

## IMPLEMENTASI TEKNOLOGI DIGITAL PADA UMKM AYAM KECAP PEDAS UNTUK OPTIMALISASI PROSES BISNIS

Fadiya 'Aqila Rahma<sup>1</sup>, Najla Naziha<sup>2</sup>, Nindiya Putri<sup>3</sup>

Program Studi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Tidar, Jl. Kapten Suparman No. 39, Potrobangsari, Kec. Magelang Utara, Kota Magelang Jawa Tengah - 56116, Indonesia

Email: [fadiyaaqila64@gmail.com](mailto:fadiyaaqila64@gmail.com), [najlanaziha150@gmail.com](mailto:najlanaziha150@gmail.com), [nindiyaaputri21@gmail.com](mailto:nindiyaaputri21@gmail.com)

### ABSTRACT

*Digital transformation has become a crucial strategy for MSMEs to survive in an increasingly competitive business environment, particularly in the culinary sector. This study aims to analyze the application of digital technology in the culinary MSME "Ayam Kecap Pedas" to optimize business processes, from operational management to marketing. The research method used is a qualitative descriptive study through direct observation, interviews with business owners, and documentation of digital platform usage. The results show that the application of digital technology, such as the use of social media as a promotional tool, online ordering applications, and the digitization of financial records, can improve operational effectiveness and accelerate service processes. Furthermore, digitalization also allows MSMEs to conduct simple data analysis to determine more targeted marketing strategies, expand consumer reach, and minimize errors in transaction recording. However, this implementation also faces several challenges, such as limited human resource capabilities and adaptation to new technologies. Overall, digital transformation has made a positive contribution in supporting the efficiency of MSME business processes and increasing their competitiveness in the digital era.*

**Keyword :** Digital Transformation, MSMEs, Business Process Digitalization

### ABSTRAK

Transformasi digital telah menjadi strategi yang sangat penting bagi pelaku UMKM untuk dapat bertahan dalam persaingan bisnis yang semakin ketat, terutama di sektor kuliner. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan teknologi digital pada UMKM kuliner "Ayam Kecap Pedas" dalam rangka mengoptimalkan proses bisnis, mulai dari pengelolaan operasional hingga pemasaran. Metode penelitian yang digunakan adalah studi deskriptif kualitatif melalui observasi langsung, wawancara dengan pemilik usaha, dan dokumentasi penggunaan platform digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital, seperti pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi, aplikasi pemesanan online, dan digitalisasi pencatatan keuangan, dapat meningkatkan efektivitas operasional dan mempercepat proses pelayanan. Selain itu, digitalisasi juga memungkinkan UMKM untuk melakukan analisis data sederhana guna menentukan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran, memperluas jangkauan konsumen, dan meminimalkan

### Article history

Received: November 2025

Reviewed: November 2025

Published: November 2025

Plagiarism checker no 1385

Doi : prefix doi :

10.8734/musytari.v1i2.359

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

kesalahan dalam pencatatan transaksi. Namun, implementasi ini juga menghadapi beberapa tantangan, seperti keterbatasan kemampuan sumber daya manusia dan adaptasi terhadap teknologi baru. Secara keseluruhan, transformasi digital memberikan kontribusi positif dalam mendukung efisiensi proses bisnis UMKM Ayam Kecap Pedas dan meningkatkan daya saing usaha di era digital.

**Kata Kunci :** Transformasi Digital, UMKM, Digitalisasi Proses Bisnis

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran yang sangat signifikan dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Namun, banyak UMKM yang masih menghadapi berbagai tantangan terkait efisiensi operasional, pencatatan keuangan, serta keterbatasan akses pasar. Di era transformasi digital, pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dihadapkan pada tantangan sekaligus peluang untuk meningkatkan daya saing mereka melalui penerapan teknologi. Oleh karena itu, digitalisasi menjadi solusi strategis yang harus diterapkan agar UMKM tetap relevan dan mampu berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat.

UMKM "Ayam Kecap Pedas" sebagai salah satu bisnis kuliner lokal perlu mengoptimalkan proses bisnis agar tetap relevan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat melalui pemanfaatan teknologi digital. Implementasi digitalisasi menjadi solusi strategis, terutama melalui pemanfaatan QRIS sebagai sistem pembayaran nontunai, Google Maps untuk memperluas jangkauan lokasi serta memudahkan konsumen menemukan usaha, dan platform e-commerce sebagai media pemasaran dan penjualan daring. Integrasi ketiga teknologi digital tersebut, UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, serta memberikan pengalaman transaksi yang lebih praktis kepada pelanggan.

Artikel ini membahas bagaimana penerapan QRIS, Google Maps, dan e-commerce dapat mendukung optimalisasi proses bisnis UMKM Ayam Kecap Pedas secara menyeluruh, sehingga mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha di era digital.

## METODE

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan desain multi-kasus, bertujuan untuk memperoleh pengetahuan deskriptif, eksplanatif, dan eksploratif. Pemilihan pendekatan multi-kasus dilakukan karena memungkinkan peneliti untuk melakukan penelitian secara mendalam terhadap beberapa kasus, sehingga dapat memahami kesamaan, perbedaan, dan pola kontekstual di antara kasus-kasus tersebut (Nurwahida, 2022). Pada setiap kasus, data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, yang kemudian dianalisis menggunakan teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan untuk menjelaskan fenomena secara komprehensif.

Dalam pelaksanaannya, penelitian menggunakan desain deskriptif kualitatif dengan teknik wawancara semi-terstruktur kepada pemilik dan pengelola UMKM *Ayam Kecap Pedas* untuk memperoleh informasi mengenai pengalaman, kendala, serta strategi dalam mengimplementasikan teknologi digital, khususnya penggunaan QRIS, Google Maps, dan platform e-commerce. Teknik wawancara dipilih karena mampu menggali data secara lebih detail dan memberikan ruang bagi responden untuk menjelaskan pandangan serta pengalaman mereka secara bebas. Selain wawancara, penelitian ini juga dilengkapi dengan observasi

langsung terhadap aktivitas operasional UMKM dan dokumentasi berupa catatan transaksi maupun aktivitas pemasaran daring, sehingga hasil penelitian lebih komprehensif dan valid.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

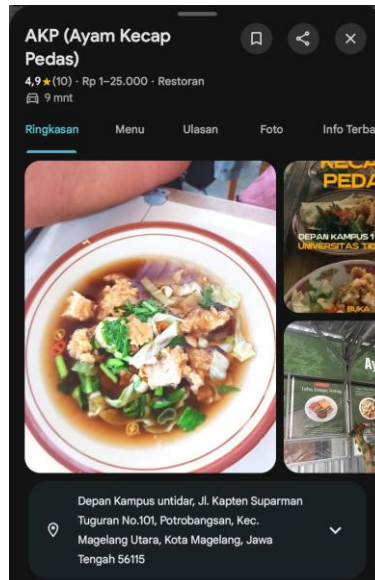
Transformasi digital telah menjadi salah satu strategi yang sangat penting bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing di era modern. Perubahan perilaku konsumen yang semakin mengutamakan kemudahan, kecepatan, dan akses informasi memaksa pelaku usaha untuk beradaptasi dengan memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan operasional dan pemasaran. UMKM Ayam Kecap Pedas adalah salah satu contoh usaha kuliner yang mulai menerapkan digitalisasi untuk meningkatkan efisiensi dan memperluas jangkauan pasar. Digitalisasi ini berfokus pada penerapan QRIS, pendaftaran di Google Maps, dan integrasi dengan platform e-commerce yang secara keseluruhan meningkatkan kinerja dan visibilitas UMKM Ayam Kecap Pedas.

Pertama, adopsi QRIS sudah berhasil diterapkan pada UMKM Ayam Kecap Pedas. QRIS yang merupakan pembayaran berbasis kode QR telah meningkatkan efisiensi transaksi seiring dengan kemajuan di era teknologi saat ini. Owner UMKM Ayam Kecap Pedas dan konsumen telah sadar jika pembayaran menggunakan QRIS menjadi lebih mudah yang juga mempercepat proses pembayaran.



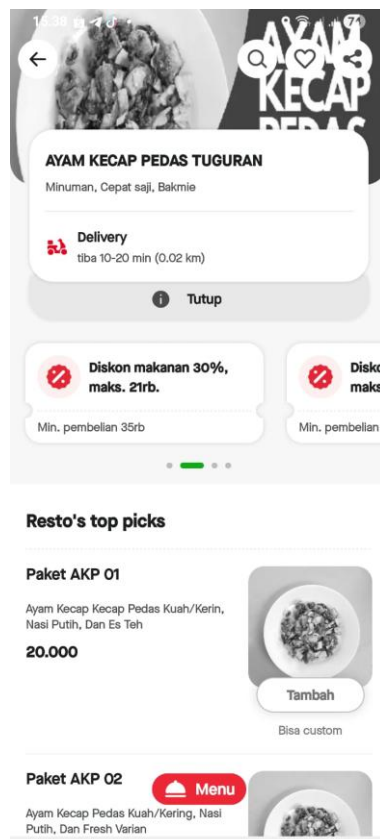
*Gambar 1. QRIS sebagai alat pembayaran digital UMKM Ayam Kecap Pedas*

Kedua, pendaftaran lokasi usaha di Google Maps. Proses ini menunjukkan peningkatan visibilitas UMKM secara online dan memungkinkan calon pelanggan untuk menemukan lokasi Ayam Kecap Pedas secara online sebelum mengunjungi langsung. Kunjungan virtual dan interaksi terkait produk atau layanan yang ditawarkan meningkat secara signifikan.



Gambar 2. Google Business dan Maps UMKM Ayam Kecap Pedas

Ketiga, integrasi dengan platform e-commerce seperti Go Food juga diterapkan pada UMKM Ayam Kecap Pedas. Pendaftaran produk di platform e-commerce ini menunjukkan bahwa UMKM yang terdaftar di platform e-commerce meningkatkan penjualan online dan dapat menjangkau pelanggan di luar wilayah sekitar walaupun masih dalam radius tertentu.



Gambar 3. GoFood UMKM Ayam Kecap Pedas

## Tahap Persiapan: Identifikasi Kebutuhan dan Rencana Program

Tahap persiapan dimulai dengan melakukan survei dan wawancara menyeluruh dengan Owner dan Karyawan Ayam Kecap Pedas untuk mengidentifikasi kebutuhan UMKM. Tujuan dari proses ini adalah untuk mengetahui tantangan utama yang dihadapi UMKM dalam mengadopsi teknologi digital dan pemasaran online. Hasil survei menunjukkan bahwa UMKM Ayam Kecap Pedas menghadapi kesulitan dalam mengimplementasikan teknologi digital karena keterbatasan pengetahuan tentang teknologi.

## Tahap Implementasi : Transformasi Digital

UMKM Ayam Kecap Pedas telah mulai mengimplementasikan digitalisasi dalam operasional dan pemasaran usaha mereka. Langkah pertama yang diambil adalah penerapan metode pembayaran digital melalui QRIS. Kode QRIS diletakkan di area kasir agar mudah terlihat oleh pelanggan. Pemilik usaha dan karyawan dilatih untuk menggunakan aplikasi pembayaran. Penerapan QRIS terbukti mempercepat waktu transaksi dan meningkatkan akurasi pencatatan penjualan karena setiap transaksi tercatat secara otomatis dalam aplikasi pembayaran.

Langkah kedua adalah mendaftarkan usaha di Google Business Profile agar dapat muncul di Google Maps. Pada tahap ini, pemilik usaha mengisi informasi lengkap seperti alamat, nomor telepon, jam operasional, foto menu, harga makanan, dan deskripsi usaha. Keberadaan usaha di Google Maps memudahkan pelanggan untuk menemukan lokasi, memberikan ulasan, serta meningkatkan visibilitas usaha dalam pencarian berbasis lokasi. Dalam proses implementasi, pemilik usaha juga aktif mendorong pelanggan untuk memberikan rating dan ulasan positif guna meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperkuat citra digital UMKM.

Langkah ketiga adalah mengintegrasikan usaha dengan platform e-commerce/food delivery seperti GoFood. Pada tahap ini, pemilik usaha mendaftarkan akun bisnis, mengunggah daftar menu dan foto produk, serta mengatur harga dan promo. Selama proses penggunaan platform, pemesanan yang masuk dipantau melalui dashboard aplikasi dan dicatat secara otomatis dalam sistem. Integrasi ini membantu memperluas jangkauan pelanggan, terutama bagi konsumen yang terbiasa melakukan pemesanan secara online tanpa harus datang langsung ke lokasi.

Secara keseluruhan, proses implementasi menunjukkan bahwa transformasi digital tidak hanya memodernisasi cara transaksi dan pemasaran, tetapi juga meningkatkan efisiensi operasional, akurasi pencatatan penjualan, serta kemampuan UMKM untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Penerapan QRIS, Google Maps, dan platform e-commerce memberikan dampak nyata pada proses bisnis Ayam Kecap Pedas melalui kecepatan transaksi, kemudahan akses informasi, dan peningkatan peluang penjualan.

## Tahap Evaluasi : Hasil Penerapan Transformasi Digital

Pada tahap evaluasi, data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara untuk menilai dampak dan efektivitas dari mengimplementasikan teknologi digital. Menurut analisis data, adopsi teknologi digital meningkatkan visibilitas dan penjualan UMKM Ayam Kecap Pedas. Penelitian (Tampubolon et al., 2024) mendukung hasil ini dengan menunjukkan bahwa kehadiran di platform e-commerce dapat memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan UMKM. Meskipun hasilnya positif, tetap diperlukan dukungan terus menerus untuk mengatasi masalah yang ada dan memastikan penggunaan teknologi tetap berlanjut.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa transformasi digital memberikan dampak positif yang signifikan terhadap efisiensi operasional, visibilitas usaha, dan perluasan pasar. Penerapan QRIS sebagai sistem pembayaran nontunai terbukti mempercepat proses transaksi dan meningkatkan akurasi pencatatan penjualan. Pendaftaran usaha di Google Maps berhasil meningkatkan visibilitas online, memudahkan konsumen menemukan lokasi, serta memperkuat citra digital melalui ulasan pelanggan. Integrasi dengan platform e-commerce seperti GoFood memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan daring, sehingga UMKM mampu menjangkau konsumen di luar wilayah sekitar.

Secara keseluruhan, digitalisasi tidak hanya memodernisasi cara transaksi dan pemasaran, tetapi juga mendukung pengelolaan usaha yang lebih efektif dan adaptif terhadap perubahan perilaku konsumen. Meskipun masih terdapat tantangan berupa keterbatasan sumber daya manusia dan kemampuan adaptasi terhadap teknologi baru, hasil penelitian ini menegaskan bahwa penerapan teknologi digital merupakan strategi penting bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha di era digital.

## DAFTAR PUSTAKA

- Galib, M., Faridah, Muharram, & Thanwain. (2024). JOURNAL OF ECONOMICS AND REGIONAL SCIENCE Transformasi Digital UMKM : Analisis Pemasaran Online dan Dampaknya terhadap Ekonomi Lokal di Indonesia. *Journal of Economics and Regional Science*, 4(2), 115-128.
- Hasan, M., Dzakiyyah, A., Kumalasari, D. A., Safira, N., & Aini, S. N. (2021). Transformasi Digital UMKM Sektor Kuliner Di Kelurahan JatinegarHasan, M., Dzakiyyah, A., Kumalasari, D. A., Safira, N., & Aini, S. N. (2021). Transformasi Digital UMKM Sektor Kuliner Di Kelurahan Jatinegara, Jakarta Timur. *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*, 1. *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*, 17(2), 1-15. <http://ojs.pnb.ac.id/index.php/JBK>
- Nurwahida, N. (2022). Studi Multi Kasus Perilaku Moral Anak Usia 5-6 Tahun Pada Paud Tahfidz dan PAUD Non-Tahfidz di Kota Tarakan. *JECER (Journal Of Early Childhood Education And Research)*, 3(1), 35. <https://doi.org/10.19184/jecer.v3i1.41656>
- Oktaria, H., Adelia, P., Nurjannah, R., Sari, C. P., & Panorama, M. (2025). Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di bidang kuliner di Era Digital dengan Pemanfaatan QRIS. *IJIEB: Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 10(1), 149-161. <http://e-journal.lp2m.uinjambi.ac.id/ojp/index.php/ijoieb>
- Penggunaan, P., Upaya, E. S., & Adaptabilitas, P. (2023). *Dedikasi pkm*. 4(2), 232-243.
- Tampubolon, M. V. R., Ramadhan, M. F., Rizky, Y. P., Putri, N. A., Adzka, N. A., & Arum, D. P. (2024). Upaya Transformasi Digital UMKM Desa Kalipecabean dengan Optimalisasi QRIS, Google Maps, dan E-Commerce The Efforts of Digital Transformation for MSMEs in Kalipecabean Village Through the Optimization of QRIS, Google Maps, and E-Commerce. *Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 3(3), 91-97. <https://doi.org/10.30640/cakrawala.v3i3.3066>