergabung dengan platform ini melihat peningkatan pesanan dan pendapatan.
3. Manajemen Persediaan: Dengan perangkat lunak manajemen persediaan digital, para pelaku UMKM kuliner dapat mengotomatisasi proses pemesanan, mengurangi pemborosan, dan memastikan ketersediaan bahan baku.
4. Pembayaran Digital: Metode pembayaran tanpa kontak seperti e-wallet atau QR code memberikan kemudahan bagi pelanggan dan meningkatkan efisiensi transaksi.

## Media Sosial

### 1. Instagram

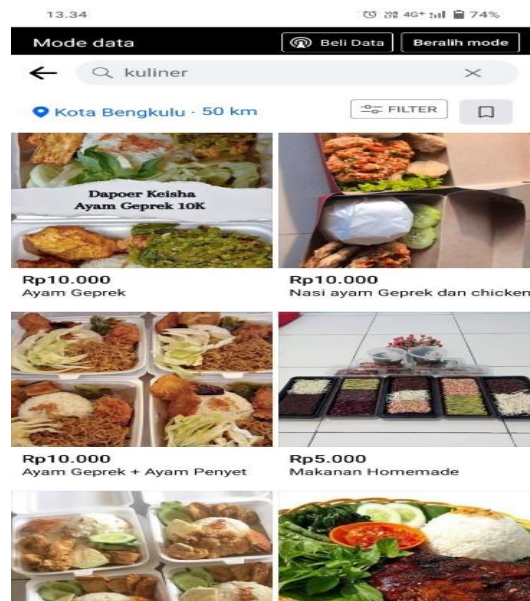
Instagram adalah aplikasi berbagi foto dan video yang dapat diunduh secara gratis oleh semua pengguna ponsel cerdas. Media sosial Instagram menampilkan beberapa fitur dan konten yang menawarkan manfaat signifikan bagi penggunanya. Aplikasi ini membantu Pemilik Usaha UMKM untuk dengan mudah berbagi foto dan video kepada audiensnya. Foto dan video juga dapat dicantumkan dalam deskripsi produk agar produk kuliner UMKM menarik secara visual dan mudah dikenali. Selain itu, hashtag dapat digunakan untuk dengan mudah mengidentifikasi kategori foto atau video tertentu.



Gambar 1. Foto Instagram

### 2. Facebook

Salah satu aspek kehidupan sehari-hari postmodern yang dapat kita amati adalah media sosial, khususnya Facebook. Semakin banyak orang menggunakan Facebook, semakin banyak pula orang yang menggunakan Internet untuk menjelajahi dunia maya. Hampir setiap orang, apapun latar belakang atau keadaannya, memiliki akun di jejaring sosial ini. Facebook telah menjadi alat komunikasi yang andal di mana kita tidak perlu membaca berita utama dan mengikuti tautan untuk mengetahui tentang orang-orang yang tertarik tetapi saat ini berada di luar kota kita. Facebook bisa digambarkan lebih baik dari pada SMS. Melalui latihan pencarian ini, produsen makanan dapat menjual produknya di



Gambar 2. Facebook

Facebook dengan memperbarui profil mereka dengan foto dan video yang lebih menarik sehingga mendorong pemirsa untuk berinteraksi dan tertarik dengan produk mereka. Dengan demikian, diharapkan dengan hadirnya platform media sosial seperti Facebook, masyarakat dapat mengetahui produk secara jelas dan meningkatkan penjualannya.

### **Pembuatan Foto Produk & Katalog**

Setelah selesai, langkah selanjutnya yang perlu dilakukan adalah mengambil foto dan video makanan dan minuman baik untuk keperluan online maupun offline.

Agar produk terlihat menarik dan menarik perhatian, label produk dibuat dengan latar belakang yang bagus, dan produk letakan di tempat dengan kondisi ditengah tengah dan suhu pencahayaan yang sesuai.



Gambar 3. Pembuatan Foto Produk & Katalog

Semua proses pengeditan foto dilatih sehingga hanya bisa diselesaikan dengan kamera smartphone dan aplikasi edit foto gratis.

## Membuat Akun E-Commerce

Setelah logo dan foto sudah dibuat, maka akan mudah untuk melanjutkan ke langkah selanjutnya yaitu membuat akun toko online. Akun e-commerce dibuat agar masyarakat yang membutuhkan dapat memahami makanan dengan lebih jelas seiring berjalannya waktu.

Satu-satunya akun yang dibuat khusus untuk juru masak disebut Blibli. Blibli digunakan karena merupakan salah satu situs belanja terpopuler dan ramah pengguna.

Selain membuat akun, para profesional kuliner juga mendapat pelatihan dalam menangani situs. Pengelolaan meliputi pengelolaan stok, penyempurnaan atau modifikasi produk, pemberian instruksi yang jelas agar pelanggan tertarik membeli produk, dan menjawab pertanyaan pelanggan. Selain itu, Blibli menawarkan beragam program dan keuntungan bagi pemilik usaha yang berpartisipasi. Oleh karena itu, semua fitur statistik, termasuk fitur SameDay dan pengiriman Instan, tersedia dalam program ini. Tidak hanya itu, penjual baru juga bisa mendapatkan lebih banyak eksposur dengan membuka bagian "Rekomendasi Penjual" dan memanfaatkan berbagai promosi seperti Flash Sales, Double Dates, atau Festival Tematik. Tersedia juga program pembelajaran offline dan online gratis.



Gambar 4. Pembuatan Akun E-Commerce

Ada platform online lain yang tersedia untuk program pelatihan yang memfasilitasi penjualan, seperti Grabfood dan Gofood. Aplikasi ini disesuaikan dengan kebutuhan penjualan online bagi para pelaku UMKM kuliner yang fokus utamanya pada produk makanan dan minuman. Selanjutnya para juru masak UMKM dapat menggunakan aplikasi ini untuk melakukan highlight

pilihan-pilihan berbagai macam produk sehingga pelanggan dapat langsung memilih kebutuhannya pada saat itu untuk berbagai produk yang dibutuhkan.

### **Membuat Website**

Untuk memastikan UMKM di bidang kuliner memiliki kesadaran terhadap perkembangan merek, dalam proyek penelitian ini juga dibuat dan ditawarkan pembelajaran tentang betapa pentingnya menggunakan internet dan berpikir menggunakannya untuk meningkatkan usaha online. UMKM kuliner dibuat sebuah website untuk mengakomodasi kesungguhan untuk menjalankan usaha dan mengatur penjualan.

Website dapat membantu UMKM dalam mendefinisikan secara jelas identitas perusahaan dan lini produk serta memfasilitasi komunikasi dengan pelanggan makanan. Karena kenyataan bahwa pelanggan wilayahnya masih terbatas dalam bidang tersebut, dengan menggunakan sebuah situs web dapat memberikan informasi yang tepat kepada pelanggan.

### **Pembuatan Market Place**

Karena maraknya e-commerce melalui pasar online untuk jual beli barang, konsumen dan masyarakat umum tidak perlu lagi mengunjungi toko secara fisik untuk berbisnis atau membeli barang sebaliknya mereka dapat melakukannya secara online. kegiatan riset ini memungkinkan beberapa marketplace seperti Shopee, Lazada, dan Tokopedia dapat memfasilitasi produsen kecil dan menengah dalam menjual produknya.

### **Metode Pembayaran**

Sehubungan dengan perkembangan transformasi digital kegiatan pembayaran sekarang ada yang menggunakan tanpa kontak mata sehingga memudahkan bagi pembeli dan meningkatkan efisiensi penjualan, yaitu seperti e-wallet dan QR code.



Gambar 5. Metode Pembayaran

## **KESIMPULAN**

Pertumbuhan bisnis kuliner UMKM telah menjadi fenomena yang menarik dalam beberapa tahun terakhir. Dengan semakin meningkatnya minat masyarakat terhadap kuliner lokal dan variasi makanan yang ditawarkan oleh UMKM, penggunaan transformasi digital dalam bisnis kuliner telah menjadi kunci sukses bagi banyak pelaku usaha di sektor ini.

Salah satu hal utama yang telah mengubah lanskap bisnis kuliner adalah adopsi teknologi dan strategi digital. Dalam kesimpulan ini, kita akan membahas bagaimana transformasi digital telah memberikan dampak positif pada UMKM kuliner, dan mengapa para pelaku usaha di sektor ini harus terus memanfaatkan potensi digital untuk pertumbuhan dan kesuksesan mereka.

Pertama-tama, transformasi digital telah memungkinkan UMKM kuliner untuk mencapai pasar yang lebih luas. Dengan hadirnya platform pemesanan makanan online dan aplikasi pengiriman makanan, pelanggan sekarang dapat dengan mudah menemukan dan memesan makanan dari UMKM kuliner di berbagai lokasi. Hal ini memungkinkan para pelaku usaha untuk menjangkau pelanggan di luar daerah mereka, sehingga meningkatkan potensi pendapatan mereka.

Selain itu, digitalisasi telah memudahkan UMKM kuliner dalam mengelola operasi mereka. Dengan adanya perangkat lunak manajemen restoran dan aplikasi kasir digital, para pelaku usaha dapat dengan lebih efisien mengelola persediaan, pesanan, dan pembayaran pelanggan. Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga membantu mengurangi kesalahan manusia dan meningkatkan pengalaman pelanggan.

Pentingnya kehadiran online juga tidak dapat diabaikan. Mempunyai situs web atau halaman media sosial yang dikelola dengan baik adalah cara yang efektif untuk mempromosikan bisnis kuliner Anda. UMKM kuliner dapat menggunakan platform ini untuk membagikan menu, foto makanan, ulasan pelanggan, dan informasi kontak. Ini membantu dalam menciptakan merek yang kuat dan membangun kepercayaan pelanggan.

Sementara itu, media sosial juga memainkan peran penting dalam pemasaran. Posting gambar makanan yang menggugah selera dan interaksi yang aktif dengan pelanggan di platform seperti Instagram, Facebook, dan Twitter dapat membantu meningkatkan visibilitas bisnis dan membangun komunitas yang setia.

Kualitas layanan pelanggan juga dapat ditingkatkan dengan bantuan teknologi. Chatbot dan pesan otomatis dapat digunakan untuk memberikan respons cepat terhadap pertanyaan pelanggan dan mengatasi keluhan. Ini meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan dan menciptakan pengalaman yang lebih positif.



Dalam hal pembayaran, transaksi online semakin populer dan nyaman. Pelanggan sekarang dapat membayar dengan mudah melalui kartu kredit, dompet digital, atau pembayaran daring lainnya. Ini membantu UMKM kuliner untuk meminimalkan risiko pembayaran yang tertunda atau batal.

Namun, ada beberapa tantangan yang juga harus dihadapi dalam transformasi digital bisnis kuliner. Salah satunya adalah keamanan data pelanggan. Dalam mengumpulkan dan menyimpan data pelanggan, UMKM kuliner perlu memastikan bahwa informasi sensitif pelanggan tetap aman dan terlindungi dari potensi pelanggaran keamanan.

Dalam kesimpulan, penggunaan transformasi digital dalam bisnis kuliner UMKM telah membawa banyak manfaat. Dari mencapai pasar yang lebih luas hingga meningkatkan efisiensi operasional, teknologi telah membantu para pelaku usaha untuk berkembang dan sukses. Namun, penting bagi mereka untuk terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan mengatasi tantangan yang muncul untuk mempertahankan daya saing mereka di era digital yang terus berkembang.

## **SARAN**

Berikut beberapa tips memanfaatkan transformasi bisnis digital bagi para juru masak UMKM:

- Melaksanakan penjualan dengan aplikasi media sosial: UMKM mampu melakukan transformasi digital pada fungsi penjualan dengan menerapkan penjualan melalui aplikasi media sosial. Hal ini dapat membantu UMKM meningkatkan pangsa pasar, mengembangkan hubungan pelanggan yang lebih erat, dan mengefektifkan proses bisnis.
- Meningkatkan literasi digital: Bagi sebagian besar mahasiswa UMKM, literasi digital masih menjadi tantangan. Oleh karena itu, perlu adanya upaya peningkatan literasi digital di kalangan karyawan perusahaan agar pemahaman dan kesadaran diri dalam memanfaatkan teknologi digital dapat tumbuh.
- Memanfaatkan digitalisasi bisnis untuk kampanye pemasaran dan perkiraan keuangan: Digitalisasi bisnis dapat dimanfaatkan untuk kampanye pemasaran guna membantu UMKM menjangkau basis pelanggan yang lebih besar dan lebih terlibat. Selain itu, digitalisasi juga bisa.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- A Fajarino, N Lisanty, E Hamidah (2023). Edukasi Literasi Digital terhadap Pelaku UMKM Makanan Khas di Kota Palembang- ojs.unik-kediri.ac.id
- A Hardana, A Damisa (2022)Pelatihan Manajemen Usaha Dalam Meningkatkan Usaha UMKM Kuliner- Medani: Jurnal Pengabdian - jurnal.risetilmiah.ac.id
- B Harto, T Sumarni, A Dwijayanti (2023). Transformasi bisnis umkm sanfresh melalui digitalisasi bisnis pasca covid 19- journals.upi-yai.ac.id
- CI Gunawan, SQ Solikhah (2021). Model pengembangan manajemen sumber daya manusia UMKM sektor makanan dan minuman di era covid-19 - jurnal.polibatam.ac.id
- DA Kusumawati, PL (2023). Digital Transformation: Peran Digital Skill Dan E-Readiness Pada UMKM- jos.unsoed.ac.id
- DD Fakhriyyah, Y Susanti, SS Laili(2022). Pengembangan Inovasi Produk dan Penggunaan Digital Marketing sebagai Upaya Peningkatan Penjualan UMKM Makanan - jim.unisma.ac.id
- E Karyani, I Geraldina, MG Haque (2021). Transformasi Digital Industri Halal Besar & UMKM -Wikrama Parahita: Jurnal - repository.ibs.ac.id
- FRA Bukit, GG AS, I Irvan(2019). Pembuatan Website Katalog Produk UMKM Untuk Pengembangan Pemasaran dan Promosi Produk Kuliner- jurnalnasional.ump.ac.id
- Harto, B, Komalasari, R. (2020). Optimalisasi Platform Online Internet Marketing Untuk SME Little Rose Bandung. Empowerment in the Community, 1(1), 1-6. doi: <http://dx.doi.org/10.31543/ecj.v1i1.357.g38>
- Komalasari, R. (2020). Manfaat teknologi Informasi dan Komunikasi di Masa Pandemi Covid 19. TEMATIK - Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi, 7(1), 38–50.
- RN Fathara, M Rizal, R Arifianti, A Husna (2021). Strategi Model Bisnis UMKM Kuliner untuk Bertahan di Era COVID-19 - ojs.umrah.ac.id
- Sutabri, T., 2022, Design of A Web-Based Social Network Information System, International Journal Of Artificial Intelegence Research, No.1.1, Vol.6, : <https://doi.org/10.29099/ijair.v6i1.454>.
- Sutabri, T., 2022, Design of A Web-Based Social Network Information System, International Journal Of Artificial Intelegence Research, No.1.1, Vol.6, : <https://doi.org/10.29099/ijair.v6i1.454>
- Sutabri, Tata. 2012. “Analisis Sistem Informasi”. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- TWA Putra, A Solechan, B (2023). Transformasi Digital Pada UMKM Dalam Meningkatkan Daya Pasar - journal.upgris.ac.id