

Transformasi Digital sebagai Strategi Pengembangan UMKM Food and Beverage Kabupaten Ciamis

Rapli Akbar Sidik

Bisnis digital, Politeknik LP31, Bandung, Indonesia

Received: 20-Jul-26

Accepted: 20-Sep-26

Keywords:

Transformasi;

Digital;

Umkm;

Food and Beverage;

Strategi Pengembangan.

Correspondent Email:

raflytasik6@gmail.com

Abstrak. Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola pengelolaan dan persaingan usaha, termasuk pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Food and Beverage (F&B). Namun, masih banyak pelaku UMKM di Kabupaten Ciamis yang menghadapi keterbatasan dalam mengadopsi teknologi digital untuk meningkatkan daya saing bisnis. Penelitian ini bertujuan menganalisis transformasi digital sebagai strategi pengembangan UMKM F&B di Kabupaten Ciamis serta mengidentifikasi peluang dan tantangan dalam implementasinya. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui studi literatur dengan menganalisis berbagai jurnal ilmiah, laporan pemerintah, dan publikasi yang relevan mengenai transformasi digital dan pengembangan UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan digital marketing, platform e-commerce, layanan pembayaran digital, media sosial, serta teknologi berbasis kecerdasan buatan berpotensi meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat daya saing UMKM F&B.

Abstract. The rapid development of digital technology has transformed business management practices and competition, including in the Food and Beverage (F&B) Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) sector. However, many MSMEs in Ciamis Regency still face challenges in adopting digital technologies to enhance their business competitiveness. This study aims to analyze digital transformation as a strategy for developing F&B MSMEs in Ciamis Regency and to identify the opportunities and challenges associated with its implementation. The research employed a descriptive qualitative approach through a literature review by analyzing relevant scientific journals, government reports, and publications related to digital transformation and MSME development. The findings indicate that the adoption of digital marketing, e-commerce platforms, digital payment systems, social media, and artificial intelligence technologies has the potential to improve operational efficiency, expand market reach, and strengthen the competitiveness of F&B MSMEs.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah berbagai aspek kehidupan, termasuk cara pelaku usaha menjalankan aktivitas bisnis. Transformasi digital menjadi salah satu strategi utama dalam meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, serta menciptakan keunggulan kompetitif pada berbagai sektor usaha. Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), digitalisasi tidak lagi menjadi pilihan, melainkan kebutuhan agar mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan bisnis yang semakin dinamis. Sektor *Food and Beverage* (F&B) merupakan salah satu sektor yang mengalami perkembangan pesat karena didukung oleh perubahan perilaku konsumen, meningkatnya penggunaan media sosial, platform *e-commerce*, layanan pesan antar makanan, serta sistem pembayaran digital.

UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia karena berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan pertumbuhan ekonomi nasional. Kabupaten Ciamis sebagai salah satu daerah dengan perkembangan usaha kuliner yang cukup pesat juga menunjukkan potensi besar dalam pengembangan UMKM F&B. Berbagai usaha kuliner lokal mulai memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran. Namun demikian, tingkat adopsi teknologi digital antar pelaku usaha masih beragam. Sebagian besar UMKM masih menghadapi berbagai kendala seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan sumber daya manusia, keterbatasan modal untuk investasi teknologi, serta belum optimalnya pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan bisnis.

Konsep transformasi digital dalam manajemen bisnis mengacu pada proses pemanfaatan teknologi digital untuk menciptakan perubahan dalam model bisnis, proses operasional, serta interaksi dengan pelanggan sehingga mampu meningkatkan nilai tambah organisasi. Pada konteks UMKM, transformasi digital tidak hanya mencakup penggunaan media sosial sebagai sarana

promosi, tetapi juga meliputi pemanfaatan *marketplace*, sistem pembayaran

digital, aplikasi manajemen usaha, analisis data pelanggan, hingga teknologi berbasis kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) yang dapat mendukung pengambilan keputusan bisnis secara lebih efektif.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa transformasi digital memberikan dampak positif terhadap perkembangan UMKM. Penelitian mengenai digital marketing menyimpulkan bahwa pemanfaatan media digital mampu meningkatkan jangkauan pemasaran, memperkuat hubungan dengan pelanggan, dan meningkatkan penjualan. Penelitian lain menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital berpengaruh terhadap peningkatan daya saing serta efisiensi operasional UMKM. Selain itu, perkembangan teknologi AI mulai dimanfaatkan untuk membantu pembuatan konten pemasaran, analisis perilaku konsumen, pelayanan pelanggan, hingga pengelolaan inventori secara lebih efisien. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital memiliki kontribusi yang signifikan terhadap keberlangsungan usaha, khususnya pada sektor F&B.

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian sebelumnya masih berfokus pada implementasi transformasi digital secara umum pada UMKM di tingkat nasional maupun kota-kota besar. Penelitian yang secara khusus mengkaji transformasi digital sebagai strategi pengembangan UMKM F&B di Kabupaten Ciamis masih relatif terbatas. Selain itu, sebagian besar penelitian lebih menitikberatkan pada aspek pemasaran digital tanpa mengintegrasikan berbagai dimensi transformasi digital, seperti pemanfaatan AI, sistem pembayaran digital, *e-commerce*, dan digitalisasi proses bisnis secara menyeluruh. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (*research gap*) yang perlu diisi melalui kajian yang lebih spesifik pada karakteristik UMKM F&B di Kabupaten Ciamis.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan (*novelty*)

berupa analisis transformasi digital sebagai strategi pengembangan UMKM F&B dengan mengintegrasikan berbagai aspek digitalisasi, yaitu digital marketing, *e-commerce*, pembayaran digital, media sosial, dan pemanfaatan teknologi AI dalam konteks UMKM di Kabupaten Ciamis. Pendekatan ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai peluang, tantangan, serta strategi pengembangan UMKM F&B di era ekonomi digital.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana transformasi digital dapat menjadi strategi pengembangan UMKM Food and Beverage di Kabupaten Ciamis, mengidentifikasi peluang dan tantangan dalam implementasinya, serta merumuskan rekomendasi strategi yang dapat diterapkan oleh pelaku usaha dan pemangku kepentingan guna meningkatkan daya saing UMKM secara berkelanjutan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Transformasi Digital

Transformasi digital merupakan proses integrasi teknologi digital ke dalam seluruh aspek organisasi untuk meningkatkan efisiensi operasional, menciptakan nilai tambah, serta menghasilkan model bisnis yang lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan. Transformasi digital tidak hanya berfokus pada penggunaan teknologi, tetapi juga mencakup perubahan budaya organisasi, proses bisnis, serta strategi perusahaan dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Pada konteks UMKM, transformasi digital diwujudkan melalui pemanfaatan media sosial, *e-commerce*, sistem pembayaran digital, *cloud computing*, analisis data, dan teknologi berbasis kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*) untuk mendukung aktivitas bisnis. Implementasi transformasi digital diyakini mampu meningkatkan produktivitas, memperluas jangkauan pasar, memperbaiki kualitas pelayanan pelanggan, serta meningkatkan daya saing UMKM di tengah perkembangan ekonomi digital.

2.2 Pengembangan UMKM Food and Beverage

UMKM merupakan salah satu pilar utama perekonomian Indonesia yang berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, dan pertumbuhan ekonomi nasional. Sektor *Food and Beverage*

(F&B) menjadi salah satu subsektor UMKM yang memiliki tingkat pertumbuhan tinggi karena didukung oleh meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produk kuliner.

Pengembangan UMKM F&B tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola pemasaran, inovasi produk, pelayanan pelanggan, pengelolaan keuangan, serta pemanfaatan teknologi digital. Digitalisasi memungkinkan pelaku UMKM untuk memperluas pasar melalui platform digital, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan melalui komunikasi yang lebih efektif.

2.3 Strategi Pengembangan Berbasis Digital

Strategi pengembangan merupakan serangkaian tindakan yang dirancang untuk meningkatkan kinerja dan daya saing suatu usaha secara berkelanjutan. Dalam era ekonomi digital, strategi pengembangan UMKM diarahkan pada pemanfaatan teknologi digital sebagai pendukung proses bisnis.

Beberapa bentuk strategi digital yang banyak diterapkan oleh UMKM F&B meliputi penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, pemanfaatan *marketplace* dan layanan pesan antar makanan, penggunaan pembayaran digital, penerapan sistem pencatatan keuangan berbasis aplikasi, serta pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan untuk pembuatan konten pemasaran, analisis perilaku konsumen, dan pengambilan keputusan bisnis. Integrasi berbagai teknologi tersebut diharapkan mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat daya saing UMKM dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompetitif.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur (*literature review*) untuk menganalisis transformasi digital sebagai strategi pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) *Food and Beverage* (F&B) di Kabupaten Ciamis. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai konsep, peluang, tantangan, dan strategi

implementasi transformasi digital berdasarkan hasil penelitian terdahulu dan berbagai dokumen ilmiah yang relevan.

Penelitian dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu: (1) identifikasi topik penelitian; (2) penentuan kata kunci pencarian literatur; (3) penelusuran sumber pustaka; (4) seleksi literatur berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi; (5) ekstraksi data dari literatur yang memenuhi kriteria; (6) analisis isi (*content analysis*); dan (7) penyusunan sintesis hasil penelitian sebagai dasar penyusunan rekomendasi strategi pengembangan UMKM F&B di Kabupaten Ciamis.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh melalui studi dokumentasi terhadap berbagai sumber ilmiah. Literatur dikumpulkan dari jurnal nasional dan internasional, prosiding, buku ilmiah, laporan pemerintah, serta publikasi resmi yang membahas transformasi digital, UMKM, digital marketing, teknologi informasi, dan sektor *Food and Beverage*.

Proses pencarian literatur dilakukan menggunakan pangkalan data ilmiah seperti Google Scholar, Garuda, Scopus, dan ScienceDirect dengan kata kunci *digital transformation*, *digitalisasi UMKM*, *Food and Beverage MSMEs*, *digital marketing*, *artificial intelligence*, dan *UMKM Kabupaten Ciamis*. Literatur yang dipilih merupakan publikasi berbahasa Indonesia maupun Inggris yang diterbitkan pada rentang tahun 2020–2026 guna memastikan keterbaruan informasi.

Kriteria inklusi meliputi: (1) artikel membahas transformasi digital atau pengembangan UMKM; (2) artikel dipublikasikan pada jurnal ilmiah atau prosiding; (3) tersedia dalam bentuk teks lengkap (*full text*); dan (4) memiliki relevansi dengan tujuan penelitian. Sementara itu, literatur yang tidak memiliki keterkaitan langsung dengan transformasi digital atau tidak tersedia secara lengkap dikeluarkan dari proses analisis.

3.3 Sumber Data

Sumber data penelitian terdiri atas artikel ilmiah, buku referensi, laporan kementerian, publikasi Badan Pusat Statistik (BPS), serta dokumen dari instansi pemerintah yang berkaitan dengan pengembangan UMKM dan transformasi digital di Indonesia. Literatur yang

telah memenuhi kriteria seleksi kemudian digunakan sebagai dasar dalam menganalisis kondisi, peluang, tantangan, dan strategi transformasi digital pada UMKM *Food and Beverage* di Kabupaten Ciamis.

3.4 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan metode analisis isi (*content analysis*) yang bertujuan mengidentifikasi, mengelompokkan, dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber pustaka. Tahapan analisis meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan.

Pada tahap reduksi data, informasi yang relevan dengan tujuan penelitian dipilih dan diklasifikasikan berdasarkan tema-tema utama, yaitu transformasi digital, strategi pengembangan UMKM, peluang implementasi teknologi digital, dan tantangan adopsi teknologi. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk uraian deskriptif sehingga memudahkan proses identifikasi hubungan antar konsep. Tahap akhir dilakukan melalui sintesis berbagai hasil penelitian terdahulu untuk menghasilkan rekomendasi strategi transformasi digital yang sesuai dengan karakteristik UMKM *Food and Beverage* di Kabupaten Ciamis.

Untuk meningkatkan validitas hasil penelitian, dilakukan triangulasi sumber dengan membandingkan informasi dari berbagai jurnal ilmiah, buku referensi, dan laporan resmi sehingga diperoleh kesimpulan yang lebih objektif dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademis.

3.5 Alur Penelitian

Tahapan penelitian yang dilakukan dapat diringkas sebagai berikut:

1. Identifikasi permasalahan penelitian.
2. Penentuan tujuan dan ruang lingkup penelitian.
3. Penentuan kata kunci pencarian literatur.
4. Pengumpulan literatur dari berbagai basis data ilmiah.
5. Seleksi literatur berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi.
6. Ekstraksi data dari literatur terpilih.
7. Analisis isi (*content analysis*).
8. Penyusunan sintesis hasil penelitian.
9. Penarikan kesimpulan dan rekomendasi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Analisis Literatur

Hasil penelusuran literatur menunjukkan bahwa transformasi digital telah menjadi salah satu strategi utama dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya pada sektor Food and Beverage (F&B). Berbagai penelitian menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi digital mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pemasaran, memperbaiki kualitas pelayanan, serta meningkatkan daya saing usaha di era ekonomi digital. Digitalisasi tidak lagi dipandang sebagai pelengkap dalam kegiatan bisnis, melainkan sebagai kebutuhan yang harus diimplementasikan agar UMKM mampu bertahan menghadapi perubahan perilaku konsumen dan perkembangan teknologi.

Berdasarkan hasil sintesis berbagai penelitian, transformasi digital pada UMKM F&B umumnya diwujudkan melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, penggunaan marketplace dan layanan pemesanan makanan daring, penerapan sistem pembayaran digital, penggunaan aplikasi pencatatan keuangan, serta mulai diterapkannya teknologi berbasis Artificial Intelligence (AI). Integrasi berbagai teknologi tersebut memberikan dampak positif terhadap peningkatan produktivitas usaha, efisiensi proses bisnis, dan kualitas pelayanan kepada pelanggan.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital memiliki peran strategis dalam meningkatkan kemampuan adaptasi UMKM terhadap perubahan lingkungan bisnis yang semakin kompetitif.

4.2 Digital Marketing sebagai Strategi Pengembangan UMKM Food and Beverage

Salah satu bentuk transformasi digital yang paling banyak diterapkan oleh UMKM F&B adalah digital marketing. Media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp Business telah menjadi media utama dalam memperkenalkan produk, membangun komunikasi dengan pelanggan, serta meningkatkan citra merek. Dibandingkan metode pemasaran konvensional, digital marketing menawarkan biaya yang lebih rendah dengan jangkauan pasar yang lebih luas.

Selain sebagai media promosi, platform digital juga menyediakan berbagai fitur analitik yang dapat dimanfaatkan untuk mengetahui karakteristik pelanggan, tingkat interaksi, serta efektivitas strategi pemasaran yang dijalankan. Informasi tersebut dapat digunakan oleh pelaku UMKM sebagai dasar dalam menyusun strategi bisnis yang lebih tepat sasaran.

Berdasarkan berbagai penelitian terdahulu, penerapan digital marketing mampu meningkatkan jumlah pelanggan, memperkuat loyalitas konsumen, dan meningkatkan penjualan produk. Oleh karena itu, digital marketing menjadi salah satu komponen utama dalam proses transformasi digital UMKM F&B.

4.3 Pemanfaatan Platform Digital dalam Pengembangan UMKM

Selain media sosial, perkembangan platform digital memberikan peluang yang semakin besar bagi UMKM untuk memperluas pasar. Kehadiran marketplace, aplikasi pemesanan makanan daring, serta sistem pembayaran digital memungkinkan transaksi dilakukan secara lebih cepat, mudah, dan efisien. Konsumen tidak lagi harus datang langsung ke lokasi usaha untuk memperoleh produk yang diinginkan.

Transformasi digital juga mendorong pelaku UMKM memanfaatkan aplikasi pencatatan keuangan dan manajemen usaha. Penggunaan aplikasi tersebut membantu proses pencatatan transaksi, pengelolaan persediaan, hingga penyusunan laporan keuangan secara lebih sistematis. Dengan demikian, pengambilan keputusan bisnis dapat dilakukan berdasarkan data yang lebih akurat.

Perkembangan teknologi Artificial Intelligence turut memberikan peluang baru bagi UMKM. AI dapat dimanfaatkan untuk membantu pembuatan konten promosi, menjawab pertanyaan pelanggan secara otomatis melalui chatbot, menganalisis perilaku konsumen, hingga memberikan rekomendasi strategi pemasaran berdasarkan data pelanggan.

4.4 Peluang Transformasi Digital pada UMKM Food and Beverage di Kabupaten Ciamis

Kabupaten Ciamis memiliki potensi yang cukup besar dalam pengembangan UMKM F&B karena didukung oleh pertumbuhan usaha kuliner serta meningkatnya penggunaan

internet oleh masyarakat. Kondisi tersebut menjadi peluang bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan usaha melalui pemanfaatan teknologi digital.

Peningkatan penggunaan media sosial, berkembangnya layanan pemesanan makanan daring, semakin luasnya penggunaan pembayaran digital, serta meningkatnya minat masyarakat terhadap transaksi elektronik merupakan faktor yang mendukung percepatan transformasi digital. Selain itu, tersedianya berbagai aplikasi bisnis dengan biaya yang relatif terjangkau memberikan kesempatan bagi UMKM untuk melakukan digitalisasi tanpa memerlukan investasi yang terlalu besar.

Apabila peluang tersebut dimanfaatkan secara optimal, UMKM F&B di Kabupaten Ciamis memiliki kesempatan untuk meningkatkan daya saing, memperluas pasar hingga luar daerah, serta meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan usaha.

4.5 Tantangan Implementasi Transformasi Digital

Meskipun memiliki peluang yang besar, implementasi transformasi digital masih menghadapi berbagai tantangan. Berdasarkan hasil analisis literatur, kendala utama yang dihadapi pelaku UMKM adalah rendahnya literasi digital, keterbatasan kompetensi sumber daya manusia, serta kurangnya pemahaman mengenai pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan bisnis.

Selain itu, sebagian pelaku usaha masih menganggap penggunaan teknologi digital memerlukan biaya yang tinggi dan proses yang rumit. Keterbatasan akses terhadap pelatihan dan pendampingan juga menyebabkan proses digitalisasi berjalan lebih lambat. Akibatnya, banyak UMKM yang hanya memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi tanpa mengintegrasikan teknologi digital ke dalam proses operasional maupun pengambilan keputusan bisnis.

Tantangan lainnya adalah meningkatnya persaingan di platform digital. Pelaku UMKM dituntut untuk mampu menghasilkan produk yang berkualitas, memberikan pelayanan yang baik, serta menyusun strategi pemasaran yang kreatif agar mampu bersaing dengan kompetitor.

4.6 Strategi Pengembangan UMKM Food and Beverage di Kabupaten Ciamis

Berdasarkan hasil sintesis berbagai penelitian, terdapat beberapa strategi yang dapat diterapkan untuk mendukung transformasi digital UMKM F&B di Kabupaten Ciamis.

Strategi pertama adalah meningkatkan literasi digital pelaku UMKM melalui pelatihan mengenai pemasaran digital, pengelolaan media sosial, penggunaan aplikasi bisnis, serta analisis data pelanggan. Peningkatan kompetensi digital menjadi faktor utama dalam keberhasilan implementasi transformasi digital.

Strategi kedua adalah mendorong pemanfaatan berbagai platform digital seperti marketplace, layanan pesan antar makanan, serta sistem pembayaran digital agar jangkauan pasar semakin luas dan proses transaksi menjadi lebih efisien.

Strategi ketiga adalah memanfaatkan teknologi Artificial Intelligence dalam mendukung aktivitas bisnis. AI dapat digunakan untuk membuat konten promosi, melakukan analisis tren pasar, mengelola hubungan dengan pelanggan, hingga membantu pengambilan keputusan berdasarkan data.

Strategi keempat adalah memperkuat kolaborasi antara pemerintah daerah, perguruan tinggi, komunitas bisnis, dan pelaku UMKM dalam bentuk pelatihan, pendampingan, serta penyediaan fasilitas pendukung transformasi digital. Kolaborasi tersebut diharapkan mampu mempercepat adopsi teknologi digital oleh UMKM di Kabupaten Ciamis.

4.7 Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital merupakan strategi yang efektif dalam mendukung pengembangan UMKM Food and Beverage di Kabupaten Ciamis. Pemanfaatan media sosial, e-commerce, pembayaran digital, aplikasi manajemen usaha, dan teknologi Artificial Intelligence memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan daya saing bisnis.

Temuan ini sejalan dengan teori transformasi digital yang menyatakan bahwa teknologi digital mampu menciptakan nilai tambah melalui perubahan proses bisnis, peningkatan kualitas pelayanan, dan penguatan hubungan dengan pelanggan. Selain itu, hasil

penelitian ini juga memperkuat berbagai penelitian sebelumnya yang menyimpulkan bahwa digitalisasi memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM.

Berbeda dengan sebagian penelitian terdahulu yang hanya menitikberatkan pada digital marketing, penelitian ini menunjukkan bahwa transformasi digital harus dipahami sebagai proses yang menyeluruh. Keberhasilan transformasi digital tidak hanya bergantung pada aktivitas promosi melalui media sosial, tetapi juga pada kemampuan pelaku usaha mengintegrasikan teknologi digital dalam proses operasional, pengelolaan keuangan, pelayanan pelanggan, dan pengambilan keputusan berbasis data.

Dalam konteks Kabupaten Ciamis, implementasi transformasi digital memiliki prospek yang baik mengingat tingginya potensi sektor kuliner dan semakin berkembangnya infrastruktur digital. Namun demikian, peningkatan kompetensi sumber daya manusia, literasi digital, serta dukungan pemerintah tetap menjadi faktor penting dalam keberhasilan proses digitalisasi.

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat konsep bahwa transformasi digital merupakan strategi yang mampu meningkatkan daya saing UMKM melalui integrasi teknologi dalam seluruh aktivitas bisnis. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pelaku UMKM, pemerintah daerah, dan lembaga pendidikan dalam merancang program pengembangan UMKM berbasis digital. Implementasi strategi tersebut diharapkan mampu menciptakan UMKM F&B yang lebih inovatif, adaptif, dan berkelanjutan dalam menghadapi dinamika ekonomi digital. *Tabel 1. Sintesis Penelitian Terdahulu.*

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis literatur mengenai transformasi digital sebagai strategi pengembangan UMKM *Food and Beverage* di Kabupaten Ciamis, dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Transformasi digital merupakan strategi yang efektif dalam mendukung pengembangan UMKM *Food and Beverage* di Kabupaten Ciamis. Pemanfaatan media sosial, *e-commerce*,

sistem pembayaran digital, aplikasi manajemen usaha, dan teknologi *Artificial Intelligence* mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, memperkuat hubungan dengan pelanggan, serta meningkatkan daya saing usaha di era ekonomi digital.

2. Keberhasilan transformasi digital tidak hanya ditentukan oleh penggunaan teknologi, tetapi juga oleh kesiapan sumber daya manusia. Literasi digital, kemampuan beradaptasi terhadap perkembangan teknologi, serta komitmen pelaku usaha menjadi faktor utama yang menentukan keberhasilan implementasi transformasi digital pada UMKM.
3. Penelitian ini memiliki kelebihan karena memberikan sintesis yang komprehensif mengenai berbagai strategi transformasi digital yang dapat diterapkan oleh UMKM *Food and Beverage*, khususnya pada konteks Kabupaten Ciamis. Penelitian ini juga mengintegrasikan berbagai aspek digitalisasi, mulai dari digital marketing, *e-commerce*, pembayaran digital, hingga pemanfaatan teknologi berbasis *Artificial Intelligence* sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha.
4. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena menggunakan pendekatan studi literatur sehingga belum didukung oleh data empiris yang diperoleh langsung dari pelaku UMKM *Food and Beverage* di Kabupaten Ciamis. Oleh karena itu, hasil penelitian masih bersifat konseptual dan bergantung pada kualitas serta relevansi sumber literatur yang digunakan.
5. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan empiris, seperti survei, wawancara, atau *mixed methods*, untuk mengukur tingkat adopsi transformasi digital pada UMKM *Food and Beverage* di Kabupaten Ciamis. Penelitian berikutnya juga dapat mengembangkan model pengukuran yang melibatkan variabel seperti literasi digital, kesiapan teknologi, inovasi bisnis, pemanfaatan *Artificial Intelligence*, serta kinerja usaha sehingga diperoleh hasil yang lebih komprehensif dan dapat dijadikan dasar dalam penyusunan kebijakan maupun strategi pengembangan UMKM berbasis transformasi digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Program Studi Bisnis Digital atas dukungan akademik yang diberikan selama proses penyusunan penelitian ini. Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada dosen pembimbing dan seluruh pihak yang telah memberikan masukan, arahan, serta dukungan dalam penyusunan artikel ini. Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada para peneliti dan institusi yang telah mempublikasikan berbagai referensi ilmiah sehingga menjadi dasar dalam penyusunan penelitian ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang transformasi digital dan pengembangan UMKM *Food and Beverage* di Kabupaten Ciamis.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Koswara, "Tren Digitalisasi Bisnis di Indonesia: Analisis Minat Pencarian 'Aplikasi Kasir' di Google Search & Trends," *Jurnal Administrasi dan Bisnis Digital*, vol. 1, no. 1, pp. 1–15, 2025.
- [2] M. Solekan, Sarno, dan D. P. N. Kinding, "Pemberdayaan UMKM Bina Sejahtera Bersama Melalui Pelatihan Strategi Digital Marketing dan Pemanfaatan Instagram Bisnis di Kabupaten Banjarnegara," *Jurnal Integrasi Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 1, no. 1, pp. 1–9, 2025.
- [3] B. Harto, T. Sumarni, A. Dwijayanti, R. Komalasari, and S. Widyawati, "Transformasi Bisnis UMKM Sanfresh Melalui Digitalisasi Bisnis Pasca COVID-19," *IKRA-ITH Abdimas*, vol. 6, no. 2, pp. 9–15, 2023.
- [4] M. M. Jaza, M. I. Khoiruddin, R. N. Pinasty, I. N. Barira, and T. Adhitya, "Integrasi Kasir Pintar untuk Peningkatan Daya Saing UMKM Warung Kuliner Dhoho Plaza Kota Kediri," *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 2, no. 3, pp. 537–542, 2024.
- [5] R. Maryatmo and D. V. Pamenta, "Peran Aplikasi Digital pada Kinerja Bisnis Kedai Kopi Skala Mikro di DIY," *MODUS*, vol. 35, no. 1, 2023.
- [6] L. Judijanto, F. D. Anggraini, I. K. D. G. Supartha, N. D. Irmadiani, R. Mudjiyanti, and A. Putri, *Bisnis Digital: Tren dan Perkembangannya Saat Ini*. Jakarta: Green Pustaka Indonesia, 2024.
- [7] Y. P. D. Astuti, "Analisis Kesiapan Transformasi Digital UMKM dalam Penggunaan Aplikasi POS Digital System dengan Metode I-TOE Framework," *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, vol. 30, no. 1, pp. 175–184, 2024.
- [8] R. Rosdiyati, I. Kurniyawati, and E. Susilawati, "Optimalisasi Pengembangan Bisnis Melalui Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Digital pada UMKM," *Innovative: Journal of Social Science Research*, vol. 4, no. 3, pp. 8447–8463, 2024.
- [9] G. Santoso, M. Rizal, H. Wiyana, and S. N. Subagja, "Digitalisasi UMKM: Strategi dan Model Bisnis Berbasis Teknologi untuk Keberlanjutan," *JUBISDIGI: Jurnal Bisnis Digital*, vol. 1, no. 1, pp. 21–30, 2025.
- [10] S. Sanda, R. Dewi, and A. Q. Zuhro Fitriana, "Tantangan dan Peluang UMKM di Tengah Tren Ekonomi Digital," *Inflasi: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan*, vol. 2, no. 2, pp. 124–128, 2025.
- [11] Bank Indonesia, *Laporan Sistem Pembayaran Indonesia 2024*. Jakarta: Bank Indonesia, 2025.
- [12] Google, Temasek, and Bain & Company, *e-Conomy SEA 2024 Report*. Singapore, 2024.