

Pemanfaatan Transformasi Digital untuk Meningkatkan Pertumbuhan Bisnis Kuliner: Studi Kasus Oh My Gethuk

Mayra Christie Margaretha^{*1}, Asnafil Salsabila², Putri Ayu Dhea³,
Amanda Fadhilah Suwito⁴, Sheila Febriani Putri⁵
^{1,2,3,4,5}Universitas Negeri Malang

[*mayra.christie.2104226@students.um.ac.id](mailto:mayra.christie.2104226@students.um.ac.id)

Abstrak

Dampak transformasi digital terhadap kelangsungan usaha "Oh My Gethuk!" di tengah tantangan yang dihadapi selama pandemi COVID-19. Melalui pendekatan studi kasus, penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana langkah-langkah digitalisasi mempengaruhi penjualan online, efisiensi pengelolaan stok, dan strategi untuk menjangkau pelanggan dari dalam dan luar Malang. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan wawancara terstruktur dan observasi langsung sebagai teknik pengumpulan data. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa Oh My Gethuk telah berhasil menerapkan digitalisasi dalam proses produksi, pencatatan keuangan, dan pemasaran, meskipun menghadapi sejumlah tantangan teknis, keuangan, dan pemasaran. Analisis SWOT menyoroti kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh Oh My Gethuk, dengan solusi inovatif yang diajukan untuk mengatasi tantangan tersebut. Artikel ini diharapkan memberikan wawasan berharga bagi pemilik usaha kecil dan menengah yang tengah mempertimbangkan langkah transformasi digital.

Kata Kunci: Digitalisasi, Pemasaran, Inovatif

Abstract

The impact of digital transformation on business continuity "Oh My Gethuk!" amidst the challenges faced during the COVID-19 pandemic. Through a case study approach, this research aims to understand how digitalization measures affect online sales, stock management efficiency, and strategies for reaching customers from inside and outside Malang. The research method uses a descriptive qualitative approach with structured interviews and direct observation as data collection techniques. The research results reveal that Oh My Gethuk has succeeded in implementing digitization in the production process, financial recording and marketing, despite facing a number of technical, financial and marketing challenges. The SWOT analysis highlights the strengths, weaknesses, opportunities and threats faced by Oh My Gethuk, with innovative solutions proposed to overcome these challenges. This article is expected to provide valuable insight for small and medium business owners who are considering digital transformation steps.

Keywords: Digitalization, Marketing, Innovative

PENDAHULUAN

Transformasi digital bisnis membuat pengusaha mengembangkan dan menggunakan teknologi inovatif dan model bisnis untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, pada saat yang sama meninjau biaya yang dikeluarkan, manfaat dan ancaman terkait (Banjarnahor, 2022). Dengan mendigitalkan proses bisnis di lingkungan online, perusahaan modern berupaya meningkatkan nilai yang ditawarkan kepada pelanggan dalam konteks peningkatan permintaan untuk produk dan layanan yang lebih baik serta internasionalisasi pasar. Transformasi digital dapat didefinisikan sebagai penggunaan teknologi digital dalam berbagai aspek masyarakat modern yang jauh melampaui literasi dan kompetensi digital, hal ini terkait dengan kemampuan perusahaan untuk berhasil menerapkan teknologi dan prosedur baru untuk meningkatkan operasi bisnis mereka (Sari et al., 2019).

Perkembangan teknologi informasi telah merambah ke seluruh lapisan masyarakat. pada awalnya masyarakat mendapatkan informasi dari mulut ke mulut lalu berkembang menjadi

tulis tanah atau batu dalam bentuk prasasti lalu selanjutnya berkembang menjadi media massa seperti koran, televisi, dan radio hingga saat ini menggunakan internet baik berupa gadget, laptop, dan desktop. Perkembangan transformasi tersebut tidak luput dengan digital marketing yang terus berkembang pesat buntut pandemi covid yang merubah sistem pemasaran.

Transformasi digital telah menjadi langkah penting bagi usaha "Oh My Gethuk!" yang turut merasakan dampak pandemi secara langsung. Oh My Gethuk telah bangkit dari keterpurukan dengan menerapkan digitalisasi dalam pemasaran. Dengan jumlah pesanan yang menurun drastis, pemilik usaha ini tidak tinggal diam dan berupaya mencari solusi agar bisnisnya tetap bertahan di tengah-tengah tantangan yang ada. Melalui upaya belajar tentang digitalisasi bisnis, pemilik Oh My Gethuk mengambil langkah proaktif yang ternyata sangat menguntungkan. Kini, keputusan untuk mempelajari digitalisasi bisnis telah membuka peluang baru, dengan banyak pelanggan yang lebih memilih berbelanja secara online daripada datang langsung ke toko fisik. Selain itu, transformasi digital juga memberikan manfaat besar dalam hal pencatatan sistem, termasuk pengelolaan bahan baku, stok barang, dan catatan penjualan. Lebih jauh lagi, penerapan transformasi digital juga berperan penting dalam menjangkau dan menarik pelanggan, serta dalam strategi promosi yang efektif, sehingga dapat mencapai pelanggan baik di Malang maupun di luar kota.

Penelitian ini bertujuan mengungkap dampak positif transformasi digital terhadap usaha "Oh My Gethuk!" di era pandemi COVID-19. Kami akan mengevaluasi efektivitas langkah-langkah digitalisasi dalam meningkatkan penjualan online, efisiensi pengelolaan stok, serta menjangkau pelanggan dari dalam dan luar Malang. Dengan pemahaman yang lebih dalam tentang tantangan dan strategi untuk mengatasi, penelitian ini diharapkan memberikan wawasan berharga bagi pemilik usaha kecil dan menengah yang ingin mengadopsi transformasi digital.

Dalam artikel ini, kami akan menjelajahi dampak transformasi digital terhadap kelangsungan usaha "Oh My Gethuk!" di tengah situasi yang menantang ini. Kami akan mengulas bagaimana langkah-langkah digitalisasi yang diambil oleh usaha tersebut telah mempengaruhi penjualan online, efisiensi pengelolaan stok, serta strategi untuk menjangkau pelanggan dari dalam dan luar Malang. Dengan pemahaman yang lebih dalam tentang peran transformasi digital dalam menghadapi tantangan bisnis, diharapkan artikel ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi para pemilik usaha kecil dan menengah yang tengah mempertimbangkan langkah serupa.

KAJIAN PUSTAKA

a. Transformasi Digital

Transformasi digital adalah pergeseran cara pekerjaan dilakukan dengan menggunakan teknologi informasi untuk lebih efisien dan efektif (Danuri, 2019). Era digital merupakan era berbasis internet, di mana aktivitas dunia nyata berpindah ke dunia maya. Fenomena yang terjadi adalah lahirnya berbagai aplikasi yang dapat diakses melalui handphone mempermudah manusia melakukan aktivitas. Gejala ini mengubah pola perilaku berbisnis, dan hubungan sosial (Saputra, 2020).

Pandemi COVID-19 telah menyebar di seluruh dunia, mempengaruhi semua aspek kehidupan manusia. Hampir semua bidang di Indonesia terkena dampak, terutama ekosistem

ekonomi, yang selama ini menjadi pusat perhatian masyarakat. Selain itu, pandemi COVID-19 telah menghambat sektor ekonomi Indonesia dengan berbagai konsekuensi. Sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), yang merupakan bagian terbesar dari sektor ekonomi, benar-benar merasakan konsekuensi dari hal ini. Semua pihak khawatir tentang hal ini karena telah menyebabkan sektor UMKM mengalami penurunan yang signifikan (Marfuin & Robin, 2021).

b. Model Bisnis Usaha : Analisis SWOT

Model bisnis merupakan suatu rencana taktis yang diterapkan dalam mengelola kegiatan bisnis dengan tujuan memperoleh pendapatan yang dapat memastikan kelangsungan hidup perusahaan (Firdausi et al., 2022). Menurut Mashuri & Nurjannah (2020) analisis SWOT merupakan evaluasi menyeluruh terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam kondisi saat ini suatu perusahaan. Strategi dalam analisis SWOT bertujuan untuk memahami kondisi internal dan eksternal perusahaan guna mengoptimalkan setiap kegiatan. Faktor internal meliputi Kekuatan (*Strengths*) dan Kelemahan (*Weaknesses*), sementara faktor eksternal meliputi Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*).

c. Inovasi Produk Makanan Tradisional

Inovasi produk merujuk pada proses pengembangan dan modifikasi produk yang sudah ada atau menciptakan produk baru yang memenuhi kebutuhan atau keinginan pasar dengan cara yang baru atau lebih baik (Alwi & Handayani, 2018). Hal ini melibatkan penemuan ide baru, penelitian, pengembangan teknologi, dan implementasi praktik terbaik untuk menciptakan nilai tambah yang signifikan bagi konsumen. Inovasi produk dapat terjadi dalam berbagai bidang, termasuk makanan, teknologi, otomotif, dan banyak lagi. Dalam konteks makanan, inovasi produk dapat berupa penambahan nilai gizi, variasi rasa, presentasi yang menarik, atau penggunaan bahan-bahan baru untuk menciptakan produk yang lebih sehat, lezat, dan berkelanjutan (Cahyono & Kunhadi, 2020).

Inovasi produk makanan tradisional merupakan proses transformasi kreatif yang menghadirkan perubahan dalam produk makanan yang telah ada sejak lama, seringkali dengan mempertahankan esensi dan nilai-nilai budaya asli sambil menyesuaikan dengan tuntutan dan tren pasar yang berkembang (Noor, 2018). Ini melibatkan penggunaan teknik baru dalam pengolahan, presentasi, atau formulasi bahan, sehingga menghasilkan produk yang lebih menarik dan relevan bagi konsumen modern (Setini et al., 2023). Dengan menggabungkan kearifan lokal dengan inovasi teknologi dan kreativitas, inovasi produk makanan tradisional tidak hanya memperkuat warisan kuliner suatu daerah, tetapi juga membuka peluang baru untuk penetrasi pasar dan memperluas cakupan industri makanan secara keseluruhan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki transformasi digital dalam konteks bisnis kuliner, dengan metode penelitian studi kasus pada bisnis Oh My Gethuk Malang. Studi kasus merupakan bagian dari metodologi penelitian yang mana pada pokok pembahasannya seorang peneliti dituntut untuk lebih cermat, teliti dan mendalam dalam mengungkap sebuah kasus, peristiwa, baik bersifat individu ataupun kelompok (Hidayat, 2019). Studi kasus dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi dan memahami fenomena kompleks dalam konteks kehidupan nyata (Assyakurrohim, 2023). Dalam penelitian ini, studi kasus digunakan untuk menyelidiki transformasi digital pada bisnis kuliner Oh My Gethuk. Metode ini cocok karena memberikan kesempatan untuk menggali lebih dalam tentang bagaimana teknologi digital diimplementasikan dalam operasi sehari-hari, tantangan yang dihadapi, serta dampaknya terhadap bisnis. Studi kasus juga memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data yang kaya

dan detail dari berbagai sumber, seperti wawancara, observasi, dan analisis dokumen, sehingga memberikan pemahaman yang komprehensif tentang subjek penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, hal ini dikarenakan pendekatan kualitatif dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana teknologi digital dapat memengaruhi dan mengembangkan bisnis (Fadhilah, 2021).

Subjek yang diteliti adalah pemilik dari Oh My Gethuk, peneliti memilih sang pemilik karena beliau yang secara langsung terlibat dalam operasional usaha dan penggunaan teknologi digitalnya. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara terstruktur dan pengambilan data secara langsung di lokasi tempat usaha hal tersebut bertujuan agar kami sebagai peneliti dapat melihat lebih dalam terkait digital marketing dan manajemen proyek digital. Dalam penelitian ini, wawancara terstruktur dilakukan untuk mengumpulkan data kualitatif yang mendalam mengenai pengalaman dan persepsi pemilik Oh My Gethuk terhadap transformasi digital dalam bisnis mereka. Wawancara terstruktur adalah metode wawancara di mana peneliti menggunakan serangkaian pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya, yang bersifat terbuka dan mendalam, untuk menggali informasi yang relevan (Ibrahim, 2023). Metode ini dipilih karena memberikan struktur yang jelas, namun tetap memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi topik secara mendalam berdasarkan respons yang diberikan oleh subjek. Wawancara akan menghasilkan data kualitatif yang mendalam tentang pengalaman dan persepsi subjek terhadap transformasi digital. Untuk memastikan data yang mendalam, dilakukan wawancara terstruktur dengan pertanyaan terbuka, probing mendalam, triangulasi data dari berbagai sumber, dan refleksi serta revisi berkelanjutan. Dalam wawancara ini, peneliti mengumpulkan data mengenai pengalaman implementasi, tantangan yang dihadapi, dampak transformasi digital, strategi pemasaran digital, dan pengelolaan keuangan. Sementara pengambilan data secara langsung di lapangan akan memberikan pemahaman lebih mendalam tentang implementasi praktis teknologi digital dalam operasional sehari-hari Oh My Gethuk. Data dari kedua teknik tersebut kemudian dianalisis menggunakan pendekatan analisis tematik untuk mengidentifikasi pola, tren, dan temuan kunci terkait bagaimana transformasi digital pada usaha tersebut. Analisis tematik dilakukan dengan mengkodekan data, mengidentifikasi pola, mengelompokkan kode ke dalam tema, dan mereview tema untuk menyusun narasi interpretatif yang mendalam. Triangulasi data dari pengambilan data secara langsung dan wawancara kami lakukan untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas hasil penelitian, sehingga penelitian ini dapat dianggap sebagai kerangka kerja yang dapat direplikasi oleh peneliti lain dalam konteks yang serupa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Oh My Gethuk adalah sebuah perusahaan kuliner yang inovatif dan kreatif, yang bermula dari sebuah tugas kuliah yang diberikan kepada sang pemilik pada semester 3 tahun 2016 di Perguruan Tinggi Bina Nusantara (Binus) Malang. Perusahaan ini resmi dibentuk pada bulan Juli 2018, setelah didukung oleh investor yang melihat potensi bisnisnya. Motivasi utama di balik pendirian Oh My Gethuk adalah melihat peluang dari melimpahnya pasokan singkong di daerah Malang pada tahun 2018, yang berdampak pada penurunan harga. Sang pemilik melihat momen ini sebagai peluang untuk berinovasi dan melestarikan makanan tradisional berbahan dasar singkong. Dengan visi tersebut, Oh My Gethuk menciptakan gethuk pertama dalam bentuk roll dengan berbagai rasa yang disukai oleh anak muda, serta berani untuk mencoba hal baru dalam penyajian gethuk.

Oh My Gethuk telah menerapkan digitalisasi bisnis dalam semua kegiatan operasionalnya. Digitalisasi usaha pada Oh My Gethuk meliputi bidang produksi, pencatatan keuangan, dan pemasaran. Pada proses produksi yang terdigitalisasi, semua bahan baku gethuk akan masuk ke dalam sistem. Penggunaan sistem manajemen inventaris dan pelacakan bahan baku yang terintegrasi memungkinkan untuk memantau persediaan bahan baku secara real-time. Dengan demikian, pelaku bisnis dapat menghitung dengan akurat berapa porsi gethuk yang dapat diproduksi berdasarkan ketersediaan bahan baku yang ada dalam sistem. Sebuah contoh penerapan manajemen inventaris digital dapat dilihat pada PT. PLN (Persero) Palembang. Berdasarkan penelitian, penggunaan sistem yang terkomputerisasi membantu pengguna dalam mengelola data inventaris, sehingga pekerjaan menjadi lebih efektif dan efisien (Huda & Rahayu, 2022).

Digitalisasi keuangan melibatkan penggunaan teknologi informasi dan perangkat lunak keuangan untuk mengotomatisasi dan efisiensi proses keuangan (Kurniawan et al., 2023). Pada pencatatan keuangan, pelaku bisnis Oh My Gethuk menggunakan Aplikasi jurnal pencatatan keuangan dan Spreadsheet dengan rumus-rumus yang telah dikembangkan sendiri. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Putri et al. (2021), penggunaan teknologi dalam proses keuangan terbukti lebih efisien daripada penggunaan sistem pelaporan manual. Digitalisasi keuangan bertujuan untuk meningkatkan efisiensi operasional dengan memungkinkan otomatisasi proses keuangan, yang mengurangi ketergantungan pada pekerjaan manual dan mengoptimalkan penggunaan sumber daya.

Pada bidang pemasaran, pelaku bisnis Oh My Gethuk aktif menggunakan media sosial seperti Instagram dan Whatsapp. Pelaku bisnis juga melakukan penjualan melalui platform pengantaran makanan seperti Grabfood dan Shopeefood. Digitalisasi pemasaran melalui media sosial bertujuan untuk memulai dan menyebarkan informasi daring mengenai pengalaman pengguna dalam mengkonsumsi produk atau merek dengan tujuan utama untuk mendapatkan pengakuan dan membangun citra di masyarakat. Pemasaran digital memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap pemasaran produk, karena dapat meningkatkan volume penjualan serta keuntungan bagi para pengusaha UMKM (Fadhilah & Pratiwi, 2021). Berdasarkan hasil penelitian Nurhayati & Ardianingsih (2021), pelaku usaha UKM yang melakukan pemasaran melalui sosial media mengakui bahwa omset mereka mengalami lonjakan hampir 100% dari sebelumnya. Hal ini dikarenakan jangkauan area pemasaran yang jauh lebih luas sehingga produk mereka bisa dikenal oleh khalayak umum.

Namun, Oh My Gethuk juga menghadapi sejumlah tantangan dalam proses digitalisasi, seperti tantangan teknis, keuangan, dan pemasaran. Permasalahan teknis yang dihadapi Oh My Gethuk adalah bahwa aplikasi yang mereka gunakan masih belum dapat dimanfaatkan secara maksimal oleh kalangan dewasa berusia 40 tahun ke atas. Selain itu, terdapat ketidaksesuaian data pada aplikasi dengan stok real yang dimiliki oleh perusahaan, menyebabkan kesulitan dalam manajemen inventaris yang akurat dan efisien, serta mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam merespon permintaan pelanggan dengan tepat waktu.

Dalam hal keuangan, Oh My Gethuk menghadapi tantangan akibat naik turunnya bisnis. Akhir-akhir ini, penjualan mereka mengalami penurunan sedikit, yang berdampak pada omzet perusahaan. Hal ini menimbulkan tekanan pada pengelolaan kas dan arus kas perusahaan, serta mempengaruhi kemampuan untuk mengelola utang dan kredit dengan baik. Oleh karena itu, perlu adanya strategi yang tepat dalam mengatasi fluktuasi pasar dan meningkatkan pendapatan agar keuangan perusahaan dapat stabil dan berkelanjutan. Permasalahan pemasaran yang dihadapi Oh My Gethuk terkait dengan kesalahpahaman masyarakat tentang produk mereka.

Saat melakukan pemasaran dan promosi melalui media sosial, seringkali produk Oh My Gethuk disalahpahami sebagai bolu gulung, bukan sebagai gethuk. Hal ini dapat menyebabkan penurunan minat konsumen dan kebingungan dalam mengidentifikasi produk mereka.

Menurut Astuti & Ratnawati (2020), Analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun sekaligus dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Analisis ini didasari bahwa untuk memprioritaskan masalah dan mengidentifikasi peluang. Analisis SWOT pada usaha Oh My Gethuk:

1. Kekuatan (*Strengths*):
 - a. Inovasi produk. “Oh My Gethuk” menawarkan variasi produk getuk dengan sentuhan inovatif dan kreatif dan juga lebih modern daripada getuk pada umumnya.
 - b. Kualitas produk. Produk “Oh My Gethuk” dikenal dengan kualitas yang baik dan juga cita rasa yang unik.
 - c. Penerapan digitalisasi. Startup ini telah menerapkan digitalisasi bisnis untuk mengelola operasional supaya lebih efisien.
 - d. Branding yang kuat. “Oh My Gethuk” telah membangun brand yang kuat dan juga melekat di pikiran konsumen setianya.
2. Kelemahan (*Weaknesses*):
 - a. Teknologi yang kurang dipahami oleh usia 40+. Supplier yang rata rata berusia 40+ yang kurang paham akan teknologi mengakibatkan perbedaan jumlah stok barang yang akan masuk.
 - b. Seleksi data. Perbedaan data yang ada di sistem dengan stok yang ada di toko.
3. Peluang (*Opportunities*):
 - a. Pengembangan produk baru. Peluang untuk mengembangkan usaha ini lebih besar, karena dari segi produk getuk yang dibuat dan dikemas dalam bentuk yang lebih modern dan banyak disukai generasi milenial dan gen z.
 - b. Kemitraan yang strategis. Peluang menjalin kemitraan dengan travel agency dan juga cafe yang ada di Kota Malang.
 - c. Penggunaan pasar online. Peluang memanfaatkan pasar online seperti shopee food, grabfood, gofood yang mana lebih memudahkan pembeli yang jauh untuk bisa membeli produk “Oh My Gethuk”.
4. Ancaman (*Threats*):
 - a. Perubahan tren konsumen. Tren makanan yang selalu berubah dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk “Oh My Gethuk”.
 - b. Sistem error. Sistem yang digunakan bisa saja terjadi error yang mengakibatkan perbedaan jumlah barang di sistem dan di toko.

Dari analisis SWOT yang telah dijelaskan diatas, solusi inovatif untuk mengatasi permasalahan terkait kurangnya pemahaman teknologi pada usia 40 tahun ke atas di antara supplier, yang mengakibatkan perbedaan jumlah stok barang yang akan masuk, mencakup beberapa langkah: Pertama, untuk meningkatkan pemahaman teknologi, dilakukan pelatihan dan edukasi yang mudah dipahami dan interaktif. Selain itu, tersedia panduan dan tutorial tertulis atau video yang menjelaskan langkah-langkah penggunaan teknologi secara detail dan mudah dipahami. Sesi konsultasi juga disediakan baik secara individual maupun kelompok untuk membantu supplier yang masih mengalami kesulitan dalam menggunakan teknologi.

Kedua, untuk memanfaatkan teknologi yang ramah pengguna, dilakukan pengembangan aplikasi mobile dengan desain yang sederhana dan intuitif untuk memudahkan supplier dalam melakukan pemesanan dan pencatatan stok barang. Selain itu, sistem offline juga disediakan agar supplier dapat melakukan pemesanan dan pencatatan stok barang tanpa koneksi internet. Teknologi suara juga digunakan sebagai alternatif untuk membantu supplier yang kesulitan membaca atau menulis dalam menggunakan teknologi. Selanjutnya, untuk mengatasi perbedaan data antara sistem dan stok di toko, solusi inovatifnya yaitu dengan meningkatkan akurasi input data. Ini mencakup penggunaan barcode scanner untuk input data yang lebih akurat dan cepat, penerapan verifikasi ganda oleh dua orang untuk memastikan keakuratan input data, serta memberikan pelatihan kepada staf tentang cara input data yang benar dan konsisten.

SIMPULAN

a. Kesimpulan

Simpulan dari analisis transformasi digital yang dilakukan oleh Oh My Gethuk dalam bisnis kuliner di era pandemi COVID-19 menunjukkan bahwa digitalisasi telah membawa dampak positif yang signifikan. Langkah-langkah digitalisasi yang diambil, seperti penerapan teknologi dalam proses produksi, pencatatan keuangan, dan pemasaran, telah berhasil meningkatkan efisiensi operasional perusahaan. Meskipun demikian, tantangan terkait implementasi transformasi digital, seperti kesulitan dalam mengatasi perbedaan data antara sistem dan stok di toko serta kurangnya pemahaman teknologi pada kalangan supplier yang lebih tua, masih perlu diatasi. Analisis SWOT menunjukkan bahwa Oh My Gethuk memiliki kekuatan dalam inovasi produk, penerapan digitalisasi, dan branding yang kuat, tetapi juga menghadapi kelemahan terkait pemahaman teknologi dan perbedaan data. Peluang untuk mengembangkan produk baru dan memanfaatkan pasar online dapat menjadi langkah strategis selanjutnya, sementara ancaman utama adalah perubahan tren konsumen dan potensi terjadinya sistem error. Dengan terus meningkatkan strategi dan mengatasi tantangan yang ada, Oh My Gethuk diharapkan dapat terus berkembang dan berhasil memanfaatkan potensi bisnisnya di era digital ini.

b. Keterbatasan

Keterbatasan dari penelitian ini mungkin terletak pada keterbatasan sumber daya, seperti keterbatasan akses terhadap data historis atau keterbatasan waktu dalam melakukan penelitian yang lebih mendalam. Selain itu, keterbatasan metodologi atau pendekatan yang digunakan dalam analisis data juga dapat mempengaruhi validitas dan generalisabilitas hasil penelitian. Sebagai rekomendasi untuk penelitian selanjutnya, penting untuk memperluas cakupan sampel atau metode analisis yang digunakan, serta melibatkan berbagai pihak terkait, seperti ahli makanan, koki tradisional, atau kelompok komunitas, untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam.

c. Implikasi

- Implikasi praktis dari penelitian ini adalah pentingnya memperhatikan nilai budaya dan kearifan lokal dalam inovasi produk makanan. Dengan memahami dan menghargai warisan kuliner tradisional, produsen makanan dapat menciptakan produk yang tidak hanya memenuhi standar gizi dan keamanan, tetapi juga mempertahankan identitas budaya dan memperkaya pengalaman konsumen. Rekomendasi praktis termasuk pengembangan strategi pemasaran yang menekankan nilai-nilai budaya, kerjasama

dengan produsen lokal, atau pelatihan bagi koki tradisional untuk mengadopsi teknik-teknik inovatif dalam proses pembuatan makanan tradisional.

- Implikasi teoritis dari penelitian ini adalah penekanan pada peran penting keberlanjutan budaya dalam inovasi produk. Hasil penelitian ini dapat mengenalkan pendekatan baru dalam memahami hubungan antara inovasi produk dan keberlanjutan budaya, yang dapat membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut dalam bidang ini. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi landasan bagi pengembangan teori atau kerangka konseptual baru yang mengintegrasikan aspek budaya dalam konteks inovasi produk secara lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, T., & Handayani, E. (2018). Keunggulan bersaing ukm yang dipengaruhi oleh orientasi pasar dan inovasi produk. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20(3), 193.
- Assyakurrohim, D., Ikham, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). Metode studi kasus dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1-9.
- Astuti, A. M. I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17.
- Banjarnahor, A. R. (2022). *Teknologi Digital Kewirausahaan dan UMKM*. Yayasan Kita Menulis.
- Cahyono, W. E., & Kunhadi, D. (2020). Strategi Pengembangan UKM Gethuk Pisang Guna Melestarikan Makanan Tradisional. *Jurnal Media Teknik Dan Sistem Industri*, 4(1), 10.
- Danuri, M. (2019). Perkembangan dan Transformasi Teknologi Digital. *Jurnal Ilmiah Informasi Komputer Akuntansi dan Manajemen*.
- Fadhilah, D. A., & Pratiwi, T. (2021). Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing: Studi Kasus pada Kelompok Usaha “Kremes Ubi” di Desa Cibunar, Kecamatan Rancakalong, Sumedang. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(1), 17-22.
- Firdausi, N., Septianto, A., Nathaniela, T. C., Rosyidah, E., & Purnomo, A. (2022). Apa yang Dimaksud dengan Inovasi Model Bisnis?. *OSF Preprints*.
- Hidayat, T., & Purwokerto, U. M. (2019). Pembahasan studi kasus sebagai bagian metodologi penelitian. *Jurnal Study Kasus*, 3(1), 1-13.
- Huda, N., & Rahayu, A. (2022). Implementasi Sistem Informasi Inventaris Barang pada PT. PLN (Persero) Palembang. *Implementasi Sistem Informasi Inventaris Barang pada PT. PLN (Persero) Palembang*.

- Ibrahim, M. B., Sari, F. P., Kharisma, L. P. I., Kertati, I., Artawan, P., Sudipa, I. G. I., ... & Lolang, E. (2023). *Metode Penelitian Berbagai Bidang Keilmuan (Panduan & Referensi)*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Kurniawan, Y. J., Herman Sjahrudin, S. E., Nuraeni, S. E., Swaputra, I. B., Astakoni, D. I. M. P., Par, M., ... & Agustina, E. S. (2023). *Digitalisasi manajemen keuangan*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Marfuin, M., & Robin, R. (2021, March). Strategi Bisnis Digital dan Kinerja Perusahaan Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). In *CoMBInES-Conference on Management, Business, Innovation, Education and Social Sciences* (Vol. 1, No. 1, pp. 425-436).
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97-112.
- Noor, L. S. (2018). Inovasi UMKM Boga Tradisional Dalam Mencapai Keunggulan Bersaing. *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 2(1), 70-83.
- Nurhayati, S., & Ardianingsih, A. (2021). Analisis digitalisasi pemasaran berbasis sosial media untuk meningkatkan daya saing Usaha Kecil Menengah (UKM) di Pekalongan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 24(1), 66-74.
- Purnomo, F. (2019). Program Ladit (Lapak Digital) : Optimalisasi Media Digital sebagai Wadah dalam Pengembangan Umkm di Madura. *Jurnal Studi Manajemen*.
- Putri, P. K. B., Yudhanegara, D., & Fadilah, R. (2021). DIGITALISASI KEUANGAN UKM (Studi Kasus CV. Madu Mekar Purwakarta). *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 4(2), 1-8.
- Saputra, H. S. P. (2020). *Humaniora dan Era Disrupsi*. Jember University Press.
- Sari, D. C., Purba, D. W., & Hasibuan, M. S. (2019). Inovasi pendidikan lewat transformasi digital. *Yayasan Kita Menulis*, 2(1), 17-25.
- Setini, M., Pasupati, B., & Tantra, I. L. P. (2023). Pengembangan Sistem Digitalisasi Kelompok Usaha Kuliner Pie Susu Melalui Inovasi Produk Dan Pemasaran Di Gianyar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 2(4), 194-198.