



Strategi Inovasi Digital pada UMKM Bubur Ayam



Penulis:

Salsabila Khairunnisa Kemal
Ica Marisa
Tri Hastuti Awaliah M.N
Dana Budiman

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

STRATEGI INOVASI DIGITAL PADA UMKM BUBUR AYAM

Salsabila Khairunnisa Kemal
Ica Marisa
Tri Hastuti Awaliah Muhtar Nawawi
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).

STRATEGI INOVASI DIGITAL PADA UMKM BUBUR AYAM

Penulis:

Salsabila Khairunnisa Kemal
Ica Marisa
Tri Hastuti Awaliah Muhtar Nawawi
Dana Budiman

Desain Cover:

Tahta Media

Editor:

Ir. H. Dana Budiman, M.Si.

Proofreader:

Tahta Media

Ukuran:

vi, 74, Uk: 15,5 x 23 cm

QRCBN: 62-415-9126-042

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 ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga e-book Strategi Inovasi Digital pada UMKM Bisnis Bubur Ayam, dapat terselesaikan dengan baik. E-book ini disusun sebagai bentuk kontribusi kami dalam memberikan wawasan dan panduan praktis bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), khususnya di bidang kuliner, untuk mengembangkan usahanya melalui pemanfaatan teknologi digital. Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada berbagai pihak yang telah membantu, mulai dari proses wawancara hingga penyelesaian e-book ini.

E-book ini mengulas strategi-strategi inovatif yang dapat membantu UMKM, khususnya bisnis bubur ayam, dalam menghadapi tantangan serta memanfaatkan peluang di dunia digital. Harapan kami, panduan ini dapat menjadi inspirasi sekaligus acuan bagi para pelaku usaha untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis mereka. Semoga e-book ini bermanfaat bagi para pembaca, pemilik UMKM bubur ayam, dan penulis.

Sukabumi, Januari 2025

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.....	5
1.6 Metode Pembahasan.....	5
BAB II INOVASI BISNIS DIGITAL DAN BERKELANJUTAN.....	8
2.1 Sejarah Perkembangan Teknologi Digital.....	8
2.2 Definisi Dan Konsep Digitalisasi.....	9
2.3 Pemahaman Bisnis Digital.....	11
2.4 Prinsip Bisnis Berkelanjutan.....	12
2.5 Transformasi Digital Dalam Dunia Bisnis.....	13
2.6 Bisnis Yang Sangat Berkembang Di Era Digital.....	15
2.7 Inovasi Teknologi Dalam Bisnis Digital.....	16
2.8 Peran Teknologi Dalam Mendorong Keberlanjutan.....	17
2.9 Strategi Inovasi Berkelanjutan.....	19
BAB III STRATEGI INOVASI BISNIS DIGITAL.....	21
3.1 Pengertian Strategi Inovasi.....	21
3.2 Strategi Inovasi.....	23
3.3 Pengertian Bisnis Digital.....	24
3.4 Hubungan Strategi Inovasi Dan Bisnis Digital.....	26
BAB IV PROFIL UMKM.....	32
4.1 Karakteristik Umkm.....	32
4.2 Profil Umkm Bubur Ayam Bapak Jaji.....	33
4.3 Profil Umkm Bubur Ayam Nusa Putra.....	36
4.4 Profil Umkm Bubur Ayam Legendaris Forsa.....	40
BAB V PEMBAHASAN STRATEGI INOVASI DIGITAL PADA UMKM BUBUR AYAM.....	44
5.1 Analisis Kinerja Digital Umkm Bubur Ayam.....	44
5.2 Strategi Promosi Digital.....	47

5.3	Pemasaran Daring Dan Penggunaan Aplikasi.....	50
5.4	Pengelolaan Usaha Berbasis Teknologi	55
5.5	Data Analitik Dan Pemahaman Pelanggan.....	56
5.6	Tantangan Dalam Implementasi Strategi Digital	59
	BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	64
6.1	Kesimpulan	64
6.2	Saran.....	64
	DAFTAR PUSTAKA.....	67
	PROFIL PENULIS	72

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Inovasi digital sangat penting untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era digital. Transformasi digital telah memberikan dampak yang signifikan terhadap berbagai industri, termasuk UMKM, dan mendorong munculnya model bisnis baru dan peluang bisnis. Platform e-commerce dapat membantu UMKM memperluas pasar dan meningkatkan penjualan (Triwijayati et al., 2023). Penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran digital menjadi strategi penting bagi UMKM untuk meningkatkan visibilitas produk mereka dan menjangkau pelanggan yang lebih luas.

Keunggulan kompetitif dapat dicapai melalui inovasi. Kemampuan untuk berinovasi biasanya ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Faktor internal termasuk penguasaan teknologi, sumber daya manusia, dan modal sosial yang dimiliki oleh pelaku usaha. Dinamika pasar, yang mendorong pelaku usaha untuk beradaptasi terhadap kebutuhan pasar, juga merupakan faktor eksternal. Perekonomian nasional sangat bergantung pada usaha kecil dan menengah (UMKM).

Banyak UMKM terdiri dari banyak bisnis, salah satunya adalah bisnis kuliner. Usaha kuliner saat ini berkembang pesat dan memiliki lebih banyak potensi untuk berkembang. Namun, ada beberapa bisnis yang gagal karena strategi pemasaran yang salah dan pelayanan yang buruk. Dengan demikian, penerapan strategi inovasi yang efektif adalah kunci keberhasilan sebuah bisnis kuliner (Affifatus Sholikhah et al., 2024).

Strategi inovasi digital tidak hanya melibatkan penggunaan teknologi terbaru, tetapi juga mengubah budaya kerja dan pola pikir. Digitalisasi memberikan peluang bagi UMKM untuk memperbarui model bisnis tradisional mereka menjadi lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi, integrasi media sosial sebagai alat pemasaran telah menjadi salah satu inovasi

yang banyak diadopsi UMKM untuk memperluas basis pelanggan.

Transformasi digital menawarkan banyak peluang bagi UMKM, namun terdapat banyak kendala. Salah satu kendala utama adalah ketidakmampuan literasi digital yang masih besar di banyak tempat, terutama di daerah pedesaan. Selain itu, ada kendala dalam mendukung digitalisasi UMKM adalah infrastruktur digital yang tidak merata, seperti akses internet yang terbatas dan biaya yang tinggi. Pendekatan inklusif sangat diperlukan agar semua pelaku UMKM, tanpa memandang lokasi atau skala bisnis mereka, dapat memanfaatkan inovasi digital dengan optimal.

Banyak pelaku UMKM yang ragu untuk mengadopsi teknologi digital karena khawatir akan risiko keamanan data. Ketidaktahuan tentang manajemen risiko digital dan perlindungan data membuat sebagian pelaku usaha enggan untuk memasukkan teknologi ke dalam operasi mereka. Untuk mengatasi masalah ini, pengembang dan pebisnis harus memberikan pendidikan yang lebih intensif tentang pentingnya keamanan digital.

Untuk meningkatkan daya saing, UMKM menerapkan strategi inovasi digital. Untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas, salah satu pendekatan yang relevan adalah memanfaatkan aplikasi pemesanan makanan atau platform pengiriman. Dengan bergabung di platform seperti ini, UMKM tidak lagi terbatas pada pelanggan yang datang langsung ke bisnis. Mereka dapat menerima pesanan dari pelanggan dari wilayah yang lebih luas, bahkan di luar jangkauan operasi mereka sebelumnya. Digitalisasi sistem pembayaran dengan metode cashless seperti QRIS meningkatkan pengalaman pelanggan dengan membuat transaksi lebih cepat, nyaman, dan aman.

Dalam menghadapi berbagai tantangan dan peluang yang ada, UMKM harus memahami bahwa inovasi digital adalah kebutuhan esensial untuk bertahan dan berkembang di era digital (Tarisa Aulia Ananda et al., 2023). Sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan mereka, setiap bisnis skala besar atau kecil dapat menggunakan teknologi digital. UMKM dapat meningkatkan kontribusinya terhadap perekonomian, memperluas jaringan bisnis, dan memperoleh keunggulan kompetitif dengan menggunakan strategi inovasi digital yang tepat. Inovasi digital juga memungkinkan UMKM untuk lebih dekat dengan pelanggan melalui pendekatan yang lebih personal dan interaktif. Dengan strategi yang terintegrasi antara teknologi dan perspektif pelanggan, UMKM dapat mencipta Hal ini menunjukkan bahwa inovasi

digital tidak hanya menjadi alat, tetapi juga menjadi dasar untuk membangun bisnis kontemporer yang relevan dan berkelanjutan.

Kajian ini untuk memberikan wawasan yang mendalam kepada para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), khususnya yang bergerak di bidang kuliner seperti bisnis bubur ayam, mengenai pentingnya inovasi digital sebagai strategi utama untuk meningkatkan daya saing dan keinginan berbisnis. Di era digital yang semakin berkembang pesat, banyak UMKM menghadapi berbagai tantangan, mulai dari persaingan yang ketat hingga keterbatasan sumber daya. Melalui e-book ini, diharapkan para pelaku usaha dapat memahami berbagai langkah praktis yang dapat mereka ambil untuk mengatasi tantangan tersebut, sekaligus memanfaatkan peluang besar yang ditawarkan oleh teknologi digital.

1.2 MASALAH UTAMA

Ada beberapa masalah utama berdasarkan latar belakang adalah:

1. Bagaimana cara meningkatkan pemahaman UMKM Bubur Ayam tentang pentingnya digitalisasi dalam memperluas jangkauan pasar?
2. Bagaimana cara meningkatkan visibilitas online UMKM Bubur Ayam di tengah persaingan yang semakin ketat?
3. Bagaimana Strategi inovasi digital yang diterapkan UMKM Bubur Ayam?
4. Bagaimana Peluang dan ancaman inovasi digital bagi UMKM Bubur Ayam?

1.3 TUJUAN UTAMA

Tujuan E-book ini adalah untuk menjawab masalah utama yaitu:

1. Mengetahui cara meningkatkan pemahaman UMKM Bubur Ayam tentang pentingnya digitalisasi.
2. Mengetahui cara meningkatkan visibilitas online UMKM Bubur Ayam di tengah persaingan yang semakin ketat.
3. Mengetahui Strategi inovasi digital yang diterapkan UMKM Bubur Ayam.
4. Mengetahui Peluang dan ancaman inovasi digital bagi UMKM Bubur Ayam.

1.4 BATASAN RUANG LINGKUP

Agar kajian ini tetap terarah dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan, diperlukan penentuan batasan atau ruang lingkup sebagai acuan dalam pelaksanaannya. Batasan/ruang lingkup kajian ini mencakup:

1. Lokasi Kajian

Pembahasan difokuskan pada UMKM bubur ayam yang berlokasi di Kabupaten Sukabumi, Provinsi Jawa Barat, terutama di sekitar Kampus Universitas Nusa Putra Sukabumi.

2. Skala Usaha

Kajian ini dilaksanakan pada UMKM Bubur Ayam dengan skala bisnis kecil, menggunakan tiga pelaku usaha sebagai sampel utama dalam analisis strategi inovasi digital.

3. Waktu Kajian

Observasi dan wawancara dilakukan dalam rentang waktu Desember 2024 hingga Januari 2025. Selama periode tersebut, data yang relevan telah dikumpulkan dan dianalisis untuk menyusun panduan strategis yang disajikan dalam e-book ini.

4. Aspek Bisnis Digital

Aspek digital yang dibahas mencakup:

- a. Promosi Digital: Penggunaan media sosial dan platform digital untuk meningkatkan visibilitas bisnis.
- b. Pemasaran Daring: Pemanfaatan aplikasi atau layanan pesan antar untuk memudahkan pelanggan dalam melakukan transaksi pembelian.
- c. Pengelolaan Usaha Berbasis Teknologi: Penerapan teknologi dalam pencatatan keuangan, pengelolaan stok, serta pengaturan operasional.
- d. Analitik Data Dasar: Penggunaan data pelanggan untuk memahami kebutuhan konsumen dan meningkatkan kualitas layanan.

5. Keterbatasan Data

Analisis dalam E-book ini didasarkan pada data yang diperoleh melalui wawancara, survei, dan studi literatur. Data yang digunakan menggambarkan kondisi saat ini dan kemungkinan tidak mencakup

perubahan atau tren yang akan terjadi di masa depan.

6. Lingkup Teknologi

Kajian ini tidak membahas secara teknis mengenai pengembangan perangkat lunak atau aplikasi digital, melainkan lebih berfokus pada penerapan teknologi yang sudah ada dan mudah diakses oleh pelaku UMKM.

1.5 MANFAAT TULISAN

E-book ini diharapkan dapat memberikan berbagai manfaat, antara lain:

1. Memberikan wawasan yang lebih mendalam kepada pelaku UMKM, terutama yang bergerak di sektor usaha bubur ayam, mengenai urgensi penerapan strategi inovasi digital guna meningkatkan daya saing.
2. Memberikan informasi yang bermanfaat bagi UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital guna memperluas pangsa pasar dan meningkatkan efisiensi operasional.
3. Membantu pelaku usaha untuk memahami berbagai tantangan dan peluang yang muncul seiring dengan proses digitalisasi, serta menyediakan solusi praktis yang dapat diimplementasikan dalam operasional usaha mereka.
4. Memberikan kontribusi terhadap perkembangan dan kelangsungan UMKM dengan memanfaatkan inovasi digital untuk memperkuat merek serta meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

1.6 METODE PEMBAHASAN

1. Pendekatan dan Metode Kajian

Kajian ini menggunakan pendekatan Mix Metode, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam pengalaman, pandangan, dan strategi yang digunakan oleh pelaku UMKM Bubur Ayam dalam mengadopsi inovasi digital. Untuk mengeksplorasi berbagai aspek terkait digitalisasi, mulai dari tantangan yang dihadapi hingga peluang yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha kecil.

2. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam kajian ini yaitu:

- Data primer, yang diperoleh melalui wawancara langsung dengan pelaku UMKM Bubur Ayam, observasi lapangan, dan dokumentasi kegiatan.
- Data sekunder, berupa literatur, jurnal, buku, laporan kajian, serta sumber-sumber terpercaya lainnya.

3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan cara ilmiah yang dilakukan agar mendapatkan data yang sesuai dengan tujuan dan masalah utama. Tulisan ini mengumpulkan data menggunakan metode studi Literatur, observasi dan wawancara.

a. Studi Literatur

Studi literatur adalah metode pengumpulan data yang memeriksa literatur, jurnal, buku, catatan, dan laporan yang berkaitan dengan masalah yang dibahas (Calista et al., 2021). Studi literatur dilakukan untuk mendapatkan landasan teori yang kuat dan mendalam tentang strategi inovasi digital.

b. Observasi

Teknik Observasi adalah melakukan suatu pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena atau perilaku objek yang diteliti (Ali et al., 2022).

Observasi dilakukan untuk memahami secara langsung bagaimana strategi inovasi digital diterapkan oleh UMKM bubur ayam dalam aktivitas sehari-hari. Observasi yang dilakukan adalah observasi partisipan, dimana peneliti secara langsung terlibat dalam aktivitas yang berkaitan dengan objek kajian yaitu UMKM. Peneliti mengamati penggunaan teknologi digital dalam operasional usaha, Penerapan platform digital, serta bagaimana inovasi tersebut mempengaruhi efektivitas dan efisiensi UMKM Bubur Ayam.

c. Wawancara

Wawancara adalah salah satu jenis komunikasi interpersonal di mana dua orang terlibat dalam percakapan yang berupa tanya jawab. Dan proses untuk memperoleh informasi secara langsung

(Ferry et al., 2018). Wawancara merupakan sebuah percakapan yang dilakukan secara terencana dan terarah antara peneliti dan narasumber untuk menggali informasi yang relevan terkait penerapan strategi inovasi digital pada UMKM bubur ayam.

BAB II

INOVASI BISNIS DIGITAL DAN BERKELANJUTAN

2.1 SEJARAH PERKEMBANGAN TEKNOLOGI DIGITAL

Teknologi digital adalah salah satu inovasi paling signifikan dalam sejarah modern, yang membawa dampak besar pada berbagai aspek kehidupan manusia. Teknologi Digital merupakan teknologi informasi yang lebih menekankan pada proses yang dilakukan secara komputerisasi/digital daripada mengandalkan tenaga manusia, namun lebih fokus pada sistem operasi yang otomatis dan canggih dengan format komputasi yang dapat dipahami oleh komputer (Muhammad, 2019). Perjalanan perkembangan teknologi ini dimulai pada pertengahan abad ke-20 dengan lahirnya komputer digital pertama, seperti Colossus, yang digunakan oleh Inggris selama Perang Dunia II untuk mendekripsi kode rahasia. Perangkat tersebut menjadi pelopor komputer modern dengan memanfaatkan sirkuit elektronik dan data biner untuk memproses informasi.

Pada tahun 1950-an, komputer generasi pertama masih mengandalkan tabung vakum sebagai komponen utama. Meskipun ukurannya sangat besar dan konsumsi daya yang tinggi, komputer ini menjadi tonggak awal dalam revolusi digital. Kemajuan signifikan terjadi pada tahun 1947 dengan ditemukannya transistor, yang menggantikan peran tabung vakum. Inovasi ini memungkinkan komputer menjadi lebih ringkas, efisien dalam penggunaan energi, dan memiliki kinerja yang lebih cepat (Abu Bakar Sidiq et al., 2024).

Memasuki tahun 1970-an, mikroprosesor muncul sebagai terobosan besar dalam dunia teknologi digital. Kehadirannya memungkinkan pengembangan komputer pribadi (PC) dengan ukuran yang lebih kecil, biaya produksi yang lebih terjangkau, dan aksesibilitas yang lebih luas bagi masyarakat. Peluncuran PC ini menjadi tonggak awal revolusi digital, mendorong percepatan adopsi teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Perkembangan ini semakin didukung oleh inovasi perangkat lunak yang

mudah digunakan serta munculnya perusahaan teknologi terkemuka seperti Microsoft dan Apple.

Internet muncul sebagai salah satu inovasi paling signifikan di penghujung abad ke-20, memberikan kemampuan bagi manusia untuk mengakses dan berbagi informasi secara langsung di seluruh penjuru dunia. Awalnya, internet dirancang untuk memenuhi kebutuhan militer dan akademik, namun kemudian meluas penggunaannya ke sektor bisnis dan masyarakat umum. Teknologi internet terus berkembang, terutama dengan hadirnya jaringan nirkabel dan perangkat mobile seperti ponsel pintar, yang menjadikan akses informasi semakin mudah dan praktis.

Teknologi digital kini telah mencapai tahap yang lebih maju dengan munculnya kecerdasan buatan (AI), Internet of Things (IoT), dan teknologi blockchain. Berbagai inovasi ini tidak hanya mendorong peningkatan efisiensi di berbagai bidang, tetapi juga membuka peluang besar bagi UMKM untuk bersaing di pasar internasional. Dengan mengadopsi teknologi digital, UMKM, dapat memperluas cakupan pasar, mengoptimalkan operasional, serta memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan (Hasan et al., 2023).

Evolusi teknologi digital yang panjang telah menunjukkan bagaimana inovasi secara perlahan mengubah cara manusia berkomunikasi, beraktivitas, dan menjalani kehidupan sehari-hari. Bagi UMKM, penerapan teknologi digital bukan lagi sekadar opsi, melainkan suatu keharusan untuk tetap eksis dan bersaing dalam era yang semakin terkoneksi ini.

2.2 DEFINISI DAN KONSEP DIGITALISASI

Digitalisasi adalah sebuah proses transformasi yang berfokus pada peralihan dari metode konvensional ke pendekatan berbasis teknologi digital. Dalam dunia bisnis, digitalisasi mencakup penerapan teknologi digital untuk mengubah cara perusahaan berfungsi, berkomunikasi dengan pelanggan, dan menyampaikan nilai tambah. Proses ini tidak hanya melibatkan penggunaan perangkat digital, tetapi juga perubahan dalam budaya organisasi serta pola pikir dalam menjalankan usaha (Nova et al., 2024). Digitalisasi memungkinkan UMKM, termasuk bisnis bubur ayam, dapat meningkatkan efisiensi operasional sekaligus lebih cepat menanggapi kebutuhan pasar.

Salah satu elemen kunci dalam digitalisasi adalah otomatisasi dalam proses bisnis. Dengan memanfaatkan perangkat lunak dan aplikasi digital, UMKM dapat mengurangi waktu dan biaya yang dibutuhkan untuk melaksanakan berbagai tugas, mulai dari pengelolaan persediaan hingga pemrosesan pesanan. Sebagai contoh, penggunaan sistem manajemen persediaan berbasis cloud memungkinkan pemilik usaha bubur ayam untuk memonitor stok bahan baku secara langsung, sehingga mereka dapat menghindari kehabisan bahan dan mengelola pengeluaran dengan lebih efisien. Selain itu, otomatisasi juga meningkatkan ketepatan dan mengurangi kemungkinan terjadinya kesalahan manusia dalam pengelolaan data.

Digitalisasi telah mengubah secara signifikan cara UMKM berhubungan dengan pelanggan (Susano, 2024). Melalui platform digital seperti media sosial, situs web, dan aplikasi seluler, usaha bubur ayam dapat mengakses audiens yang lebih besar dan membangun kedekatan yang lebih kuat dengan pelanggan. Pemasaran digital memungkinkan bisnis untuk menjangkau konsumen secara lebih tepat melalui iklan yang disesuaikan dan kampanye promosi yang sesuai. Dengan memahami perilaku konsumen di dunia maya, pemilik bisnis dapat merancang penawaran yang lebih menarik dan memperkuat loyalitas pelanggan.

Lebih lanjut, digitalisasi memberikan peluang bagi UMKM untuk berinovasi dalam produk dan layanan mereka. Dengan memanfaatkan teknologi seperti analitik data dan kecerdasan buatan (AI), pemilik usaha dapat memperoleh wawasan penting tentang tren pasar dan preferensi konsumen. Hal ini memungkinkan mereka untuk menciptakan menu baru atau meningkatkan kualitas layanan berdasarkan masukan dari pelanggan. Sebagaimana yang disampaikan oleh Klaus Schwab dalam bukunya *The Fourth Industrial Revolution*, "Inovasi digital adalah kunci untuk bertahan hidup di era yang penuh kompetisi ini." Oleh karena itu, bagi UMKM bubur ayam, penerapan strategi inovasi digital bukan hanya sebuah pilihan, melainkan suatu keharusan agar tetap bersaing di pasar.

Secara umum, digitalisasi lebih dari sekadar penerapan teknologi; ini adalah proses perubahan yang membutuhkan dukungan dari setiap bagian dalam organisasi. Agar sukses dalam perjalanan ini, UMKM perlu menciptakan budaya inovasi yang mendukung percobaan dan pembelajaran yang terus-menerus (Kusumaningrum et al., 2024). Dengan strategi yang tepat

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Bakar Sidiq, W., Renita Pulse, C., Nabil Fawwaz, F., Naufal Nasir, M., Said, A., & Abdurahman, A. (2024). Analisis Dampak Perkembangan Komputasi di Era Revolusi Industri 5.0 bagi Kegiatan Belajar Mengajar di Fakultas Teknik Universitas Negeri Semarang (Vol. 3, Issue 1). <http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/majemuk>
- Affifatus Sholikhah, K., Meningkatkan Daya Saing UMKM Nasi Menthok Bu Roni Cindy Arista, untuk, Sholikhah, A., Enggal Saharani, A., Armando Rotama, B., Brillianta, A., Zidnal Falach, M., & Oktavia, I. (2024). Artikel Nusantara Community Empowerment Review. NCER, 2(2), 112–118. <https://journal.unusida.ac.id/index.php/ncer/>
- Ali, M., Yanto, A. H., Jejak, R., Kunci, K., Dasar, T., Bowling, :, & Kriket, ; (2022). ANALISIS TEKNIK DASAR BOWLING OLAHRAGA KRIKET Keterangan. In Jurnal Olahraga dan Kesehatan Indonesia (JOKI) (Vol. 2, Issue 2). <https://jurnal.stokbinaguna.ac.id/index.php/jok>
- Angelika Yanuar Kirana, Mohamad Saifudin, Muhammad Miftachul Mukhlisin, Nina Fatmawati, & Mochammad Isa Ansori. (2023). Transformasi Digital terhadap Sumber Daya Manusia sebagai Upaya Meningkatkan Kapabilitas Perusahaan. Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce, 2(4), 19–36. <https://doi.org/10.30640/digital.v2i4.1707>
- Calista, R., Mayar, F., Anak, P., Dini, U., Kunci, K., Pendidikan, :, Anak, M., & Pancasila, N.-
- Dewanti, R. A., & Nisa, L. (2023). PENERAPAN KONSEP DIGITAL MARKETING MENUJU EKONOMI KREATIF BAGI UMKM DESA NGEPOH KABUPATEN PROBOLINGGO. 7(3).
- Dharma Nurhalim, A. (2023). Pentingnya Etika Bisnis Sebagai Upaya dalam Kemajuan Perusahaan. Jurnal Ilmu Komputer Dan Bisnis, 14(2a), 11–20. <https://doi.org/10.47927/jikb.v14i2a.536>

- Ferozi Ramdana Irsyad, Filja Azkiah Siregar, Jonatan Marbun, & Hasyim Hasyim. (2024). Menghadapi Era Baru : Strategi Perbankan Dalam Menghadapi Perubahan Pasar Dan Teknologi Di Indonesia. *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 3(2), 29–46. <https://doi.org/10.56444/transformasi.v3i2.1594>
- Ferry, H. W., Koagouw, V. I. A., & Kalangi, J. S. (n.d.). TEKNIK WAWANCARA DALAM MENGGALI INFORMASI PADA PROGRAM TALK SHOW MATA NAJWA EPISODE TIGA TRANS 7.
- Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(1), 1–13. <https://doi.org/10.21831/diklus.v5i1.37122>
- Gunadi, N. R. D., Fitriani, D. D., Sya'Diah, H., & Zulaihah, L. (2024). Peran Mahasiswa dalam Implementasi Penggunaan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Pada UMKM Bubur Ayam Cirebon. *Accounting Student Research Journal*, 3(1), 101–109. <https://doi.org/10.62108/asrj.v3i1.7618>
- Hasan, G., Si, M., Benny, S. E., Syaharni, D. S., Fauzi, E. G., Then, L., Sirait, S., Flesya, V., & Batam, U. I. (2023). Analisis Manajemen Operasional, Customer Relationship Management, dan Digital Marketing Pada PT.Indofood Sukses Makmur, Tbk. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2). <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.12509>
- Iskandar, Y., Zulfainarni, N., & Jahroh, S. (2020). Pengaruh Karakteristik Usaha dan Wirausaha Terhadap Kinerja UMKM Industri Pengolahan Perikanan di Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen (REKOMEN)*, 4(1), 1–12. <https://doi.org/10.31002/rn.v4i1.2205>
- Kusumaningrum, H., Azzahra, S., & Rifqiya, A. A. (2024). PERAN STRATEGIS SUMBER DAYA MANUSIA DALAM MENGERAKKAN INOVASI KEWIRAUSAHAAN PERUSAHAAN. In Juni (Vol. 2, Issue 2). <https://www.jurnal.zarilgapari.org/index.php/aslamiah>
- Muhammad, D. (2019) 'Perkembangan Dan Transformasi Teknologi Digital', *Infokam*, 15(2), pp. 116–123.

- Mahendra Ardiansyah, W. (2023). Peran Teknologi dalam Transformasi Ekonomi dan Bisnis di Era Digital. <https://journal.sabajayapublisher.com/index.php/jmceb>
- Mulyantomo, E., Sulistyawati, A. I., & Triyani, D. (2021). Pelatihan Pemasaran Online Dan Digital Branding Dimasa Pandemi Covid-19 Bagi Pelaku UMKM di Desa Tegalarum Kecamatan Mranggen Kabupaten Demak. In *Jurnal Tematik* (Vol. 3, Issue 2). <https://journals.usm.ac.id/index.php/tematik>
- Menengah Mujiburrahman, D. and Firdaus, R. (2024) 'JICN: Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara Pengaruh Penggunaan Sistem Informasi Manajemen Pada Usaha Mikro Kecil', 1(3), pp. 4179–4187. Available at: <https://jicnusantara.com/index.php/jicen>.
- N. (n.d.). Pendidikan Moral Anak Usia Dini yang Bernilai Pancasila: Studi Literatur.
- Nova, V., Banggai, P., Luwuk Banggai, I., Hamzah, H., Luwuk Banggai, A., & Unsong, I. F. (2024). MERANCANG STRATEGI CERDAS BISNIS INOVATIF DI TENGAH REVOLUSI DIGITAL YANG TERUS BERKEMBANG. In *Meraja Journal* (Vol. 7, Issue 3).
- Nur Avita, D., Aditya, R., Fakhruddin, A., Ishlah Tohir, N., Isa Anshori, M., Trunojoyo Madura, U., Kunci, K., & Bisnis, S. (2023). Volume 1 ; Nomor 4. Oktober, 56–61. <https://doi.org/10.59435/gjmi.v1i4.108>
- Rosyidah, E., Rofiah, K., Bisnis, E., Pendekatan, I. :, Ekonomi, S., & Bisnis, D. P. (2024). How to cite: Etika Bisnis Islam: Pendekatan Siklus Ekonomi dan Praktik Bisnis Syariah dalam Ekspansi Waralaba Industri Retail. 5(5), p-ISSN.
- Salim Siregar, I., Leli, N., Tri Handayani, R., Studi Manajemen, P., & Ekonomi Dan Bisnis, F. (2023). *Jurnal Mirai Management Pemanfaatan Media Sosial sebagai Alat Komunikasi Massa dalam Memperluas Jangkauan dan Meningkatkan Interaksi dengan Konsumen. Jurnal Mirai Management*, 8(2), 436–444.
- Septanugrah Samperuru, E., & Aswan, A. (2023). PENGARUH STRATEGI INOVASI TERHADAP PENINGKATAN KINERJA PERUSAHAAN OLEH PT.KENCANA ENERGI LESTARI, TBK. In *Accounting Profession Journal (APAJI)* (Vol. 5, Issue 1).

- Sovania, E. (2022). STRATEGI INOVASI DALAM MEMPERTAHANKAN EKISTENSI PRODUK UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19. *Jurnal Abdi Masyarakat*, 6(1).
<https://doi.org/10.30737/jaim.v6i1.2867>
- Suhaeni, T., Administrasi Niaga, J., & Negeri Bandung, P. (2018). Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan di Kota Bandung). *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4(1), 57.
- Susano, A. (2024). EDUSIGHT.
- Tarisa Aulia Ananda, Nabilla Kusuma Dewi, & Mohamad Zein Saleh. (2023). Fenomena Perubahan Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Tantangan di Era Digital. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(4), 98–107.
<https://doi.org/10.55606/jupiman.v2i4.2738>
- Triwijayati, A., Paulus Luciany, Y., Novita, Y., Sintesa, N., & Zahrudin, A. (2023a). Strategi Inovasi Bisnis untuk Meningkatkan Daya Saing dan Pertumbuhan Organisasi di Era Digital Article Info ABSTRAK. In *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science* (Vol. 2, Issue 03).
- Triwijayati, A., Paulus Luciany, Y., Novita, Y., Sintesa, N., & Zahrudin, A. (2023b). Strategi Inovasi Bisnis untuk Meningkatkan Daya Saing dan Pertumbuhan Organisasi di Era Digital Article Info ABSTRAK. In *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science* (Vol. 2, Issue 03).
- Triwijayati, A., Paulus Luciany, Y., Novita, Y., Sintesa, N., & Zahrudin, A. (2023c). Strategi Inovasi Bisnis untuk Meningkatkan Daya Saing dan Pertumbuhan Organisasi di Era Digital Article Info ABSTRAK. In *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science* (Vol. 2, Issue 03).
- Septanugrah Samperuru, Eston, and Andi Aswan. 2023. 5 Accounting Profession Journal (APAJI) *PENGARUH STRATEGI INOVASI TERHADAP PENINGKATAN KINERJA PERUSAHAAN OLEH PT.KENCANA ENERGI LESTARI, TBK.*
- Sovania, Erina. 2022. “STRATEGI INOVASI DALAM MEMPERTAHANKAN EKISTENSI PRODUK UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19.” *Jurnal Abdi Masyarakat* 6(1).
[doi:10.30737/jaim.v6i1.2867](https://doi.org/10.30737/jaim.v6i1.2867).

- Suhaeni, Tintin, Jurusan Administrasi Niaga, and Politeknik Negeri Bandung. 2018. "Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan Di Kota Bandung)." *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi* 4(1): 57.
- Triwijayati, Anna, Yohanes Paulus Luciany, Yulia Novita, Nika Sintesa, and Achmad Zahrudin. 2023. 2 *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science Strategi Inovasi Bisnis Untuk Meningkatkan Daya Saing Dan Pertumbuhan Organisasi Di Era Digital Article Info ABSTRAK*.

PROFIL PENULIS

Salsabila Khairunnisa Kemal



Penulis lahir di Subang, tanggal 19 November 2004. Penulis adalah alumnus dari SMA Negeri 3 Subang. Saat ini, penulis tercatat sebagai mahasiswi Nusa Putra University (NPU) Program Studi Manajemen. Penulis memiliki hobi memasak dan melukis. Bagi penulis, memasak bisa memberikan kepuasan tersendiri karena bisa menciptakan berbagai hidangan lezat, sedangkan dengan melukis penulis bisa menyalurkan perasaannya dan juga emosi. Keduanya bukan hanya tentang kesenangan dan kreativitas, tapi juga tentang

mengeksplorasi diri sendiri. Penulis sangat menyukai *public speaking*. Saat menjabat sebagai Ketua Divisi Edukasi di Bidang Pengabdian Lingkungan Masyarakat (PLM) selama satu periode pada tahun 2023–2024, penulis aktif menjadi MC (*Master of Ceremony*) ataupun moderator di berbagai acara besar Program Studi Manajemen. Hingga saat ini, penulis masih sesekali berperan sebagai MC (*Master of Ceremony*) atau moderator dalam acara kampus tertentu, seperti seminar. Penulis selalu ingin meningkatkan kualitas diri, salah satunya melalui organisasi mahasiswa. Hal tersebut membantunya mengembangkan keterampilan dan kemampuan. Dengan terlibat dalam berbagai kegiatan dan proyek, penulis mampu meningkatkan keterampilan teknis, serta keterampilan *soft skill* seperti komunikasi, negosiasi, dan kepemimpinan.

Ica Marisa



Penulis lahir pada tanggal 23 Desember 2003 di Sukabumi, Jawa Barat. Penulis alumni SMA PGRI Cikidang 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, jurusan Manajemen. Penulis memiliki pengalaman

organisasi selama menempuh pendidikan. penulis pernah menjadi anggota dan pengurus yang memberikan kontribusi pada pengembangan soft skill, seperti kemampuan komunikasi, dan manajemen waktu. penulis juga aktif dalam kepanitiaan, Keterlibatan dalam berbagai kepanitiaan menunjukkan komitmen dan dedikasi penulis untuk bekerja sama dalam tim serta bertanggung jawab terhadap tugas.

Tri Hastuti Awaliah Muhtar Nawawi



Penulis lahir di Sukabumi pada 29 Januari 2022, penulis adalah seorang Mahasiswa aktif program studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Humaniora Universitas Nusa Putra. Yang Sebelumnya, telah menyelesaikan pendidikan di SMA Plus Alraihan Sukabumi. Berpengalaman dalam bidang Dana dan Usaha (Danus) pada himpunan mahasiswa Manajemen Divisi Pengembangan Kepribadian Organisasi (PKO). Selain itu, penulis juga pernah terlibat dalam berbagai organisasi lainnya.

Pengalaman ini telah membentuk keterampilannya dalam berkomunikasi, bekerja dalam tim, dan menghadapi tantangan. Dengan semangat belajar yang tinggi dan tekad untuk terus berkembang, penulis percaya bahwa setiap pengalaman adalah peluang untuk mengasah kemampuan dan memberikan kontribusi positif bagi masyarakat.

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



Seorang Penulis dan Dosen tetap Universitas Nusa Putra Sukabumi Prodi Manajemen. Lahir di Bandung 16 Maret 1962. Selepas SMA tahun 1981 melanjutkan kuliah S1 di Fakultas Pertanian Universitas Jendral Soedirman Purwokerto, S2 di FISIP Universitas Padjadjaran Bandung dan S3 di Sekolah Pasca Sarjana Universitas Pasundan Bandung dengan konsentrasi pada Manajemen Sumberdaya Manusia. Penulis Pernah Menjabat Asisten Sekda dan Staf Ahli Bupati. Sebelum berkiprah sebagai Dosen, penulis adalah Birokrat di Jajaran Pemerintah Daerah Kabupaten

Sukabumi dengan jabatan terakhir sebagai Kepala Dinas Ketahanan Pangan.

Penulis dapat dihubungi melalui email: danabdmn@gmail.com



IKAPI
INSTITUT KEMAHIRUAN INDONESIA

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



62-415-9126-042