



IMPLEMENTASI STRATEGI INOVASI DIGITAL

Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm
Rumah Makan Di Era Digital



Nicolaus Rizky Ardiansyah Sudarman
Dealani | Fuji Rahma Handayani
Dana Budiman

Editor: Dr. Ir. H. Dana Budiman, M.Si.

IMPLEMENTASI STRATEGI INOVASI DIGITAL UNTUK
MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM RUMAH
MAKAN DI ERA DIGITAL

Nicolaus Rizky Ardiansyah Sudarman
Dealani
Fuji Rahma Handayani
Dana Budiman



Tahta Media Group

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

**IMPLEMENTASI STRATEGI INOVASI DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN DAYA
SAING UMKM RUMAH MAKAN DI ERA DIGITAL**

Penulis:

Nicolaus Rizky Ardiansyah Sudarman
Dealani
Fuji Rahma Handayani
Dana Budiman

Desain Cover:

Tahta Media

Editor:

Dr. Ir. H. Dana Budiman, M.Si.

Proofreader:

Tahta Media

Ukuran:

vi, 82, Uk: 15,5 x 23 cm

QRCBN: 62-415-8814-447

Cetakan Pertama:

Januari 2025

Hak Cipta 2025, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Copyright © 2025 by Tahta Media Group

All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT TAHTA MEDIA GROUP
(Grup Penerbitan CV TAHTA MEDIA GROUP)
Anggota IKAPI (216/JTE/2021)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat-Nya, Ebook Implementasi Strategi Inovasi Digital Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Rumah Makan di Era Digital dapat selesai disusun. Ebook ini disusun berdasarkan hasil kajian dan wawancara mendalam dengan para pelaku UMKM rumah makan yang telah berhasil mengadopsi inovasi digital dalam pengembangan usahanya.

Dalam era digitalisasi yang semakin pesat, UMKM rumah makan sebagai salah satu sektor usaha kuliner yang memiliki peran penting dalam perekonomian perlu beradaptasi dengan perkembangan teknologi untuk dapat mempertahankan eksistensi dan meningkatkan daya saingnya. Ebook ini membahas secara komprehensif mengenai berbagai strategi inovasi digital yang dapat diimplementasikan oleh pelaku UMKM rumah makan, mulai dari penggunaan platform digital untuk pemasaran, sistem pembayaran elektronik, manajemen inventori digital, hingga pengelolaan operasional bisnis berbasis teknologi.

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada seluruh narasumber, khususnya para pemilik UMKM rumah makan yang telah bersedia berbagi pengalaman dan pengetahuan dalam proses transformasi digital usaha mereka. Tidak lupa kami juga berterima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi hingga ebook ini dapat diselesaikan dengan baik.

Harapan kami, ebook ini dapat menjadi panduan praktis bagi para pelaku UMKM rumah makan dalam mengadopsi inovasi digital, serta memberikan wawasan baru bagi para pembaca mengenai pentingnya transformasi digital dalam pengembangan usaha kuliner. Kami menyadari bahwa ebook ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat kami harapkan untuk penyempurnaan di masa mendatang.

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Masalah Utama.....	3
1.3 Tujuan Utama	3
1.4 Batasan/Ruang Lingkup	4
1.5 Manfaat Tulisan	4
1.6 Metode Pembahasan.....	4
BAB II INOVASI BISNIS DIGITAL DAN BERKELANJUTAN.....	6
2.1 Sejarah Perkembangan Digital	6
2.2 Pengertian Digitalisasi.....	8
2.3 Pengertian Bisnis Digital	10
2.4 Bisnis Berkelanjutan.....	13
2.5 Transformasi Digital Dalam Dunia Bisnis.....	16
2.6 Bisnis Yang Sangat Berkembang Di Era Digital	19
BAB III STRATEGI INOVASI DALAM BISNIS DIGITAL	24
3.1 Strategi Inovasi.....	24
3.2 Kerangka Strategi Inovasi	25
3.3 Langkah Kunci Kerangka Strategi Inovasi.....	30
3.4 Pilar Strategi Inovasi	34
3.5 Tantangan dan Solusi dalam Strategi Inovasi	37
BAB IV PROFIL UMKM	40
4.1 Karakteristik UMKM	40
4.2 Karakteristik Rumah Makan.....	41
BAB V PEMBAHASAN STRATEGI INOVASI DIGITAL UMKM	50
5.1 Kondisi Lima Pilar Strategi Inovasi Digital UMKM Rumah Makan..	50
5.2 Inovasi Lima Pilar Strategi Inovasi Digital UMKM Rumah Makan..	60
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
6.1 Kesimpulan.....	73
6.2 Saran	74

REFERENSI.....	76
PROFIL PENULIS	80

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Transformasi digital telah merubah cara operasional Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di berbagai sektor, termasuk UMKM rumah makan. Perubahan ini mencakup model bisnis, metode kerja, dan struktur organisasi yang lebih kompleks dan inovatif. Dalam konteks ini, UMKM rumah makan, seperti warung nasi, menghadapi tantangan untuk meningkatkan daya saing melalui adopsi strategi inovasi digital (Dewi, G. S., & Budiman, 2023).

UMKM didefinisikan sebagai usaha produktif dengan skala kecil yang dikelola oleh perseorangan atau badan usaha yang bukan anak perusahaan. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kementerian KUKM), UMKM menyerap 97% dari total angkatan kerja dan menyumbang 60,4% dari total investasi nasional pada tahun 2021. Data ini menunjukkan bahwa UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian nasional, termasuk sektor kuliner seperti rumah makan. Namun, hanya sebagian kecil UMKM yang telah mengadopsi teknologi digital. Pada Januari 2023, 77% populasi Indonesia menggunakan internet, tetapi hanya 21 juta UMKM yang telah memanfaatkan teknologi digital, menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM belum memanfaatkan peluang tersebut (We Are Social, 2023).

Sementara itu, perubahan perilaku konsumen yang semakin mengutamakan kemudahan belanja online, peningkatan transaksi digital makanan hingga 350%, dan meningkatnya produk penunjang hobi dan kesehatan masing-masing 70% dan 90% menunjukkan urgensi adopsi strategi inovasi digital (Informatika, 2023). Konsumen saat ini cenderung memilih layanan yang menawarkan kenyamanan dan kecepatan, sehingga UMKM yang tidak mampu mengikuti tren ini berpotensi kehilangan daya saing.

Implementasi strategi inovasi digital diperlukan untuk meningkatkan daya saing UMKM rumah makan, termasuk warung nasi. Strategi ini mencakup pemanfaatan teknologi digital, e-commerce, dan pengembangan proses bisnis berbasis inovasi. Dengan kerangka kerja inovasi yang tepat, UMKM rumah makan dapat mengidentifikasi peluang, mengatasi ancaman, dan menciptakan pertumbuhan yang berkelanjutan (Susilo, H., & Nugroho, 2023).

Warung nasi sebagai salah satu bentuk UMKM rumah makan memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari bisnis kuliner lainnya. Konsepnya yang sederhana, harga yang terjangkau, serta kemampuan untuk menyediakan makanan siap saji dalam waktu singkat menjadikannya pilihan favorit bagi konsumen dari berbagai kalangan. Namun, di era digital, warung nasi perlu melakukan transformasi agar dapat bersaing dengan bisnis kuliner modern yang telah memanfaatkan teknologi digital, seperti aplikasi pesan-antar dan platform e-commerce makanan.

Peningkatan daya saing melalui digitalisasi tidak hanya mencakup adopsi teknologi, tetapi juga perubahan pola pikir pemilik UMKM. Banyak pemilik warung nasi yang masih ragu untuk mengadopsi teknologi digital karena keterbatasan pengetahuan, biaya, dan risiko yang mungkin timbul. Oleh karena itu, penting untuk memberikan edukasi dan dukungan yang memadai agar UMKM seperti warung nasi dapat memanfaatkan teknologi digital secara efektif. Langkah ini dapat dimulai dengan pelatihan penggunaan platform digital, pengelolaan data pelanggan, serta strategi pemasaran online yang relevan dengan target pasar (Hartono, 2023).

Selain itu, digitalisasi juga membuka peluang baru bagi warung nasi untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan memanfaatkan media sosial, warung nasi dapat meningkatkan visibilitasnya di mata konsumen. Platform seperti Instagram dan TikTok, yang populer di kalangan masyarakat Indonesia, dapat digunakan untuk mempromosikan menu andalan mereka. Konten visual yang menarik dan interaksi aktif dengan pelanggan di media sosial dapat membantu warung nasi membangun loyalitas konsumen sekaligus menarik pelanggan baru (Wijaya, T., & Santoso, 2023).

Namun, digitalisasi juga membawa tantangan yang perlu dihadapi oleh UMKM rumah makan. Salah satu tantangan utama adalah persaingan yang semakin ketat di platform digital. Warung nasi harus mampu bersaing dengan

bisnis kuliner lain yang memiliki sumber daya lebih besar. Oleh karena itu, inovasi dalam layanan, seperti pengemasan makanan yang menarik, menu yang beragam, dan layanan pelanggan yang responsif, menjadi kunci untuk memenangkan persaingan di era digital.

Adopsi teknologi digital juga memungkinkan UMKM rumah makan untuk mengoptimalkan proses operasional mereka. Misalnya, penggunaan aplikasi manajemen inventaris dapat membantu pemilik warung nasi mengelola stok bahan baku dengan lebih efisien, sehingga mengurangi risiko pemborosan. Selain itu, sistem pembayaran digital dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan dan mempercepat proses transaksi. Dengan demikian, digitalisasi tidak hanya meningkatkan daya saing tetapi juga memberikan efisiensi operasional yang signifikan bagi UMKM rumah makan (Rahmawati, F., Suryani, E., & Wicaksono, 2023).

1.2 MASALAH UTAMA

Masalah utama yang diangkat dalam kajian ini adalah:

1. Bagaimana peluang dan ancaman digitalisasi bagi UMKM rumah makan seperti warung nasi?
2. Bagaimana kondisi strategi inovasi digital UMKM rumah makan saat ini?
3. Bagaimana strategi inovasi digital yang efektif untuk meningkatkan daya saing UMKM rumah makan?
4. Bagaimana strategi inovasi digital dapat membantu UMKM rumah makan mencapai pertumbuhan berkelanjutan di era digital?

1.3 TUJUAN UTAMA

Tujuan kajian ini adalah untuk:

1. Mengidentifikasi peluang dan ancaman digitalisasi bagi UMKM rumah makan seperti warung nasi.
2. Menganalisis kondisi strategi inovasi digital UMKM rumah makan saat ini.
3. Menentukan strategi inovasi digital yang efektif untuk meningkatkan daya saing UMKM rumah makan.
4. Menjelaskan bagaimana strategi inovasi digital dapat mendukung pertumbuhan berkelanjutan UMKM rumah makan di era digital.

1.4 BATASAN/RUANG LINGKUP

Kajian ini memiliki ruang lingkup sebagai berikut:

1. **Lokasi Geografis:** UMKM rumah makan yang diteliti terbatas pada wilayah Kabupaten Sukabumi, Provinsi Jawa Barat.
2. **Skala Bisnis:** Fokus pada rumah makan dengan skala bisnis menengah, seperti rumah makan semi restoran.
3. **Waktu Observasi dan Wawancara:** Data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara antara Desember 2024 hingga Januari 2025.
4. **Aspek Bisnis Digital:** Analisis difokuskan pada pilar strategi inovasi digital, yaitu: a. Tenaga kerja. b. Kerja sama dengan supplier. c. Inti proses bisnis. d. Pengelolaan aset. e. Pemanfaatan Internet of Things (IoT) dan pengalaman pelanggan.

1.5 MANFAAT TULISAN

Kajian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Memberikan wawasan tentang implementasi strategi inovasi digital untuk meningkatkan daya saing UMKM rumah makan di era digital.
2. Menyediakan panduan praktis bagi pemilik UMKM rumah makan untuk mengadopsi teknologi digital secara efektif.
3. Membantu UMKM rumah makan dalam merumuskan strategi dan kebijakan untuk mencapai pertumbuhan berkelanjutan.
4. Mengidentifikasi aspek keberlanjutan lingkungan dan sosial dalam strategi inovasi digital UMKM rumah makan.
5. Menyediakan referensi tambahan bagi akademisi dan praktisi dalam bidang manajemen, inovasi, dan bisnis digital untuk memahami tantangan dan peluang yang dihadapi UMKM rumah makan.

1.6 METODE PEMBAHASAN

1. **Metode Pengumpulan Data:**
 - a. **Observasi:** Menggunakan observasi non-partisipan dengan pendekatan tidak terstruktur untuk mengamati kondisi aktual UMKM rumah makan. Observasi ini memungkinkan peneliti untuk memahami aspek-aspek penting seperti manajemen operasional, penggunaan teknologi digital, dan interaksi dengan konsumen.

- b. **Wawancara:** Dilakukan dengan pemilik UMKM rumah makan untuk mendapatkan informasi mendalam mengenai praktik bisnis dan strategi digital yang diimplementasikan. Wawancara dilakukan secara langsung dengan panduan pertanyaan yang fleksibel, sehingga memungkinkan eksplorasi informasi yang lebih kaya (Kriyanto, 2018).

2. **Metode Analisis Data:**

Data dianalisis secara kualitatif dan deskriptif. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami secara mendalam masalah yang dihadapi UMKM rumah makan dan menggambarkan data secara komprehensif.

Kelebihan metode deskriptif kualitatif meliputi:

- Memahami masalah secara mendalam dalam konteks masyarakat.
- Memberikan gambaran faktual mengenai situasi yang dihadapi oleh UMKM rumah makan.
- Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan strategi inovasi digital.

BAB II

INOVASI BISNIS DIGITAL

DAN BERKELANJUTAN

2.1 SEJARAH PERKEMBANGAN DIGITAL

Teknologi mekanik dan elektronik analog mulai digantikan oleh teknologi digital pada awal tahun 1980-an, menandai babak baru dalam sejarah perkembangan digital. Istilah "digital" sendiri berasal dari bahasa Yunani, "digitus," yang berarti sepuluh jari tangan atau kaki manusia. Ini menggambarkan penggunaan konsep angka dalam sistem digital yang lebih sederhana dan efisien dibandingkan teknologi analog. Seiring waktu, kemajuan teknologi digital membawa dampak yang signifikan pada berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis.

Model bisnis digital menjadi semakin relevan dengan kemajuan ini, karena memanfaatkan teknologi digital untuk menjalin hubungan lebih erat dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk pelanggan, mitra, dan komunitas. Dengan pendekatan ini, perusahaan dapat mengumpulkan dan menganalisis data untuk mendapatkan wawasan mendalam tentang preferensi pelanggan dan memanfaatkan informasi tersebut dalam menciptakan inovasi. Tidak hanya itu, ekosistem digital, media digital, dan teknologi informasi kini digunakan secara luas untuk mendokumentasikan sejarah, menciptakan historiografi, serta menampilkan masa lalu melalui berbagai medium visual dan interaktif. Contohnya termasuk visualisasi data, peta interaktif, audio, video, arsip digital, augmented reality (AR), virtual reality (VR), dan media lainnya. Semua ini menunjukkan bagaimana teknologi digital berperan penting dalam mendukung inovasi bisnis dan memberikan nilai tambah. Meski begitu, para peneliti dan sejarawan masih terus mengeksplorasi potensi teknologi digital untuk pemanfaatan yang lebih maksimal (Cahyani, 2020).

Menurut Purwanto (n.d.), perkembangan teknologi digital telah berlangsung sejak tahun 1980 dan terus digunakan hingga saat ini. Remaja yang lahir pada dekade tersebut sering dianggap sebagai generasi pertama yang memulai dan mendorong terjadinya revolusi digital. Revolusi ini tidak hanya mengubah pola pikir masyarakat tetapi juga membawa kita memasuki era informasi yang sangat canggih, seiring dengan revolusi pertanian dan revolusi industri di masa lalu. Teknologi digital telah memberikan dampak yang begitu luas pada kehidupan manusia, mulai dari mempermudah pekerjaan sehari-hari hingga menciptakan tantangan baru akibat kurangnya kemampuan manusia dalam menggunakan alat-alat digital secara bertanggung jawab.

Dasar-dasar teknologi informasi dan komunikasi menjadi fondasi penting dari revolusi digital. Kemajuan dalam pengembangan komputer elektronik digital, komputer pribadi, dan khususnya mikroprosesor dengan kinerja yang terus meningkat (sebagaimana diprediksi oleh Hukum Moore) telah menjadi katalis utama dalam transformasi ini. Inovasi tersebut memungkinkan teknologi komputer diterapkan pada berbagai perangkat, mulai dari pemutar musik portabel hingga kamera digital. Selain itu, perkembangan teknologi transmisi seperti radio digital, jaringan komputer, dan Internet memberikan kontribusi yang tidak kalah penting. Pada tahun 2000-an, penetrasi ponsel 3G dengan konektivitas online yang luas, hiburan di mana saja, dan komunikasi yang lebih cepat semakin mempercepat revolusi digital. Teknologi informasi kini mencakup perangkat komunikasi, perangkat keras, perangkat lunak, serta sistem penyimpanan dan transmisi informasi, yang semuanya menjadi elemen penting dalam era digital modern (Purwanto, n.d.).

Peralihan dari teknologi analog ke digital merupakan salah satu perubahan yang paling signifikan dalam sejarah teknologi manusia. Awalnya, teknologi analog menjadi dasar dari berbagai inovasi awal. Ketika komputer pribadi pertama kali diperkenalkan, kecepatan modem analog hanya mencapai 300 hingga 1200 bit per detik, yang jauh lebih lambat dibandingkan dengan teknologi saat ini. Kecepatan transmisi data kini telah meningkat drastis, mencapai 24,4 kbps hingga 33,6 kbps, dan terus berkembang seiring waktu. Teknologi analog, yang sebelumnya dianggap unggul dalam mengukur kecepatan secara teoritis, memiliki keterbatasan, terutama dalam kemampuan

REFERENSI

- Albab, M. U., Pratama, R. W., & Suryana, H. (2023). Bisnis berkelanjutan di era digital: Tantangan dan peluang. *Jurnal Ekonomi Berkelanjutan Indonesia*, 9(2), 45–60.
- Andriani, N. (2019). Hubungan antara rumah makan dan pemasok dalam rantai pasok. *Jurnal Logistik Dan Bisnis Kuliner*, 12(4), 142–155.
- Ardynasari, D., & Darmawan, A. (2023). Digitalisasi pemasaran pada UMKM rumah makan: Menjangkau audiens lebih luas. *Jurnal Pemasaran Digital Indonesia*, 4(2), 110–123.
- Cahyani, R. R. (2020). Inovasi digital untuk keberlanjutan bisnis. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Digital*, 6(1), 88–101.
- Chen, X., Li, J., & Sun, L. (2022). Digital collaboration and partnerships in the restaurant industry: Implications for small businesses. *Journal of Business Digitalization*, 6(1), 45–58.
- Das, S. (2017). Defining small and medium enterprises: Global perspectives. *International Journal of Business Studies*, 9(4), 32–45.
- Davis, J. R., Kee, J. E., & Newcomer, K. E. (2010). Strategic transformation in the digital age. *New York, NY: Routledge*.
- Dewi, G. S., & Budiman, D. (2023). Strategi digitalisasi UMKM untuk meningkatkan daya saing di era digital. *Jurnal Inovasi Digital*, 5(2), 101–115.
- Gunawan, S. (2022). Data-driven decision making for small businesses in the digital era. *Jurnal Manajemen Teknologi Digital*, 7(3), 67–81.
- Harianto, A. (2018). Diversifikasi menu dalam industri kuliner lokal. *Jurnal Inovasi Kuliner*, 14(1), 54–66.
- Hartono, R. (2023). Peluang dan tantangan UMKM dalam era digitalisasi: Perspektif teknologi dan pemasaran. *Jurnal Manajemen Inovasi*, 9(3), 211–220.
- Hasibuan, M. (2019). Dampak digitalisasi dalam pengelolaan bisnis rumah makan. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Bisnis*, 6(3), 45–57.
- Herman Lilo, S., Nugroho, B., & Suryani, A. (2022). Digitalisasi dalam bisnis: Studi kasus pada UMKM Indonesia. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Bisnis*, 6(1), 45–59.

- Informatika, K. K. dan. (2023). Digitalisasi UMKM: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Transformasi Digital*, 7(1), 45–60.
- Junita, R. (2020). Digitalisasi operasional bisnis: Dampak dan strategi. *Jurnal Inovasi Teknologi Digital*, 8(3), 123–135.
- Kriyanto, R. (2018). Teknik praktis riset komunikasi. *Jakarta, Indonesia: Kencana*.
- Kukanja, S., Wijoyo, A., & Sari, M. (2023). Sistem manajemen pelanggan berbasis digital pada rumah makan. *Jurnal Inovasi Digital Dan Layanan Pelanggan*, 5(1), 56–68.
- Kusuma, A. (2019). Pemanfaatan sumber daya lokal dalam bisnis restoran. *Jurnal Ekonomi Lokal*, 13(2), 45–58.
- Kusuma, A., & R. (2020). Inovasi dalam bisnis digital: Strategi menghadapi perubahan pasar. *Jurnal Inovasi Dan Teknologi*, 12(3), 45–62.
- Lilo, H., & Suryani, A. (2022). Transformasi digital dan dampaknya pada UMKM. *Jurnal Bisnis Digital Indonesia*, 4(2), 89–102.
- Manuj, I., & Sahin, E. (2009). Digital marketing strategies: Effectiveness and challenges. *International Journal of Digital Marketing*, 7(1), 14–28.
- Maulana, M. (2023). Peningkatan pengalaman pelanggan di UMKM rumah makan. *Jurnal Inovasi Teknologi Bisnis*, 4(3), 56–71.
- Mulyadi, A. (2020). Peran teknologi dalam digitalisasi proses bisnis pada UMKM rumah makan. *Jurnal Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis*, 9(2), 123–135.
- Munawar, Z. (2018). Keamanan data dalam transformasi digital. *Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi Digital*, 4(2), 155–168.
- Novianti, E., & Marpaung, R. (2021). Digital health: Solusi transformasi layanan kesehatan di Indonesia. *Jurnal Kesehatan Digital Dan Teknologi Informasi*, 6(2), 145–159.
- Nugroho, R. (2020). Keunikan menu daerah sebagai daya tarik kuliner. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 17(1), 23–37.
- Nugroho, S., & Pratama, H. (2020). Segmentasi pasar pada industri kuliner Indonesia. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(3), 145–157.
- Poerwanto, T., Haryanto, T., & Nugroho, D. (2021). Model bisnis berkelanjutan pada UMKM: Pendekatan strategis. *Jurnal Inovasi Dan Keberlanjutan Bisnis*, 7(3), 112–128.

- Purwanto, T. (n.d.). Perkembangan digitalisasi di sektor publik. *Jurnal Teknologi Digital Indonesia*, 3(1), 12–23.
- Rahmawati, F., Suryani, E., & Wicaksono, D. (2023). Efisiensi operasional melalui digitalisasi pada UMKM kuliner. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Bisnis*, 7(2), 123–135.
- Ramdani, B. (2020). Model pendapatan rumah makan di era digital. *Jurnal Bisnis Digital Indonesia*, 15(3), 98–112.
- Raza, M. A., Qureshi, Z., & Suryana, D. (2020). Logistik berbasis teknologi digital: Studi kasus pada industri logistik di Asia Tenggara. *Jurnal Logistik Digital*, 6(1), 101–116.
- Rorong, T., & Londa, E. (n.d.). Dampak hiburan digital pada kesehatan sosial masyarakat. *Jurnal Teknologi Dan Sosial Digital*, 3(4), 56–71.
- Santoso, D. (2018). Harga kompetitif dan strategi bersaing di bisnis kuliner. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 10(3), 65–80.
- Statistik, B. P. (2020a). Statistik penjualan daring di industri kuliner. *Jurnal Statistik Ekonomi Digital Indonesia*, 21(2), 12–25.
- Statistik, B. P. (2020b). Statistik restoran dan rumah makan di Indonesia. *Jurnal Statistik Ekonomi Indonesia*, 20(4), 32–45.
- Susilo, H., & Nugroho, D. (2023). Inovasi digital dalam bisnis kuliner: Studi kasus UMKM di Jawa Barat. *Jurnal Inovasi Dan Teknologi Bisnis*, 6(1), 25–35.
- Syafira, N., & Akbar, R. (2023). Efektivitas periklanan digital dalam strategi pemasaran modern. *Jurnal Pemasaran Digital Dan Inovasi Bisnis*, 9(2), 78–92.
- Tahir, M. (2023). Transformasi digital dan dampaknya pada pertumbuhan ekonomi berbasis pengetahuan. *Jurnal Industri 4.0 Dan Teknologi Digital*, 5(1), 23–34.
- Taufik, M. (2021). EdTech di Indonesia: Peran teknologi dalam pendidikan inklusif. *Jurnal Pendidikan Digital Indonesia*, 8(1), 23–37.
- We Are Social, & Hootsuite. (2023). *Digital 2023: Indonesia Report*.
- Wijaya, T., & Santoso, E. (2023). Media sosial sebagai alat promosi efektif untuk UMKM kuliner. *Jurnal Pemasaran Digital Indonesia*, 5(2), 145–158.
- Wijoyo, T., & Santoso, D. (2019). Positioning strategi dalam bisnis rumah makan. *Jurnal Strategi Bisnis*, 11(2), 75–89.

Wijoyo, T., Nugroho, S., & Pratama, H. (2020). Kerangka strategi inovasi: Panduan untuk bisnis digital. *Jurnal Manajemen Dan Teknologi*, 15(2), 123–140.

PROFIL PENULIS

Nicolaus Rizky Ardiansyah Sudarman



Nicolaus Rizky Ardiansyah Sudarman, atau yang akrab disapa Nico, lahir di Sukabumi pada tanggal 5 Desember 2003. Perjalanan pendidikannya dimulai dari TK, SD, dan SMP Mardi Yuana Cibadak, hingga menyelesaikan tingkat SMA di SMA Mardi Yuana Sukabumi pada tahun 2022. Saat ini, penulis tengah menempuh pendidikan di Universitas Nusa Putra Sukabumi, mengambil program studi S1 Manajemen yang dijalani sejak tahun ajaran 2022-2026. Selama masa kuliahnya, penulis pernah mengikuti Organisasi UKMK yang dikenal Unit Kegiatan Mahasiswa Khusus yaitu Gerakan Anti Narkoba dan HIV/AIDS (GANAS). Keputusan untuk mengikuti organisasi tersebut adalah ingin mengambil pengalaman dalam berorganisasi dan menjadi bagian dalam UKMK di Universitas Nusa Putra. Selbihnya penulis tidak mengikuti organisasi lain, karena penulis ingin lebih fokus di bidang akademik terutama dalam pengembangan akademiknya. Penulis juga sekarang sedang mempersiapkan untuk mengembangkan dirinya melalui program magang di sebuah perusahaan penghasil produk Kopi di Bogor. Lalu penulis juga lebih suka menghabiskan waktu di luar perkuliahan untuk mendapatkan pengalaman yang lebih luas. Hal ini memungkinkan penulis untuk memperoleh pengetahuan dan kemampuan langsung di lapangan, serta penulis menunjukkan komitmen dan ketekunan untuk mencapai kesuksesan di masa depan. Email: nicolaus.rizky_mn22@nusaputra.ac.id

Dealani



Penulis lahir pada tanggal 26 Desember 2004 di Sukabumi, Jawa Barat. Penulis memulai jenjang pendidikannya di sekolah dasar di SD Negeri Kebonkacang pada 2010 lalu menyelesaikan sekolah dasar pada tahun 2016. Penulis melanjutkan jenjang Pendidikan ke sekolah menengah pertama di SMP Negeri 1 Jampangkulon dari tahun 2016 lalu menyelesaikan sekolah menengah pertama tahun 2019. Penulis melanjutkan Pendidikan sekolah menengah atas di SMA Negeri 1 Lengkong ,dari tahun 2019 lalu menyelesaikan Sekolah Menengah Atas pada tahun 2022. Kemudian penulis melanjutkan jenjang pendidikannya di Universitas Nusa Putra dari tahun 2022 dan hingga saat ini, penulis tercatat sebagai mahasiswa aktif di Fakultas Bisnis dan Humaniora Universitas Nusa Putra, Program studi Manajemen. Email: dealani_mn22@nusaputra.ac.id

Fuji Rahma Handayani



Penulis lahir pada tanggal 12 Desember 2003 di Sukabumi, Jawa Barat. Penulis memulai jenjang pendidikan di sekolah dasar di Madrasah Ibtidaiyah Madaniah (MI) pada 2010 dan menyelesaikan pendidikan sekolah dasar pada tahun 2016. Penulis melanjutkan pendidikan Madrasah Tsanawiyah Al-Atiqiyah (MTS) dari tahun 2016, dan menyelesaikan pendidikan (MTS) pada tahun 2019. Penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas Al-Atiqiyah (SMA), dari tahun 2019 dan menyelesaikan pendidikan (SMA) pada tahun 2022. Kemudian penulis melanjutkan pendidikannya di UNIVERSITAS NUSA PUTRA pada tahun 2022 sampai saat ini, penulis tercatat sebagai mahasiswa aktif di Fakultas Bisnis dan Humaniora Universitas Nusa Putra, program studi Manajemen. Email: fuji.rahma_mn22@nusaputra.ac.id



Dana Budiman

Seorang penulis dan Dosen Prodi Manajemen di Universitas Nusa Putra. Lahir di Bandung pada tanggal 16 Maret 1962. Sebelumnya penulis adalah Birokrat di Pemda Kabupaten Sukabumi dan telah menduduki beberapa jabatan struktural eselon II antara lain: Kepala dinas pertanian, Asisten Sekda bidang Perekonomian, Staff ahli Bupati, dan terakhir menjabat kepala dinas Ketahanan Pangan. Karir pendidikan akademisi penulis dimulai dengan menamatkan pendidikan program sarjana (S1) Di Fakultas Pertanian UNSOED Purwokerto, Pendidikan Pasca Sarjana (S2) di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik UNPAD Bandung dan Program Doktorat (S3) di Fakultas Ekonomi kajian MSDM di UNPAS Bandung.
Email: dana.budiman@nusaputra.ac.id



IKAPI

CV. Tahta Media Group
Surakarta, Jawa Tengah
Web : www.tahtamedia.com
Ig : tahtamedia group
Telp/WA : +62 896-5427-3996



82-410-8014-447