



## Transformasi Digital dalam Proses Operasional (Studi Kualitatif pada Bisnis Kuliner Berbasis Online)

Nazla Sabirah<sup>1</sup>, Nibi Nazwa Quintita Tanjung<sup>2</sup>, Salsabila Rahma<sup>3</sup>, Arsyadona<sup>4</sup>  
<sup>1,2,3,4</sup> Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Korespondensi Penulis: [arsyadona1100000174@gmail.com](mailto:arsyadona1100000174@gmail.com)

**Abstract.** *The development of information technology has driven culinary business operators to adapt through digital transformation. This study aims to describe the implementation of digital transformation in the operational processes of online-based culinary businesses in Medan City. Using a descriptive qualitative approach, data were obtained through in-depth interviews and direct observations of five online culinary business owners. The results indicate that these businesses utilize various digital platforms such as GoFood, GrabFood, ShopeeFood, WhatsApp Business, and social media for daily operations, promotions, and customer services. Digital transformation has proven to improve operational efficiency and expand market reach, although it still faces challenges such as limited digital literacy and software costs. This study recommends the need for digital literacy training, strengthening of internet infrastructure, the development of local digital platforms, and further research on the impact of digital transformation on the performance of online culinary businesses.*

**Keywords:** *digital transformation, operational processes, culinary business, MSMEs, digital platforms*

**Abstrak.** Perkembangan teknologi informasi telah mendorong pelaku usaha kuliner untuk beradaptasi melalui transformasi digital. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan implementasi transformasi digital dalam proses operasional bisnis kuliner berbasis online di Kota Medan. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, data diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi terhadap lima pelaku usaha kuliner daring. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha memanfaatkan berbagai platform digital seperti GoFood, GrabFood, ShopeeFood, WhatsApp Business, dan media sosial untuk operasional harian, promosi, serta pelayanan pelanggan. Transformasi digital terbukti meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar, meskipun dihadapkan pada tantangan keterbatasan literasi digital dan biaya perangkat lunak. Studi ini merekomendasikan perlunya pelatihan digital, penguatan infrastruktur internet, pengembangan platform lokal, serta riset lanjutan terkait dampak transformasi digital terhadap performa bisnis kuliner daring.

**Kata Kunci:** transformasi digital, proses operasional, bisnis kuliner, UMKM, platform digital

### 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong berbagai sektor untuk melakukan digitalisasi, termasuk dalam industri makanan dan minuman. Transformasi digital, menurut Westerman et al. (2014), adalah proses adopsi teknologi digital secara menyeluruh untuk meningkatkan efisiensi dan menciptakan nilai baru dalam proses bisnis. Dalam konteks bisnis kuliner, transformasi digital mencakup penggunaan aplikasi pemesanan daring, sistem manajemen stok otomatis, dan pemasaran melalui media sosial.

Menurut data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (2023), lebih dari 70% pelaku UMKM kuliner di Indonesia mulai menggunakan platform digital selama pandemi COVID-19 sebagai respons terhadap perubahan perilaku konsumen. Pandemi telah mempercepat pergeseran ke layanan daring, sehingga pelaku usaha dipaksa untuk beradaptasi dengan sistem pemesanan online dan promosi digital (Donthu & Gustafsson, 2020).

Di Kota Medan, fenomena ini juga terjadi. Studi oleh Imamsyah et al. (2022) menyebutkan bahwa home industry sektor kuliner di Medan mulai memanfaatkan media sosial dan e-marketplace untuk meningkatkan jangkauan pasar serta efisiensi operasional. Namun, belum semua pelaku usaha mampu mengoptimalkan penggunaan teknologi karena berbagai kendala seperti keterbatasan literasi digital, biaya perangkat lunak, dan kurangnya pelatihan teknis.

Transformasi digital dalam proses operasional bukan sekadar penggunaan teknologi, tetapi juga tentang bagaimana pelaku usaha mengubah alur kerja mereka agar lebih efisien, responsif, dan berbasis data. Penggunaan sistem Point of Sale (POS), platform pengiriman makanan, serta strategi pemasaran berbasis media sosial menjadi bagian integral dari strategi bisnis modern. Menurut Rahardjo & Fauzi (2021), integrasi teknologi ini dapat meningkatkan daya saing, terutama jika pelaku usaha memiliki kemampuan dalam mengelola data penjualan dan preferensi konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana pelaku usaha kuliner berbasis online di Kota Medan menerapkan transformasi digital dalam kegiatan operasional mereka sehari-hari. Selain itu, penelitian ini juga ingin mengidentifikasi tantangan yang dihadapi, strategi adaptasi yang digunakan, serta membandingkannya dengan studi-studi terdahulu sebagai bahan pengayaan analisis.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **Transformasi Digital**

Transformasi digital didefinisikan sebagai proses integrasi teknologi digital ke dalam seluruh aspek bisnis, yang secara fundamental mengubah cara operasional dan nilai yang ditawarkan kepada pelanggan (Westerman et al., 2014). Ini mencakup adopsi perangkat lunak, sistem otomatisasi, platform daring, serta pemanfaatan data untuk pengambilan keputusan yang lebih baik.

Digitalisasi juga dipandang sebagai penggerak inovasi yang memungkinkan efisiensi operasional, penetrasi pasar yang lebih luas, serta keterhubungan langsung dengan pelanggan. Pada sektor kuliner, transformasi digital tidak hanya mempengaruhi transaksi, tetapi juga mendorong pembaruan sistem produksi, distribusi, hingga customer service.

### **Proses Operasional Bisnis Kuliner**

Proses operasional dalam bisnis kuliner meliputi serangkaian aktivitas seperti pencatatan pesanan, pengadaan bahan baku, persiapan makanan, pengemasan, hingga pengantaran kepada pelanggan. Menurut Heizer dan Render (2016), keberhasilan operasional sangat bergantung

pada efisiensi dan efektivitas dalam alur kerja, termasuk integrasi teknologi untuk mengurangi pemborosan dan meningkatkan produktivitas.

Digitalisasi dalam operasional ini memungkinkan terciptanya rantai nilai yang lebih ramping dan adaptif. Otomatisasi pada proses tertentu seperti pengelolaan stok atau pemrosesan pesanan memungkinkan pelaku usaha untuk fokus pada aspek lain seperti pengembangan produk dan peningkatan layanan pelanggan.

### **Teknologi dan Inovasi dalam UMKM Kuliner**

UMKM di sektor kuliner kian terdorong untuk mengadopsi teknologi dalam rangka mempertahankan eksistensi dan meningkatkan daya saing. Teknologi seperti sistem Point of Sale (POS), aplikasi manajemen inventaris, serta digital marketing melalui media sosial telah menjadi kebutuhan dasar bagi usaha kuliner daring untuk bisa bertahan di era digital (Rahardjo & Fauzi, 2021).

Selain itu, kemunculan berbagai aplikasi berbasis SaaS (Software as a Service) yang ramah pengguna telah memperluas akses UMKM terhadap inovasi teknologi. Kemampuan UMKM dalam memanfaatkan layanan ini bergantung pada kesiapan SDM, kapasitas keuangan, dan dukungan lingkungan digital lokal.

### **Tantangan Transformasi Digital**

Meskipun adopsi teknologi menunjukkan tren positif, UMKM tetap menghadapi sejumlah kendala. Zuliarti (2022) mengemukakan bahwa keterbatasan infrastruktur, kurangnya pemahaman teknologi, serta minimnya dukungan pelatihan menjadi hambatan signifikan dalam proses digitalisasi, terutama di daerah non-metropolitan.

Di samping itu, faktor kepercayaan, ketergantungan pada pihak ketiga, dan biaya pemeliharaan sistem menjadi isu penting. UMKM yang tidak memiliki tenaga ahli internal sering kali kesulitan mengatasi gangguan teknis atau melakukan pembaruan sistem secara berkala.

## **3. METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh dan mendalam tentang bagaimana transformasi digital diterapkan dalam operasional bisnis kuliner berbasis online di Kota Medan. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan karakteristik penelitian yang berusaha memahami fenomena dalam konteks alaminya dan dari perspektif pelaku usaha secara langsung.

Studi ini dilakukan terhadap lima pelaku usaha kuliner daring di Kota Medan yang dipilih secara purposive, yaitu usaha yang telah secara aktif memanfaatkan teknologi digital dalam

kegiatan sehari-hari mereka, seperti pemesanan, pengelolaan stok, pemasaran, dan interaksi dengan pelanggan. Penelitian ini memfokuskan diri pada usaha kecil dan menengah yang tersebar di berbagai wilayah di Kota Medan dan memiliki karakteristik penggunaan platform digital secara terintegrasi dalam operasionalnya.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui dua teknik utama, yaitu wawancara mendalam dan observasi langsung. Wawancara dilakukan dengan pemilik usaha atau pengelola yang terlibat langsung dalam aktivitas digitalisasi. Pertanyaan dalam wawancara bersifat semi-terstruktur agar memungkinkan eksplorasi yang fleksibel terhadap pengalaman responden. Observasi dilakukan dengan mengamati langsung alur operasional usaha, mulai dari proses menerima pesanan, pengolahan produk, hingga pelayanan konsumen kepada pelanggan.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Tahapan analisis dimulai dari reduksi data untuk menyaring informasi yang relevan, kemudian menyusunnya ke dalam tema-tema utama sesuai fokus penelitian, dan diakhiri dengan penarikan kesimpulan. Validitas data dijaga dengan melakukan triangulasi antar sumber data dan metode, serta melakukan konfirmasi ulang kepada informan melalui teknik member-checking untuk memastikan keakuratan interpretasi yang dibuat oleh peneliti.

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana pelaku usaha kuliner berbasis online di Kota Medan menerapkan transformasi digital dalam kegiatan operasional mereka. Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap lima usaha kuliner, diperoleh data yang menggambarkan proses digitalisasi yang nyata dan relevan. Lima usaha tersebut adalah Super Fried Chicken, Warung Nasi Goreng Kak Mida, Nasi Gurih & Lontong Hj Hajrah, Martabak Bang Ijal, dan Ayam Penyet Jakarta (APJ) milik Hengki Irawan Gultom.

##### **Super Fried Chicken (Tanjung Morawa, Medan)**

Super Fried Chicken merupakan usaha kuliner yang memanfaatkan platform digital seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood untuk menerima pesanan. Selama masa pandemi, omzet usaha ini sempat turun dari sekitar Rp800.000 menjadi Rp250.000 per hari, namun kembali pulih setelah bergabung dengan layanan pesan antar daring. Mereka juga memanfaatkan media sosial untuk promosi dan interaksi pelanggan, serta sistem pre-order dan giveaway untuk menarik perhatian konsumen.

##### **Warung Nasi Goreng Kak Mida (Jalan Gatot Subroto, Medan)**

Warung ini menggabungkan strategi promosi offline dan digital. Promosi offline dilakukan melalui banner dan spanduk, sedangkan strategi digital meliputi penggunaan Google

Bisnis, WhatsApp Business, dan layanan aplikasi pengantaran makanan. Strategi ini berhasil meningkatkan jumlah pelanggan, meskipun masih terdapat kendala pada keterampilan teknologi staf.

### **Nasi Gurih & Lontong Hj Hajrah (Pusat Pasar Pajus Medan)**

Usaha rumahan ini memanfaatkan WhatsApp Business dan ShopeePay untuk menerima pesanan, terutama pada saat pandemi. Promosi dilakukan melalui status WhatsApp dan Facebook, serta pemesanan dilakukan dengan sistem pre-order. Pelanggan utama berasal dari komunitas lokal dan pekerja kantoran di sekitar Pajus Medan.

### **Martabak Bang Ijal (Jalan Halat, Medan Kota)**

Martabak Bang Ijal telah aktif menggunakan GoFood dan GrabFood sejak tahun 2021. Pemilik usaha menyatakan bahwa omzet meningkat setelah bergabung dengan platform digital, karena dapat menjangkau pelanggan lebih luas. Selain itu, usaha ini menggunakan aplikasi kasir gratis untuk pencatatan transaksi harian dan aktif membagikan konten promosi di Instagram.

### **Ayam Penyet Jakarta (APJ) – Hengki Irawan Gultom (Jalan Gatot Subroto, Medan)**

Ayam Penyet Jakarta adalah salah satu usaha kuliner yang berkembang pesat di Medan. Menurut Kompas Tekno (2020), setelah bergabung dengan GrabFood dan GoFood, pendapatan usaha ini meningkat hingga 50%. APJ memiliki lebih dari 14 cabang di Medan dan menggunakan sistem pesan otomatis serta aplikasi stok untuk mencatat transaksi. Promosi dilakukan melalui Instagram dan WhatsApp Business, yang terbukti efektif dalam menjangkau pelanggan muda.

Meskipun transformasi digital memberikan banyak keuntungan, pelaku usaha juga menghadapi beberapa tantangan, di antaranya:

- Keterbatasan literasi digital, terutama pada generasi yang lebih tua.
- Biaya berlangganan aplikasi berbayar.
- Ketergantungan pada platform digital yang sering mengubah sistem dan komisi.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, pelaku usaha mengikuti pelatihan daring, menggunakan versi gratis aplikasi, dan meminta bantuan keluarga yang lebih paham teknologi. Temuan ini selaras dengan penelitian Imamsyah et al. (2022), yang menyatakan bahwa digitalisasi pada UMKM kuliner di Medan mampu meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing. Dengan adanya integrasi teknologi, pelaku usaha dapat mengelola pesanan, stok, serta pemasaran secara lebih efektif.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa transformasi digital memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan efisiensi dan keberlanjutan operasional usaha kuliner daring di Kota Medan.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian terhadap lima usaha kuliner berbasis online di Kota Medan, dapat disimpulkan bahwa transformasi digital telah menjadi strategi penting dalam menjaga keberlangsungan dan meningkatkan daya saing bisnis di era digital. Pelaku usaha kuliner memanfaatkan berbagai platform digital seperti GoFood, GrabFood, ShopeeFood, WhatsApp Business, serta media sosial untuk operasional, promosi, dan pelayanan pelanggan. Selain itu, penggunaan aplikasi kasir dan sistem pre-order terbukti mampu meningkatkan efisiensi serta memperluas jangkauan pasar.

Namun demikian, transformasi digital ini masih dihadapkan pada sejumlah tantangan, antara lain keterbatasan literasi digital, minimnya pelatihan teknis, dan kendala biaya perangkat lunak. Meskipun begitu, sebagian besar pelaku usaha menunjukkan kemampuan adaptasi yang cukup baik dengan mengombinasikan strategi promosi online dan offline, serta memanfaatkan platform digital yang mudah diakses dan sesuai dengan kebutuhan usaha mereka.

### **Saran**

#### **1. Bagi pelaku usaha**

Berdasarkan temuan penelitian, pelaku UMKM kuliner disarankan untuk memanfaatkan teknologi digital secara maksimal, khususnya dalam sistem pemesanan dan promosi. Pelatihan informal atau belajar mandiri tentang media sosial dan aplikasi kasir sederhana dapat menjadi awal yang efektif.

#### **2. Bagi pemerintah atau lembaga pendukung**

Diperlukan dukungan nyata dari instansi terkait, seperti pelatihan literasi digital secara rutin, penyediaan akses teknologi, dan kemitraan strategis antara pelaku usaha dan penyedia platform digital.

#### **3. Bagi pengembang teknologi**

Pihak penyedia aplikasi diharapkan menciptakan fitur yang lebih ramah untuk usaha kecil, termasuk pilihan bahasa lokal, tampilan sederhana, dan biaya langganan rendah atau gratis.

4. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini masih terbatas pada lingkup pelaku usaha di Kota Medan. Oleh karena itu, disarankan untuk melakukan studi lanjutan dengan cakupan wilayah atau sektor yang lebih luas, serta mempertimbangkan metode kuantitatif untuk pengukuran dampak secara statistik.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Donthu, N., & Gustafsson, A. (2020). Effects of COVID-19 on business and research. *Journal of Business Research*, 117, 284–289. [<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.008>]
- Heizer, J., & Render, B. (2016). *Operations management* (11th ed.). Pearson Education.
- Imamsyah, I., Rafli, M., & Nurbaiti. (2022). Penerapan e-business terhadap pengembangan home industry sektor kuliner di Kota Medan. *Jurnal Sistem Informasi dan E-Bisnis*, 4(2), 71–79.
- Kompas Tekno. (2020, Februari 13). GrabFood bantu usaha Ayam Penyet Jakarta naikan omzet 50 persen. [<https://tekno.kompas.com/read/2020/02/13/12462317>](<https://tekno.kompas.com/read/2020/02/13/12462317>)
- Rahardjo, M., & Fauzi, A. (2021). Transformasi digital dalam UMKM: Studi penggunaan aplikasi digital untuk efisiensi operasional. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 9(1), 14–23.
- Sitorus, C., Pratiwi, N., Laia, Y. C., & Nasution, D. A. P. (2023). Pemasaran digital dan transaksi online untuk meningkatkan pendapatan UMKM sektor makanan: Studi kasus Pajus Medan. *Jurnal PLANS*, 17(2), 35–47.
- Suara USU. (2022, Oktober 5). Usaha kuliner digital Super Fried Chicken bangkit di tengah pandemi. [<https://suarausu.or.id>](<https://suarausu.or.id>)
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). *Leading digital: Turning technology into business transformation*. Harvard Business Review Press.