

STRATEGI ADAPTASI DIGITAL PADA INDUSTRI KULINER SKALA KECIL DAN MENENGAH DALAM MENJAGA KEBERLANJUTAN USAHA DI ERA PASCAPANDEMI

Denny Indra Pasha¹, Iwan Setiawan²
Universitas Bhakti Pertiwi, Jakarta Selatan
e-mail: iwan.setiawan@universitasbpi.ac.id

Abstract: *Changes in post-COVID-19 market behavior have compelled Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the culinary sector to overhaul their operational management. The decline in face-to-face activities and the public's high reliance on online channels have necessitated the adoption of technology-based tactical measures. This review aims to map the patterns of technological adaptation implemented by culinary businesses and assess the extent to which such integration can strengthen their position in the market. A descriptive-qualitative approach was employed through the examination of secondary data and observation of current industry dynamics. The findings indicate that business performance is no longer driven solely by physical location, but rather by the reliability of three key aspects: the food-delivery partnership ecosystem, accurate financial record-keeping through digital transaction systems, and effective engagement on social media. The synergy among these three components has proven effective in reducing routine operating expenses while simultaneously expanding customer reach.*

Keywords: *Digital Adaptation, Culinary MSMEs, Business Competitiveness, Post-Pandemic, Business Strategy.*

Abstrak: Perubahan perilaku pasar pascapandemi COVID-19 memaksa pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sektor kuliner untuk merombak tata kelola operasional mereka. Penurunan aktivitas tatap muka dan tingginya ketergantungan masyarakat terhadap kanal daring menuntut hadirnya langkah taktis berbasis teknologi. Penelaahan ini bertujuan untuk memetakan pola adaptasi teknologi yang diterapkan oleh para pelaku usaha kuliner serta mengukur sejauh mana integrasi tersebut mampu memperkuat posisi tawar mereka di pasar. Pendekatan deskriptif-kualitatif digunakan melalui penelusuran data sekunder dan pengamatan dinamika industri terkini. Hasil kajian mengindikasikan bahwa akselerasi kinerja usaha tidak lagi bertumpu pada lokasi fisik semata, melainkan pada keandalan tiga aspek utama: ekosistem kemitraan *food delivery*, kerapian pencatatan finansial melalui sistem transaksi digital, serta efektivitas interaksi di media sosial. Sinergi ketiga komponen ini terbukti efektif memangkas pengeluaran rutin sekaligus memperluas jangkauan pembeli.

Kata Kunci: *Penyesuaian Digital, UMKM Kuliner, Daya Saing Usaha, Pascapandemi, Strategi Bisnis.*

PENDAHULUAN

Guncangan ekonomi akibat krisis kesehatan global beberapa tahun lalu memberikan dampak yang cukup telak bagi sektor ekonomi kreatif, khususnya pada bidang usaha makanan dan minuman. Selama bertahun-tahun,

mayoritas pedagang kuliner skala kecil mengandalkan interaksi langsung di kedai atau warung fisik sebagai penopang utama pendapatan. Namun, ketika pembatasan mobilitas diberlakukan, model bisnis konvensional tersebut langsung mengalami stagnasi.

Masuknya era pascapandemi tidak secara otomatis mengembalikan kebiasaan lama masyarakat. Sebaliknya, terbentuk pola konsumsi baru yang mengedepankan kepraktisan, kecepatan, serta keamanan transaksi. Pelanggan kini cenderung memilih layanan pesan-antar dan transaksi nontunai ketimbang datang langsung ke lokasi penjual. Kondisi ini menempatkan modernisasi tata kelola bisnis sebagai prasyarat mutlak jika ingin bertahan di tengah kompetisi yang kian ketat.

Meskipun urgensi migrasi ke ranah digital sudah sangat jelas, proses transisinya di tingkat UMKM kerap menemui berbagai kendala teknis maupun operasional. Keterbatasan modal, rendahnya literasi teknologi, serta kebingungan dalam memilih sarana digital yang tepat menjadi hambatan nyata di lapangan. Oleh karena itu, diperlukan pembahasan mendalam mengenai bentuk strategi digital yang paling masuk akal, efisien, dan berdampak langsung pada daya tahan bisnis kuliner skala menengah ke bawah.

KERANGKA PEMIKIRAN DAN TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Adaptasi Digital UMKM

Dalam konteks usaha skala kecil, penetrasi teknologi tidak selalu berarti penerapan sistem yang rumit atau mahal. Fleksibilitas justru menjadi kunci. Adaptasi digital di sini merujuk pada tindakan taktis memanfaatkan platform instan yang sudah tersedia di pasar, seperti aplikasi pesan-antar, e-wallet, dan media sosial, guna memperbarui cara kerja internal serta pola pemasaran.

Elemen Penentu Kinerja dan Daya Saing

Kemampuan sebuah usaha untuk bertahan dan berkembang di tengah perubahan dapat diukur dari beberapa variabel mendasar, di antaranya:

1. Jangkauan Pasar: Kecepatan produk ditemukan oleh calon pembeli di luar

area lokal.

2. Efisiensi Biaya: Kemampuan menekan pos pengeluaran yang tidak efisien tanpa mengorbankan mutu produk.
3. Retensi Konsumen: Kemampuan menjaga hubungan baik agar pembeli melakukan transaksi berulang.

METODE

Studi ini dirancang menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data dihimpun melalui penelusuran dokumen ilmiah, laporan riset industri, serta catatan perkembangan sektor UMKM dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir. Tahapan pengerjaan dilakukan sebagai berikut:

1. Inventarisasi Data: Mengumpulkan data terkait tren transaksi kuliner dan pola konsumsi masyarakat pascapandemi.
2. Pengelompokan Isu: Memilah bentuk-bentuk pemanfaatan teknologi yang paling sering dipakai oleh pelaku usaha.
3. Analisis Sintesis: Menghubungkan penerapan alat digital dengan dampak riil terhadap efisiensi dan jangkauan pasar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pencermatan terhadap pola bisnis yang berkembang, langkah pemanfaatan teknologi oleh pelaku usaha kuliner dapat dipetakan ke dalam beberapa area kerja utama:

Tabel 1 Pemetaan Penerapan Teknologi pada Usaha Kuliner

Bidang Penerapan	Sarana yang Digunakan	Manfaat Utama bagi Usaha
Pemasaran & Komunikasi	Instagram, TikTok, WhatsA	Memangkas anggaran promosi cetak dan

	pp Business	memudahkan penyebaran menu baru secara cepat.
Sistem Pembayaran	QRIS, Aplikasi Kasir Berbasis Ponsel	Mempercepat proses kasir, mencegah selisih uang tunai, dan merapikan catatan harian.
Kanal Penjualan Utama	GoFood, GrabFood, ShopeeFood	Menjaring pembeli tanpa tergantung pada kapasitas meja di lokasi jualan.

Analisis Dampak Terhadap Ketahanan Usaha

1. Peralihan dari Lokasi Fisik ke Aksesibilitas Daring:

Bila sebelumnya keberhasilan usaha kuliner sangat bergantung pada sewa tempat di lokasi strategis yang mahal, kini fokus bergeser ke visibilitas aplikasi. Pelaku usaha dengan modal terbatas dapat mengalokasikan dananya untuk menjaga mutu bahan baku ketimbang membayar sewa tempat yang tinggi.

2. Pemanfaatan Catatan Transaksi Otomatis:

Penggunaan sistem kasir digital (point-of-sale) memberikan data riil mengenai menu mana yang paling laku dan kapan jam-jam ramai pembeli. Informasi ini sangat berguna untuk mengatur stok bahan baku sehingga meminimalisir porsi makanan yang terbuang.

3. Membangun Hubungan Lewat Konten Sederhana:

Promosi melalui video pendek di media sosial terbukti lebih efektif menarik perhatian pembeli lokal. Konsistensi dalam mengunggah proses pembuatan makanan atau ulasan pelanggan menjadi cara paling hemat untuk membangun kepercayaan calon pembeli baru.

SIMPULAN

Migrasi ke ekosistem digital bukan lagi sekadar tren sesaat, melainkan fondasi penting bagi keberlanjutan UMKM kuliner setelah masa krisis usai. Penggabungan platform pesan-antar, pembayaran praktis lewat QRIS, serta promosi aktif di media sosial terbukti mampu menjaga arus kas usaha tetap stabil sekaligus menekan biaya operasional yang tidak perlu.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Turban, E., Outland, J., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. C. (2018). *Electronic Commerce 2018: A Managerial and Social Networks Perspective*. Springer.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2022). *Laporan Perkembangan UMKM dan Pemulihan Ekonomi Nasional*.