Analisis Pengaruh Digitalisasi terhadap Peningkatan Omset Usaha Mikro Sektor Kuliner Halal di Kabupaten Sleman

Analysis of the Impact of Digitalization on Revenue Growth of Halal Culinary Microbusinesses in Sleman Regency

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam

Oleh:

Gibran Lazuardi Hisyam

21423020

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

JURUSAN STUDI ISLAM

FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2025

Analisis Pengaruh Digitalisasi terhadap Peningkatan Omset Usaha Mikro Sektor Kuliner (Studi pada Usaha Mikro di Kabupaten Sleman)

Analysis of the Impact of Digitalization on Increasing Turnover in Micro Businesses in the Culinary Sector (A Study of Micro Businesses in Sleman Regency)

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam





Oleh:

Gibran Lazuardi Hisyam

21423020

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

JURUSAN STUDI ISLAM

FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2025

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Gibran Lazuardi Hisyam
NIM	: 21423020
Program Studi	: Ekonomi Islam
Fakultas	: Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi	: Analisis Pengaruh Digitalisasi terhadap Peningkatan Omset Usaha Mikro Sektor Kuliner (Studi pada Usaha Mikro di Kabupaten Sleman)

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penelitian skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 8 Oktober 2025



Gibran Lazuardi Hisyam

NOTA DINAS

Yogyakarta, 8 Oktober 2025
14 *Rabiul Akhir* 1447 H

Hal : Skripsi

Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
Di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor 574/Dek/60/DAATI/FIAI/VII/2025 tanggal 1 Juli 2025 M, 5 Muharam 1447 H. Atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi Saudara:

Nama	: Gibran Lazuardi Hisyam
NIM	: 21423020
Program Studi	: Ekonomi Islam
Fakultas	: Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi	: Analisis Pengaruh Digitalisasi terhadap Peningkatan Omset Usaha Mikro Sektor Kuliner Halal (Studi pada Usaha Mikro di Kabupaten Sleman)

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami memutuskan bahwa skripsi saudara tersebut memenuhi syarat untuk diajukan pada sidang munaqosah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Demikian kami ucapkan terima kasih

Wassalamualaikum Wr. Wb

Dosen Pembimbing,



Rheyza Virgiawan, LC., M.E.

LEMBAR PENGESAHAN

FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. fiai@uii.ac.id
W. fiai.uii.ac.id

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Tugas Akhir Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari	:	Rabu
Tanggal	:	29 Oktober 2025
Judul Tugas Akhir	:	Analisis Pengaruh Digitalisasi terhadap Peningkatan Omset Usaha Mikro Sektor Kuliner Halal di Kabupaten Sleman
Nama	:	GIBRAN LAZUARDI HISYAM
Nomor Mahasiswa	:	21423020

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI

Ketua/Pembimbing
Dr. Nur Kholis, S.Ag, SEI, M.Sh.Ec. (.....)

Penguji 1
Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM (.....)

Penguji 2
Muhammad Adi Wicaksono, SE, M.E.I (.....)

Yogyakarta, 29 Oktober 2025
Fakultas Ilmu Agama Islam
Dekan

Dr. Drs. Asmuni, MA

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi

Nama	: Gibran Lazuardi Hisyam
NIM	: 21423020
Judul Skripsi	: Analisis Pengaruh Digitalisasi terhadap Peningkatan Omset Usaha Mikro Sektor Kuliner Halal (Studi pada Usaha Mikro di Kabupaten Sleman)

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan. Maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqosah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 07 Oktober 2025

Rheyza Virgiawan, LC., M.E.

LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil alamin, Segala puji syukur atas kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, nikmat serta hidayahnya kepada penulis, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi sebagai tugas akhir dan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana. Sholawat serta salam penulis curahkan kepada Baginda Rasulullah SAW yang diharapkan syafaatnya kelak di yaumil akhir nanti.

Dengan penuh rasa syukur serta kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan kata terima kasih: Kepada orang-orang paling penting dalam hidup penulis Bapak Muhammad Fauzan S.T dan Ibu Margawati Saktyarini yang luar biasa. Dukungan dan iringan doa dari kalian yang membuat penulis dapat sampai pada titik ini. Terima kasih atas segala kasih sayang tak terhingga yang kalian berikan. Semoga Allah selalu melindungi dan membersamai kalian dimanapun,

Untuk saudara-saudara penulis, yang dengan kebersamaan dan tawa ringan selalu memberi semangat disetiap saat, saling menguatkan. Terima kasih, kalian adalah teman perjalanan yang tidak akan tergantikan.

Dengan penuh rasa hormat teruntuk dosen pembimbing saya, Bapak Rheyza Virgiawan, LC., M.E., terima kasih atas ilmu, bimbingan, arahan, energi, kesabaran, dan waktu yang telah bapak berikan selama proses membimbing saya. Hanya Allah yang bisa membalas segala kebaikan Bapak, terima kasih penyusun ucapkan.

Kepada seluruh Dosen di Fakultas Ilmu Agama Islam prodi Ekonomi Islam, terima kasih atas ilmu yang telah diberikan kepada penulis, semoga dapat menjadi amal ibadah yang terus mengalir kepada beliau.

Untuk seluruh sahabat penulis dimanapun berada, yang telah berjuang bersama dan tidak pernah bosan dalam memberikan dukungan serta perhatian bagi kelancaran penulis. Terima kasih, kehadiran kalian memberi pelajaran serta warna bagi hidup penulis.

Yang terakhir kepada diri penulis sendiri yang berhasil melawan semua rasa takut, rasa lelah hingga dapat sampai pada titik ini. Bismillah, diberi kelancaran oleh Allah SWT untuk setiap langkah baru yang diambil.

HALAMAN MOTTO

"Hidup itu sekali, dan mati itu pasti, bisa jadi nanti, atau setelah ini.
Maka sudahilah sedihmu yang belum sudah, segera mulailah syukurmu yang pasti indah."

(Sirin Farid Stevy, Menantang Rasi Bintang, FSTVLST)

"Sebutlah namaNya, Tetap di jalanNya, Kelak kau mengingat, Kau akan teringat"

(Perunggu, 33X)

"Hidup memang begitu indah, hanya itu yang kita punya"

(The Jeblogs, Bersandarlah)

ABSTRAK

Analisis Pengaruh Digitalisasi terhadap Peningkatan Omset Usaha Mikro Sektor Kuliner Halal di Kabupaten Sleman

Gibran Lazuardi Hisyam

21423020

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh digitalisasi terhadap peningkatan omset usaha mikro sektor kuliner di Kabupaten Sleman dengan menggunakan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) yang berfokus pada kemanfaatan dan kemudahan digitalisasi. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam terhadap pelaku usaha mikro kuliner, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pertumbuhan usaha mikro kuliner, terutama melalui peningkatan efisiensi operasional, perluasan akses pasar, dan peningkatan loyalitas konsumen. Kemanfaatan dan kemudahan digitalisasi menjadi faktor utama yang mendorong pelaku usaha untuk menerima dan mengadopsi teknologi digital secara optimal. Namun, keberhasilan digitalisasi sangat bergantung pada pengintegrasian seluruh aspek digital ke dalam operasional usaha, serta dukungan pelatihan dan akses alat yang memadai. Penelitian ini memberikan rekomendasi bagi pelaku usaha dan pemangku kepentingan untuk meningkatkan literasi dan akses digital agar pertumbuhan usaha mikro kuliner lebih maksimal dan berkelanjutan

Kata Kunci: Digitalisasi, Usaha Mikro, Kuliner, Kabupaten Sleman, Technology Acceptance Model, Omset.

ABSTRACT

Analysis of the Impact of Digitalization on Revenue Growth of Halal Culinary Microbusinesses in Sleman Regency

Gibran Lazuardi Hisyam

21423020

This study aims to analyze the effect of digitalization on increasing the turnover of micro culinary businesses in Sleman Regency, using the Technology Acceptance Model (TAM) approach focused on perceived usefulness and ease of use. The research employs a qualitative descriptive method with data collected through in-depth interviews with micro culinary business actors, observations, and documentation analysis. The results indicate that digitalization significantly positively impacts the growth of micro culinary enterprises, especially through improved operational efficiency, expanded market access, and enhanced customer loyalty. The perceived usefulness and ease of use of digitalization are key factors encouraging business actors to accept and optimally adopt digital technology. However, the success of digitalization highly depends on the full integration of digital aspects into business operations, accompanied by adequate training and access to digital tools. This study recommends stakeholders and business actors to enhance digital literacy and accessibility to achieve greater and sustainable growth for micro culinary businesses

Keyword: Digitalization, Micro Business, culinary, Sleman Regency, Technology Acceptance Model, Turnover

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

KEPUTUSAN BERSAMA

MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1: Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Żal	ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er

ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
ه	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	a	a
ـِ	Kasrah	i	i
ـُ	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0.3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يْـَ...	Fathah dan ya	ai	a dan u
وْـَ...	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سُئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0.4: Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ...ىَ...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ى...	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
وُ...	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيْلَ qīla
- يَقُوْلُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

   Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".
2. Ta' marbutah mati

   Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".
3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِيْنَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةْ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala

- البِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

   Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

   Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلاَلُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khużu
- شَيئٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u

- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِيْنَ — Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/ Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا — Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ للهِ رَبِّ الْعَالَمِيْنَ — Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/ Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمنِ الرَّحِيْمِ — Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللهُ غَفُوْرٌ رَحِيْمٌ — Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلّهِ الأُمُوْرُ جَمِيْعًا — Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillahirobbil'alamin, Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat, hidayah, serta berkahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Analisis Pengaruh Digitalisasi Terhadap Peningkatan Omset Usaha Mikro di Sektor Kuliner di Kabupaten Sleman (Studi Pada Usaha Mikro di Kabupaten Sleman)". Shalawat serta salam penulis haturkan kepada Rasulullah SAW, keluarga, para sahabat, tabi'in, dan para pengikutnya.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan iringan doa dari berbagai pihak yang senantiasa membimbing penulis, memberikan motivasi dan nasehat. Oleh karena itu, penyusun menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.d., Selaku Rektor Universitas Islam Indonesia
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, M.A., Selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M., Selaku Ketua Jurusan Studi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
4. Bapak Anom Garbo, SEI., M.E., Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
5. Bapak Rheyzha Virgiawan LC., M.E., Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan penuh kesabatan telah membimbing serta memberikan saran dalam penulisan skripsi, sehingga penyusunan skripsi ini berjalan dengan lancar.
6. Seluruh Dosen dan staf dalam Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan bekal ilmu dan banyak pembelajaran kepada penyusun dan memberikan pelayanan kepada mahasiswa prodi Ekonomi Islam, semoga ilmu yang diberikan dapat bermanfaat dunia dan akhirat

7. Bapak Muhammad Fauzan S.T dan Ibu Margawati Saktyarini yang terus melantunkan doanya memberikan dukungan penuh baik secara materi maupun non-materi. Serta saudara-saudara penulis Rizky Fadilah dan Balqis Nafisa yang telah memberikan dorongan dan senantiasa berjuang bersama.
8. Seluruh sahabat, teman-teman seperjuangan yang telah berjuang bersama dan tidak pernah bosan dalam memberikan dukungan dari awal masa perkuliahan hingga saat ini.
9. Tidak lupa juga kepada seluruh pihak yang juga telah memberikan bantuan dan motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Dengan sepenuh hati, penulis memohon maaf dan kepada seluruh pihak di atas jika terdapat kesalahan dan hal-hal yang tidak berkenan dihati mohon dimaafkan. Penulis menyadari jika hasil dari penulisan skripsi ini tidak sempurna dan oleh karena itu, penulis sangat menerima kritik dan saran yang bisa membangun dan menjadikan lebih baik lagi. Penulis berharap skripsi ini bisa bermanfaat dan menambah pengetahuan para pembacanya dan pihak yang terkait.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 8 Oktober 2025



Gibran Lazuardi Hisyam

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN iii
NOTA DINAS iv
LEMBAR PENGESAHAN v
REKOMENDASI PEMBIMBING v
LEMBAR PERSEMBAHAN vii
HALAMAN MOTTO viii
ABSTRAK ix
ABSTRACT x
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN xi
KATA PENGANTAR xviii
DAFTAR ISI xx
DAFTAR GAMBAR xxii
DAFTAR TABEL xxiii
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 8
C. Tujuan Penelitian 8
D. Manfaat Penelitian 8
E. Sistematika Penulisan 9
BAB II TELAAH PUSTAKA 10
A. Telaah Pustaka 10
B. Landasan Teori 19
BAB III METODE PENELITIAN 32

A. Desain Penelitian 32
B. Objek Penelitian 33
C. Populasi dan Sampel 33
D. Sumber Data 33
E. Teknik Pengumpulan Data 33
F. Instrumen Penelitian yang Digunakan 37
G. Teknik Analisis Data 37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 38
A. Hasil 38
B. Pembahasan 52
BAB V KESIMPULAN 60
A. Kesimpulan 60
B. Saran 60
C. Keterbatasan Penelitian 61
DAFTAR PUSTAKA 63
LAMPIRAN 66
DAFTAR RIWAYAT HIDUP 130

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkat pertumbuhan e-conomy sea 2024 2
Gambar 1.2 Pertumbuhan e-conomy terhadap PDB 2
Gambar 1.3 Hasil survei We are Social 2024 3

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Usaha Mikro Kab. Sleman 4
Tabel 2. 1 Telaah Pustaka 10
Tabel 4. 1 Data Informan Usaha Mikro Sektor Kuliner Kab.Sleman 39
Tabel 4.2 Tabel Adopsi Teknologi Informan 44

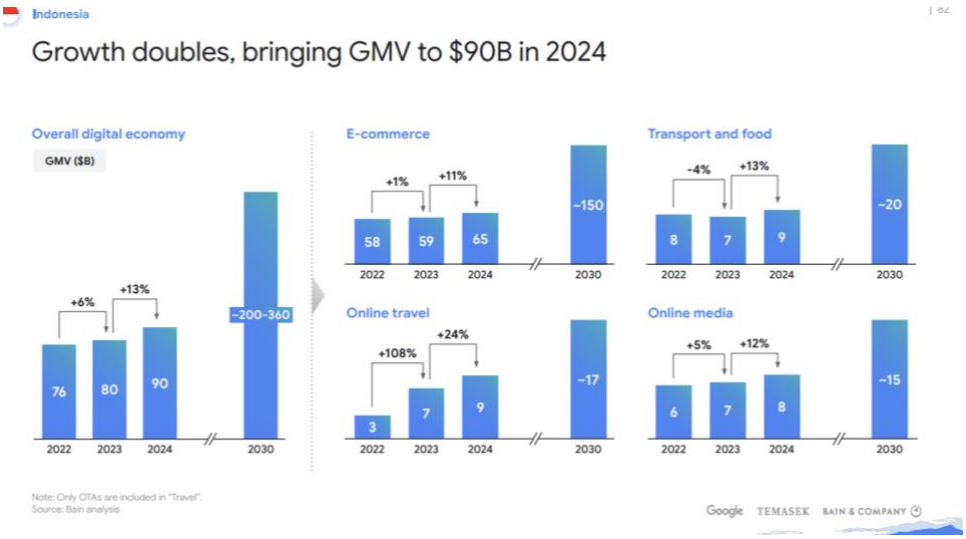
BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi ini, masyarakat Indonesia memiliki gaya hidup yang berubah-ubah. Dominasi perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia dipengaruhi oleh tingkat penggunaan teknologi internet yang meningkat signifikan. Berbagai tren telah diadopsi oleh masyarakat Indonesia, salah satunya adalah budaya *shopping.* Budaya ini mulai digemari oleh masyarakat Indonesia karena mudahnya akses dalam berbelanja di internet melalui laman *e-commerce*. Semakin maraknya penggunaan internet, perdagangan secara elektronik dilakukan oleh bisnis-bisnis dengan berbagai bidang. *E-commerce* dapat diartikan sebagai cara untuk menjual atau membeli barang-barang dan jasa lewat jaringan internet dan sosial media (INDEF, 2024).

Menurut laporan Google, Temasek & Bain, (2024) dalam riset tahunan e-conomy SEA Report, nilai ekonomi digital Indonesia mencapai sekitar USD 100 miliar pada tahun 2024 dan diperkirakan terus meningkat pada tahun 2025, menjadikan indonesia sebagai kontributor utama ekonomi digital di Asia Tengggara. Pertumbuhan tersebut didorong oleh meningkatnya aktivitas e-commerce, layanan keuangan digital, dan transportasi daring.

Gambar 1.1 Tingkat pertumbuhan e-conomy sea 2024



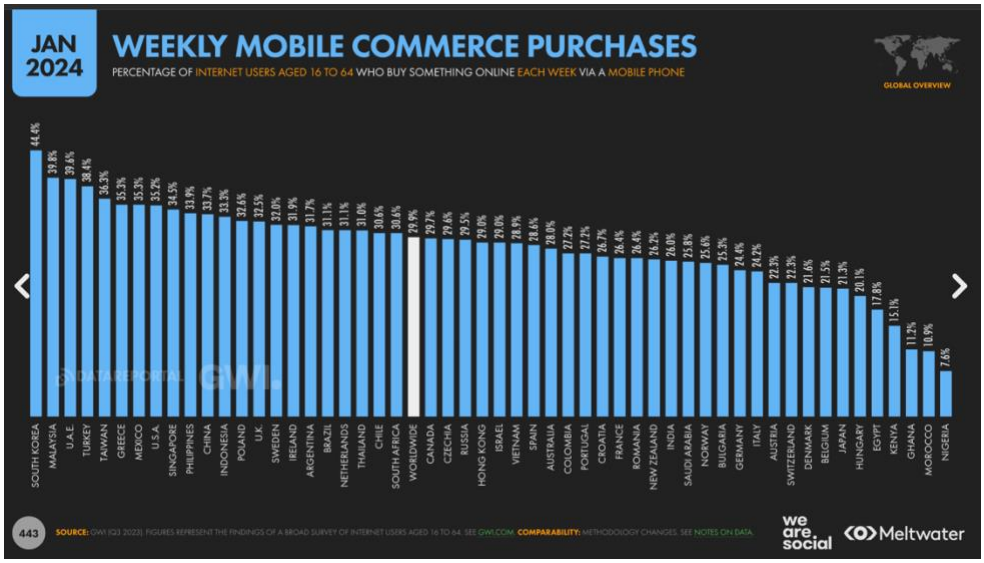
Salah satu dampak meningkatnya penggunaan teknologi internet di Indonesia adalah digitalisasi pada sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). (Temasek & Bain, 2024) menyebutkan bahwa sektor usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan sentral dalam menopang perekonomian nasional, dengan kontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja produktif Indonesia.

Gambar 1.2 Pertumbuhan e-conomy terhadap PDB



Oleh karena itu, arahan digitalisasi UMKM semakin digencarkan oleh pemerintah Indonesia melalui akses *broadband* yang bertujuan untuk membantu UMKM dalam melakukan *e-commerce* dan dapat memperluas penggunaan *e-payment* atau proses pembayaran digital. Peran *e-payment* dan *e-commerce* dapat memberikan fasilitas kepada pelaku UMKM dalam memperbaiki proses bisnisnya dan memasuki ekosistem bisnis digital. UMKM harus mampu masuk dalam ekosistem digital yang saat ini tidak bisa lagi dihindari. Berdasarkan data survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 5 penggunaan terbesar masyarakat Indonesia dalam mengakses internet adalah untuk media sosial, komunikasi pesan instan, akses game online, belanja online dan akses aplikasi finansial. Penggunaan *mobile e-commerce* di Indonesia termasuk yang tertinggi di Dunia dengan urutan ke 12 setelah China dan Singapura, berdasarkan survei We Are Social 2024 dengan persentase sebanyak 33,3% yang membuktikan bahwa tingginya minat masyarakat Indonesia akan pembelian atau penjualan online (“Digital 2024: 5 billion social media users,” t.t.). Berikut adalah hasil survey tersaji dalam data berikut:

Gambar 1.3 Hasil survei We are Social 2024



Sumber : We Are Social, 2024.

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor ekonomi, termasuk usaha mikro termasuk didalamnya usaha mikro berbasis halal seperti usaha mikro kuliner halal. Usaha Mikro disektor kuliner halal di Kabupaten Sleman menghadapi beberapa tantangan dan peluang yang beragam. Meskipun memiliki keunggulan dalam produk local dan rasa, banyak pelaku usaha mikro di Kabupaten Sleman yang belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan kualitas dan daya saing mereka. Dengan semakin meningkatnya penggunaan internet dan media sosial di kalangan masyarakat terdapat kesempatan bagi para pelaku usaha mikro untuk meraih pasar yang lebih luas dan dapat menghasilkan omset melalui digitalisasi.

Secara global, sektor kuliner juga menyaksikan perubahan signifikan akibat ekonomi digital. Perubahan pola konsumsi, meningkatnya pemesanan melalui aplikasi daring, serta integrasi pembayaran non-tunai mendorong bisnis kuliner untuk segera bertransformasi ke digitalisasi. Di berbagai negara berkembang maupun maju, digitalisasi kuliner terbukti mampu meningkatkan pendapatan usaha, memperluas akses konsumen, dan mempercepat inovasi produk maupun layanan. DigitalisasiUMKM sektor kuliner telah menjadi fokus pemerintah daerah untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Sleman sebagai daerah dengan potensi pariwisata, pendidikan, dan komunitas kreatif yang tinggi, menyediakan ekosistem yang kondusif bagi inovasi digital pada usaha mikro kuliner. Berdasarkan data Kementrian Koperasi dan UMKM Kabupaten Sleman terbaru, ada sebanyak 110.083 usaha mikro keseluruhan. Pada sektor penyediaan akomodasi dan makan minum ada sebanyak 25.424 unit usaha (datau,n.d.).

Tabel 1. 1 Data Usaha Mikro Kab. Sleman

No	**Kabupaten/Kota**	**Mikro**	**Tahun**
1	Kabupaten Sleman	25.424	2024
2	Kabupaten Sleman	25.307	2023

3	Kabupaten Sleman	21.625	2022
4	Kabupaten Sleman	21.393	2021

Dari data tersebut, terlihat bahwa jumlah usaha mikro pada sektor penyediaan akomodasi dan makan minum meningkat signifikan dari 21.625 unit pada tahun 2022 menjadi 25.307 unit pada 2023 (datastatistik UKM, 2024). Melihat banyaknya jumlah usaha mikro disektor tersebut, digitalisasi menjadi hal yang sangat diperlukan bagi para pelaku usaha guna meningkatkan visibilitas dan daya saing.

Percepatan digitalisasi di sektor UMKM terutama pada subsektor kuliner halal, tidak hanya berdampak pada peningkatan omset individu pelaku usaha, tetapi juga berperan dalam menjaga ketahanan ekonomi daerah serta mendorong pertumbuhan ekonomi nasional secara berkelanjutan. Dalam konteks ekonomi nasional, kontribusi usaha mikro disektor kuliner halal sangat besar, baik dalam penciptaan lapangan kerja maupun mendukung ketahanan pangan lokal, aspek halal dalam usaha mikro kuliner dapat memiliki nilai tambah strategis yang selaras dengan prinsip ekonomi islam. Konsep ekonomi islam menekankan pada nilai-nilai thayyib (baik) dan halal (syar'i), keadilan, keseimbangan, dan kemashlahatan dalam seluruh aktivitas ekonomi, termasuk produksi, distribusi, dan konsumsi pangan (Norhaifa, 2025). Dalam usaha kuliner halal, penerapan prinsip ekonomi islam tidak sekadar menjaga kehalalan produk yang dijual tetapi juga mengedepankan integritas, transparansi transaksi, serta keadilan bagi seluruh pihak (produsen, konsumen, dan lingkungan). Digitalisasi di dalam usaha mikro membuka peluang lebih luas bagi pelaku kuliner halal untuk menerapkan transparansi, pencatatan transaksi digital, keterbukaan komposisi bahan makanan, hingga sistem pembayaran syariah. Platform digital mempermudah pelaku usaha untuk mempromosikan nilai-nilai halal dan thayyib secara luas serta menjangkau pasar Muslim yang semakin sadar akan pentingnya sertifikasi halal dalam setiap konsumsi mereka

Melalui pemanfaatan teknologi digital seperti platform *marketplace*, *e-payment*, dan media sosial, pelaku UMKM kuliner halal di daerah seperti Kabupaten Sleman berpeluang mengefisiensikan operasional serta meningkatkan daya saing dalam ekosistem digital yang semakin kompetitif. Digitalisasi tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga membuka peluang bagi pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar dan daya saing mereka (Musthafa et al., 2025). Usaha Mikro yang menggunakan strategi digital dapat mengalami peningkatan omset yang lebih cepat dibandingkan dengan yang tidak. Misalnya, penggunaan media sosial untuk promosi produk dapat meningkatkan kualitas merek, menarik pelanggan baru, dan membangun citra yang kuat. Penggunaan digitalisasi juga merupakan salah satu jawaban yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk mengatasi keterbatasan dalam segala prosesnya.

Dengan kata lain, semakin tinggi intensitas pelaku usah dalam memanfaatkan teknologi digital, baik untuk promosi, pemesanan, maupun pembayaran, maka semakin besar pula potensi peningkatan omset yang dapat dicapai. Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan pelaku UMKM menjangkau konsumen yang lebih luas, mengurangi biaya operasional, serta menciptakan efisiesnsi transaksi melalui layanan keuangan berbasis digital. Pelaku UMKM yang aktif menggunakan teknologi digital untuk promosi dan transaksi mengalami peningkatan pendapatan rata-rata lebih dari 2 kali lipat dibandingkan usaha yang masih mengandalkan metode tradisional. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi berperan langsung terhadap peningkatan omset dan keberlanjutan bisnis UMKM, termasuk di sektor kuliner halal. Namun, tidak semua Usaha Mikro pada saat ini dapat memanfaatkan teknologi dengan maksimal, hal tersebut menjadi sebuah tantangan bagi para pelaku usaha mikro di Indonesia dalam mengupayakan agar usahanya dapat berkembang lebih maju (Sa'diyah & Eferyn, 2024)

Penelitian terdahulu telah dilakukan oleh (Sa'diyah & Eferyn, 2024) mengenai penerapan digitalisasi oleh toko kelontong madura yang masih

sebatas pada pencatatan keuangan bahkan belum secara menyeluruh dapat menyulitkan toko kelontong madura dalam bertahan di era modern seperti sekarang ini, penelitian tersebut mengemukakan bahwa upaya penerapan digitalisasi laporan keuangan harapannya dapat membantu dalam kegiatan mencatat, menggolongkan, dan menyajikan transaksi perusahaan. Selain itu, penelitian lain yang dilaukan oleh (Amanda & Widianti, 2024) mengenai pengaruh digitalisasi yang diproyeksikan dengan aplikasi Go Food terhadap peningkatan penjualan menunjukkan gambaran pentingnya digitalisasi pelaksanaan usaha, hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa penggunaan layanan Go Food berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan UMKM kuliner di Jakarta Pusat. Oleh karena itu, semakin baik penggunaan layanan Go Food oleh UMKM kuliner maka akan semakin tinggi pula tingkat penjualannya.

Berdasarkan uraian diatas pengaruh dari digitalisasi terhadap usaha mikro sektor kuliner merupakan salah satu strategi penting dalam peningkatan omset pelaku usaha mikro ditengah percepatan teknologi yang semakin meningkat dari tahun ke tahun. Untuk itu penulis merasa perlu adanya penelitian serupa mengenai bagaimana pengaruh digitalisasi tersebut terhadap usaha mikro sektor kuliner di Kabupaten Sleman. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang penggunaan teknologi digital dalam meningkatkan omset usaha kecil disektor kuliner, serta memberikan pandangan lebih kepada pelaku usaha kecil dalam memanfaatkan teknologi digital secara efektif dan efisien. Oleh sebab itu, penelitian ini tidak hanya penting secara praktis untuk mendorong pertumbuhan omset melalui digitalisasi, tetapi juga krusial dari perspektif ekonomi Islam. Penekanan pada sektor kuliner halal menegaskan kontribusi strategis usaha mikro dalam membangun ekosistem ekonomi yang adil, produktif, dan berlandaskan nilai-nilai syariah, khususnya di Kabupaten Sleman yang memiliki potensi besar untuk pengembangan usaha kuliner halal yang inovatif, kompetitif, serta berkah di era digital modern ini.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh kemanfaatan terhadap penerapan digitalisasi pada Usaha Mikro sektor kuliner halal di Kabupaten Sleman?
2. Bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan terhadap penerapan digitalisasi pada Usaha Mikro sektor kuliner di Kabupaten Sleman?
3. Bagaimana pengaruh sikap pelaku usaha terhadap niat penggunaan digitalisasi pada usaha mikro sektor kuliner halal di Kabupaten Sleman?
4. Bagaimana pengaruh digitalisasi terhadap peningkatan omset Usaha Mikro sektor kuliner di Kabupaten Sleman?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh kemanfaatan terhadap penerapan digitalisasi pada Usaha Mikro sektor kuliner di Kabupaten Sleman.
2. Mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap penerapan digitalisasi pada Usaha Mikro sektor kuliner di Kabupaten Sleman.
3. Mengetahui pengaruh sikap pelaku usaha terhadap niat penggunaan digitalisasi pada usaha mikro sektor kuliner di Kabupaten Sleman.
4. Mengetahui pengaruh digitalisasi terhadap peningkatan omset Usaha Mikro sektor kuliner di Kabupaten Sleman.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dengan judul: "Analisis Pengaruh Digitalisasi Terhadap Peningkatan Omset Usaha Mikro Sektor Kuliner (Studi Pada Usaha Mikro di Kabupaten Sleman)" ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi:

1. Manfaat Teoritis: Penelitian ini akan memperdalam pemahaman tentang konsep digitalisasi dan bagaimana implementasinya berdampak pada dinamika pasar.
2. Manfaat Praktis: Memberikan rekomendasi bagi pelaku usaha kecil dalam menerapkan digitalisasi untuk meningkatkan omset, seperti pemanfaatan media sosial dan platform penjualan online.

E. Sistematika Penulisan

Untuk membuat skripsi yang runtut dan mudah dipahami, terdapat lima bab dalam penelitian ini, dan setiap bab memiliki beberapa bagian. Adapun tata penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. BAB I: Pendahuluan

   Bab ini membahas mengenai latar belakang yang menjadi landasan dalam penelitian ini, serta rumusan masalah yang merupakan inti dari penelitian yang harus diselesaikan. Selain itu, dalam bab ini juga menyajikan tujuan penelitian serta manfaat penelitian yang akan dicapai.

2. BAB II: Kerangka Teori/Landasan Teori

   Bab ini membahas membahas teori yang digunakan untuk telaah pustaka dari berbagai jurnal nasional dan internasional dari peneliti terdahulu. Selain itu, bab ini juga memberikan penjelasan tentang hipotesis dari penelitian ini dan kerangka berpikir.

3. BAB III: Metode Penelitian

   Pada bab ini peneliti menjelaskan mengenai urutan metode penelitian yang meliputi desain penelitian, lokasi dan waktu, objek penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, instrumen penelitian yang digunakan, dan teknik analisis data. Selain itu, pada bab ini juga disajikan mengenai sistematika penulisan dan jadwal penelitian.

4. BAB IV: Hasil dan Pembahasan

   Bab ini berisi mengenai temuan penelitian yang telah dilakukan dan juga bab ini menjelaskan terkait hasil analisis data dari penelitian yang dilaksanakan.

5. BAB V: Kesimpulan dan Saran

   Pada bab ini merupakan inti dari hasil pembahasan yang telah diteliti dan juga terdapat saran yang dapat dijadikan sebagai acuan untuk penelitian sebelumnya.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

A. Telaah Pustaka

Tabel 2. 1 Telaah Pustaka

No	Nama Penulis, Tahun, Judul	Identitas Sumber	Metode Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	(Faujiyah et al., 2023), "Penerapan Media Digital Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Bidang Kuliner di Area Jakarta Selatan".	Jurnal Pustaka Mitra, Vol. 3, No. 3, Politeknik APP Jakarta.	Desain penelitian ini menggunakan metode Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan selama lima bulan. Prosesnya melibatkan sosialisasi, identifikasi masalah, analisis prioritas solusi, serta mentoring dan coaching melalui pelatihan daring. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam pemasaran digital dan pengelolaan usaha mereka. Sampel yang digunakan	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah lokasi sampel yang akan diambil, dimana penelitian yang akan penulis ambil adalah area kabupaten Sleman. Serta penelitian ini mempunyai tindak lanjut yang berupa pelatihan kepada UMKM di Jakarta Selatan

			adalah 4 UMKM Terpilih di area Jakarta Selatan	
2.	(Nurhayati & Ardianingsih, 2021), "Analisis Digitalisasi Pemasaran Berbasis Sosial Media Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Menengah (UKM) di Pekalongan".	Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 24, No. 1, Universitas Pekalongan	Desain penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh dianalisis dan diolah lebih lanjut menggunakan dasar teori yang telah dipelajari. Metode pengumpulan data meliputi observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi.	Perbedaan penelitian ini terletak pada metode penelitian yang digunakan, dimana penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, sedangkan penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan wawancara dan kuisioner.
3.	(Sufi & Suharti, 2021) " Pengaruh motivasi instrinsik dan pengetahuan TIK terhadap kesiapan digitalisasi UMKM dengan faktor	Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 10, No. 2, Universitas Kristen Satya Wacana Indonesia	Desain penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan analisis statistik untuk menguji pengaruh variabel independen, yaitu motivasi	Perbedaan penelitian ini terletak pada penggunaan variable pemoderasi, dimana penelitian yang akan dilakukan tidak

	demografi sebagai variabel pemoderasi (studi pada UMKM kuliner di salatiga)"		intrinsik dan pengetahuan TIK, terhadap kesiapan digitalisasi UMKM. Faktor demografi seperti tingkat pendidikan, usia, dan gender digunakan sebagai variabel pemoderasi. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah UMKM di Kota Salatiga.	menggunakan variable tersebut.
4.	(Ratna Yasir et al., 2022), "Pengaruh Modal, Digitalisasi Informasi dan Kreativitas Terhadap Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah di Pelabuhan Tanjung Ringgit Kota Palopo"	Al-Kharaj, Journal of Islamic economics and Business, Vol. 4, No. 2, IAIN Palopo.	Model penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen (modal, digitalisasi informasi, dan kreativitas) terhadap variabel dependen (daya saing) secara bersama-sama.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah lokasi sampel yang akan diambil, dimana penelitian yang akan penulis ambil adalah area kabupaten Sleman.

			Populasi dan sampel yang digunakan adalah pelaku usaha di Pelabuhan Tanjung Ringgit Kota Palopo.	
5.	(Fatih et al., 2023), "Peran Digital Marketing Terhadap UMKM dalam Perspektif Ekonomi Syariah"	ALIF, Sharia Economics Journal, Vol. 02, No. 02, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta	Desain penelitian ini adalah deskriptif dengan menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena sosial yang tidak dapat dijelaskan secara kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui analisis literatur dan observasi. Data yang diambil adalah data sekunder dari Badan Pusat Statistik mengenai data UMKM yang ada di Jabodetabek pada tahun 2019-2021	Perbedaan penelitian ini terletak pada pendekatan metode penelitian, dimana pendekatan metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan metode kuantitatif.
6.	(Nuraeni et al., 2024),	El-Mal, Jurnal Kajian	Desain penelitian ini	perbedaan penelitian

	"Pengaruh Layanan E-Payment dan E-commerce Terhadap Kinerja Supply Chain: Dalam Digitalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan usaha menengah di Kabupaten Karawang"	Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 5, No. 3, Universitas Buana Perjuangan Karawang	menggunakan metode kuantitatif dengan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner. Penelitian ini melibatkan seluruh UMKM di Kabupaten Karawang sebagai populasi, dan sampel yang diambil berjumlah 100 UMKM. Analisis hubungan antar variabel dilakukan menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan perangkat lunak Smart PLS 3.0.	dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada fokus penelitian dimana penelitian ini berfokus pada layanan khusus e-payment dan e-commerce terhadap digitalisasi UMKM sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus pada bagaimana digitalisasi secara keseluruhan mempengaruhi omset umkm bidang kuliner
7.	(Sukayana & Sinarwati K, 2022) "Analisis Pengaruh Financial Behaviour dan Actual Use Digital Payment System	EXPLORE, Vol. 12, No. 1, Universitas Pendidikan Ganesha	Desain penelitian ini menggunakan metode observasi lapangan dan tinjauan literatur. Observasi lapangan dilakukan	Perbedaan penelitian ini terletak pada focus penelitian dimana penelitian yang akan dilakukan tidak hanya focus pada

	terhadap Pendapatan Usaha Sektor UMKM di Bali"		melalui wawancara dan penyebaran kuesioner kepada responden, sementara tinjauan literatur melibatkan riset melalui buku, jurnal, dan karya tulis lain yang relevan. Sampel dari penelitian ini adalah 30 pelaku UMKM yang tersebar di seluruh kabupaten di Bali.	digital payment saja, tetapi mencakup digitalisasi secara lebih luas.
8.	(Amanda & Widianti, 2024), "Analisis Pengaruh Penggunaan Aplikasi Go Food Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UMKM Kuliner di Jakarta Pusat"	Jurnal Doktor Manajemen, Vol. 01, No. 07, Universitas Sahid Jakarta	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi UMKM kuliner di Jakarta Pusat. Sampel sebanyak 50 responden dipilih dengan menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah objek penelitian yang digunakan, penelitian ini menggunakan aplikasi khusus yaitu Go Food terhadap peningkatan penjualan UMKM sedangkan

			metode regresi linier sederhana. Hasil menunjukkan bahwa penggunaan layanan Go Food berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan UMKM kuliner di Jakarta Pusat. Oleh karena itu, semakin baik penggunaan layanan Go Food oleh UMKM kuliner maka akan semakin tinggi pula tingkat penjualannya. Untuk meningkatkan kinerja bisnis, UMKM kuliner di Jakarta Pusat perlu melakukan upaya tepat untuk memaksimalkan penggunaan layanan Go Food.	penelitian yang akan digunakan tidak berfokus pada aplikasi tetapi secara global seperti penggunaan sosial media sebagai salah satu upaya digitalisasi
9.	(Putri Okta, 2022), "Pengaruh	HIERARKI, Jurnal Ilmiah Manajemen	Populasi dalam penelitian ini adalah Pedagang	Perbedaan penelitian ini terletak pada

	Media Sosial Facebook Terhadap Peningkatan Omset Penjualan UMKM (Studi Kasus Pedagang Kuliner UMKM di Kecamatan Ujung Batu)"	dan Bisnis, Vol. 4, No. 1, Universitas Pasir Pengaraian	kuliner UMKM Dikecamatan Ujungbatu Sampel penelitian menggunakan teknik sampel random sampling sebanyak 100 pedagang kuliner UMKM. Variabel bebas dalam penelitian ini media sosial facebook (X1), dan variabel terikat (Y) Omset penjualan. Metode pengumpulan data menggunkan observasi, wawancara dan kuesioner. Analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana menggunakan program SPSS. Secara parsial, diperoleh t-hitung media sosial facebook 10.499.	aplikasi pengolahan data, yang mana penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan aplikasi Rstudio dalam pengolahan data.

10.	(Nurliah et al., 2023), "The Application of Digitalization Skills of Business Actors Mediates the Impact Of Business on MSME Performance"	Journal Research of Social Science, Economics and Management, Vol. 03, No. 10, Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon	Desain penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori. Metode pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan kuesioner yang disebarkan langsung kepada pelaku UMKM. Sampel yang digunakan adalah 268 UMKM dengan respon minimal 50 UMKM.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada subjek penelitian yang mana penelitian ini menggunakan subjek umkm secara luas tidak berfokus pada satu spesifikasi sedangkan penelitian yang digunakan menggunakan umkm kuliner secara spesifik, selain itu aspek yang diteliti pada penelitian ini menggunakan mediator didalamnya

Berdasarkan uraian diatas pengaruh dari digitalisasi terhadap usaha mikro sektor kuliner merupakan salah satu strategi penting dalam peningkatan omset pelaku usaha ditengah percepatan teknologi yang semakin meningkat dari tahun ke tahun. Untuk itu penulis merasa perlu adanya penelitian serupa mengenai bagaimana pengaruh digitalisasi tersebut terhadap usaha mikro sektor kuliner di Kabupaten Sleman. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang

penggunaan teknologi digital dalam meningkatkan omset usaha kecil disektor kuliner, serta memberikan pandangan lebih kepada pelaku usaha kecil dalam memanfaatkan teknologi digital secara efektif dan efisien.

B. Landasan Teori

Landasan teori dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

1. Konsep Digitalisasi

Digitalisasi merupakan proses transformasi yang melibatkan penggunaan teknologi digital untuk mengubah cara bisnis beroperasi, berinteraksi dengan pelanggan, dan pengelolaan proses internal. Menurut Marlyn Deegan digitalisasi adalah proses konversi dari segala bentuk dokumen tercetak atau yag lain ke dalam bentuk penyajian digital. Sedangkan menurut marshall didefinisikan sebagai penyatuan teknologi komunikasi dan penyederhanaan materi informasi dengan logika computer yang dapat meningkatkan fleksibilitas penyimpanan, pengiriman data, serta penanganan data (Rosmitha, 2022).

Adopsi digitalisasi bagi usaha mikro dinilai penting seiring dengan perkembangan zaman. Dengan adanya hal tersebut, pelaku usaha dapat meningkatkan strategi pemasaran, menjangkau pasar lebih luas, mengoptimalkan pengelolaan biaya yang akhirnya dapat mempengaruhi serta meningkatkan omset usaha mikro termasuk pada sektor yang saat ini berkembang pesat yaitu sektor kuliner. Dalam sektor kuliner, digitalisasi mencakup pemanfaatan berbagai platform dan alat digital untuk meningkatkan efisiensi dan aksesibilitas. Adapun beberapa elemen digitalisasi, antara lain;

a. Pemasaran Digital

Pemasaran digital adalah segala upaya yang dilakukan dalam hal pemasaran dengan menggunakan perangkat yang terhubung internet dengan beragam strategi dan media digital, yang pada tujuannya dapat berkomunikasi dengan calon

konsumen dengan saluran komunikasi *online* (Lembahyung & Handayani, 2023).

Menurut Kurtz (2008) pengertian strategi pemasaran adalah keseluruhan program perusahaan dalam menentukan target pasar dan memuaskan konsumen dengan membangun kombinasi elemen dari marketing *mix,* produk, distribusi, promosi, dan harga. Strategi pemasaran bertujuan untuk memenuhi tujuan bisnis melakukan promosi produk atau jasa milik perusahaan, strategi yang efektif harus mencukupi berbagai informasi dengan baik yaitu mengenai merk, produk, dan layanan yang harus dipromosikan (Stokes, 2013). Untuk membuat keputusan strategi pemasaran, perusahaan harus memahami faktor-faktor yang dapat berpegaruh terhadap perusahaan dalam melakukan startegi pemasaran, yaitu faktor lingkungan, faktor bisnis, faktor konsumen, dan faktor pesaing (Stokes, 2013) Strategi pemasaran memiliki fungsi, untuk: (a) menambah motivasi untuk pengembangan bisnis, (b) mengefektifkan koordinasi tim, (c) memperjelas tujuan perusahaan, (d) dan mengontrol aktivitas pemasaran. Strategi pemasaran juga perlu memerhatikan gabungan dari pemasaran yang akan dijalankan dengan memperhatikan 4 variabel sebagai berikut.

1) Produk, memiliki arti berupa produk atau jasa yang ditawarkan kepada pasar dan pada bagian ini juga termasuk didalamnya elemen-elemen seperti ragam produk, kualitas produk, design, merk produk, kemasan, dan layanan.
2) Harga, harga adalah jumlah mata uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang ditawarkan.

3) Tempat, kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan, termasuk sebagai tempat distribusi yang membuat produk atau jasa siap dikonsumsi atau digunakan
4) Promosi, berupa aktivitas yang akan menyampaikan produk dan jasa serta memiliki ajakan kepada konsumen untuk melakukan pembelian.

Strategi pemasaran menggunakan media sosial sangat penting karena dapat memberi pengetahuan kepada para pelaku usaha tentang bagaimana cara untuk memperluas jaringan melalui pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan keunggulan bersaing bagi para pelaku usaha. Pertumbuhan penjualan merupakan ukuran kemampuan perusahaan untuk mengetahui peningkatan atau pertumbuhan penjualan dari tahun ke tahun. Pertumbuhan penjualan ditandai dengan peningkatan *market share* yang akan berdampak pada peningkatan penjualan dan profitabilitas perusahaan akan meningkat. Penjualan merupakan tujuan utama dilakukannya kegiatan perusahaan. Perusahaan, dalam menghasilkan barang/jasa, mempunyai tujuan akhir yaitu menjual barang/jasa tersebut kepada masyarakat (Asysyifaa et al., 2024)

b. *E-commerce*

e-commerce adalah kegiatan transaksi jual beli barang, jasa, atau informasi yang dilakukan dengan jaringan elektronik, terutama internet. Dalam *e-commerce,* seluruh proses bisnis mulai dari pemasaran, pemesanan, pembayaran, hingga pengiriman produk dapat dilakukan dengan melalui jaringan internet.

Saat ini, keberadaan online shop atau pemilihan berbelanja secara online mampu memegang sedikit peranan penting. Mulai dari kebutuhan pokok hingga kebutuhan akan gaya hidup sepertinya dapat dipenuhi dan tersedia di dunia

online. *E-commerce* menjadi primadona belanja online selain melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter dan lain sebagainya. Berbagai platform *E-commerce* seolah-olah menjadi sebuah pintu masuk ke satu tempat yang serba ada dengan berbagai macam pilihan harga, warna, bentuk, dan ketersediaan produk. Masyarakat pun saat ini memiliki nilai trust terhadap *e-commerce* karna fitur-fitur yang langsung terkoneksi dengan penjual atau dengan admin *e-commerce* melalui fitur *live chat.* (Nurlaela Lina & Syakinah Fitri, 2025)

Salah satu keuntungan utama dari *e-commerce* bagi pelaku usaha adalah kemampuannya untuk mengurangi biaya operasional. Dengan e-commerce, pelaku usaha tidak perlu mengeluarkan biaya besar untuk toko fisik, utilitas, dan tenaga kerja. Yang biasanya diperlukan untuk menjalankan bisnis konvensional. Maka, ini akan mengurangi biaya operasional dalam usaha. E-commerce mencakup berbagai model bisnis, mulai dari B2C (Business to Consumer), B2B (Business to Business), hingga C2C (Consumer to Consumer). Ketiga model ini menunjukkan keberadan e-commerce dalam memenuhi berbagai kebutuhan pasar. Model bisnis ini akan terus berinovasi seiring berkembangnya teknologi digital dan infrastruktur internet.

Secara sektoral, *e-commerce* memiliki kontribusi terbesar pada perkembangan ekonomi digital di Indonesia. Selain *e-commerce*, beberapa sektor lain yang turut mendukung ekonomi digital di Indonesia, antara lain transportasi & makanan, perjalanan online, dan media online. Hadirnya *e-commerce* atau perdagangan elektronik memberikan dampak yang signifikan terhadap perkembangan sektor riil, terutama pada lapangan usaha perdagangan di Indonesia (INDEF, 2024). E-commerce adalah bentuk perdagangan modern yang memanfaatkan

teknologi internet untuk memfasilitasi transaksi jual beli barang dan jasa secara elektronik. *E-commerce* didefinisikan sebagai proses bisnis mulai dari pemasaran, pemesanan, pembayaran, hingga pengiriman produk yang seluruhnya terintegrasi melalui jaringan elektronik. Dalam perkembangannya, e-commerce tidak hanya memudahkan pelaku usaha dalam mengakses pasar yang lebih luas, tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap pertumbuhan ekonomi digital nasional.

adopsi terhadap penggunaan *e-commerce* mendorong kemajuan ekonomi digital melalui peningkatan efisiensi, produktivitas, serta perluasan peluang bisnis baru. Penggunaan *e-commerce* mempercepat proses inovasi dan memungkinkan UMKM beradaptasi dengan perubahan pola konsumsi konsumen yang semakin mengutamakan transaksi daring. Kehadiran *e-commerce* memberikan dampak positif signifikan dalam peningkatan omset UMKM yang telah bekerja sama dengan platform digital di berbagai daerah Indonesia, termasuk di sektor UMKM kuliner. Salah satu aspek utama yang diperoleh dari penggunaan *e-commerce* adalah efisiensi biaya operasional dan kemudahan transaksi. Pemanfaatan platform *e-commerce* secara strategis mampu meningkatkan visibilitas produk, memperkuat daya saing, dan memperluas pasar secara nasional maupun internasional. Di sisi lain, kendala seperti digital literacy, keamanan transaksi digital, serta persaingan harga menjadi tantangan yang harus disikapi secara adaptif oleh pelaku UMKM (Widjaya & Fasa, 2025)

2. Pengaruh Digitalisasi Terhadap Peningkatan Omset

Omset adalah total pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan barang atau jasa dalam periode tertentu. Omset merupakan indikator utama dalam mengukur keberhasilan dan

perkembangan usaha yang mencerminkan daya saing dan potensi keuntungan sebuah usaha. Omset penjualan didefinisikan sebagai kumulasi dari kegiatan penjualan produk barang dan jasa yang dihitung secara menyeluruh selama periode tertentu secara berkesinambungan atau dalam satu siklus akuntansi (Angelita & Kramadibrata, 2024). Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi omset, antara lain:

a. Kualitas Produk
b. Strategi Pemasaran
c. Inovasi Produk dan Layanan
d. Akses Pasar
e. Efisiensi Operasional

Digitalisasi memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan dan peningkatan omset pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Digitalisasi dapat diukur melalui lima dimensi utama:

a. Penggunaan media sosial
b. Platform e-commerce
c. Sistem pembayaran digital
d. Platform pemesanan daring, dan
e. Pertumbuhan pelanggan

Digitalisasi memungkinkan UMKM mempercepat proses bisnis, meningkatkan transaksi, serta dapat meningkatkan jangkauan pasar tanpa batas geografis (Widjaya & Fasa, 2025). Adanya perkembangan teknologi digital mempengaruhi semua aspek bisnis termasuk pemasaran bagi para pelaku usaha yang perlu ikut serta bertransformasi ke pemasaran digital untuk dapat bersaing. Pemasaran berbasis digital dapat digunakan untuk membangun preferensi konsumen, mempromosikan merk, mempetahankan konsumen yang kemudian akan berdampak pada peningkatan

penjualan dan meningkatkan omset serta keuntungan pengusaha (Angelita & Kramadibrata, 2024).

Usaha mikro pada sektor kuliner baik makanan maupun minuman memiliki adopsi akan teknologi digital yang paling besar dibandingkan sektor lainnya. Sektor kuliner menjadi sektor yang memiliki perkembangan yang cukup pesat dengan para pelaku bisnis kuliner yang melakukan inovasi dengan digitalisasi bisnis, hal ini tentunya berdasarkan proses perubahan dalam kegiatan bisnis itu sendiri (Rahmayanti et al., 2024). Adopsi digital yang dilakukan dapat meningkatkan inovasi produk baik dari segi pemasaran hingga cakupan pasar yang lebih luas dengan biaya pemasaran yang lebih cenderung sedikit dan dapat meningkatkan omset penjualan bagi pelaku usaha mikro disektor kuliner.

3. Usaha Mikro

a. Pengertian Usaha Mikro

Konsep umum dari Usaha mikro yakni suatu unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha disemua sektor ekonomi. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat, kecepatan perkembangan sektor bisnis juga meningkat. Sektor usaha yang dikenal sebagai usaha mikro merupakan salah satu jenis usaha yang menghasilkan bermacam-macam barang dan jasa serta berperan penting dalam menumbuhkan peluang wirausaha. Usaha mikro juga berperan dalam mengurangi meningkatnya angka pengangguran di Indonesia serta memanfaatkan potensi sumber daya alam yang dikelola secara komprehensif (Indri et al., 2024), sehingga dapat dikatakan usaha mikro adalah suatu usaha yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu (Rosmitha, 2022).

b. Kriteria Usaha Mikro

Dilansir dari(Aldean Moch Rafli, 2023), usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha, yang dimana total asset yang dimiliki maksimal sebesar 50 juta rupiah. Dalam Peraturan Pemerintah No 7 Tahun 2021 Tentang Kemudahan, Pelindungan, Dan Pemberdayaan Koperasi Dan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah, Usaha mikro dikelompokkan berdasarkan kriteria modal usaha atau hasil penjualan tahunan. Dalam undang-undang tersebut disebutkan:

1) Kriteria Usaha Mikro sebagai berikut:
   a) Memiliki modal usaha sampai dengan paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
   b) Usaha Mikro memiliki hasil penjualan tahunan sampai dengan Paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah);

4. Maqashid Syariah dalam Bisnis Digital

Maqasid Syariah adalah kerangka tujuan syariat Islam untuk menjaga lima hal pokok: agama (din), jiwa (nafs), akal (aql), keturunan (nasl), dan harta (mal). Dalam konteks ekonomi Islam, maqashid menuntun bagaimana kebijakan dan praktik ekonomi, termasuk digitalisasi, harus dirancang agar tidak hanya efisien tetapi juga melindungi kemaslahatan umat secara menyeluruh. Digitalisasi di pandang sebagai alat yang berpotensi meningkatkan kemashlahatan (maslahah) melalui efisiensi, akses pasar, dan penguatan kehalalan serta transparansi. Namun, implementasinya perlu dipandu oleh maqashid untuk memastikan bahwa peningkatan omset tidak mengorbankan aspek din (keimanan dan praktik ibadah), nafs (kesehatan dan keselamatan konsumen), akal (literasi digital), nasl (kelestarian generasi), dan mal (hak milik serta

keadilan ekonomi). Digitalisasi tidak hanya mengubah cara konsumsi, tetapi juga memetakan ulang bagaimana kemaslahatan dicanangkan dalam konteks ekonomi syariah. Dalam kerangka maqashid syariah, tujuan utama adalah menjaga kelima principle pokok: din, nafs, aql, nasl, dan mal. Ketika diterapkan pada usaha mikro sektor kuliner halal di Kabupaten Sleman, digitalisasi berperan sebagai alat untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, serta meningkatkan akuntabilitas dan kehalalan proses produksi. Namun, keterkaitannya dengan kemaslahatan umat menuntut adanya perhatian khusus terhadap landasan agama, keselamatan konsumen, literasi digital, keberlanjutan generasi, serta keadilan.

Pertama, upaya meningkatkan omset melalui platform digital harus tetap menjunjung tinggi agama (din), hal ini mencakup tidak hanya ketepatan waktu ibadah dan kehalalan produk, tetapi juga transparansi informasi terkait sertifikasi halal, bahan baku, dan rantai pasok. Dengan demikian, digitalisasi berfungsi memperkuat kepercayaan konsumen sekaligus menjaga integritas praktik ibadah pelaku usaha. Kedua aspek nafs (kesehatan dan keselamatan konsumen) menuntut perlindungan terhadap kesehatan dan keselamatan konsumen. Dalam ranah kuliner halal, higienitas, keamanan pangan, serta kepatuhan pada standar kebersihan dalam hal produksi menjadi bagian penting. Teknologi digital dapat memfasilitasi pelaporan keaslian bahan, pelacakan produksi, dan pemantauan kualitas secara langsung, sehingga risiko kesehatan dapat diminimalkan sambil mendorong pertumbuhan omset. Ketiga, akal sebagai kemampuan rasional pelaku usaha dan literasi digital menjadi pilar utama. Pengusaha mikro perlu meningkatkan pemahaman terhadap alat digital, analisis terhadap penjualan, serta evaluasi kebijakan harga yang adil. Program literasi digital berperan sebagai pondasi untuk pengambilan keputusan yang berbasis data,

sehingga strategi peningkatan omzet tidak hanya bersifat sporadis namun terukur. Keempat, nasl menekankan tanggung jawab terhadap kelestarian. Digitalisasi seharusnya mendorong praktik ramah lingkungan, seperti pengelolaan limbah, kemasan hemat biaya, serta penggunaan platform yang mengurangi jejak karbon distribusi. Selain itu, akses bagi generasi muda untuk berpartisipasi dalam ekosistem digital kuliner halal perlu didukung agar kelestarian usaha dan budaya kuliner lokal terjaga. Kelima, mal mencakup hak milik dan keadilan ekonomi. Digitalisasi membuka peluang akses ke pasar lebih luas, tetapi juga menuntut keadilan dalam pedistribusian manfaat. Sistem pembayaran digital, transparansi harga, serta perlindungan konsumen menjadi bagian penting agar peningkatan omset tidak menimbulkan ketimpangan antara pelaku usaha dengan konsumen maupun mitra rantai pasok.

5. Teori TAM (Technology Acceptance Model)

Technology Acceptance Model (TAM) memiliki tujuan untuk memberikan penjelasan tentang penerimaan (*acceptance*) pengguna terhadap sistem informasi (Davis, 1989) TAM memberi dasar teoritis untuk mengetahui faktor-apa saja yang mempengaruhi penerimaan teknologi pada suatu organisasi. TAM menyatakan bahwa adopsi teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu perceived usefulness (persepsi kegunaan) dan perceived ease of use (persepsi kemudahan penggunaan TAM menyatakan hubungan sebab akibat antara keyakinan (tentang apakah sistem informasi bermanfaat atau mudah digunakan) dan perilaku, serta tujuan/kebutuhan dan penggunaan sistem informasi yang sebenarnya (Farahiyah & Haryadi, 2024). TAM berfokus pada dua variabel utama, yaitu Perceived Usefulness (PU) atau persepsi kegunaan atau manfaat dan Perceived Ease of Use (PEOU) atau persepsi kemudahaan penggunaan yang menjadi pengaruh utama

dalam niat individu menggunakan teknologi. Model ini kemudian banyak diterapkan dan dikembangkan ke berbagai bidang teknologi modern termasuk media sosial, pembayaran digital hingga pemanfaatan e-commerce.

Dalam model TAM yaitu persepsi kemudahan dan persepsi persepsi kemanfaatan secara langsung mempengaruhi sikap pengguna terhadap teknologi yang kemudian mempengaruhi niat untuk menggunakan teknologi. TAM tidak hanya membantu memahami adopsi teknologi secara teoritis namun juga digunakan sebagai alat praktis dalam pengembangan teknologi. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi, para pengembang teknologi dapat merancang sistem yang lebih mudah digunakan dan bermanfaat sehingga meningkatkan efektiviras dan efisiensi penggunaan teknologi tersebut. Berikut 2 faktor utama dalam *Technology Acceptance Model*.

a. *Perceived Usefulness* (PU)

   Perceived Usefulness mengacu pada sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi tertentu dapat meningkatkan kinerja atau menyelesaikan tugas dengan lebih efektif dan efisien. Dalam konteks usaha mikro kuliner, PU tercermin pada bagaimana teknologi digital membantu pemilik usaha dalam meningkatkan penjualan, memperluas pasar, dan mempercepat transaksi.

b. *Perceived Ease of Use* (PEOU)

   Perceived Ease of Use merujuk pada persepsi bahwa penggunaan teknologi mudah dipelajari dan digunakan tanpa memerlukan usaha yang berlebihan. Penerapan teknologi seperti aplikasi pemesanan online atau metode pembayaran digital yang mudah digunakan memengaruhi tingkat kemudahan ini. Teknologi yang dianggap rumit cenderung dihindari oleh pengguna.

c. *Intention to Use*

Intention to use adalah salah satu komponen penting dalam *Technology Acceptance Model* (TAM). Komponen ini mengacu pada niat individu untuk menggunakan teknbologi yang telah diadopsi. *Intention to use* dapat dianggap sebagai tahap awal dalam adopsi teknologi, karena tanpa niat pengguna untuk menggunakan teknologi, maka teknologi tersebut tidak akan diadopsi. *Intention to use* sangat penting dalam mendorong adopsi teknologi oleh pengguna. Jika individu memiliki niat untuk menggunakan teknologi maka kemungkinan besar mereka akanb menggunakan teknologi tersebut. Maka dari itu, dalam pengembangan teknologi, perlu mempertimbangkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *intention to use* agar teknologi dianggap bermanfaat dan akhirnya diterima oleh pengguna (Wicaksono, 2022)

Dalam konteks usaha mikro sektor kuliner*, Perceived Usefulness* (PU) menggambarkan sejauh mana pelaku usaha meyakini bahwa penerapan teknologi digital dapat memberikan manfaat nyata terhadap peningkatan kinerja usaha. Hal ini tercermin dari bagaimana pemanfaatan teknologi, seperti aplikasi pemesanan online, promosi melalui media sosial, maupun sistem pembayaran digital, mampu memperluas jangkauan pasar, mempercepat proses transaksi, serta meningkatkan volume penjualan. Keyakinan bahwa penggunaan teknologi dapat membantu memperlancar operasional usaha dan meningkatkan produktivitas secara langsung mendorong peningkatan omset usaha mikro kuliner. Dengan kata lain, semakin tinggi persepsi terhadap manfaat teknologi, semakin besar pula kecenderungan pelaku usaha untuk menggunakan teknologi sebagai strategi peningkatan pendapatan. Sementara itu, Perceived Ease of Use (PEOU) berkaitan dengan sejauh mana pelaku usaha menilai

bahwa teknologi digital mudah dipelajari dan digunakan tanpa memerlukan kemampuan teknis yang kompleks. Apabila teknologi dianggap mudah dioperasikan, efisien, dan praktis, maka pelaku usaha akan lebih termotivasi untuk mengadopsinya dalam kegiatan bisnis sehari-hari. Kemudahan ini turut menciptakan efektivitas dalam proses pemesanan, pencatatan transaksi, maupun pengelolaan keuangan yang pada akhirnya meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing usaha.

Technology Acceptance Model (TAM) menyatakan bahwa persepsi kegunaan (PU) dan persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) membentuk sikap terhadap penggunaan teknologi. Sikap ini kemudian mempengaruhi niat penggunaan (intention to use) dan akhirnya perilaku penggunaan. Dalam konteks usaha mikro sektor kuliner halal di Sleman, adanya sikap positif pelaku usaha terhadap teknologi akan memperkuat hubungan antara PU/PEOU dengan niat penggunaan sehingga dampaknya terhadap adopsi digitalisasi lebih besar bahkan ketika manfaat atau kemudahan penggunaan tidak bersifat eksplisit.

Berdasarkan kerangka TAM, persepsi terhadap kegunaan dan kemudahan penggunaan teknologi digital berperan penting dalam membentuk sikap, niat, serta perilaku penggunaan teknologi oleh pelaku usaha mikro di sektor kuliner. Tingkat penerimaan terhadap teknologi yang tinggi mendorong tingkat adopsi digital yang lebih luas, yang pada gilirannya berkontribusi terhadap peningkatan omset usaha mikro di Kabupaten Sleman. Dengan demikian, TAM tidak hanya memberikan pemahaman teoretis mengenai penerimaan teknologi, tetapi juga menjadi dasar dalam menjelaskan bagaimana proses digitalisasi dapat digunakan sebagai strategi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi di sektor usaha mikro.

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara digitalisasi dan peningkatan omset usaha mikro di sektor kuliner. Jenis penelitian ini termasuk dalam kategori kualitatif lebih khususnya menggunakan penelitian kualitatif yang mengharuskan penulis untuk mencari data dengan langsung terjun ke lapangan. Hal ini juga mengharuskan penulis mencari data yang dibutuhkan berupa pertanyaan tertulis atau lisan dan perilaku yang dapat dipahami.

Menurut Moleong, 2013 dalam (Feny Rita Fiantika, 2022) metode penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau jawaban pertanyaan dari lisan orang tertentu melalui perilaku yang dapat diamati. Dalam penelitian kualitatif, peneliti adalah instrumen kunci. Oleh karena itu, peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas. Dalam menghasilkan data tersebut, peneliti harus belajar bertanya dengan baik, menganalisis, dan mengkontruksikan jika masalah belum jelas untuk mengetahui makna yang tersembunyi.

Penelitian ini akan menggali bagaimana penerapan teknologi digital (seperti media sosial, aplikasi pemesanan online, sistem pembayaran digital, dan platform pemasaran digital) dapat mempengaruhi perkembangan dan omset usaha mikro di Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Pemilihan Kabupaten Sleman sebagai lokasi penelitian didasarkan pada beberapa pertimbangan. Sleman merupakan wilayah dengan pertumbuhan UMKM sektor kuliner yang pesat di Daerah Istimewa Yogyakarta, serta aktif mengadopsi berbagai inovasi digital baik melalui aplikasi pemesanan daring, pembayaran digital, maupun pemasaran berbasis media sosial. Sleman juga dikenal sebagai kawasan pendidikan, wisata, dan pemukiman urban–rural, sehingga memperlihatkan dinamika penerapan digitalisasi yang beragam pada usaha kuliner. Dengan demikian, Sleman dipandang

representatif untuk mengkaji efektivitas serta tantangan penerapan teknologi digital dalam meningkatkan omset usaha mikro sektor kuliner.

B. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah para pelaku usaha mikro pada sektor kuliner yang berada di Kabupaten Sleman.

C. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah para pelaku usaha mikro di sektor kuliner yang berada di Kabupaten Sleman. Sampel dalam penelitian ini akan diambil menggunakan teknik convenience sampling dengan kriteria:

1. Usaha mikro yang sudah menerapkan digitalisasi dalam operasional usahanya, seperti penggunaan media sosial (Instagram, Facebook), aplikasi pemesanan online (GoFood, GrabFood, Tokopedia, Bukalapak, dll.), atau sistem pembayaran digital (QRIS, e-wallet).
2. Usaha mikro yang memiliki usia usaha minimal 1 tahun untuk memastikan adanya data historis yang cukup terkait perkembangan omset.

Dari kriteria yang telah ditetapkan diambil 15 pelaku usaha mikro kuliner halal di Kabupaten Sleman, dimana pelaku usaha tersebut tersebar di berbagai wilayah di Kabupaten Sleman.

D. Sumber Data

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer berupa data yang diperoleh menggunakan metode wawancara yang disebarkan kepada para pelaku usaha mikro disektor kuliner di Kabupaten Sleman dan data sekunder yang digunakan pada penelitian ini adalah data publikasi berupa jurnal, berita, buku, dan dokumen terkait penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Menurut Waruwu, 2023) ketiga Teknik pengambilan data tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Observasi

   Teknik observasi dilakukan untuk mengamati perilaku dan aktivitas partisipan di lokasi penelitian. Dalam pengamatan tersebut, peneliti melakukan aktivitas pencatatan hal-hal yang diamati secara langsung. Aktivitas tersebut dapat dilakukan baik secara terstruktur maupun secara tidak terstruktur. Dalam kegiatan tersebut, peneliti dapat terlibat langsung, baik secara sebagai peserta maupun sebagai pengamat murni.

2. Wawancara

   Teknik wawancara merupakan Teknik penggalian informasi melalui percakapan secara langsung antara peneliti dengan partisipan. Perkembangan teknologi dan komunikasi telah memungkinkan wawancara dilakukan secara baik tatap muka maupun melalui telepon, *zoom*, *whatsapp*, dan lain-lain. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur dan tidak terstruktur dengan maksud menggali berbagai informasi seputar fokus masalah peneliti. Proses wawancara dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu persoapan instrumen, pelaksanaan interview, serta validasi dengan triangulasi data dari sumber sekunder. Uraian dari pertanyaan yang akan di wawancara terhadap pelaku UMKM tersebut sebagai berikut:

   a. Persepsi Penggunaan Digitalisasi
      1) Bagaimana pandangan Bapak/Ibu terhadap manfaat penggunaan teknologi digital dalam usaha kuliner ini?
      2) Apakah menurut Bapak/Ibu penggunaan teknologi digital dapat membantu meningkatkan penjualan produk? Bagaimana mekanisme penerapan dalam usaha Bapak/Ibu?
      3) Dari sisi waktu dan tenaga, seberapa besar digitalisasi membantu efisiensi operasional usaha?
   b. Implementasi Digitalisasi
      1) Platform digital apa saja yang saat ini Bapak/Ibu manfaatkan dalam operasional usaha kuliner yang dijalankan?

2) Sejak kapan usaha Bapak/Ibu mulai menerapkan teknologi digital dalam kegiatan bisnis?
3) Bagaimana Intensitas atau frekuensi penggunaan platform digital tersebut dalam mendukung aktivitas operasional sehari-hari usaha Bapak/Ibu?

c. Kemudahan Penggunaan Teknologi
1) Bagaimana tingkat kemudahan yang Bapak/Ibu rasakan dalam mengoperasikan berbagai platform digital dalam menjalankan aktivitas usaha kuliner?
2) Bagaimana persepsi dan respon konsumen terhadap penggunaan sistem pemesanan berbasis digital yang Bapak/Ibu terapkan dalam usaha kuliner?
3) Sejauh mana Bapak/Ibu merasakan manfaat serta kemudahan yang diperoleh dari pemanfaatan platform digital dalam mendukung operasional dan peningkatan omset usaha kuluner yang dijalankan?

d. Pengaruh terhadap Omset Usaha
1) Berapa persentasi peningkatan omset yang Bapak/Ibu alami setelah menggunakan teknologi digital dalam usaha kuliner?
2) Bagaimana Perbandingan omset usaha Bapak/Ibu sebelum dan sesudah penerapan teknologi figital dalam operasional usaha?
3) Menurut pengalaman Bapak/Ibu, faktor digitalisasi apa saja yang paling signifikan mempengaruhi peningkatan omset usaha kuliner yang dijalankan?

e. Sikap terhadap digitalisasi
1) Secara umum, sejauh mana tingkat kepuasan Bapak/Ibu terhadap implementasi teknologi digital dalam operasional usaha kuliner yang dijalankan?
2) Dalam skala 1 hingga 5, bagaimana Bapak/Ibu menilai tingkat kepuasan terhadap hasil yang diperoleh dari penerapan teknologi digital dalam usaha mikro sektor kuliner?

3) Apakah Bapak/Ibu mengalami kendala atau tantangan tertentu selama proses pemanfaatan teknologi digital dalam usaha, serta bagaimana pengalaman Bapak/Ibu dalam mengatasi hal tersebut?

3. Triangulasi Data

Triangulasi adalah metode yang digunakan untuk memeriksa keabsahan data dalam penelitian kualitatif dengan cara membandingkan data yang diperoleh dari berbagai sumber, teknik, atau waktu untuk meningkatkan validitas dan kredibilitas hasil penelitian. Triangulasi sebagai gabungan atau kombinasi berbagai metode yang dipakai untuk mengkaji fenomena yang saling terkait dari sudut pandang dan perspektif yang berbeda (Nurfajriani et al., 2024). Triangulasi dapat dilakukan dengan menggabungkan wawancara, observasi, dokumentasi serta data dari berbagai informan agar interpretasi yang dihasilkan menjadi lebih objektif dan dapat dipercaya. Pada peneltian ini triangulasi data atau uji keabsahan data akan dilakukan dengan membandingkan hasil observasi lapangan dan pendapat dari nara sumber lain, sehingga memberikan gambaran utuh dan kredibel atas fenomena yang sedang diteliti. Validitas dan keabsahan data dalam penelitian ini dijaga melalui mekanisme triangulasi data, yaitu melakukan penggabungan terhadap sumber data melalui wawancara observasi di lokasi usaha, serta dokumentasi pendukung,

4. Dokumentasi

Dokumentasi adalah Teknik pengumpulan informasi melalui pencarian bukti yang akurat sesuai fokus masalah penelitian. Dokumentasi dalam penelitian kualitatif dapat berupa dokumen kebijakan, biografi, buku harian, majalah, dan lain-lain.

Teknik dokumentasi memungkinkan peneliti memperkuat temuan wawancara maupun observasi dengan data tertulis dari berbagai sumber,

seperti laporan kegiatan, notula rapat, ataupun postingan di media sosial. Dengan memanfaatkan dokumentasi, peneliti dapat melakukan triangulasi data untuk meningkatkan validitas serta memperkaya hasil analisis fenomena sosial secara mendalam. Dokumentasi juga menjadi pelengkap yang mendukung proses penarikan kesimpulan melalui sintesis antara data primer dan data sekunder, sehingga hasil penelitian menjadi lebih komprehensif dan bermakna.

F. Instrumen Penelitian yang Digunakan

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi.

G. Teknik Analisis Data

Proses analisis data dilakukan dengan tahapan; reduksi data, display atau penyajian data, verifikasi atau kesimpulan.

1. Reduksi Data

   Reduksi data dilakukan dengan cara membuat rangkuman yang terfokus pada data penelitian yang ada. Dengan kata lainnya dalam setiap mengambil data untuk penelitian dilakukan pencatatan secara rutin agar data yang diperoleh sesuai dengan keadaan di lapangan. Tujuan dari mereduksi data ialah menyederhanakan data yang telah diperoleh selama dilapangan agar memastikan data yang telah diperoleh sesuai dengan *scope* penelitian.

2. Penyajian Data

   Dalam penelitian kualitatif data yang terkumpul biasanya berbentuk naratif, oleh karena itu perlu adanya pengklasifikasian dan penyajian data sesuai dengan pokok dari permasalahan.

3. Kesimpulan atau Verifikasi

   Kesimpulan atau verifikasi bertujuan untuk mencari makna dari data yang telah dikumpulkan melalui pencarian hubungan, perbedaan dan persamaan.

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

1. Gambaran Umum Usaha Mikro Sektor Kuliner Kabupaten Sleman

Kabupaten Sleman dikenal sebagai salah satu daerah yang kaya akan budaya dan kuliner. Dengan pertumbuhan ekonomi yang pesat, sektor kuliner di Sleman telah menjadi salah satu pilar penting dalam mendukung perekonomian lokal. Usaha mikro di sektor ini memainkan peran yang signifikan, tidak hanya dalam menciptakan lapangan kerja, tetapi juga dalam melestarikan tradisi kuliner yang beragam DPMPTSP-Kab, (2022). Kabupaten Sleman, sebagai salah satu sentra ekonomi di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta, memiliki peran strategis dalam perkembangan sektor usaha mikro khususnya di bidang kuliner. Wilayah ini tidak hanya dikenal sebagai destinasi wisata dan pusat pendidikan, namun juga memiliki keragaman tradisi kuliner dari berbagai daerah yang menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen lokal maupun wisatawan. Sektor kuliner di Sleman didominasi oleh pelaku usaha mikro, yang secara aktif menciptakan inovasi produk serta turut menjaga kelestarian cita rasa lokal.

Dalam beberapa tahun terakhir, digitalisasi telah mulai merambah ke sektor kuliner di Sleman. Banyak pelaku usaha mikro yang mulai memanfaatkan teknologi digital untuk mempromosikan produk mereka, menerima pesanan secara online, dan menjangkau pelanggan yang lebih luas. Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga membantu usaha mikro untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat (Bappeda Sleman, 2025). Data Dinas Koperasi Sleman menunjukkan bahwa pada tahun 2024 terdapat lebih dari 25.000 unit usaha mikro di sektor kuliner, dengan tren pertumbuhan yang cenderung meningkat dari tahun ke tahun. Karakteristik usaha mikro kuliner Sleman antara lain meliputi warung makan tradisional, kedai jajanan modern, gerai minuman kontemporer, hingga usaha berbasis rumahan yang mengangkat konsep kuliner khas lokal dan kreasi modern. Pelaku usaha di

sektor ini pada umumnya mengandalkan jaringan sosial, kreativitas resep, dan adaptasi terhadap kebutuhan pasar yang dinamis.

Seiring dengan berkembangnya sektor kuliner di Kabupaten Sleman, pelaku usaha mikro semakin berperan aktif dalam menjaga keberlangsungan tradisi kuliner sekaligus mengadopsi berbagai inovasi, terutama dalam penggunaan teknologi digital. Digitalisasi ini membantu mereka dalam mempromosikan produk melalui platform daring, mengelola pemesanan dengan lebih efektif, serta memperluas pangsa pasar ke berbagai kalangan konsumen. Upaya ini tidak hanya memacu peningkatan pendapatan, tetapi juga memperkuat posisi usaha mikro sebagai komponen penting dalam ekosistem ekonomi lokal.

Untuk mendapatkan gambaran lebih lanjut mengenai dinamika usaha mikro di sektor kuliner Sleman, berikut ini disajikan tabel informan usaha mikro yang telah diwawancarai. Informan tersebut dipilih berdasarkan keterlibatan mereka dalam usaha kuliner serta penggunaan teknologi digital dalam kegiatan operasionalnya.

Tabel 4. 1 Data Informan Usaha Mikro Sektor Kuliner Kab.Sleman

No.	**Nama Usaha**	**Nama Pemilik**	**Tahun Berdiri**	**Alamat**
1.	Warung Bu Djoko	Bu Djoko	2023	Jl. Rajawali Raya No. 48B, Manukan, Condongcatur, Kec. Depok, Kab. Sleman, DIY
2.	FHA Thai Tea	Ibu Sumiyati	2020	Molodono, Lumbungrejo, Kec. Tempel, Kab. Sleman, DIY

3.	RS UAD Coffee	Fathina Ulfa Prameswari	2024	Jl. Cindelaras Raya No.33, Karangsari, Wedomartani, Kec. Ngemplak, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55584
4.	Sego Cokot	Yuri Mulyati	2023	Jl. Candi Winangun, Candi Winangun, Sardonoharjo, Kec. Ngaglik, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55581
5.	Kedai Lontong Medan Berkahi	Iqbal Fahlevi	2018	Jl. Dayu Baru, Tambakan, Sinduharjo, Kec. Ngaglik, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55581
6.	Mie Ayam Pak Tekun	Bapak Teddy	2019	Gg. Harjuna, Ngabean Kulon RT.07/RW.36, Ngabean Kulon, Sinduharjo, Kec. Ngaglik, Kabupaten Sleman, Daerah

				Istimewa Yogyakarta 55581
7.	Bebek Simpatik	Ibu Fauziyah Agustiani	2002	Jl. Krisna No.39, RT.1/RW.1, Cebongan Kidul, Tlogoadi, Kec. Mlati, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55286
8.	Warung Bu Yanti	Ibu Riyanti	2022	Candikarang, Jl. Sunan Kalijaga, RT.04/RW.09, Sardonoharjo, Kec. Ngaglik, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55581
9.	Es Doger Caturharjo	Kak Alfi	2023	Caturharjo, Kec. Sleman, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55515
10.	Dapoerku Nagih	Devin Atala	2024	Jl. Jongke, Jongke Tengah, Sendangadi, Kec. Mlati, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55285

11.	The Soes	Mas Rian	2024	Jl. Mirota, Tajem, Maguwoharjo, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281
12.	MorselByMars	Kak Marsa	2024	Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta
13.	Omah Tinom	Ibu Diastuti Ningsih	2021	Jl. Tinom, Besi, Sidoarum, Kec. Godean, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55264
14.	Warung Bu Sofi	Ibu Sofi	2018	Lodadi, Umbulmartani, Ngemplak, Sleman Regency, Special Region of Yogyakarta 55584
15.	Warung Bening	Ibu Susanti	2024	Jl. Sunan Kalijaga No.21, RT.002/RW.008, Candi Karang, Sardonoharjo, Kec. Ngaglik, Kabupaten

				Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55581

Penelitian ini melibatkan 15 usaha mikro sektor kuliner di Kabupaten Sleman, dengan usaha yang berdiri mulai dari tahun 2002 hingga 2024. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, masing-masing usaha telah mengadopsi digitalisasi dengan tingkat intensitas dan jenis platform yang berbeda-beda. Beberapa usaha sudah memanfaatkan pembayaran digital *Qris* sebagai metode pembayaran utama sejak awal berdirinya, sementara yang lain baru mengintegrasikan media sosial dan aplikasi pemesanan online seperti GoFood dan Shopeefood dalam beberapa tahun terakhir.

Berdasarkan hasil wawancara, dapat ditemukan bahwa digitalisasi memberikan dampak signifikan terutama pada usaha mikro sektor kuliner yang sudah menerapkan lebih dari satu aspek digital, misalnya pemasaran digital, aplikasi pemesanan online, dan sistem pembayaran digital. Usaha yang telah lama berdiri seperti Bebek Simpatik dan Kedai Lontong Medan Berkah cenderung mengalami perubahan bertahap, mulai dari pembayaran digital lalu berlanjut ke pemasaran digital berbasis media sosial. Sementara, usaha yang baru berdiri seperti Sego Cokot dan RS UAD Coffee langsung memanfaatkan media sosial dan aplikasi pemesanan untuk membangun pasar sejak awal.

Secara umum, digitalisasi yang dijalankan menyeluruh terbukti mendorong peningkatan omset hingga lebih dari 50%. Usaha yang menerapkan promosi intensif melalui Instagram, pemesanan online GoFood dan ShopeeFood, serta pembayaran *QRIS*, mengalami lonjakan omset cukup besar. Hal ini tercermin dari narasumber Sego Cokot yang menyatakan seluruh omset berasal dari penjualan digital dan promosi daring. Pemilik FHA Thai Tea juga mengaku terbantu dalam pencatatan transaksi serta kenaikan omset secara signifikan setelah penggunaan QRIS dan *WhatsApp* Order. Sebagai gambaran tambahan Sego Cokot memilih

melakukan promosi intensif melalui Instagram, memanfaatkan fitur open PO harian, dan integrasi GoFood serta ShopeeFood sejak pertama berdiri. Dampak digitalisasi sangat besar bagi usaha ini, karena pemasaran seluruhnya berjalan secara daring. Pemilik mengaku seluruh omset berasal dari pelanggan yang datang melalui platform digital, sehingga tidak perlu lagi mencari pasar secara offline. Tantangan yang pernah dihadapi adalah keharusan menjaga konsistensi konten dan edukasi pelanggan agar terbiasa bertransaksi digital. Selanjutnya usaha RS UAD Coffee, sebagai usaha yang berlokasi di area rumah sakit, RS UAD Coffee memanfaatkan promosi melalui IG dan status WhatsApp. Digitalisasi juga membantu proses pembayaran dan pencatatan, meningkatkan efisiensi pelayanan dan memperluas jangkauan ke mahasiswa dan staf rumah sakit. Pemilik mengaku kendala teknis seperti admin yang lambat merespons pesanan dapat menyebabkan produksi tertunda, namun secara umum omset meningkat hingga 70% pasca digitalisasi.

Berikut disajikan tabel rangkuman dari adopsi teknologi digital oleh para pelaku usaha mikro sektor kuliner di Kabupaten Sleman sebagai informan penelitian.

Tabel 4.2 Tabel Adopsi Teknologi Informan

Nama Informan	Adopsi Teknologi	Keterangan
Warung Bu Djoko	QRIS	Pembayaran digital
FHA Thai Tea	QRIS dan WhatsApp	Promosi utama di WhatsApp dan pencatatan digital
RS UAD Coffee	IG dan QRIS	Promosi IG dan pembayaran digital
Sego Cokot	IG dan QRIS	80% transaksi online, promosi intensif di IG
Kedai Lontong Medan Berkahi	QRIS	Pembayaran digital

Mie Ayam Pak Tekun	IG dan QRIS	Promosi IG, kedatangan reviewer ,dan pembayaran digital
Bebek Simpatik	IG, Pemesanan online, QRIS	Digitalisasi penuh, kenaikan omset signifikan
Warung Bu Yanti	QRIS	Kendala promosi digital & pembayaran di pasar tradisional
Es Doger Caturharjo	Pemesanan online dan QRIS	Pemesanan online sangat membantu tenaga pelayanan terbatas
Dapoerku Nagih	QRIS	Pembayaran digital
The Soes	QRIS	Pembayaran digital
MorselByMars	IG dan QRIS	Bergantung pada promosi media sosial
Omah Tinom	IG dan QRIS	Venue promosi digital, untuk usaha kuliner & event
Warung Makan Bu Sofi	QRIS dan pemesanan online	Pemesanan online ramai, kekurangan tenaga kerja
Warung Bening	QRIS	Pembayaran digital, Kunjungan dominan offline, promosi mulut-ke-mulut

2. Pengaruh kemanfaatan terhadap penerapan digitalisasi pada Usaha Mikro sektor kuliner di Kabupaten Sleman

Manfaat digitalisasi sangat dirasakan oleh pelaku usaha mikro sektor kuliner di Kabupaten Sleman, baik dari sisi kemudahan operasional hingga efisiensi kerja. Dari hasil wawancara yang sudah dilakukan oleh penulis, banyak pelaku usaha menganggap digitalisasi sebagai solusi praktis dalam menjalankan bisnis sehari-hari. Penggunaan *qris*, media sosial hingga *marketplace* seperti gofood dan shopeefood memudahkan proses pembayaran dan pencatatan transaksi harian. Dapat dikutip dari hasil wawancara dengan salah satu narasumber yaitu Warung Makan Bu Djoko yang berbunyi "....*Sangat memudahkan saya mas jadi menurut saya ya sangat membantu terutama dalam memasarkannya dan juga pembayaran qris lebih enak saya nyatetenya*" Hal yang serupa diungkapkan oleh Ibu Sumiyati, pemilik *FHA Thai Tea*, yang telah menggunakan berbagai platform digital dari shopeefood, gofood, serta penggunaan whatsapp sebagai sarana promosi. Beliau mengakui bahwa keberadaan digitalisasi secara nyata meningkatkan volume penjualan dan membuat kegiatan bisnis lebih terorganisasi, "....*Saya merasa terbantu dengan ini, jadi menurut saya ya sangat membantu dalam memasarkannya dan juga dengan pembayaran QRIS lebih enak saya nyatetnya. Penjualan saya meningkat dan pencatatannya jadi lebih rapi."* Sementara itu, Fathina Ulfa Prameswari, pemilik *RS UAD Coffee*, menyoroti digitalisasi sebagai kunci efisiensi kerja. Dengan memanfaatkan media sosial dan pembayaran digital, proses promosi dan keuangan bisa berjalan tanpa kendala berarti. Ia mengatakan "....*90% membantu karena staf marketing tidak perlu datang ke kafe tetapi pekerjaan terkait media sosial tetap bisa terjalankan. Pembayaran digital juga membantu dalam perekapan seperti perekapan keuntungan dan pengelompokan penghasilan."* Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi bukan hanya mempermudah promosi, tetapi juga meningkatkan efektivitas kontrol keuangan dan efisiensi tenaga kerja.

Digitalisasi juga memperkuat hubungan dengan konsumen karena dapat memberikan akses komunikasi yang lebih efektif. Salah satu narasumber memberikan keterangannya saat diwawancara "....*Jelas bermanfaat sekali karena memudahkan kita berkomunikasi dengan pelanggan, komunikasi terkait promo menu baru, dan lain-lain*" Pemanfaatan media sosial juga menjadi kunci penting, pelaku usaha mikro merasakan kemanfaatan besar dari adanya media sosial terutama dari pemanfaatan media sosial sebagai platform berjualan serta memberikan informasi terbuka kepada konsumen dengan jangkauan yang luas. Berbeda dengan usaha berskala kecil seperti Warung Makan Bu Djoko dan FHA Thai Tea, pelaku usaha dengan cakupan pelanggan lebih luas seperti Kedai Lontong Medan dan Bebek Simpatik memandang digitalisasi sebagai peluang untuk menjangkau konsumen di luar area sleman. Pemilik kedai lontong medan, Iqbal Fahlevi, menjelaskan bahwa digitalisasi berperan penting dalam memperluas pasar melalui *e-commerce* dan layanan pesan antar seperti *shopeefood* dan *grabfood*. Menurutnya "....*Sangat memudahkan mas, tentu omset juga naik dan 50% omset dari platform digital."* Hal tersebut menunjukkan selain mempermudah transaksi dan memperluas jangkauan konsumen, digitalisasi juga menciptakan saluran komunikasi yang lebih efektif antara penjual dan pelanggan.

Namun beberapa pelaku mencatat adanya kendala digitalisasi seperti kesulitan memahami fitur atau lambatnya respon admin salah satu narasumber yaitu pelaku usaha sego cokot saay diwawancarai oleh penulis menyampaikan "....*kendala kadang admin slowrespon sehingga produk yang akan diproduksi jadi lebih lama*." Hal ini menunjukkan bahwa tidak hanya kemanfaatan yang dirasakan oleh pelaku usaha mikro dalam praktiknya tetapi terdapat pula kendala-kendala yang dirasakan oleh pelaku usaha dalam praktik digitalisasi.

3. Pengaruh kemudahan terhadap penerapan digitalisasi pada Usaha Mikro sektor kuliner di Kabupaten Sleman

Faktor kemudahan menjadi alasan utama pelaku usaha mikro sektor kuliner di Kabupaten Sleman mengadopsi teknologi digitalisasi. Dari hasil wawancara yang dilakukan responden mengaku bahwa platform digital seperti *qris*, media sosial, marketplace, dan aplikasi pemesanan online sangat mudah digunakan. Selain itu, dampak dari kemudahan itu juga diakui berdampak kepada konsumen pelaku usaha. Salah satu pelaku usaha mikro menyampaikan "....*alhamdulillah semua juga senang mas, konsumen pada senang karena ga perlu antri di tempat, tinggal pesan lewat online*" pernyataan tersebut juga didukung oleh observasi langsung penulis dimana usaha tersebut memang ramai oleh para pengantar pemesanan online serta dikonfirmasi secara langsung kepada konsumen pelaku usaha. Hal senada diungkapkan oleh pelaku bisnis rumah tangga seperti Yuri Mulyati dari Sego Cokot bahwa media sosial mudah dioperasikan dan efektif dalam menarik pelanggan. *"....sangat mudah karena sudah pernah ikut kelas pelatihan platform digital. Tiap hari buka PO dari whatapp dan instagtam, semua jalan lancar."* Namun ia menambahkan adanya hambatan kecil dalam koordinasi operasional *"Kadang admin slow respon, jadi pengiriman bahan atau produksi agak molor."* Perbandingan ini memperlihatkan bahwa walaupun digitalisasi memberikan kemudahan signifikan, kesiapan sumber daya manusia (SDM) dan konsistensi respon juga menjadi elemen penting agar sistem tetap efektif.

Penggunaan digitalisasi tidak hanya mempermudah pelanggan, tetapi juga mempercepat pelayanan dan meningkatkan respon atas pesanan yang masuk. Adanya pemasaran berbasis media sosial juga memberikan daya saing bagi usaha mikro dalam kemudahan memberikan informasi terkait produk yang ditawarkan dan dibutuhkan konsumen. Dari sisi pelaku usaha baru seperti Devin Atalah pemilik *Dapoerku Nagih*, teknologi digital menjadi perangkat pemasaran sekaligus metode transaksi

utama. Ia menjelaskan "*.... mempermudah banget, banyak yang tahu dari instagram. Bayarnya juga lewat Qris, jadi pencatatan keuangan lebih gampang."* Namun ia juga mengakui adanya kendala terkait sarana pendukung, "*...kalau kendala sih paling perangkat, HP-nya belum terlalu mendukung karena masih gabung sama HP pribadi."* Meski demikian, sejumlah pelaku usaha menghadapi tantangan dalam penggunaan digitalisasi, salah satu narasumber yaitu Warung Makan Bu Yanti mengaku mengalami kesulitan, dalam wawancaranya beliau menyatakan "*....memang memudahkan mas tapi ada juga tantangannya, saya harus selalu ngambil uang dulu kalo mau nyetok bahan-bahan karena di pasar kan masih jarang bisa pakai qris jadi mau ga mau harus ngambil dulu dan agak repot*." Selain itu, keterbatasan dalam perangkat yang mendukung penggunaan digitalisasi ikut dirasakan oleh pelaku usaha "*....kendala sih yang pasti kurangnya modal ya mas, mungkin karena hp dan perangkat disini aja yang kurang mendukung*." Hal ini menunjukkan kemudahan yang dihadirkan dari digitalisasi memberikan damoak positif yang nyata dalam mendorong efektivitas operasional usaha mikro sektor kuliner di Kabupaten Sleman, meskipun tetap masih terdapat keterbatasan dan kendala yang dirasakan oleh pelaku usaha mikro. Kendati demikian, kemudahan yang dirasakan masih dipengaruhi oleh variabel dukungan internal (ketersediaan perangkat dan SDM) dan variabel eksternal (tingkat kesiapan pihak pemasok serta kondisi infrastruktur digital di lingkungan usaha). Dengan demikian, kemudahan yang diberikan oleh digitalisasi bukan hanya mempercepat operasional, tetapi juga mentransformasi cara pelaku usaha berinteraksi dengan pelanggan dan mengefisienkan rantai pasok secara menyeluruh.

4. Pengaruh digitalisasi terhadap peningkatan omset Usaha Mikro sektor kuliner di Kabupaten Sleman

   Digitalisasi terbukti menjadi langkah strategis dalam mendorong peningkatan omset pada usaha mikro sektor kuliner di Kabupaten Sleman.

Dari hasil wawancara pelaku usaha menyatakan merasakan pertumbuhan omset yang nyata setelah beradaptasi dengan teknologi digital, baik melalui platform pembayaran yaitu *qris*, media sosial, hingga aplikasi pemesanan online seperti gofood dan shopeefood. Variasi dari peningkatan omset yang dialami oleh pelaku usaha cukup beragam mulai dari mengalami peningkatan yang cukup kecil hingga mengalami peningkatan sangat besar. Pada wawancara yang dilakukan oleh penulis narasumber mengaku "*....qris dan cash 3:1 mas karena penggunaannya dari awal usaha buka jadi ya bisa dibilang 100%.*" Hal ini menegaskan bahwa pemanfaatan digital membawa efek langsing terhadap jumlah transaksi usaha, perputaran uang, dan kestabilan pendapatan pelaku usaha mikro sektor kuliner di Kabupaten Sleman. Persepsi serupa juga disampaikan oleh Iqbal Fahlevi, pemilik *Kedai Lontong Medan Berkahi*, yang menjelaskan bahwa setengah dari total omset usahanya kini berasal dari platform digital seperti *ShopeeFood* dan *GoFood.* Ia menuturkan "*....Sangat memudahkan mas, tentu omset juga naik dan 50% omset dari platform digital. Meningkat sekitar 60–65% sejak pakai aplikasi."* Temuan ini memperkuat pandangan bahwa digitalisasi membantu memperluas pasar dan memperkuat keberlanjutan usaha kuliner di tingkat mikro.

Kemudahan pemasaran produk secara digital juga menjadi faktor penyebab naiknya omset yang dirasakan oleh pelaku usaha. Pemasaran produk secara digital membuat informasi produk tersebar luas dan dipercaya konsumen. Pemilik usaha sego cokot sebagai narasumber dalam wawancaranya menyatakan "*....jadi promosi lebih luas dan konsumen lebih tau dan percaya terhadap produk*." Pernyataan ini mendukung bahwa aspek pemasaran digital dapat menjadi faktor penting dalam membangun brand dan menjaring pelanggan baru. Efisiensi operasional berupa kemudahan dalam pengelolaan pencatatan transaksi elektronik juga berkontribusi pada peningkatan pendapatan usaha mikro, sehingga pemilik usaha dapat fokus pada pengembangan produk dan layanan usaha.

Meskipun demikian, ada pelaku usaha yang hanya sebatas mengadopsi pembayaran digital saja merasa efeknya belum terlalu terasa dalam peningkatan omset usaha, dalam wawancaranya menyatakan "....*kalau untuk peningkatan penjualan sepertinya belum merasakan ya mas karena yang pakai teknologi hanya pembayaran saja*" temuan ini menegaskan penggunaan digitalisasi secara menyeluruh tidak hanya pembayaran digital saja dapat lebih meningkatkan omset usaha mikro sektor kuliner.

Tingkat integrasi digitalisasi menentukan besar kecilnya dampak terhadap peningkatan omset usaha mikro. Penggunaan media sosial memperluas jangkauan pasar, sistem pembayaran digital mempercepat perputaran kas, dan aplikasi pemesanan online meningkatkan volume transaksi. Akan tetapi, pelaku usaha yang hanya mengadopsi sebagian fitur belum tentu merasakan efektivitas yang sama karena nilai tambah digitalisasi baru terasa bila seluruh aspek usaha telah terkoneksi secara digital. Pengamatan lapangan juga memperkuat temuan tersebut. Usaha yang telah berhasil melakukan adopsi teknologi pada seluruh proses pemasaran hingga transaksi menunjukkan aktivitas pelanggan yang lebih tinggi, efisiensi biaya operasional, serta stabilitas keuangan yang lebih baik. Sebaliknya, pelaku usaha yang masih setengah jalan menghadapi tantangan antara lain keterbatasan pemahaman fitur digital, kekurangan modal untuk peralatan.

Dalam menganalisis hasil wawancara dengan berbagai pelaku usaha mikro di sektor kuliner, terlihat bahwa digitalisasi telah memberikan manfaat yang nyata dan dirasakan secara subjektif maupun objektif. Banyak usaha yang telah mengadopsi platform digital seperti QRIS, media sosial, dan aplikasi pemesanan online, melaporkan bahwa kegiatan operasional menjadi lebih efisien dan pelayanan kepada pelanggan menjadi lebih cepat dan praktis. Pelaku usaha menyatakan bahwa penggunaan platform digital memudahkan mereka dalam melakukan transaksi, mengelola pesanan, serta memperluas jangkauan pasar tanpa harus bergantung penuh pada lokasi fisik usaha. Sejumlah narasumber

menuturkan bahwa digitalisasi membantu mereka mencapai pelanggan baru yang sebelumnya sulit dijangkau melalui metode pemasaran tradisional. Mereka merasakan bahwa kehadiran platform digital seperti aplikasi pesan antar dan media sosial membantu meningkatkan usaha mereka dan memudahkan proses pemasaran, yang secara langsung berdampak positif terhadap peningkatan volume transaksi dan pendapatan usaha. Di sisi lain, ada juga pelaku usaha yang baru memulai mengimplementasikan digitalisasi, terutama pada aspek pembayaran dan promosi online, yang menunjukkan bahwa tingkat adopsi dan manfaatnya masih bervariasi tergantung kesiapan usaha dan pemahaman terhadap teknologi digital. Pengamatan langsung terhadap kondisi usaha di lapangan menunjukkan bahwa usaha yang mampu mengintegrasikan seluruh aspek digitalisasi mulai dari promosi, pemesanan, pembayaran, hingga pengelolaan data mendapatkan manfaat yang lebih besar dari segi efisiensi operasional dan peningkatan kegiatan ekonomi. Sebaliknya, usaha yang baru menggunakan digital sebagai alat pembayaran saja tetap merasakan manfaat, tetapi dampak positif terhadap peningkatan omset dan pengembangan usaha cenderung belum maksimal.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, penulis akan melakukan pembahasan serta analisis secara mendalam terkait temuan-temuan yang telah diidentifikasi. Penulis juga telah melakukan triangulasi data sebagai bagian dari keabsahan data dengan melakukan observasi langsung pada beberapa pelaku usaha mikro sektor kuliner. Proses pembahasan ini bertujuan untuk memahami lebih lanjut mengenai makna dari data yang diperoleh serta menganalisisnya dengan mengacu pada teori yang relevan. Dengan demikian, penulis berusaha untuk memberikan gambaran mengenai implikasi dari hasil penelitian ini terhadap permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya.

1. Pengaruh kemanfaatan terhadap penerapan digitalisasi pada usaha mikro sektor kuliner di Kabupaten Sleman

   Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara terhadap pelaku usaha mikro sektor kuliner di Kabupaten Sleman, kemanfaatan dari digitalisasi sangat dirasakan sebagai faktor utama dalam penerimaan teknologi digital. Prinsip kemanfaatan dalam TAM (*perceived usefulness*) terlihat dalam persepsi pelaku usaha yang menganggap digitalisasi memberikan nilai tambah bagi bisnis mereka. Hal ini tercermin dari efektivitas digitalisasi yang diadopsi oleh pelaku usaha mikro sektor kuliner untuk memecahkan masalah atau membantu pengguna dalam mencapai tujuan mereka. Dari hasil wawancara dengan pelaku usaha mikro sektor kuliner, mereka mengakui bahwa kualitas teknologi serta ketersediaan sumber daya seperti perangkat pendukung juga dapat mempengaruhi efektivitas kemanfaatan yang dirasakan oleh pelaku usaha (Wicaksono Soetam Rizky, 2022). Perceived usefulness sangat penting dalam mempengaruhi penerapan digitalisasi bagi pengguna. Semakin bermanfaat teknologi bagi pengguna semakin besar pula adopsi digitalisasi tersebut dapat membantu dalam melakukan tugas-tugas dan memberikan manfaat yang diperlukan oleh pelaku usaha. dengan penggunaan platform digital seperti *qris*, media sosial, dan aplikasi pemesanan online, pelaku usaha merasakan manfaat dan kemudahan dalam proses pembayaran, pencatatan transaksi, serta promosi produk dengan cakupan pasar yang lebih luas. Kemanfaatan ini tidak hanya meningkatkan efisiensi bisnis tetapi juga memperkuat kepercayaan konsumen yang dapat mendorong peningkatan omset usaha mikro sektor kuliner.

   Temuan ini didukung oleh penelitian sebelumnya Risal et al (2024) menemukan bahwa efektivitas *QRIS* sebagai pendorong utama peningkatan omset penjualan oleh UMKM kuliner di berbagai kota besar di Indonesia. Penelitian Jamiyati et al (2025) juga menemukan

bahwa perceived usefulness promosi digital berperan penting dalam efektivitas bisnis UMKM kuliner.

2. Pengaruh kemudahan terhadap penerapan digitalisasi pada usaha mikro sektor kuliner di Kabupaten Sleman

   Kemudahan dalam menggunakan teknologi digital menjadi faktor penting lainnya dalam penerimaan digitalisasi oleh pelaku usaha mikro kuliner di Sleman. Sesuai dengan TAM, persepsi kemudahan (perceived ease of use) yaitu tingkat kemudahan dalam mengoperasikan teknologi, menjadi pendorong penerimaan teknologi yang kuat. Pelaku usaha menyatakan bahwa aplikasi pembayaran digital, pemesanan online, serta pemasaran melalui media sosial sangat mudah diakses dan digunakan, bahkan oleh mereka yang sebelumnya kurang akrab dengan teknologi. Contoh nyata adalah pernyataan pelanggan: “alhamdulillah semua juga senang mas, konsumen pada senang karena ga perlu antri di tempat, tinggal pesan lewat online”, yang menunjukkan digitalisasi mempermudah proses transaksi, mempercepat pelayanan, dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian (Sempati May Al-Farrasi et al., 2025) menemukan bahwa *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan) terbukti signifikan dalam mendorong kepuasan dan penerimaan teknologi *digital payment* di sektor kuliner yaitu rumah makan di seturan. Namun, kendala masih ditemui terutama bagi pelaku usaha yang baru memanfaatkan digitalisasi hanya dalam aspek pembayaran digital saja, dimana efek peningkatan omset belum maksimal. Faktor kendala lain adalah masih terbatasnya pemahaman fitur digital dan keterbatasan perangkat teknologi yang dimiliki.

3. Pengaruh digitalisasi terhadap peningkatan omset pada usaha mikro sektor kuliner di Kabupaten Sleman

   Digitalisasi terbukti berkontribusi signifikan terhadap peningkatan omset usaha mikro kuliner di Sleman. Pelaku usaha yang

telah mengadopsi digitalisasi secara menyeluruh melaporkan kenaikan omset bervariasi antara 20% hingga hampir 100%, khususnya bagi yang memanfaatkan berbagai bentuk digitalisasi mulai dari transaksi pembayaran, pemasaran digital, hingga manajemen pesanan. Selain efektif meningkatkan jumlah transaksi dan pendapatan, digitalisasi juga memperluas jangkauan pasar dan mendorong pertumbuhan penjualan melalui kanal baru yang sebelumnya tidak terjangkau secara offline. Hal ini diperkuat oleh pernyataan pelaku usaha bahwa "promosi lebih luas dan konsumen lebih tau serta percaya terhadap produk". PLUT Sleman 2025 bahkan mencatat nilai transaksi digital UMKM mencapai ratusan miliar rupiah (Padma Media, 2025).

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Godwin et al., 2024) yang menemukan bahwa digitalisasi tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional,tetapi juga memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pendapatan UMKM. Penelitian lain dilakukan oleh (Pusfitaningrum & Khomah, 2021) di Bantul juga menemukan bahwa adopsi digitalisasi dalam e-commerce berbasis TAM secara signifikan meningkatkan daya saing dan performa UMKM agribisnis. Namun, dampak digitalisasi terhadap omset sangat bergantung pada tingkat adopsi dan integrasi teknologi yang dilakukan pelaku usaha. Mereka yang hanya menggunakan sebagian fitur digital belum merasakan peningkatan omset yang optimal. Oleh karena itu, penerapan digitalisasi yang menyeluruh dan dukungan pelatihan literasi digital sangat diperlukan agar manfaat digitalisasi dapat dirasakan secara maksimal oleh seluruh pelaku usaha mikro kuliner di Sleman.

Dampak digitalisasi terhadap peningkatan omset usaha mikro di Sleman tercatat memiliki dampak signifikan, khususnya bagi pelaku usaha yang mampu memanfaatkan berbagai fitur teknologi digital secara menyeluruh. Digitalisasi terbukti memperluas pasar, meningkatkan jumlah transaksi, serta mendorong inovasi dalam pengelolaan bisnis kuliner.

Meskipun sebagian besar pelaku usaha mikro di sektor kuliner Kabupaten Sleman menyampaikan bahwa digitalisasi memberikan dampak positif terhadap peningkatan omset, keberadaan data observasi lapangan memberikan validasi dan kekuatan lebih pada pernyataan tersebut. Sebagai contoh, pada lokasi usaha yang sering melakukan pemasaran melalui media sosial dan menggunakan platform pembayaran digital seperti QRIS, pengamatan langsung penulis menemukan peningkatan signifikan pada volume transaksi, baik dari banyaknya pengantar pesanan online maupun ramainya pelanggan yang melakukan pemesanan digital. Selain itu, observasi juga memperlihatkan bagaimana pemilik usaha yang memanfaatkan digitalisasi secara menyeluruh, yaitu dari promosi hingga pembayaran, mampu mengelola usaha secara lebih efisien. Contohnya, pengelolaan transaksi yang tercatat rapi di aplikasi digital terlihat meminimalisir risiko kesalahan pencatatan keuangan yang selama ini menjadi kendala tradisional usaha mikro. Hal ini memperkuat peranan kemanfaatan yang dirasakan pemilik usaha.

Peningkatan omset usaha mikro sektor kuliner di Sleman tampak jelas berkaitan erat dengan adopsi digitalisasi yang menyeluruh, sebagaimana dikonfirmasi melalui hasil wawancara dan observasi lapangan. Pelaku usaha yang mengimplementasikan digitalisasi mulai dari pemasaran produk melalui media sosial, pemesanan online, hingga pembayaran digital melaporkan kenaikan omset yang signifikan, dengan rentang peningkatan mulai dari 20% hingga lebih dari 90%. Temuan observasi lapangan memperlihatkan ramainya order online dan aktifnya berbagai layanan pengantar digital saat jam operasional, membuktikan bahwa digitalisasi benar-benar berdampak pada perputaran transaksi dan omset usaha. Namun, tidak semua pelaku usaha merasakan dampak besar dari digitalisasi. Responden yang baru sebatas menggunakan teknologi digital untuk pembayaran saja mengaku kenaikan omset belum signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa untuk mendapatkan dampak peningkatan omset yang maksimal, digitalisasi harus diterapkan secara menyeluruh mulai dari

pemasaran, manajemen pesanan, pelayanan pelanggan, hingga sistem pembayaran. Perbedaan ini juga diperkuat oleh observasi terkait aktivitas usaha yang menerapkan digital marketing secara intensif dengan yang hanya menggunakan digitalisasi pembayaran secara terbatas. Oleh karena itu, peningkatan omset yang optimal sangat bergantung pada kesiapan pelaku untuk mengelola dan mengintegrasikan berbagai aspek digital dalam usaha mereka.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi lapangan terhadap pelaku usaha mikro sektor kuliner di Kabupaten Sleman, penerapan digitalisasi terbukti memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan omset dan efisiensi operasional usaha. temuan ini sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM). Dalam teorinya TAM memiliki 2 faktor yang mempengaruhi penerimaan seseorang terhadap teknologi yang berperan dalam memicu sikap pelaku terhadap penggunaan teknologi yang dapat mendorong niat dan penggunaan aktual teknologi.

Seluruh pelaku usaha yang diwawancarai menunjukkan persepsi positif terhadap manfaat nyata penggunaan teknologi digital dalam operasional mereka. Mayoritas informan menyampaikan bahwa digitalisasi membantu mempercepat transaksi, memperluas target pasar, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta mempermudah pencatatan keuangan. Hal ini sejalan dengan teori TAM yang menegaskan bahwa semakin tinggi persepsi kemanfaatan suatu teknologi, semakin tinggi pula keinginan pengguna untuk mengadopsinya. Pelaku usaha di Sleman menunjukkan bahwa kemanfaatan digitalisasi tidak berhenti pada aspek pemasaran, tetapi juga berdampak langsung terhadap efisiensi kerja, sebagai contoh para pelaku usaha yang aktif menggunakan media sosial (Instagram dan Whatsapp) dan platform pemesanan digital (Gofood, Shopeefood, Grabfood, dll) mengalami peningkatan permintaan produk antara 20-100%. Hal ini menandakan bahwa penggunaan teknologi digital dipersepsikan berguna untuk meningkatkan performa usaha, sebagaimana faktor utama TAM yaitu *perceived usefulness*

Fenomena tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan Dewantara et al., (2024) yang menunjukkan dan menemukan bahwa persepsi manfaat yang tinggi atas digitalisasi mendorong keputusan UMKM untuk terus menggunakan dan memperluas penggunaan teknologi. Dalam konteks ini, digitalisasi tidak hanya dilihat sebagai alat bantu dalam bidang administrasi, tetapi juga sebagai strategi utama untuk memperbesar kemungkinan kenaikan pendapatan dan memperkuat posisi usaha di dalam persaingan. Selain itu, kemanfaatan digitalisasi yang dirasakan oleh pelaku usaha kuliner di Sleman juga berkaitan dengan peningkatan pada kepercayaan konsumen. Dengan adanya sistem pembayaran digital seperti *Qris* dan pencatatan keuangan, pelanggan merasa lebih aman dan pelaku usaha dapat menekan risiko kesalahan pencatatan, ini mempertegas bahwa *perceived usefulness* bukan hanya sekedar peningkatan kinerja tetapi juga pembentukan sistem bisnis lebih baik secara menyeluruh.

Faktor kedua atau persepsi kemudahan penggunaan digitalisasi yang dirasakan oleh pelaku usaha, faktor ini adalah faktor yang paling menonjol dalam menentukan keberhasilan adopsi digitalisasi. Pelaku usaha menyatakan bahwa penggunaan platform digital saat ini cenderung sederhana dan mudah dipelajari. Misalnya, para pelaku usaha yang semula hanya berjualan *offline* kini dapat menerima pesanan melalui aplikasi pesan singkat dan *marketplace* tanpa harus memiliki pengalaman teknis mendalam. Kondisi ini menunjukkan bahwa elemen *perceived ease of use* dalam TAM berfungsi sebagai kunci yang mengarahkan pelaku usaha dari tahap kesadaran menuju tahap penerimaan teknologi. Hasil wawancara yang telah dilakukan memperlihatkan bahwa kemudahan dalam mengoperasikan media sosial, melakukan promosi digital, dan mengelola transaksi non-tunai mendorong pelaku usaha untuk mempertahankan dan memperluas penggunaan teknologi dalam bisnis mereka.

Temuan lapangan menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara kedua komponen utama TAM. Pelaku usaha yang merasa teknologi mudah digunakan juga cenderung mengakui bahwa teknologi tersebut bermanfaat

bagi kinerja mereka. Dengan demikian, optimalisasi digitalisasi perlu diterapkan terhadap seluruh usaha mikro sektor kuliner dengan didukung oleh literasi digital yang lebih baik, infrastruktur teknologi yang memadai, serta pelatihan berkelanjutan bagi pelaku usaha. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menguatkan kaitan dengan teori TAM terutama pada *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* dalam memahami proses penerimaan dan pemanfaatan digitalisasi di sektor usaha mikro kuliner. Implikasi dari temuan ini dapat menjadi landasan strategis bagi pemangku kebijakan serta pelaku usaha dalam merancang langkah untuk mempercepat transformasi digital UMKM kuliner, menuju pertumbuhan yang lebih berkelanjutan di era digital. Dari segi

Analisis dari hasil penelitian pada usaha mikro sektor kuliner halal di sleman tidak hanya membuktikan keberhasilan dari sisi peningkatan omset dan efisiensi, tetapi juga menegaskan signifikansi pada pendekatan ekonomi Islam berbasis maqashid syariah dalam praktik bisnis dengan adopsi digitalisasi. Prinsip maqashid syariah menjadikan digitalisasi bukan sekadar alat peningkat pendapatan, namun juga instrumen pencapaian maslahat dan keadilan bagi pelaku usaha serta konsumen. Dari sudut maqashid syariah, digitalisasi yang mendukung perputaran harta, transparansi, pemeliharaan harta, serta keadilan dalam transaksi, sejalan dengan pilar ekonomi Islam yang menekankan distribusi manfaat, kehalalan proses, serta bebas dari unsur ribawi, gharar, dan maisir. Implikasi hasil ini sangat penting dalam pengembangan kebijakan dan praktek ekonomi Islam, yakni perlunya ekosistem digital halal, didukung oleh literasi syariah dan kolaborasi seluruh pihak yang mampu menjaga agar digitalisasi benar-benar membawa maslahat, memberdayakan pelaku usaha kecil, sekaligus mengamankan prinsip keadilan dan kehalalan secara berkelanjutan.

BAB V
KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh digitalisasi terhadap peningkatan omset usaha mikro sektor kuliner halal di Kabupaten Sleman, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Digitalisasi mendorong pertumbuhan omset dan efisiensi operasional usaha mikro kuliner halal melalui optimalisasi pemasaran, transaksi, dan pencatatan keuangan secara digital.
2. Adopsi teknologi digital, seperti media sosial dan aplikasi pemesanan online, secara menyeluruh memberikan dampak lebih besar terhadap perluasan pasar, loyalitas konsumen, dan pembentukan citra usaha.
3. Implementasi digitalisasi perlu didukung pelatihan, peningkatan kompetensi, serta keberlanjutan pembinaan dan kolaborasi antar pihak, agar pelaku usaha mikro mampu bertransformasi secara berkelanjutan di ekosistem digital yang kompetitif.
4. Dari sudut pandang ekonomi syariah, digitalisasi memperkuat prinsip transparansi, keadilan, dan kemaslahatan dalam bisnis kuliner halal, sehingga tidak hanya berdampak pada peningkatan omset tetapi juga membangun kemandirian ekonomi berbasis nilai-nilai syariah secara strategis dan berkelanjutan.

B. Saran

1. Bagi Pelaku Usaha

   Pelaku usaha mikro sektor kuliner diharapkan dapat mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital secara menyeluruh mulai dari pemasaran digital, sistem pemesanan online, hingga pengelolaan pembayaran digital agar efek positif terhadap omset dapat maksimal. Pelatihan terkait pemanfaatan aplikasi digital juga sangat disarankan untuk meningkatkan kompetensi penggunaan teknologi. Bagi para informan

atau narasumber diharapkan mampu lebih terbuka dalam memberikan keterangan, sehingga kualitas penelitian dapat lebih baik.

2. Bagi Pemerintah dan *Stakeholder* Terkait

   Pemerintah daerah dan lembaga pendukung usaha mikro perlu menyediakan program pelatihan dan pendampingan secara berkelanjutan yang fokus pada peningkatan literasi digital dan pengelolaan sistem digital bagi pelaku usaha mikro sektor kuliner. Selain itu, perlu memperkuat infrastruktur teknologi dan akses internet yang lebih merata di wilayah Kabupaten Sleman agar seluruh pelaku usaha mendapat kesempatan yang sama dalam transformasi digital.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Untuk penelitian selanjutnya dapat mengembangkan penelitian dengan menggunakan metode penelitian campuran agar hasil bisa lebih mendalam dan komprehensif. Penelitian juga dapat memperluas cakupan wilayah atau membandingkan sektor kuliner dengan sektor UMKM lain di Sleman atau daerah lain.

   Penelitian selanjutnya juga dapat melibatkan perbandingan lintas wilayah atau lintas waktu, misalnya membandingkan Kabupaten Sleman dengan daerah yang memiliki tingkat digitalisasi lebih rendah atau lebih tinggi. Pendekatan tersebut akan memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang bagaimana konteks sosial-ekonomi dan infrastruktur digital memengaruhi efektivitas penerapan teknologi digital pada sektor UMKM kuliner.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan:

1. Data yang digunakan sebagian besar bersifat kualitatif dan berdasarkan wawancara serta observasi lapangan tanpa didukung laporan keuangan atau data kuantitatif lengkap, sehingga verifikasi kuantitatif dampak digitalisasi terhadap omset masih terbatas.

2. Penelitian ini juga dibatasi oleh waktu dan konteks lokal, sementara perkembangan teknologi digital dan perilaku konsumen sangat dinamis sehingga perlu kajian lanjutan secara berkala untuk mengikuti tren dan perubahan.
3. Adanya kendala dalam pengumpulan data terutama akses dan ketersediaan dokumen pendukung digital membuat pendalaman analisis numerik menjadi kurang optimal.
4. Keterbatasan lain terdapat pada jangkauan wilayah penelitian yang masih berfokus pada Kabupaten Sleman, sehingga hasilnya belum mencerminkan kondisi UMKM di daerah lain yang memiliki karakteristik demografis dan infrastruktur digital berbeda. Penelitian lanjutan dapat memperluas cakupan dengan melakukan studi komparatif antar kabupaten/kota atau antar sektor ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

Amanda, A., & Widianti, E. (2024). *Analisis Pengaruh Penggunaan Aplikasi Go Food Terhadap Peningkatan Penjualan pada UMKM Kuliner di Jakarta Pusat*.

Asysyifaa, N., Juharsah, Isalman, Putera, A., Putri, N., & Windayani. (2024). *Analisis Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan* (Vol. 16, Issue 2).

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, *13*(3), 319–339. https://doi.org/10.2307/249008

Dewantara, B. R., Maulana, F. H., Yudanto, B. H., & Rakhmawati, N. A. (2024). *Technology Acceptance Model dalam Adopsi Sistem Pembukuan Digital Di Kalangan UMKM di Daerah Institut Teknologi Sepuluh Nopember*.

Farahiyah, Q., & Haryadi, B. (2024). *Pengaruh Financial Literacy, Financial Technology dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Usaha UMKM pada Era Teknologi (Studi Kasus pada Pelaku UMKM di Kabupaten Gresik)*. http://journal.umg.ac.id/index.php/jcaa

Fatih, S., Fadillah Kurniawan, E., Maulidiah, N. S., Fortuna, K., Syarif, U., Jakarta, H., & Selatan, K. T. (2023). Peran Digital Marketing terhadap UMKM dalam Perspektif Ekonomi Syariah The Effect of Digital Marketing towards UMKM in the Perspective of Sharia Economics. *ALIF Sharia Economics Journal Desember*, *02*(02), 44–50. https://doi.org/10.37010/alif.v2i2

Faujiyah, F., Yuniarti, T., Rizal, M. A., & Bani, F. C. D. (2023). Penerapan Media Digital Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Bidang Kuliner di Area Jakarta Selatan. *Jurnal Pustaka Mitra (Pusat Akses Kajian Mengabdi Terhadap Masyarakat)*, *3*(3), 135–140. https://doi.org/10.55382/jurnalpustakamitra.v3i3.507

Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). *Metode Penelitian*. https://www.researchgate.net/publication/376687580

INDEF. (2024). *Peran Platform Digital Terhadap Pengembangan UMKM di Indonesia*.

Angelita, K., & Kramadibrata, S. B. (2024). Pengaruh Digital Marketing Dan Harga Jual Terhadap Omzet Penjualan UMKM. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, *2*(3), 231–253. https://doi.org/10.59024/jumek.v2i3.393

Lembahyung, B., & Handayani, T. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Minat Beli Konsumen Pasca Kebijakan Pencabutan PPKM Pada

UMKM Depok. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, *7*(2). https://doi.org/10.29408/jpek.v7i2.20499

Nuraeni, F., Rachpriliani, A., & Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Buana Perjuangan Karawang, P. (2024). *Pengaruh Layanan E-Payment dan E-Commerce terhadap Kinerja Supply Chain: Dalam Digitalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Usaha Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang*. *5*(3).

Nurhayati, S., & Ardianingsih, A. (2021). Analisis Digitalisasi Pemasarab Berbasis Sosial Media Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Menengah (UKM) di Pekalongan. In *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 24). www.jurnal.unikal.ac.id/index.php/jebi

Nurliah, R., Azzahra, S., Azizah, E. W., & Suzana, A. (2023). *The Application of Digitalization Skills of Business Actors Mediates The Impact of Business on MSME Performance*. *03*(10), 1687. https://doi.org/10.59141/jrssem.v3i08.559

Pemerintah Kabupaten Sleman. (2024). *Portal Sistem Satu Data UMKM Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman*. Https://Dataumkm.Slemankab.Go.Id/Portalv2.

Peraturan Pemerintah No 7 Tahun 2011 Tentang Kemudahan, Pelindungan, Dan Pemberdayaan Koperasi Dan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah, Pub. L. No. 7 tahun 2011 (2011).

Pratiwi, K. S. A. L., Karta, N. L. putu, Ramanita, N. W. S., Aprilia, N. P. N., & Wardani, R. K. (2023). *Penerapan Digital Marketing sebagai Media Pemasaran Global Guna Meningkatkan Penjualan Kain Tenun Gringsing Desa Tenganan Pegrisingan Bali*.

Putri Okta, A. (2022). *Pengaruh Media Sosial Facebook Terhadap Peningkatan Omset Penjualan UMKM (Studi Kasus Pedagang Kuliner UMKM di Kecamatan UjungBatu)*.

Rahmayanti, Kamaruddim, A., Samsir, A., Alam, S., & Astuty, S. (2024). *Analisis Penggunaan Aplikasi Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Kuliner di Kota Makassar*. https://journalpedia.com/1/index.php/ime

Ratna Yasir, J., Padli, K., Agama Islam Negri Palopo, I., & Bitti Kota Palopo, J. (2022). *Pengaruh Modal, Digitalisasi Informasi dan Kreativitas terhadap Peningkatan*

Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah di Pelabuhan Tanjung Ringgit Kota Palopo. https://doi.org/10.24256

Rosmitha, S. N. (2022). *Peran Digitalisasi Pemasaran dalam Peningkatan Daya Saing dan Sustainabilitas UMKM Kuliner di Era New Normal Perspektif Etika Bisnis Islam*.

Sa'diyah, H., & Eferyn, K. (2023*). Analysis of The Implementation of Financial Reporting Digitalization to Increase Revenue of Madura Groceries Stores*.

Sholihah, E., & Nurhapsari, R. (2023). Percepatan Implementasi Digital Payment Pada UMKM: Intensi Pengguna QRIS Berdasarkan Technology Acceptance Model. *Nominal Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, *12*(1), 1–12. https://doi.org/10.21831/nominal.v12i1.52480

Sufi, R. A., & Suharti, L. (2021). Pengaruh Motivasi Intrinsik dan Pengetahuan TIK terhadap Kesiapan Digitalisasi UMKM dengan Faktor Demografi sebagai Variabel Pemoderasi (Studi pada UMKM Kuliner di Salatiga). *Jurnal Administrasi Bisnis*, *10*(2), 107–120. https://doi.org/10.14710/jab.v10i2.39311

Sukayana, K., & Sinarwati Kadek Ni. (2022). *Analisis Pengaruh Financial Behaviour dan Actual Use Digital Payment System Analisis Pengaruh Financial Behaviour dan Actual Use Digital Payment System Terhadap Pendapatan Usaha Sektor UMKM di Bali*. https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-

Wahyu Susanto, D. (2023). *Pengaruh Media Sosial dalam Meningkatkan Omzet Penjualan pada UKM Dapur Julie Depok*. *17*(1), 2716–3083.

Wicaksono, S. R. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model*. www.fb.com/cv.seribu.bintang

Wijoyo, H. (2020). *Digitalisasi UMKM*.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Wawancara Narasumber

1. Warung Makan Bu Djoko

   Nama Usaha: Warung Makan Bu Djoko

   Alamat: Jl. Rajawali Raya No. 48B, Manukan, Condongcatur, Kec. Depok, Kab. Sleman, DIY

   Nama Pemilik: Bu Djoko

   Usaha Berjalan: 2 tahun sejak 2023

   Tempat: Warung Makan Bu Djoko

   a. Persepsi Penggunaan Digitalisasi

      1) Bagaimana pandangan Bapak/Ibu terhadap manfaat penggunaan teknologi digital dalam usaha kuliner ini?

         "sangat memudahkan saya mas."

      2) Apakah menurut Bapak/Ibu penggunaan teknologi digital dapat membantu meningkatkan penjualan produk? Bagaimana mekanisme penerapan dalam usaha Bapak/Ibu?

         "Iya mas, saya setuju. Disini pakai pembayaran *qris* jadi orang-orang merasa lebih mudah bayarnya."

      3) Dari sisi waktu dan tenaga, seberapa besar digitalisasi membantu efisiensi operasional usaha?

         "sangat terbantu mas"

   b. Implementasi Digitalisasi

      1) Platform digital apa saja yang saat ini Bapak/Ibu manfaatkan dalam operasional usaha kuliner yang dijalankan?

         "Pembayaran digital mas."

      2) Sejak kapan usaha Bapak/Ibu mulai menerapkan teknologi digital dalam kegiatan bisnis?

         "Setahun lalu mas, setelah pindah dari depan terminal Concat"

      3) Bagaimana Intensitas atau frekuensi penggunaan platform digital tersebut dalam mendukung aktivitas operasional sehari-hari usaha Bapak/Ibu?

"Selalu mas, kebanyakan orang malah menggunakan *qris*."

c. Kemudahan Penggunaan Teknologi

1) Bagaimana tingkat kemudahan yang Bapak/Ibu rasakan dalam mengoperasikan berbagai platform digital dalam menjalankan aktivitas usaha kuliner?

"mudah mas."

2) Bagaimana persepsi dan respon konsumen terhadap penggunaan sistem pemesanan berbasis digital yang Bapak/Ibu terapkan dalam usaha kuliner?

"Alhamdulillah semua juga seneng mas."

3) Sejauh mana Bapak/Ibu merasakan manfaat serta kemudahan yang diperoleh dari pemanfaatan platform digital dalam mendukung operasional dan peningkatan omset usaha kuliner yang dijalankan?

"Sangat bermanfaat mas, karena jadi pengeluaran lebih efisien yang meningkatkan omset."

d. Pengaruh terhadap Omset Usaha

1) Berapa persentasi peningkatan omset yang Bapak/Ibu alami setelah menggunakan teknologi digital dalam usaha kuliner?

"sekitar 30% mas soalnya kan saya hanya pembayaran digital."

2) Bagaimana Perbandingan omset usaha Bapak/Ibu sebelum dan sesudah penerapan teknologi digital dalam operasional usaha?

"Alhamdulillah meningkat mas."

3) Menurut pengalaman Bapak/Ibu, faktor digitalisasi apa saja yang paling signifikan mempengaruhi peningkatan omset usaha kuliner yang dijalankan?

"kalau diwarung saya faktor dari penggunaan pembayaran *qris* mas, ya karena anak muda jadi senang juga makan disini ga perlu bawa cash"

e. Sikap terhadap digitalisasi

1) Secara umum, sejauh mana tingkat kepuasan Bapak/Ibu terhadap implementasi teknologi digital dalam operasional usaha kuliner yang dijalankan?

"sangat puas mas"

2) Dalam skala 1 hingga 5, bagaimana Bapak/Ibu menilai tingkat kepuasan terhadap hasil yang diperoleh dari penerapan teknologi digital dalam usaha mikro sektor kuliner?

3) Apakah Bapak/Ibu mengalami kendala atau tantangan tertentu selama proses pemanfaatan teknologi digital dalam usaha, serta bagaimana pengalaman Bapak/Ibu dalam mengatasi hal tersebut?

"Alhamdulillah tidak ada mas"

2. FHA Thai Tea

Nama Usaha: FHA Thai Tea

Alamat: Molodono, Lumbungrejo, Kec. Tempel, Kab. Sleman, DIY

Nama Pemilik: Ibu Sumiyati

Usaha Berjalan: 5 Tahun sejak 2020

Tempat: Via Online (*Whatsapp)*

a. Persepsi Penggunaan Digitalisasi

1) Bagaimana pandangan Bapak/Ibu terhadap manfaat penggunaan teknologi digital dalam usaha kuliner ini?

"Ya mas, saya juga merasa terbantu dengan ini, jadi menurut saya ya sangat membantu dalam memasarkannya dan juga dengan pembayaran *qris* lebih enak saya nyatetnya."

2) Apakah menurut Bapak/Ibu penggunaan teknologi digital dapat membantu meningkatkan penjualan produk? Bagaimana mekanisme penerapan dalam usaha Bapak/Ibu?

"Iya mas, saya setuju dan penjualan produk saya meningkat."

3) Dari sisi waktu dan tenaga, seberapa besar digitalisasi membantu efisiensi operasional usaha?

"sangat membantu mas"

b. Implementasi Digitalisasi

1) Platform digital apa saja yang saat ini Bapak/Ibu manfaatkan dalam operasional usaha kuliner yang dijalankan?

"saya daftarin ke *shopeefood, gofood,* kalau Cuma nawarin paling lewat status WA."

2) Sejak kapan usaha Bapak/Ibu mulai menerapkan teknologi digital dalam kegiatan bisnis?

"Sejak 2022 mas"

3) Bagaimana Intensitas atau frekuensi penggunaan platform digital tersebut dalam mendukung aktivitas operasional sehari-hari usaha Bapak/Ibu?

c. Kemudahan Penggunaan Teknologi

1) Bagaimana tingkat kemudahan yang Bapak/Ibu rasakan dalam mengoperasikan berbagai platform digital dalam menjalankan aktivitas usaha kuliner?

"mudah mas."

2) Bagaimana persepsi dan respon konsumen terhadap penggunaan sistem pemesanan berbasis digital yang Bapak/Ibu terapkan dalam usaha kuliner?

"memudahkan semuanya mas."

3) Sejauh mana Bapak/Ibu merasakan manfaat serta kemudahan yang diperoleh dari pemanfaatan platform digital dalam mendukung operasional dan peningkatan omset usaha kuliner yang dijalankan?

"lebih banyak pelanggan dari pesan online mas jadi sangat dirasakan manfaatnya di usaha saya"

d. Pengaruh terhadap Omset Usaha

1) Berapa persentasi peningkatan omset yang Bapak/Ibu alami setelah menggunakan teknologi digital dalam usaha kuliner?

"wah kalau persennya saya ndak ngitung mas, tapi saya jadi enak pakai *qris* nyatet penjualan hariannya."

2) Bagaimana Perbandingan omset usaha Bapak/Ibu sebelum dan sesudah penerapan teknologi digital dalam operasional usaha?
"Naik mas."
3) Menurut pengalaman Bapak/Ibu, faktor digitalisasi apa saja yang paling signifikan mempengaruhi peningkatan omset usaha kuliner yang dijalankan?

e. Sikap terhadap digitalisasi
1) Secara umum, sejauh mana tingkat kepuasan Bapak/Ibu terhadap implementasi teknologi digital dalam operasional usaha kuliner yang dijalankan?
"Alhamdulillah puas mas"
2) Dalam skala 1 hingga 5, bagaimana Bapak/Ibu menilai tingkat kepuasan terhadap hasil yang diperoleh dari penerapan teknologi digital dalam usaha mikro sektor kuliner?
3) Apakah Bapak/Ibu mengalami kendala atau tantangan tertentu selama proses pemanfaatan teknologi digital dalam usaha, serta bagaimana pengalaman Bapak/Ibu dalam mengatasi hal tersebut?
"kadang saya nggak paham bahasanya saja sih mas, jadi saya tanya anak saya"

3. RS UAD Coffee

Nama Usaha: RS UAD Coffee

Alamat: Jl. Cindelaras Raya No.33, Karangsari, Wedomartani, Kec. Ngemplak, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55584

Nama Pemilik: Fathina Ulfa Prameswari

Usaha Berjalan: 1 Tahun sejak 2024

Tempat: Wawancara Bertemu dengan pemilik

a. Persepsi Penggunaan Digitalisasi
1) Bagaimana pandangan Bapak/Ibu terhadap manfaat penggunaan teknologi digital dalam usaha kuliner ini?

"Jelas bermanfaat sekali karena memudahkan kita berkomunikasi dgn pelanggan. komunikasi terkait promo menu baru dll."

2) Apakah menurut Bapak/Ibu penggunaan teknologi digital dapat membantu meningkatkan penjualan produk? Bagaimana mekanisme penerapan dalam usaha Bapak/Ibu?

"membantu sekali meningkatkan penjualan produk karena dengan adanya teknologi digital ini kita dapat memberikan informasi menarik sehingga para pelanggan seperti dokter, pasien, perawat dll jadi beli."

3) Dari sisi waktu dan tenaga, seberapa besar digitalisasi membantu efisiensi operasional usaha?

"90% membantu karena staff marketing tidak perlu dtg ke kafe tetapi pekerjaan terkait media sosial tetap bisa terjalankan. selain itu pembayaran digital juga membantu dalam perekapan seperti perekapan keuntungan, pengelompokan penghasilan, dan juga mengurangi risiko tidak balance catatan keuangan harian."

b. Implementasi Digitalisasi

1) Platform digital apa saja yang saat ini Bapak/Ibu manfaatkan dalam operasional usaha kuliner yang dijalankan?

"via instagram, facebook, dan status WA"

2) Sejak kapan usaha Bapak/Ibu mulai menerapkan teknologi digital dalam kegiatan bisnis?

"Sejak 2024"

3) Bagaimana Intensitas atau frekuensi penggunaan platform digital tersebut dalam mendukung aktivitas operasional sehari-hari usaha Bapak/Ibu?

"sangat sering."

c. Kemudahan Penggunaan Teknologi

1) Bagaimana tingkat kemudahan yang Bapak/Ibu rasakan dalam mengoperasikan berbagai platform digital dalam menjalankan aktivitas usaha kuliner?

"sebenarnya mudah, tetapj yg menjadi kendala adalah tingkat kreatifitas konten kreator terhadap penggunaan media sosial. yg kedua pembayaran digital sangat mudah namun ada risiko kecil seperti perekapan void."

2) Bagaimana persepsi dan respon konsumen terhadap penggunaan sistem pemesanan berbasis digital yang Bapak/Ibu terapkan dalam usaha kuliner?

"semua komunikasi dengan pelanggan semunya ada di dm instagram dan sangat memuaskan pelanggan."

3) Sejauh mana Bapak/Ibu merasakan manfaat serta kemudahan yang diperoleh dari pemanfaatan platform digital dalam mendukung operasional dan peningkatan omset usaha kuliner yang dijalankan?

"sangat mendukung, dan jelas meningkatkan omset usaha karena konsumen merasa nyaman dan dilayani."

d. Pengaruh terhadap Omset Usaha

1) Berapa persentasi peningkatan omset yang Bapak/Ibu alami setelah menggunakan teknologi digital dalam usaha kuliner?

"Meningkat sekitar 80%."

2) Bagaimana Perbandingan omset usaha Bapak/Ibu sebelum dan sesudah penerapan teknologi digital dalam operasional usaha?

"Naik mas."

3) Menurut pengalaman Bapak/Ibu, faktor digitalisasi apa saja yang paling signifikan mempengaruhi peningkatan omset usaha kuliner yang dijalankan?

"promosi dari media sosial mas yang paling dirasakan, dari sana orang lebih banyak tau usaha ini"

e. Sikap terhadap digitalisasi

1) Secara umum, sejauh mana tingkat kepuasan Bapak/Ibu terhadap implementasi teknologi digital dalam operasional usaha kuliner yang dijalankan?

"Tidak ada perbandingan"

2) Dalam skala 1 hingga 5, bagaimana Bapak/Ibu menilai tingkat kepuasan terhadap hasil yang diperoleh dari penerapan teknologi digital dalam usaha mikro sektor kuliner?
"5 sangat puas"
3) Apakah Bapak/Ibu mengalami kendala atau tantangan tertentu selama proses pemanfaatan teknologi digital dalam usaha, serta bagaimana pengalaman Bapak/Ibu dalam mengatasi hal tersebut?
"sejauh ini belum terdapat kendala"

4. Sego Cokot

Nama Usaha: Sego Cokot

Alamat: Jl. Candi Winangun, Candi Winangun, Sardonoharjo, Kec. Ngaglik, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55581

Nama Pemilik: Yuri Mulyati

Usaha Berjalan: 2 Tahun sejak 2023

Tempat: Wawancara

a. Persepsi Penggunaan Digitalisasi
   1) Bagaimana pandangan Bapak/Ibu terhadap manfaat penggunaan teknologi digital dalam usaha kuliner ini?
   "sangat bermanfaat karena base penjualannya lewat ig"
   2) Apakah menurut Bapak/Ibu penggunaan teknologi digital dapat membantu meningkatkan penjualan produk? Bagaimana mekanisme penerapan dalam usaha Bapak/Ibu?
   "jelas membantu meningkatkan penjualan produk, karena semua pemasaran dan pemesanan via media sosial."
   3) Dari sisi waktu dan tenaga, seberapa besar digitalisasi membantu efisiensi operasional usaha?
   "sangat besar terutama di tenaga karena tidak perlu mencari market pasar secara offline."

b. Implementasi Digitalisasi

1) Platform digital apa saja yang saat ini Bapak/Ibu manfaatkan dalam operasional usaha kuliner yang dijalankan?
   "ig dan status wa"
2) Sejak kapan usaha Bapak/Ibu mulai menerapkan teknologi digital dalam kegiatan bisnis?
   "2023"
3) Bagaimana Intensitas atau frekuensi penggunaan platform digital tersebut dalam mendukung aktivitas operasional sehari-hari usaha Bapak/Ibu?
   "sering dan setiap hari harus open PO"

c. Kemudahan Penggunaan Teknologi
   1) Bagaimana tingkat kemudahan yang Bapak/Ibu rasakan dalam mengoperasikan berbagai platform digital dalam menjalankan aktivitas usaha kuliner?
      "sangat mudah karena telah mengikuti kelas pelatihan penggunaan platform digital."
   2) Bagaimana persepsi dan respon konsumen terhadap penggunaan sistem pemesanan berbasis digital yang Bapak/Ibu terapkan dalam usaha kuliner?
      "memudahkan konsumen dan konsumen juga merasa nyaman."
   3) Sejauh mana Bapak/Ibu merasakan manfaat serta kemudahan yang diperoleh dari pemanfaatan platform digital dalam mendukung operasional dan peningkatan omset usaha kuliner yang dijalankan?
      "sangat bermanfaat karena seluruh omset dari platform digital."

d. Pengaruh terhadap Omset Usaha
   1) Berapa persentasi peningkatan omset yang Bapak/Ibu alami setelah menggunakan teknologi digital dalam usaha kuliner?
      "100%."
   2) Bagaimana Perbandingan omset usaha Bapak/Ibu sebelum dan sesudah penerapan teknologi digital dalam operasional usaha?
      "Tidak ada perbandingan."

3) Menurut pengalaman Bapak/Ibu, faktor digitalisasi apa saja yang paling signifikan mempengaruhi peningkatan omset usaha kuliner yang dijalankan?

"pemasarannya karena konsumenlebih tau dan lebih percaya terhadap produk."

e. Sikap terhadap digitalisasi

1) Secara umum, sejauh mana tingkat kepuasan Bapak/Ibu terhadap implementasi teknologi digital dalam operasional usaha kuliner yang dijalankan?

"sangat puas"

2) Dalam skala 1 hingga 5, bagaimana Bapak/Ibu menilai tingkat kepuasan terhadap hasil yang diperoleh dari penerapan teknologi digital dalam usaha mikro sektor kuliner?

"5 sangat puas"

3) Apakah Bapak/Ibu mengalami kendala atau tantangan tertentu selama proses pemanfaatan teknologi digital dalam usaha, serta bagaimana pengalaman Bapak/Ibu dalam mengatasi hal tersebut?

"endala kadang admin slowresp sehingga produk diproduksi lebih lama."

5. Kedai Lontong Medan Berkah

Nama Usaha: Kedai Lontong Medan Berkahi

Alamat: Jl. Dayu Baru, Tambakan, Sinduharjo, Kec. Ngaglik, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55581

Nama Pemilik: Iqbal Fahlevi

Usaha Berjalan: 7 Tahun sejak 2018

Tempat: Wawancara

a. Persepsi Penggunaan Digitalisasi

1) Bagaimana pandangan Bapak/Ibu terhadap manfaat penggunaan teknologi digital dalam usaha kuliner ini?

"Bermanfaat mas, untuk menjaga pelanggan agar tetap tahu info kedai."

2) Apakah menurut Bapak/Ibu penggunaan teknologi digital dapat membantu meningkatkan penjualan produk? Bagaimana mekanisme penerapan dalam usaha Bapak/Ibu?

   "iya meningkatkan karena menjual lewat berbagai platform e-commerce"

3) Dari sisi waktu dan tenaga, seberapa besar digitalisasi membantu efisiensi operasional usaha?

   "Sangat efisien terkait waktu dan tenaga"

b. Implementasi Digitalisasi

1) Platform digital apa saja yang saat ini Bapak/Ibu manfaatkan dalam operasional usaha kuliner yang dijalankan?

   "Shopeefood dan Gofood mas"

2) Sejak kapan usaha Bapak/Ibu mulai menerapkan teknologi digital dalam kegiatan bisnis?

   "Sejak 2022 sudah pakai gofood mas"

3) Bagaimana Intensitas atau frekuensi penggunaan platform digital tersebut dalam mendukung aktivitas operasional sehari-hari usaha Bapak/Ibu?

   "sering banget mas untuk operasional."

c. Kemudahan Penggunaan Teknologi

1) Bagaimana tingkat kemudahan yang Bapak/Ibu rasakan dalam mengoperasikan berbagai platform digital dalam menjalankan aktivitas usaha kuliner?

   "sejauh ini sangta mudah, karena sudah banyak tools di platform e-commerce tsb."

2) Bagaimana persepsi dan respon konsumen terhadap penggunaan sistem pemesanan berbasis digital yang Bapak/Ibu terapkan dalam usaha kuliner?

   "sangat senang karena walaupun mereka dari luar daerah dan tinggal jauh, mereka tetap bisa menikmati makanan khas mereka."

3) Sejauh mana Bapak/Ibu merasakan manfaat serta kemudahan yang diperoleh dari pemanfaatan platform digital dalam mendukung operasional dan peningkatan omset usaha kuliner yang dijalankan?
"sangat memudahkan mas, tentu omset juga naik dan 50% omset dari platform digital."

d. Pengaruh terhadap Omset Usaha
1) Berapa persentasi peningkatan omset yang Bapak/Ibu alami setelah menggunakan teknologi digital dalam usaha kuliner?
"Meningkat sekitar 60-65%."
2) Bagaimana Perbandingan omset usaha Bapak/Ibu sebelum dan sesudah penerapan teknologi digital dalam operasional usaha?
"lumayan jauh ya ."
3) Menurut pengalaman Bapak/Ibu, faktor digitalisasi apa saja yang paling signifikan mempengaruhi peningkatan omset usaha kuliner yang dijalankan?
Paling signifikan e-commerce, pembayaran digital, dan pemasaran digital."

e. Sikap terhadap digitalisasi
1) Secara umum, sejauh mana tingkat kepuasan Bapak/Ibu terhadap implementasi teknologi digital dalam operasional usaha kuliner yang dijalankan?
"sangat puas."
2) Dalam skala 1 hingga 5, bagaimana Bapak/Ibu menilai tingkat kepuasan terhadap hasil yang diperoleh dari penerapan teknologi digital dalam usaha mikro sektor kuliner?
"5 sangat puas"
3) Apakah Bapak/Ibu mengalami kendala atau tantangan tertentu selama proses pemanfaatan teknologi digital dalam usaha, serta bagaimana pengalaman Bapak/Ibu dalam mengatasi hal tersebut?
"Karena ortu yang jaga, jd saya harus tetap mengontrol dan dipantau terus mas."

6. Mie Ayam Pak Tekun

   Nama Usaha: Mie ayam Pak Tekun

   Alamat: Gg. Harjuna, Ngabean Kulon RT.07/RW.36, Ngabean Kulon, Sinduharjo, Kec. Ngaglik, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55581

   Nama Pemilik: Bapak Teddy

   Usaha Berjalan: 6 Tahun sejak 2019

   Tempat: Wawancara di lokasi

   a. Persepsi Penggunaan Digitalisasi

      1) Bagaimana pandangan Bapak/Ibu terhadap manfaat penggunaan teknologi digital dalam usaha kuliner ini?

         "bermanfaat mas, Alhamdulillah mempermudah juga"

      2) Apakah menurut Bapak/Ibu penggunaan teknologi digital dapat membantu meningkatkan penjualan produk? Bagaimana mekanisme penerapan dalam usaha Bapak/Ibu?

         "saya kurang merasakan mas, soalnya emang hanya pakai pembayaran Qris"

      3) Dari sisi waktu dan tenaga, seberapa besar digitalisasi membantu efisiensi operasional usaha?

   b. Implementasi Digitalisasi

      1) Platform digital apa saja yang saat ini Bapak/Ibu manfaatkan dalam operasional usaha kuliner yang dijalankan?

         "Pembayaran digital, Qris"

      2) Sejak kapan usaha Bapak/Ibu mulai menerapkan teknologi digital dalam kegiatan bisnis?

         "Sejak 2023"

      3) Bagaimana Intensitas atau frekuensi penggunaan platform digital tersebut dalam mendukung aktivitas operasional sehari-hari usaha Bapak/Ibu?

"sering mas, soalnya kan emang sekarang banyak yang pakai pembayaran digital ya"

c. Kemudahan Penggunaan Teknologi
    1) Bagaimana tingkat kemudahan yang Bapak/Ibu rasakan dalam mengoperasikan berbagai platform digital dalam menjalankan aktivitas usaha kuliner?
    "mudah mas"
    2) Bagaimana persepsi dan respon konsumen terhadap penggunaan sistem pemesanan berbasis digital yang Bapak/Ibu terapkan dalam usaha kuliner?
    "ya kalau dilihat sekarang karena banyak yang bayar pakai ini (Qris) ya jadi pada seneng"
    3) Sejauh mana Bapak/Ibu merasakan manfaat serta kemudahan yang diperoleh dari pemanfaatan platform digital dalam mendukung operasional dan peningkatan omset usaha kuliner yang dijalankan?
d. Pengaruh terhadap Omset Usaha
    1) Berapa persentasi peningkatan omset yang Bapak/Ibu alami setelah menggunakan teknologi digital dalam usaha kuliner?
    "Meningkat sekitar 20-30%."
    2) Bagaimana Perbandingan omset usaha Bapak/Ibu sebelum dan sesudah penerapan teknologi digital dalam operasional usaha?
    "lumayan mas."
    3) Menurut pengalaman Bapak/Ibu, faktor digitalisasi apa saja yang paling signifikan mempengaruhi peningkatan omset usaha kuliner yang dijalankan?
    "karena saya pakainya Qris jadi ya itu aja mas"
e. Sikap terhadap digitalisasi
    1) Secara umum, sejauh mana tingkat kepuasan Bapak/Ibu terhadap implementasi teknologi digital dalam operasional usaha kuliner yang dijalankan?
    "puas mas."

2) Dalam skala 1 hingga 5, bagaimana Bapak/Ibu menilai tingkat kepuasan terhadap hasil yang diperoleh dari penerapan teknologi digital dalam usaha mikro sektor kuliner?
   "5 lah mas, puas"
3) Apakah Bapak/Ibu mengalami kendala atau tantangan tertentu selama proses pemanfaatan teknologi digital dalam usaha, serta bagaimana pengalaman Bapak/Ibu dalam mengatasi hal tersebut?
   "sejauh ini tidak ada mas."

7. Bebek Simpatik

   Nama Usaha: Bebek Simpatik

   Alamat: Jl. Krisna No.39, RT.1/RW.1, Cebongan Kidul, Tlogoadi, Kec. Mlati, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55286

   Nama Pemilik: Ibu Fauziyah Agustiani

   Usaha Berjalan: 13 Tahun sejak 2002

   Tempat: Wawancara di lokasi

   a. Persepsi Penggunaan Digitalisasi
      1) Bagaimana pandangan Bapak/Ibu terhadap manfaat penggunaan teknologi digital dalam usaha kuliner ini?
         "ya bermanfaat, karena saya jualannya juga di platform online, tapi ya baru 2021 mulai jualan di platform online, ya membantu penjualan lah mas"
      2) Apakah menurut Bapak/Ibu penggunaan teknologi digital dapat membantu meningkatkan penjualan produk? Bagaimana mekanisme penerapan dalam usaha Bapak/Ibu?
         "ya membantu meningkatkan mas, mekanismenya dengan adanya platform tsb. Memudahkan juga dan saya membuat sistem paketan menu."
      3) Dari sisi waktu dan tenaga, seberapa besar digitalisasi membantu efisiensi operasional usaha?

"kalau dari sisi tenaga sebenernya tidak membantu efisien karena kita juga melayani yang offline dan itu banyak, kalau dari sisi waktu ya efien mas karena dibantu platform e-commerce"

b. Implementasi Digitalisasi

1) Platform digital apa saja yang saat ini Bapak/Ibu manfaatkan dalam operasional usaha kuliner yang dijalankan?
"Shopeefood, grab, gofood mas"

2) Sejak kapan usaha Bapak/Ibu mulai menerapkan teknologi digital dalam kegiatan bisnis?
"Sejak 2021 mas"

3) Bagaimana Intensitas atau frekuensi penggunaan platform digital tersebut dalam mendukung aktivitas operasional sehari-hari usaha Bapak/Ibu?
"sering"

c. Kemudahan Penggunaan Teknologi

1) Bagaimana tingkat kemudahan yang Bapak/Ibu rasakan dalam mengoperasikan berbagai platform digital dalam menjalankan aktivitas usaha kuliner?
"mudah soalnya banyak karyawan juga"

2) Bagaimana persepsi dan respon konsumen terhadap penggunaan sistem pemesanan berbasis digital yang Bapak/Ibu terapkan dalam usaha kuliner?
"konsumennya pada senang mas karena ga perlu antri di tempat, tinggal pesen lewat online."

3) Sejauh mana Bapak/Ibu merasakan manfaat serta kemudahan yang diperoleh dari pemanfaatan platform digital dalam mendukung operasional dan peningkatan omset usaha kuliner yang dijalankan?
"sangat bermanfaat mas"

d. Pengaruh terhadap Omset Usaha

1) Berapa persentasi peningkatan omset yang Bapak/Ibu alami setelah menggunakan teknologi digital dalam usaha kuliner?
   "Meningkat sekitar 50-70%."
2) Bagaimana Perbandingan omset usaha Bapak/Ibu sebelum dan sesudah penerapan teknologi digital dalam operasional usaha?
   "lebih banyak saat menggunakan online karena ada 2 fasilitas bisa pesen lewat online dan ke warung langsung."
3) Menurut pengalaman Bapak/Ibu, faktor digitalisasi apa saja yang paling signifikan mempengaruhi peningkatan omset usaha kuliner yang dijalankan?
   "media sosial mas, jadi viral dan meningkat"

e. Sikap terhadap digitalisasi

1) Secara umum, sejauh mana tingkat kepuasan Bapak/Ibu terhadap implementasi teknologi digital dalam operasional usaha kuliner yang dijalankan?
   "sangat puas mas"
2) Dalam skala 1 hingga 5, bagaimana Bapak/Ibu menilai tingkat kepuasan terhadap hasil yang diperoleh dari penerapan teknologi digital dalam usaha mikro sektor kuliner?
   "5"
3) Apakah Bapak/Ibu mengalami kendala atau tantangan tertentu selama proses pemanfaatan teknologi digital dalam usaha, serta bagaimana pengalaman Bapak/Ibu dalam mengatasi hal tersebut?
   "belum ada mas"

8. Warung Makan Bu Yanti

   Nama Usaha: Warung Makan Bu Yanti

   Alamat: Candikarang, Jl. Sunan Kalijaga, RT.04/RW.09, Sardonoharjo, Kec. Ngaglik, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55581

   Nama Pemilik: Ibu Riyanti

   Usaha Berjalan: 3 Tahun

Tempat: Wawancara di lokasi

a. Persepsi Penggunaan Digitalisasi

1) Bagaimana pandangan Bapak/Ibu terhadap manfaat penggunaan teknologi digital dalam usaha kuliner ini?

"sebenarnya ada plus minusnya mas, kebanyakan pelanggan saya kan mahasiswa, mereka juga terbantu dengan adanya pembayaran qris, untuk minusnya karena rata rata menggunakan qris, jd saya tidak punya uang tunai untuk belanja di pasar, kan kalau di pasar tidak banyak orang menggunakan qris"

2) Apakah menurut Bapak/Ibu penggunaan teknologi digital dapat membantu meningkatkan penjualan produk? Bagaimana mekanisme penerapan dalam usaha Bapak/Ibu?

"kalau untuk meningkatkan penjualan sepertinya belum merasakan ya mas karena yang pakai teknologi hanya pembayarannya aja"

3) Dari sisi waktu dan tenaga, seberapa besar digitalisasi membantu efisiensi operasional usaha?

"efisien sih mas karena kan jadinya uang pas semua ya"

b. Implementasi Digitalisasi

1) Platform digital apa saja yang saat ini Bapak/Ibu manfaatkan dalam operasional usaha kuliner yang dijalankan?

"pembayaran qris"

2) Sejak kapan usaha Bapak/Ibu mulai menerapkan teknologi digital dalam kegiatan bisnis?

"Sejak 2022 mas"

3) Bagaimana Intensitas atau frekuensi penggunaan platform digital tersebut dalam mendukung aktivitas operasional sehari-hari usaha Bapak/Ibu?

"sering"

c. Kemudahan Penggunaan Teknologi

1) Bagaimana tingkat kemudahan yang Bapak/Ibu rasakan dalam mengoperasikan berbagai platform digital dalam menjalankan aktivitas usaha kuliner?

   "mudah mas karena banyak karyawan yang masih muda-muda juga"

2) Bagaimana persepsi dan respon konsumen terhadap penggunaan sistem pemesanan berbasis digital yang Bapak/Ibu terapkan dalam usaha kuliner?

3) Sejauh mana Bapak/Ibu merasakan manfaat serta kemudahan yang diperoleh dari pemanfaatan platform digital dalam mendukung operasional dan peningkatan omset usaha kuliner yang dijalankan?

   "lumayan bermanfaat mas"

d. Pengaruh terhadap Omset Usaha

1) Berapa persentasi peningkatan omset yang Bapak/Ibu alami setelah menggunakan teknologi digital dalam usaha kuliner?

   "tidak ada perbandingan"

2) Bagaimana Perbandingan omset usaha Bapak/Ibu sebelum dan sesudah penerapan teknologi digital dalam operasional usaha?

3) Menurut pengalaman Bapak/Ibu, faktor digitalisasi apa saja yang paling signifikan mempengaruhi peningkatan omset usaha kuliner yang dijalankan?

e. Sikap terhadap digitalisasi

1) Secara umum, sejauh mana tingkat kepuasan Bapak/Ibu terhadap implementasi teknologi digital dalam operasional usaha kuliner yang dijalankan?

   "puas mas"

2) Dalam skala 1 hingga 5, bagaimana Bapak/Ibu menilai tingkat kepuasan terhadap hasil yang diperoleh dari penerapan teknologi digital dalam usaha mikro sektor kuliner?

   "4"

3) Apakah Bapak/Ibu mengalami kendala atau tantangan tertentu selama proses pemanfaatan teknologi digital dalam usaha, serta bagaimana pengalaman Bapak/Ibu dalam mengatasi hal tersebut?
"sejauh ini belum ada mas"

9. Es Doger Caturharjo

Nama Usaha: Es Doger Caturharjo

Alamat: Ngaglik, Caturharjo, Kec. Sleman, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55515

Nama Pemilik: Kak Alfi

Usaha Berjalan: 2 Tahun

Tempat: Wawancara Via Chat *Whatsapp*

a. Persepsi Penggunaan Digitalisasi

1) Bagaimana pandangan Bapak/Ibu terhadap manfaat penggunaan teknologi digital dalam usaha kuliner ini?
"Untuk Sejauh ini teknologi digital sangat bermanfaat dan membantu dalam usaha kuliner kami ini."

2) Apakah menurut Bapak/Ibu penggunaan teknologi digital dapat membantu meningkatkan penjualan produk? Bagaimana mekanisme penerapan dalam usaha Bapak/Ibu?

3) Dari sisi waktu dan tenaga, seberapa besar digitalisasi membantu efisiensi operasional usaha?
"Sangat sangat membantu, karna menurut kami teknologi digital mempermudah resto , juga memperluas pasaran kuliner kami dg sangat cepat. Selain itu juga menambah peluang kerja, cthnya Driver ojol juga ikut serta dlm pengantarannya. Dll.

b. Implementasi Digitalisasi

1) Platform digital apa saja yang saat ini Bapak/Ibu manfaatkan dalam operasional usaha kuliner yang dijalankan?

"Untuk saat ini yg kami gunakan baru platform : gojek, shopee, grab, google map,"

2) Sejak kapan usaha Bapak/Ibu mulai menerapkan teknologi digital dalam kegiatan bisnis?
   "Sejak 2023 mas"
3) Bagaimana Intensitas atau frekuensi penggunaan platform digital tersebut dalam mendukung aktivitas operasional sehari-hari usaha Bapak/Ibu?
   "sering"

c. Kemudahan Penggunaan Teknologi
   1) Bagaimana tingkat kemudahan yang Bapak/Ibu rasakan dalam mengoperasikan berbagai platform digital dalam menjalankan aktivitas usaha kuliner?
   2) Bagaimana persepsi dan respon konsumen terhadap penggunaan sistem pemesanan berbasis digital yang Bapak/Ibu terapkan dalam usaha kuliner?
   3) Sejauh mana Bapak/Ibu merasakan manfaat serta kemudahan yang diperoleh dari pemanfaatan platform digital dalam mendukung operasional dan peningkatan omset usaha kuliner yang dijalankan?
      "sangat bermanfaat mas"

d. Pengaruh terhadap Omset Usaha
   1) Berapa persentasi peningkatan omset yang Bapak/Ibu alami setelah menggunakan teknologi digital dalam usaha kuliner?
      "Meningkat sekitar Ya 90%"
   2) Bagaimana Perbandingan omset usaha Bapak/Ibu sebelum dan sesudah penerapan teknologi digital dalam operasional usaha?
      "Kalo naik brp persen blm tau, dr awal jualan sudah pakai online.Beda nama restonya aja)."
   3) Menurut pengalaman Bapak/Ibu, faktor digitalisasi apa saja yang paling signifikan mempengaruhi peningkatan omset usaha kuliner yang dijalankan?

e. Sikap terhadap digitalisasi

1) Secara umum, sejauh mana tingkat kepuasan Bapak/Ibu terhadap implementasi teknologi digital dalam operasional usaha kuliner yang dijalankan?

"sangat puas mas"

2) Dalam skala 1 hingga 5, bagaimana Bapak/Ibu menilai tingkat kepuasan terhadap hasil yang diperoleh dari penerapan teknologi digital dalam usaha mikro sektor kuliner?

"5"

3) Apakah Bapak/Ibu mengalami kendala atau tantangan tertentu selama proses pemanfaatan teknologi digital dalam usaha, serta bagaimana pengalaman Bapak/Ibu dalam mengatasi hal tersebut?

"Kendala sih yg pasti Kurang nya Modal (karna dr dulu sudah diwanti-wanti jangan sampai utang buat buka usaha),Untuk saat ini mungkin hanya hpnya aja yg kurang mendukung, karna baru punya 1hp dan hpnya masih gabung dg hp pribadi. lainnya mungkin terkendala waktu aja karna semua masih kami handle sendiri. Makanya waktu untuk memaksimalkan kurang."

10. Dapoerku Nagih

Nama Usaha: Dapoerku Nagih

Alamat: Jl. Jongke, Jongke Tengah, Sendangadi, Kec. Mlati, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55285

Nama Pemilik: Devin Atalah

Usaha Berjalan: 1 Tahun

Tempat: Wawancara di lokasi

a. Persepsi Penggunaan Digitalisasi

1) Bagaimana pandangan Bapak/Ibu terhadap manfaat penggunaan teknologi digital dalam usaha kuliner ini?

"mempermudah pembayaran dan juga banyak yang tau dari IG, banyak juga pembayaran via qris jd memudahkan karena tempat kulakan kebanyakan sudah menggunakan qris"

2) Apakah menurut Bapak/Ibu penggunaan teknologi digital dapat membantu meningkatkan penjualan produk? Bagaimana mekanisme penerapan dalam usaha Bapak/Ibu?

"bisa mas, selain banyak yg tau dari IG, kita juga buka di shopeefood, dan goofod"

3) Dari sisi waktu dan tenaga, seberapa besar digitalisasi membantu efisiensi operasional usaha?

"sangat membantu"

b. Implementasi Digitalisasi

1) Platform digital apa saja yang saat ini Bapak/Ibu manfaatkan dalam operasional usaha kuliner yang dijalankan?

"shopeefood, ig, qris, Gofood"

2) Sejak kapan usaha Bapak/Ibu mulai menerapkan teknologi digital dalam kegiatan bisnis?

"Sejak 2024"

3) Bagaimana Intensitas atau frekuensi penggunaan platform digital tersebut dalam mendukung aktivitas operasional sehari-hari usaha Bapak/Ibu?

"sangat sering"

c. Kemudahan Penggunaan Teknologi

1) Bagaimana tingkat kemudahan yang Bapak/Ibu rasakan dalam mengoperasikan berbagai platform digital dalam menjalankan aktivitas usaha kuliner?

"mudah"

2) Bagaimana persepsi dan respon konsumen terhadap penggunaan sistem pemesanan berbasis digital yang Bapak/Ibu terapkan dalam usaha kuliner?

3) Sejauh mana Bapak/Ibu merasakan manfaat serta kemudahan yang diperoleh dari pemanfaatan platform digital dalam mendukung operasional dan peningkatan omset usaha kuliner yang dijalankan?
"sangat bermanfaat"

d. Pengaruh terhadap Omset Usaha
1) Berapa persentasi peningkatan omset yang Bapak/Ibu alami setelah menggunakan teknologi digital dalam usaha kuliner?
"qris dan cash 3:1 karena menggunakan dr awal ya 100 persen"
2) Bagaimana Perbandingan omset usaha Bapak/Ibu sebelum dan sesudah penerapan teknologi digital dalam operasional usaha?
"sejak awal sudah pakai teknologi digital"
3) Menurut pengalaman Bapak/Ibu, faktor digitalisasi apa saja yang paling signifikan mempengaruhi peningkatan omset usaha kuliner yang dijalankan?

e. Sikap terhadap digitalisasi
1) Secara umum, sejauh mana tingkat kepuasan Bapak/Ibu terhadap implementasi teknologi digital dalam operasional usaha kuliner yang dijalankan?
"sangat puas"
2) Dalam skala 1 hingga 5, bagaimana Bapak/Ibu menilai tingkat kepuasan terhadap hasil yang diperoleh dari penerapan teknologi digital dalam usaha mikro sektor kuliner?
"5"
3) Apakah Bapak/Ibu mengalami kendala atau tantangan tertentu selama proses pemanfaatan teknologi digital dalam usaha, serta bagaimana pengalaman Bapak/Ibu dalam mengatasi hal tersebut?
"pernah tertipu orang qris aja sih"

11. The Soes

Nama Usaha: The Soes

Alamat: Jl. Mirota, Tajem, Maguwoharjo, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281

Nama Pemilik: Mas Ryan

Usaha Berjalan: 1 Tahun

Tempat: Wawancara di lokasi

a. Persepsi Penggunaan Digitalisasi

1) Bagaimana pandangan Bapak/Ibu terhadap manfaat penggunaan teknologi digital dalam usaha kuliner ini?

"yang saya rasakan memudahkan saya mas dalam hal pembayaran juga simpel""

2) Apakah menurut Bapak/Ibu penggunaan teknologi digital dapat membantu meningkatkan penjualan produk? Bagaimana mekanisme penerapan dalam usaha Bapak/Ibu?

"bisa mas, memang penjualan lewat *shopeefood* itu yang di pusat, sedangkan yangh di cabang hanya orang yang lewat aja yang beli"

3) Dari sisi waktu dan tenaga, seberapa besar digitalisasi membantu efisiensi operasional usaha?

"sangat membantu"

b. Implementasi Digitalisasi

1) Platform digital apa saja yang saat ini Bapak/Ibu manfaatkan dalam operasional usaha kuliner yang dijalankan?

"*shopeefood*"

2) Sejak kapan usaha Bapak/Ibu mulai menerapkan teknologi digital dalam kegiatan bisnis?

"Sejak 2024"

3) Bagaimana Intensitas atau frekuensi penggunaan platform digital tersebut dalam mendukung aktivitas operasional sehari-hari usaha Bapak/Ibu?

"sangat sering"

c. Kemudahan Penggunaan Teknologi

1) Bagaimana tingkat kemudahan yang Bapak/Ibu rasakan dalam mengoperasikan berbagai platform digital dalam menjalankan aktivitas usaha kuliner?

   “mudah”

2) Bagaimana persepsi dan respon konsumen terhadap penggunaan sistem pemesanan berbasis digital yang Bapak/Ibu terapkan dalam usaha kuliner?

   “sejauh yang saya lihat mereka kebanyakan menggunakan pembayaran digital mas, jd menurut saya yaa mereka juga mudah”

3) Sejauh mana Bapak/Ibu merasakan manfaat serta kemudahan yang diperoleh dari pemanfaatan platform digital dalam mendukung operasional dan peningkatan omset usaha kuliner yang dijalankan?

   “sangat bermanfaat”

d. Pengaruh terhadap Omset Usaha

1) Berapa persentasi peningkatan omset yang Bapak/Ibu alami setelah menggunakan teknologi digital dalam usaha kuliner?

   “karena menggunakan dr awal ya 100 persen”

2) Bagaimana Perbandingan omset usaha Bapak/Ibu sebelum dan sesudah penerapan teknologi digital dalam operasional usaha?

   “sejak awal sudah pakai teknologi digital”

3) Menurut pengalaman Bapak/Ibu, faktor digitalisasi apa saja yang paling signifikan mempengaruhi peningkatan omset usaha kuliner yang dijalankan?

e. Sikap terhadap digitalisasi

1) Secara umum, sejauh mana tingkat kepuasan Bapak/Ibu terhadap implementasi teknologi digital dalam operasional usaha kuliner yang dijalankan?

   “sangat puas”

2) Dalam skala 1 hingga 5, bagaimana Bapak/Ibu menilai tingkat kepuasan terhadap hasil yang diperoleh dari penerapan teknologi digital dalam usaha mikro sektor kuliner?
   "5"
3) Apakah Bapak/Ibu mengalami kendala atau tantangan tertentu selama proses pemanfaatan teknologi digital dalam usaha, serta bagaimana pengalaman Bapak/Ibu dalam mengatasi hal tersebut?
   "tidak ada mas"

12. Warung Makan Bu Sofi

Nama Usaha: Warung Makan Bu Sofi

Alamat: Jl. Jongke, Jongke Tengah, Sendangadi, Kec. Mlati, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55285

Nama Pemilik: Ibu Sofi

Usaha Berjalan: 1 Tahun

Tempat: Wawancara di lokasi

a. Persepsi Penggunaan Digitalisasi
   1) Bagaimana pandangan Bapak/Ibu terhadap manfaat penggunaan teknologi digital dalam usaha kuliner ini?
      "sebenarnya bermanfaat mas, warung juga jadi ramai dari pesanan online, tapi saya jadi kewalahan belum ada tenaga tambahan, karena saya melayani sendiri"
   2) Apakah menurut Bapak/Ibu penggunaan teknologi digital dapat membantu meningkatkan penjualan produk? Bagaimana mekanisme penerapan dalam usaha Bapak/Ibu?
      "bisa mas, malah kadang warungnya sepi tapi ramai sama driver yang pada ngambil makanan"
   3) Dari sisi waktu dan tenaga, seberapa besar digitalisasi membantu efisiensi operasional usaha?
      "sangat membantu"
b. Implementasi Digitalisasi

1) Platform digital apa saja yang saat ini Bapak/Ibu manfaatkan dalam operasional usaha kuliner yang dijalankan?
   "shopeefood"
2) Sejak kapan usaha Bapak/Ibu mulai menerapkan teknologi digital dalam kegiatan bisnis?
   "Sejak 2019"
3) Bagaimana Intensitas atau frekuensi penggunaan platform digital tersebut dalam mendukung aktivitas operasional sehari-hari usaha Bapak/Ibu?
   "sangat sering"

c. Kemudahan Penggunaan Teknologi
   1) Bagaimana tingkat kemudahan yang Bapak/Ibu rasakan dalam mengoperasikan berbagai platform digital dalam menjalankan aktivitas usaha kuliner?
      "mudah, tapi saya juga perlu fokus mas, soalnya kan makanan saya makanan rumahan dan banyak macamnya, jd harus ekstra fokus"
   2) Bagaimana persepsi dan respon konsumen terhadap penggunaan sistem pemesanan berbasis digital yang Bapak/Ibu terapkan dalam usaha kuliner?
   3) Sejauh mana Bapak/Ibu merasakan manfaat serta kemudahan yang diperoleh dari pemanfaatan platform digital dalam mendukung operasional dan peningkatan omset usaha kuliner yang dijalankan?
      "sangat bermanfaat"

d. Pengaruh terhadap Omset Usaha
   1) Berapa persentasi peningkatan omset yang Bapak/Ibu alami setelah menggunakan teknologi digital dalam usaha kuliner?
      "meningkat sekitar 70% an mas"
   2) Bagaimana Perbandingan omset usaha Bapak/Ibu sebelum dan sesudah penerapan teknologi digital dalam operasional usaha?
      "naik banget sih mas, saya juga jd hemat tempat juga karena jarang ada yang makan di tempat, kebanyakan pada pesan lewat online."

3) Menurut pengalaman Bapak/Ibu, faktor digitalisasi apa saja yang paling signifikan mempengaruhi peningkatan omset usaha kuliner yang dijalankan?
"Pemesanan Online"

e. Sikap terhadap digitalisasi
1) Secara umum, sejauh mana tingkat kepuasan Bapak/Ibu terhadap implementasi teknologi digital dalam operasional usaha kuliner yang dijalankan?
"sangat puas"
2) Dalam skala 1 hingga 5, bagaimana Bapak/Ibu menilai tingkat kepuasan terhadap hasil yang diperoleh dari penerapan teknologi digital dalam usaha mikro sektor kuliner?
"4 mas"
3) Apakah Bapak/Ibu mengalami kendala atau tantangan tertentu selama proses pemanfaatan teknologi digital dalam usaha, serta bagaimana pengalaman Bapak/Ibu dalam mengatasi hal tersebut?
"kurang tenaga dalam pelayanan"

13. MorselbyMars

Nama Usaha: MorselbyMars
Alamat: Condongcatur, Kec. Depok, Kab. Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta
Nama Pemilik: Kak Marsa
Usaha Berjalan: 1 Tahun
Tempat: Via Chat *Whatsapp*

a. Persepsi Penggunaan Digitalisasi
1) Bagaimana pandangan Bapak/Ibu terhadap manfaat penggunaan teknologi digital dalam usaha kuliner ini?
"Menurut pandangan saya penggunaan teknologi digital khususnya dalam usaha kuliner sangat penting yaa ka, apalagi di era sekarang ini yg dimana hampir semua orang sudah melek digitalisasi. Bahkan untuk

usaha kuliner pun sekarang tidak harus punya tempat proper seperti ruko atau bangunan toko, tetapi dengan memanfaatkan teknologi digital pun sudah bisa membuka usaha walau dengan produksi rumahan/kost sudah bisa menjangkau banyak kalangan."

2) Apakah menurut Bapak/Ibu penggunaan teknologi digital dapat membantu meningkatkan penjualan produk? Bagaimana mekanisme penerapan dalam usaha Bapak/Ibu?

"bisa kak kebetulan kita open PO nya via *Instagram* dan status *Whatsapp*"

3) Dari sisi waktu dan tenaga, seberapa besar digitalisasi membantu efisiensi operasional usaha?

"sangat membantu"

b. Implementasi Digitalisasi

1) Platform digital apa saja yang saat ini Bapak/Ibu manfaatkan dalam operasional usaha kuliner yang dijalankan?

"Pemasaran Digital Via *Instagram* dan *Whatsapp"*

2) Sejak kapan usaha Bapak/Ibu mulai menerapkan teknologi digital dalam kegiatan bisnis?

"Sejak 2024"

3) Bagaimana Intensitas atau frekuensi penggunaan platform digital tersebut dalam mendukung aktivitas operasional sehari-hari usaha Bapak/Ibu?

"sangat sering"

c. Kemudahan Penggunaan Teknologi

1) Bagaimana tingkat kemudahan yang Bapak/Ibu rasakan dalam mengoperasikan berbagai platform digital dalam menjalankan aktivitas usaha kuliner?

"mudah kak"

2) Bagaimana persepsi dan respon konsumen terhadap penggunaan sistem pemesanan berbasis digital yang Bapak/Ibu terapkan dalam usaha kuliner?

3) Sejauh mana Bapak/Ibu merasakan manfaat serta kemudahan yang diperoleh dari pemanfaatan platform digital dalam mendukung operasional dan peningkatan omset usaha kuliner yang dijalankan?
"sangat bermanfaat"

d. Pengaruh terhadap Omset Usaha
1) Berapa persentasi peningkatan omset yang Bapak/Ibu alami setelah menggunakan teknologi digital dalam usaha kuliner?
"Tidak ada perbandingan"
2) Bagaimana Perbandingan omset usaha Bapak/Ibu sebelum dan sesudah penerapan teknologi digital dalam operasional usaha?
"sejak awal sudah pakai teknologi digital"
3) Menurut pengalaman Bapak/Ibu, faktor digitalisasi apa saja yang paling signifikan mempengaruhi peningkatan omset usaha kuliner yang dijalankan?
"lewat *Whatsapp* status aja sih kak dan yang pesan juga kalangan dekat karena faktor tenaga dan waktu produksi juga"

e. Sikap terhadap digitalisasi
1) Secara umum, sejauh mana tingkat kepuasan Bapak/Ibu terhadap implementasi teknologi digital dalam operasional usaha kuliner yang dijalankan?
"sangat puas"
2) Dalam skala 1 hingga 5, bagaimana Bapak/Ibu menilai tingkat kepuasan terhadap hasil yang diperoleh dari penerapan teknologi digital dalam usaha mikro sektor kuliner?
"5 kak"
3) Apakah Bapak/Ibu mengalami kendala atau tantangan tertentu selama proses pemanfaatan teknologi digital dalam usaha, serta bagaimana pengalaman Bapak/Ibu dalam mengatasi hal tersebut?
"Belum ada kak"

14. Warung Bening

Nama Usaha: Warung Bening

Alamat: Jl. Sunan Kalijaga No.21, RT.002/RW.008, Candi Karang, Sardonoharjo, Kec. Ngaglik, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55581

Nama Pemilik: Ibu Susanti

Usaha Berjalan: 1 Tahun

Tempat: Wawancara di lokasi

a. Persepsi Penggunaan Digitalisasi
    1) Bagaimana pandangan Bapak/Ibu terhadap manfaat penggunaan teknologi digital dalam usaha kuliner ini?
       "tidak terlalu merasakan mas"
    2) Apakah menurut Bapak/Ibu penggunaan teknologi digital dapat membantu meningkatkan penjualan produk? Bagaimana mekanisme penerapan dalam usaha Bapak/Ibu?
       "tidak juga mas, karena yang kesini lebih banyak karena lewat dan dari mulut ke mulut. Kebetulan kita juga bukanya 24 jam"
    3) Dari sisi waktu dan tenaga, seberapa besar digitalisasi membantu efisiensi operasional usaha?
       "saya belum merasakan mas"
b. Implementasi Digitalisasi
    1) Platform digital apa saja yang saat ini Bapak/Ibu manfaatkan dalam operasional usaha kuliner yang dijalankan?
       "Pembayaran Digital *qris*"
    2) Sejak kapan usaha Bapak/Ibu mulai menerapkan teknologi digital dalam kegiatan bisnis?
       "Sejak 2024"
    3) Bagaimana Intensitas atau frekuensi penggunaan platform digital tersebut dalam mendukung aktivitas operasional sehari-hari usaha Bapak/Ibu?
       "sangat sering karena kebanyakan menggunakan *qris*"
c. Kemudahan Penggunaan Teknologi

1) Bagaimana tingkat kemudahan yang Bapak/Ibu rasakan dalam mengoperasikan berbagai platform digital dalam menjalankan aktivitas usaha kuliner?
   "mudah karena ada karyawan yang paham"
2) Bagaimana persepsi dan respon konsumen terhadap penggunaan sistem pemesanan berbasis digital yang Bapak/Ibu terapkan dalam usaha kuliner?
3) Sejauh mana Bapak/Ibu merasakan manfaat serta kemudahan yang diperoleh dari pemanfaatan platform digital dalam mendukung operasional dan peningkatan omset usaha kuliner yang dijalankan?
   "tidak begitu merasakan manfaatnya"

d. Pengaruh terhadap Omset Usaha
   1) Berapa persentasi peningkatan omset yang Bapak/Ibu alami setelah menggunakan teknologi digital dalam usaha kuliner?
      "sedikit banget sih mas sekitar 10%"
   2) Bagaimana Perbandingan omset usaha Bapak/Ibu sebelum dan sesudah penerapan teknologi digital dalam operasional usaha?
   3) Menurut pengalaman Bapak/Ibu, faktor digitalisasi apa saja yang paling signifikan mempengaruhi peningkatan omset usaha kuliner yang dijalankan?

e. Sikap terhadap digitalisasi
   1) Secara umum, sejauh mana tingkat kepuasan Bapak/Ibu terhadap implementasi teknologi digital dalam operasional usaha kuliner yang dijalankan?
      "puas mas"
   2) Dalam skala 1 hingga 5, bagaimana Bapak/Ibu menilai tingkat kepuasan terhadap hasil yang diperoleh dari penerapan teknologi digital dalam usaha mikro sektor kuliner?
      "3"

3) Apakah Bapak/Ibu mengalami kendala atau tantangan tertentu selama proses pemanfaatan teknologi digital dalam usaha, serta bagaimana pengalaman Bapak/Ibu dalam mengatasi hal tersebut?
"*qris*nya beberapa kali error aja sih mas"

15. Omah Tinom

Nama Usaha: Omah Tinom

Alamat: Jl. Tinom, Besi, Sidoarum, Kec. Godean, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55264

Nama Pemilik: Ibu Diastuti Ningsih

Usaha Berjalan: 4 Tahun

Tempat: Wawancara di lokasi

a. Persepsi Penggunaan Digitalisasi
   1) Bagaimana pandangan Bapak/Ibu terhadap manfaat penggunaan teknologi digital dalam usaha kuliner ini?
      "memudahkan saya mas untuk memasarkan joglo juga untuk venue pernikahan"
   2) Apakah menurut Bapak/Ibu penggunaan teknologi digital dapat membantu meningkatkan penjualan produk? Bagaimana mekanisme penerapan dalam usaha Bapak/Ibu?
      "membantu mas, Alhamdulillah juga beberapa kali digunakan makrab mahasiswa dan juga disewakan untuk tempat pernikahan"
   3) Dari sisi waktu dan tenaga, seberapa besar digitalisasi membantu efisiensi operasional usaha?
      "sangat membantu"

b. Implementasi Digitalisasi
   1) Platform digital apa saja yang saat ini Bapak/Ibu manfaatkan dalam operasional usaha kuliner yang dijalankan?
      "Pemasaran Digital Instagram dan Pembayaran Digital"
   2) Sejak kapan usaha Bapak/Ibu mulai menerapkan teknologi digital dalam kegiatan bisnis?

"Sejak 2020"

3) Bagaimana Intensitas atau frekuensi penggunaan platform digital tersebut dalam mendukung aktivitas operasional sehari-hari usaha Bapak/Ibu?

"sangat sering"

c. Kemudahan Penggunaan Teknologi

1) Bagaimana tingkat kemudahan yang Bapak/Ibu rasakan dalam mengoperasikan berbagai platform digital dalam menjalankan aktivitas usaha kuliner?

"mudah mas"

2) Bagaimana persepsi dan respon konsumen terhadap penggunaan sistem pemesanan berbasis digital yang Bapak/Ibu terapkan dalam usaha kuliner?

3) Sejauh mana Bapak/Ibu merasakan manfaat serta kemudahan yang diperoleh dari pemanfaatan platform digital dalam mendukung operasional dan peningkatan omset usaha kuliner yang dijalankan?

"sangat bermanfaat"

d. Pengaruh terhadap Omset Usaha

1) Berapa persentasi peningkatan omset yang Bapak/Ibu alami setelah menggunakan teknologi digital dalam usaha kuliner?

"kebanyakan orang taunya dari mulut ke mulut mas tapi juga Instagram kita lumayan ramai"

2) Bagaimana Perbandingan omset usaha Bapak/Ibu sebelum dan sesudah penerapan teknologi digital dalam operasional usaha?

"lebih sering disewakan mas setelah menggunakan pemasaran digital"

3) Menurut pengalaman Bapak/Ibu, faktor digitalisasi apa saja yang paling signifikan mempengaruhi peningkatan omset usaha kuliner yang dijalankan?

"pemasaran digital"

e. Sikap terhadap digitalisasi

1) Secara umum, sejauh mana tingkat kepuasan Bapak/Ibu terhadap implementasi teknologi digital dalam operasional usaha kuliner yang dijalankan?
   "sangat puas"
2) Dalam skala 1 hingga 5, bagaimana Bapak/Ibu menilai tingkat kepuasan terhadap hasil yang diperoleh dari penerapan teknologi digital dalam usaha mikro sektor kuliner?
   "5 mas"
3) Apakah Bapak/Ibu mengalami kendala atau tantangan tertentu selama proses pemanfaatan teknologi digital dalam usaha, serta bagaimana pengalaman Bapak/Ibu dalam mengatasi hal tersebut?
   "Belum ada"

Lampiran 2 Hasil Observasi

Nama Pengamat : Gibran Lazuardi H
Tanggal Observasi : 14 Juli 2025
Waktu Observasi : 10.30-11.30
Lokasi Usaha : Jl. Rajawali Raya No. 48B, Manukan, Condongcatur, Kec. Depok, Kab. Sleman, DIY
Nama Pemilik Usaha : Bu Djoko

No	Aspek yang diamati		Catatan Tambahan
1.	Kondisi Umum Lokasi Usaha	Deskripsi singkat mengenai lokasi usaha (lingkungan sekitar, aksesibilitas)	Parkir luas, dan lokasi strategis

2.		Kondisi fisik usaha (tata letak, fasilitas digital yang digunakan seperti computer, smartphone, atau perangkat kasir digital)	Tersedia perangkat kasir, dan pencetak nota
3.		Aktifitas usaha saat observasi (jumlah pelanggan, proses transaksi, penggunaan teknologi digital)	Kondisi warung tidak terlalu ramai dan ada yang menggunakan metode pembayaran *qris*
4.	Observasi Penggunaan Digitalisasi dalam Usaha	Apakah pemilik usaha menggunakan platform digital dan apa platform yang digunakan	Ya.
5.		Bagaimana cara pemilik usaha mengoperasikan teknologi tersebut (kemudahan dan kelancaran dalam pengoperasian)	Terlihat sudah menguasai.
6.	Verifikasi Pernyataan Pemilik Usaha dengan Hasil Wawancara	Apakah pernyataan pemilik usaha mengenai manfaat digitalisasi sesuai dengan yang diamati dilapangan	Merasa terbantu dan karyawan menguasai penggunaan teknologi digital.

7.		Apakah peningkatan omset yang diklaim pemilik usaha dapat dilihat dari aktifitas usaha saat observasi (ya, tidak, tidak dapat dipastikan)	Ya.
8.		Apakah ada faktor lain yang mempengaruhi omset selain digitalisasi yang terlihat selama observasi	Tidak ada.

Nama Pengamat : Gibran Lazuardi H

Tanggal Observasi : 23 Juli 2025

Waktu Observasi : 12.15-13.00

Lokasi Usaha : Gg. Harjuna, Ngabean Kulon RT.07/RW.36, Ngabean Kulon, Sinduharjo, Kec. Ngaglik, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta

Nama Pemilik Usaha : Bapak Teddy

No	Aspek yang diamati		Catatan Tambahan
1.	Kondisi Umum Lokasi Usaha	Deskripsi singkat mengenai lokasi usaha (lingkungan sekitar, aksesibilitas)	Terletak di pemukiman padat dan akses yang sulit untuk parkir.
2.		Kondisi fisik usaha (tata letak, fasilitas digital yang digunakan seperti computer, smartphone, atau perangkat kasir digital)	Tidak ada perangkat kasir, hanya perangkat pembayaran digital

3.		Aktifitas usaha saat observasi (jumlah pelanggan, proses transaksi, penggunaan teknologi digital)	Kondisi warung sangat ramai dan 50% pembayaran dengan *qris*
4.	Observasi Penggunaan Digitalisasi dalam Usaha	Apakah pemilik usaha menggunakan platform digital dan apa platform yang digunakan	Ya. Pembayaran digital.
5.		Bagaimana cara pemilik usaha mengoperasikan teknologi tersebut (kemudahan dan kelancaran dalam pengoperasian)	Pemilik usaha sudah menguasai cara pengoperasional teknologi digital
6.	Verifikasi Pernyataan Pemilik Usaha dengan Hasil Wawancara	Apakah pernyataan pemilik usaha mengenai manfaat digitalisasi sesuai dengan yang diamati dilapangan	Ya
7.		Apakah peningkatan omset yang diklaim pemilik usaha dapat dilihat dari aktifitas usaha saat observasi (ya, tidak, tidak dapat dipastikan)	Ya.

8.		Apakah ada faktor lain yang mempengaruhi omset selain digitalisasi yang terlihat selama observasi	Ada. Pengaruh kunjungan konten creator saat observasi yang memungkinkan dapat mempengaruhi omset.

Nama Pengamat : Gibran Lazuardi H

Tanggal Observasi : 19 September 2025

Waktu Observasi : 20.00-20.30

Lokasi Usaha : Jl. Jongke, Jongke Tengah, Sendangadi, Kec. Mlati, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta

Nama Pemilik Usaha : Devin atala

No	Aspek yang diamati		Catatan Tambahan
1.	Kondisi Umum Lokasi Usaha	Deskripsi singkat mengenai lokasi usaha (lingkungan sekitar, aksesibilitas)	Beberapa pelanggan memesan via ojek online
2.		Kondisi fisik usaha (tata letak, fasilitas digital yang digunakan seperti computer, smartphone, atau perangkat kasir digital)	Ada perangkat nota pembayaran.
3.		Aktifitas usaha saat observasi (jumlah pelanggan, proses transaksi, penggunaan teknologi digital)	Kondisi warung hanya ada beberapa ojek online mengambil pesanan.

4.	Observasi Penggunaan Digitalisasi dalam Usaha	Apakah pemilik usaha menggunakan platform digital dan apa platform yang digunakan	Ya. Penggunaan *e-commerce*
5.		Bagaimana cara pemilik usaha mengoperasikan teknologi tersebut (kemudahan dan kelancaran dalam pengoperasian)	Sudah menguasai.
6.	Verifikasi Pernyataan Pemilik Usaha dengan Hasil Wawancara	Apakah pernyataan pemilik usaha mengenai manfaat digitalisasi sesuai dengan yang diamati dilapangan	Ya
7.		Apakah peningkatan omset yang diklaim pemilik usaha dapat dilihat dari aktifitas usaha saat observasi (ya, tidak, tidak dapat dipastikan)	Ya.
8.		Apakah ada faktor lain yang mempengaruhi omset selain digitalisasi yang terlihat selama observasi	Tidak ada.

Nama Pengamat : Gibran Lazuardi H

Tanggal Observasi : 16 September 2025

Waktu Observasi : 21.00-21.30

Lokasi Usaha : Jl. Mirota, Tajem, Maguwoharjo, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281

Nama Pemilik Usaha : Mas Ryan

No	Aspek yang diamati		Catatan Tambahan
1.	Kondisi Umum Lokasi Usaha	Deskripsi singkat mengenai lokasi usaha (lingkungan sekitar, aksesibilitas)	Mempunyai 2 cabang di depan warmindo putra rafflesia dan di jalan stadion maguwo
2.		Kondisi fisik usaha (tata letak, fasilitas digital yang digunakan seperti computer, smartphone, atau perangkat kasir digital)	Mempunyai perangkatn pembayaran digital dan perangkat print nota kasir
3.		Aktifitas usaha saat observasi (jumlah pelanggan, proses transaksi, penggunaan teknologi digital)	Kondisi warung di jalan stadion sepi karena baru buka 2 bulan, dan di jalan tajem ramai dan ada beberapa driver yang mengambil pesanan
4.	Observasi Penggunaan Digitalisasi dalam Usaha	Apakah pemilik usaha menggunakan platform digital dan apa platform yang digunakan	Ya. Penggunaan *e-commerce*

5.		Bagaimana cara pemilik usaha mengoperasikan teknologi tersebut (kemudahan dan kelancaran dalam pengoperasian)	Sudah menguasai.
6.	Verifikasi Pernyataan Pemilik Usaha dengan Hasil Wawancara	Apakah pernyataan pemilik usaha mengenai manfaat digitalisasi sesuai dengan yang diamati dilapangan	Ya
7.		Apakah peningkatan omset yang diklaim pemilik usaha dapat dilihat dari aktifitas usaha saat observasi (ya, tidak, tidak dapat dipastikan)	Ya.
8.		Apakah ada faktor lain yang mempengaruhi omset selain digitalisasi yang terlihat selama observasi	Tidak ada.

Nama Pengamat : Gibran Lazuardi H

Tanggal Observasi : 19 September 2025

Waktu Observasi : 08.30-09.30

Lokasi Usaha : Candikarang, Jl. Sunan Kalijaga, RT.04/RW.09, Sardonoharjo, Kec. Ngaglik, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55581

Nama Pemilik Usaha : Ibu Riyanti

No	Aspek yang diamati		Catatan Tambahan
1.	Kondisi Umum Lokasi Usaha	Deskripsi singkat mengenai lokasi usaha (lingkungan sekitar, aksesibilitas)	Sangat ramai mahasiswa yang datang.
2.		Kondisi fisik usaha (tata letak, fasilitas digital yang digunakan seperti computer, smartphone, atau perangkat kasir digital)	Mempunyai perangkatn pembayaran digital
3.		Aktifitas usaha saat observasi (jumlah pelanggan, proses transaksi, penggunaan teknologi digital)	Proses transaksi kebanyakan menggunakan *qris*
4.	Observasi Penggunaan Digitalisasi dalam Usaha	Apakah pemilik usaha menggunakan platform digital dan apa platform yang digunakan	Tidak

5.		Bagaimana cara pemilik usaha mengoperasikan teknologi tersebut (kemudahan dan kelancaran dalam pengoperasian)	Sudah menguasai.
6.	Verifikasi Pernyataan Pemilik Usaha dengan Hasil Wawancara	Apakah pernyataan pemilik usaha mengenai manfaat digitalisasi sesuai dengan yang diamati dilapangan	Ya
7.		Apakah peningkatan omset yang diklaim pemilik usaha dapat dilihat dari aktifitas usaha saat observasi (ya, tidak, tidak dapat dipastikan)	Ya.
8.		Apakah ada faktor lain yang mempengaruhi omset selain digitalisasi yang terlihat selama observasi	Tidak ada.

Nama Pengamat : Gibran Lazuardi H

Tanggal Observasi : 9 Agustus 2025

Waktu Observasi : 08.30-09.30

Lokasi Usaha : Jl. Dayu Baru, Tambakan, Sinduharjo, Kec. Ngaglik, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55581

Nama Pemilik Usaha : Mas Iqbal Fahlevi

No	Aspek yang diamati		Catatan Tambahan
1.	Kondisi Umum Lokasi Usaha	Deskripsi singkat mengenai lokasi usaha (lingkungan sekitar, aksesibilitas)	Sepi pelanggan tetapi ada beberapa driver ojol sedang mengambil orderan
2.		Kondisi fisik usaha (tata letak, fasilitas digital yang digunakan seperti computer, smartphone, atau perangkat kasir digital)	Mempunyai perangkat pembayaran digital dan print nota digital
3.		Aktifitas usaha saat observasi (jumlah pelanggan, proses transaksi, penggunaan teknologi digital)	Menggunakan *Qris* dan kebanyakan pesan lewat online
4.	Observasi Penggunaan Digitalisasi dalam Usaha	Apakah pemilik usaha menggunakan platform digital dan apa platform yang digunakan	Ya, *shopeefoo* dan*, gofood*

5.		Bagaimana cara pemilik usaha mengoperasikan teknologi tersebut (kemudahan dan kelancaran dalam pengoperasian)	Sudah menguasai.
6.	Verifikasi Pernyataan Pemilik Usaha dengan Hasil Wawancara	Apakah pernyataan pemilik usaha mengenai manfaat digitalisasi sesuai dengan yang diamati dilapangan	Ya
7.		Apakah peningkatan omset yang diklaim pemilik usaha dapat dilihat dari aktifitas usaha saat observasi (ya, tidak, tidak dapat dipastikan)	Ya.
8.		Apakah ada faktor lain yang mempengaruhi omset selain digitalisasi yang terlihat selama observasi	Tidak ada.

Nama Pengamat : Gibran Lazuardi H

Tanggal Observasi : 25 September 2025

Waktu Observasi : 16.30-17.00

Lokasi Usaha : Jl. Sunan Kalijaga No.21, RT.002/RW.008, Candi Karang, Sardonoharjo, Kec. Ngaglik, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55581

Nama Pemilik Usaha : Ibu Susanti

No	Aspek yang diamati		Catatan Tambahan
1.	Kondisi Umum Lokasi Usaha	Deskripsi singkat mengenai lokasi usaha (lingkungan sekitar, aksesibilitas)	Ramai pelanggan Mahasiswa
2.		Kondisi fisik usaha (tata letak, fasilitas digital yang digunakan seperti computer, smartphone, atau perangkat kasir digital)	Mempunyai perangkat pembayaran digital
3.		Aktifitas usaha saat observasi (jumlah pelanggan, proses transaksi, penggunaan teknologi digital)	Banyak menggunakan system pembayaran *Qris*
4.	Observasi Penggunaan Digitalisasi dalam Usaha	Apakah pemilik usaha menggunakan platform digital dan apa platform yang digunakan	Tidak Ada

5.		Bagaimana cara pemilik usaha mengoperasikan teknologi tersebut (kemudahan dan kelancaran dalam pengoperasian)	Sudah menguasai.
6.	Verifikasi Pernyataan Pemilik Usaha dengan Hasil Wawancara	Apakah pernyataan pemilik usaha mengenai manfaat digitalisasi sesuai dengan yang diamati dilapangan	Ya
7.		Apakah peningkatan omset yang diklaim pemilik usaha dapat dilihat dari aktifitas usaha saat observasi (ya, tidak, tidak dapat dipastikan)	Ya.
8.		Apakah ada faktor lain yang mempengaruhi omset selain digitalisasi yang terlihat selama observasi	Tidak ada

Nama Pengamat : Gibran Lazuardi H

Tanggal Observasi : 2 Oktober 2025

Waktu Observasi : 09.30-10.00

Lokasi Usaha : Lodadi, Umbulmartani, Ngemplak, Sleman Regency, Special Region of Yogyakarta 55584

Nama Pemilik Usaha : Ibu Sofi

No	Aspek yang diamati		Catatan Tambahan
1.	Kondisi Umum Lokasi Usaha	Deskripsi singkat mengenai lokasi usaha (lingkungan sekitar, aksesibilitas)	Tidak ada pelanggan tetapi ada 5 driver ojol yang mengambil orderan
2.		Kondisi fisik usaha (tata letak, fasilitas digital yang digunakan seperti computer, smartphone, atau perangkat kasir digital)	Mempunyai perangkat pembayaran digital
3.		Aktifitas usaha saat observasi (jumlah pelanggan, proses transaksi, penggunaan teknologi digital)	Banyak menggunakan system pembayaran *Qris*
4.	Observasi Penggunaan Digitalisasi dalam Usaha	Apakah pemilik usaha menggunakan platform digital dan apa platform yang digunakan	Ya. *Shopeefood*

5.		Bagaimana cara pemilik usaha mengoperasikan teknologi tersebut (kemudahan dan kelancaran dalam pengoperasian)	Sudah menguasai.
6.	Verifikasi Pernyataan Pemilik Usaha dengan Hasil Wawancara	Apakah pernyataan pemilik usaha mengenai manfaat digitalisasi sesuai dengan yang diamati dilapangan	Ya
7.		Apakah peningkatan omset yang diklaim pemilik usaha dapat dilihat dari aktifitas usaha saat observasi (ya, tidak, tidak dapat dipastikan)	Ya.
8.		Apakah ada faktor lain yang mempengaruhi omset selain digitalisasi yang terlihat selama observasi	Tidak ada

Nama Pengamat : Gibran Lazuardi H

Tanggal Observasi : 10 Juli 2025

Waktu Observasi : 09.00-10.00

Lokasi Usaha : Molodono, Lumbungrejo, Kec. Tempel, Kab. Sleman, DIY

Nama Pemilik Usaha : Ibu Sumiyati

No	Aspek yang diamati		Catatan Tambahan
1.	Kondisi Umum Lokasi Usaha	Deskripsi singkat mengenai lokasi usaha (lingkungan sekitar, aksesibilitas)	Tidak ada pelanggan, akses menuju warung sedikit tidak strategis
2.		Kondisi fisik usaha (tata letak, fasilitas digital yang digunakan seperti computer, smartphone, atau perangkat kasir digital)	Mempunyai perangkat pembayaran digital
3.		Aktifitas usaha saat observasi (jumlah pelanggan, proses transaksi, penggunaan teknologi digital)	Banyak menggunakan system pembayaran *Qris*
4.	Observasi Penggunaan Digitalisasi dalam Usaha	Apakah pemilik usaha menggunakan platform digital dan apa platform yang digunakan	Ya. *Shopeefood, Gofood, Grabfood*

5.		Bagaimana cara pemilik usaha mengoperasikan teknologi tersebut (kemudahan dan kelancaran dalam pengoperasian)	Sudah menguasai.
6.	Verifikasi Pernyataan Pemilik Usaha dengan Hasil Wawancara	Apakah pernyataan pemilik usaha mengenai manfaat digitalisasi sesuai dengan yang diamati dilapangan	Ya
7.		Apakah peningkatan omset yang diklaim pemilik usaha dapat dilihat dari aktifitas usaha saat observasi (ya, tidak, tidak dapat dipastikan)	Ya.
8.		Apakah ada faktor lain yang mempengaruhi omset selain digitalisasi yang terlihat selama observasi	Tidak ada

Nama Pengamat : Gibran Lazuardi H

Tanggal Observasi : 3 Agustus 2025

Waktu Observasi : 12.00

Lokasi Usaha : Ngaglik, Caturharjo, Kec. Sleman, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55515

Nama Pemilik Usaha : Kak Alfi

No	Aspek yang diamati		Catatan Tambahan
1.	Kondisi Umum Lokasi Usaha	Deskripsi singkat mengenai lokasi usaha (lingkungan sekitar, aksesibilitas)	Ada 2 pelanggan, dipinggir jalan raya
2.		Kondisi fisik usaha (tata letak, fasilitas digital yang digunakan seperti computer, smartphone, atau perangkat kasir digital)	Mempunyai perangkat pembayaran digital
3.		Aktifitas usaha saat observasi (jumlah pelanggan, proses transaksi, penggunaan teknologi digital)	Banyak menggunakan system pembayaran *Qris*
4.	Observasi Penggunaan Digitalisasi dalam Usaha	Apakah pemilik usaha menggunakan platform digital dan apa platform yang digunakan	Ya. *Shopeefood*

5.		Bagaimana cara pemilik usaha mengoperasikan teknologi tersebut (kemudahan dan kelancaran dalam pengoperasian)	Sudah menguasai.
6.	Verifikasi Pernyataan Pemilik Usaha dengan Hasil Wawancara	Apakah pernyataan pemilik usaha mengenai manfaat digitalisasi sesuai dengan yang diamati dilapangan	Ya
7.		Apakah peningkatan omset yang diklaim pemilik usaha dapat dilihat dari aktifitas usaha saat observasi (ya, tidak, tidak dapat dipastikan)	Ya.
8.		Apakah ada faktor lain yang mempengaruhi omset selain digitalisasi yang terlihat selama observasi	Tidak ada

Nama Pengamat : Gibran Lazuardi H

Tanggal Observasi : -

Waktu Observasi : -

Lokasi Usaha : Jl. Krisna No.39, RT.1/RW.1, Cebongan Kidul, Tlogoadi, Kec. Mlati, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55286

Nama Pemilik Usaha : Ibu Fauziyah Agustiyani

No	Aspek yang diamati		Catatan Tambahan
1.	Kondisi Umum Lokasi Usaha	Deskripsi singkat mengenai lokasi usaha (lingkungan sekitar, aksesibilitas)	Ramai Pelanggan, dipinggir jalan raya, dan ada beberapa cabang
2.		Kondisi fisik usaha (tata letak, fasilitas digital yang digunakan seperti computer, smartphone, atau perangkat kasir digital)	Mempunyai perangkat pembayaran digital, dan pemesanan online
3.		Aktifitas usaha saat observasi (jumlah pelanggan, proses transaksi, penggunaan teknologi digital)	Banyak menggunakan system pembayaran *Qris*
4.	Observasi Penggunaan Digitalisasi dalam Usaha	Apakah pemilik usaha menggunakan platform digital dan apa platform yang digunakan	Ya. *Shopeefood, Gofood, Grabfood*

5.		Bagaimana cara pemilik usaha mengoperasikan teknologi tersebut (kemudahan dan kelancaran dalam pengoperasian)	Sudah menguasai.
6.	Verifikasi Pernyataan Pemilik Usaha dengan Hasil Wawancara	Apakah pernyataan pemilik usaha mengenai manfaat digitalisasi sesuai dengan yang diamati dilapangan	Ya
7.		Apakah peningkatan omset yang diklaim pemilik usaha dapat dilihat dari aktifitas usaha saat observasi (ya, tidak, tidak dapat dipastikan)	Ya.
8.		Apakah ada faktor lain yang mempengaruhi omset selain digitalisasi yang terlihat selama observasi	Ada karena lokasi strategis dan beberapa cabang

Nama Pengamat : Gibran Lazuardi H

Tanggal Observasi : 6 Juli 2025

Waktu Observasi : 16.00

Lokasi Usaha : Jl. Cindelaras Raya No.33, Karangsari, Wedomartani, Kec. Ngemplak, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55584

Nama Pemilik Usaha : Fathina Ulfa

No	Aspek yang diamati		Catatan Tambahan
1.	Kondisi Umum Lokasi Usaha	Deskripsi singkat mengenai lokasi usaha (lingkungan sekitar, aksesibilitas)	Tidak ada pelanggan, dan lokasi strategis dekat rumah sakit
2.		Kondisi fisik usaha (tata letak, fasilitas digital yang digunakan seperti computer, smartphone, atau perangkat kasir digital)	Mempunyai perangkat pembayaran digital dan print nota digital
3.		Aktifitas usaha saat observasi (jumlah pelanggan, proses transaksi, penggunaan teknologi digital)	Banyak menggunakan system pembayaran *Qris*
4.	Observasi Penggunaan Digitalisasi dalam Usaha	Apakah pemilik usaha menggunakan platform digital dan apa platform yang digunakan	Pembayaran Qris

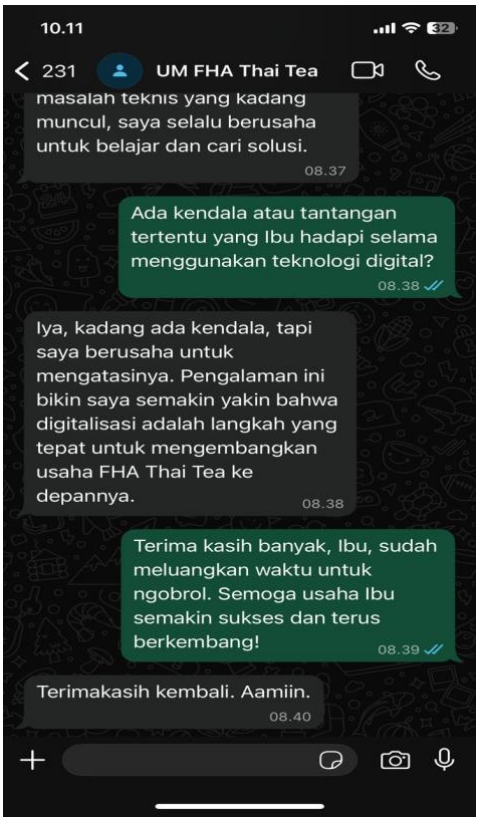
5.		Bagaimana cara pemilik usaha mengoperasikan teknologi tersebut (kemudahan dan kelancaran dalam pengoperasian)	Sudah menguasai.
6.	Verifikasi Pernyataan Pemilik Usaha dengan Hasil Wawancara	Apakah pernyataan pemilik usaha mengenai manfaat digitalisasi sesuai dengan yang diamati dilapangan	Ya
7.		Apakah peningkatan omset yang diklaim pemilik usaha dapat dilihat dari aktifitas usaha saat observasi (ya, tidak, tidak dapat dipastikan)	Ya.
8.		Apakah ada faktor lain yang mempengaruhi omset selain digitalisasi yang terlihat selama observasi	Tidak ada

Lampiran 3 Bukti Hasil Wawancara







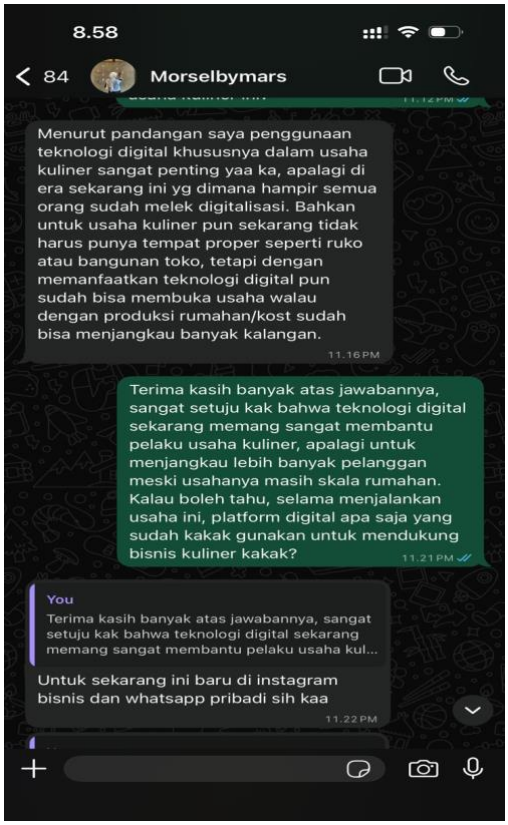



THE
SOES
"VARIAN RASA"



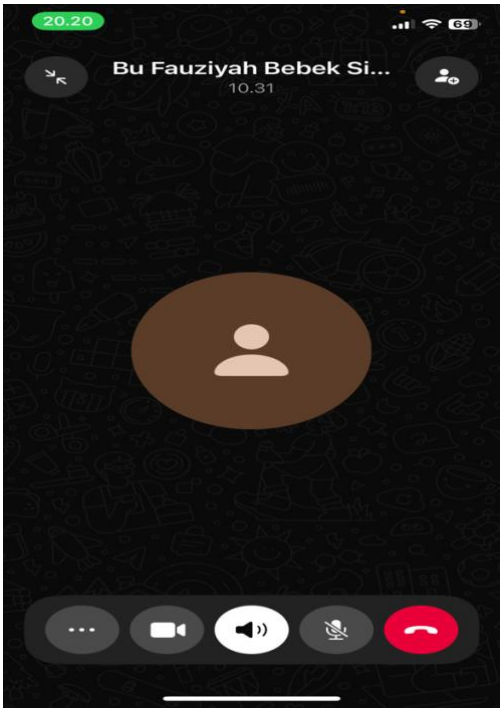



Warung Makan
Bu Sofi
Prasmanan Aneka
Masakan Nusantara


8.58
84
Morselbymars
Menurut pandangan saya penggunaan teknologi digital khususnya dalam usaha kuliner sangat penting yaa ka, apalagi di era sekarang ini yg dimana hampir semua orang sudah melek digitalisasi. Bahkan untuk usaha kuliner pun sekarang tidak harus punya tempat proper seperti ruko atau bangunan toko, tetapi dengan memanfaatkan teknologi digital pun sudah bisa membuka usaha walau dengan produksi rumahan/kost sudah bisa menjangkau banyak kalangan.
11.16 PM
Terima kasih banyak atas jawabannya, sangat setuju kak bahwa teknologi digital sekarang memang sangat membantu pelaku usaha kuliner, apalagi untuk menjangkau lebih banyak pelanggan meski usahanya masih skala rumahan. Kalau boleh tahu, selama menjalankan usaha ini, platform digital apa saja yang sudah kakak gunakan untuk mendukung bisnis kuliner kakak?
11.21 PM
You
Terima kasih banyak atas jawabannya, sangat setuju kak bahwa teknologi digital sekarang memang sangat membantu pelaku usaha kul...
Untuk sekarang ini baru di instagram bisnis dan whatsapp pribadi sih kaa
11.22 PM


IKUT JADI MEMBER YUK...
Makan GRATIS (Setiap 20x Stempel)
No. member yang beruntung Setiap Jum'at MAKAN GRATIS (Senilai 13k)
Mengajak 1 Member baru FREE MINUM (Es teh/Es Jeruk)
Mengajak 3 Member baru FREE MAKAN (Senilai 13k)


BAKSO
GORENG
AMBIL
SENDIRI YAA

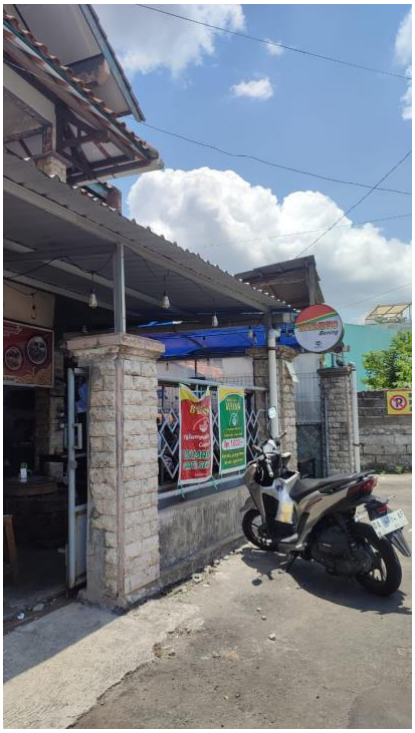

20.20
Bu Fauziyah Bebek Si...
10.31


eh Susu




230
yuri
perlu ada orangnya ga e 11.41
kayaknya ga ada klo yg ada orangnya gitu 11.41
boleehh 11.41
+4
11.42





DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis lahir pada tanggal 29 Desember 2002 di Kabupaten Klaten, Provinsi Jawa Tengah, sebagai anak Pertama dari 3 bersaudara. Penulis bertempat tinggal di Perum Griya Tiara Ardi Karanganom, Kecamatan Karanganom, Kabupaten Klaten. Penulis dapat dihubungi melalui nomor handphone 08995136012 atau melalui email di gibranlazuardi57@gmail.com

Penulis memulai pendikan di sekolah dasar SDIT An Najah Jatinom Klaten 2009-2015. Kemudian melanjutkan pendidikan di MTS Muallimin Muhammadiyah Yogyakarta 2015-2018, dan tamatan MA Muallimin Muhammadiyah Yogyakarta dari tahun 2018-2021. Pada jenjang selanjutnya tahun 2021, penulis melanjutkan studi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia.

Selama menjadi mahasiswa Ekonomi Islam FIAI UII, penulis aktif dalam Organisasi dan kegiatan akademis maupun non-akademis seperti anggota Pimpinan Wilayah Ikatan Pelajar Muhammadiyah Daerah Istimewa Yogyakarta, dan anggota Forum Kajian Ekonomi Islam FIAI UII.