

PENERAPAN TEKNOLOGI DIGITAL GOFOOD DAN QRIS DALAM MENDUKUNG TRANSFORMASI BISNIS MJ COFFEE SHOP BANTUL

Cicilia Noveviona Ayogya Wienda Haryanto¹ & Diana Airawaty²

¹ Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia, 55753

Telp: 089686110273,

E-mail: cna.wiendaharyanto611@gmail.com

² Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia, 55753

E-mail: diana@mercubuana-yogya.ac.id

RIWAYAT ARTIKEL

Received : 2026-06-01

Revised : 2026-06-26

Accepted : 2026-06-26

KEYWORDS

Digital Technology,
Culinary UMKM,
Business Transformation,
GoFood,
QRIS

KATA KUNCI

Teknologi Digital,
UMKM Kuliner,
Transformasi Bisnis,
GoFood,
QRIS

ABSTRACT

The implementation of digital technology has had a significant impact on the operations of UMKM in the culinary sector, particularly at MJ Coffee Shop, located in Bantul Regency, Yogyakarta. The limitations of the marketing system and payment transactions, which remain conventional, served as the background for this study. The research method was qualitative descriptive using a case study approach, with data collected through interviews, observations, and documentation of activities. The results show that the use of GoFood and QRIS has had a positive impact on business operations, particularly in terms of expanding marketing reach, facilitating transactions, and improving the efficiency of customer service. The novelty of this study lies in its analysis, which not only highlights the increase in revenue resulting from digitalization but also comprehensively examines changes in operational systems, service patterns, and the process of technological adaptation at a developing café UMKM. The findings of this study show that digitalization plays a role in driving changes in operational management toward a more structured approach that is oriented toward consumer needs. However, in practice, challenges often arise regarding the adjustment to using the applications and dependence on internet connectivity. Overall, the implementation of these two services has helped business owners adapt their business activities to technological developments and consumer needs in the modern era.

ABSTRAK

Implementasi teknologi digital memberikan dampak yang signifikan terhadap operasional UMKM sektor kuliner, khususnya pada MJ Coffee Shop yang berlokasi di Kabupaten Bantul, Yogyakarta. Keterbatasan sistem pemasaran dan transaksi pembayaran yang masih konvensional menjadi latar belakang dilakukannya penelitian ini. Metode penelitian berupa deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus, data diperoleh melalui wawancara, observasi, serta dokumentasi kegiatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan GoFood dan QRIS menciptakan kegiatan operasional usaha yang positif, terutama dalam hal perluasan jangkauan pemasaran, kemudahan transaksi, serta peningkatan efisiensi pelayanan kepada pelanggan. Kebaruan penelitian ini terletak pada kajian yang tidak hanya menyoroti peningkatan pendapatan akibat digitalisasi, tetapi juga menganalisis secara komprehensif perubahan sistem operasional, pola pelayanan, dan proses adaptasi teknologi pada UMKM café

yang masih berkembang. Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa digitalisasi berperan dalam mendorong perubahan tata kelola operasional menjadi lebih terstruktur dan berorientasi pada kebutuhan konsumen. Meskipun dalam praktiknya kerap ditemukan kendala penyesuaian penggunaan aplikasi serta ketergantungan terhadap jaringan internet. Secara garis besar, penerapan kedua layanan ini telah membantu pelaku usaha menyesuaikan kegiatan bisnis dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan konsumen di era modern.

1. Pendahuluan

Dewasa ini berbagai industri, termasuk industri kuliner telah dipengaruhi oleh teknologi digital. Teknologi telah digunakan tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga mulai dimanfaatkan dalam hal pemasaran, penjualan, dan pembayaran (Henrika *et al.*, 2025). Akibatnya, para pelaku usaha harus menyesuaikan kegiatan operasional mereka dengan teknologi guna tetap kompetitif di tengah persaingan bisnis yang semakin berkembang (Nainggolan & Airawaty, 2024). Salah satu upaya yang dianggap dapat membantu Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar adalah *digitalisasi usaha*.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, (2008) UMKM didefinisikan sebagai usaha produktif milik individu atau kelompok yang memenuhi kriteria tertentu berdasarkan jumlah kekayaan dan hasil penjualan usaha, serta berperan dalam menciptakan lapangan pekerjaan. Perannya yang sangat penting terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat, mengharuskan UMKM menjadi sektor yang mampu bertahan dalam berbagai kondisi (Zainarti *et al.*, 2025). Bersama dengan kemajuan teknologi saat ini, perubahan terlihat pada perilaku konsumen yang lebih mengutamakan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi saat melakukan transaksi. Ditunjukkan dengan adanya peningkatan pada penggunaan layanan pesan antar makanan secara *online* dan pembayaran non tunai yang dilakukan masyarakat (Ramadhani *et al.*, 2026).

Penelitian terkait digitalisasi UMKM telah banyak dilakukan sebelumnya. Sitompul (2023) menyimpulkan bahwa penggunaan aplikasi *GoFood* menjadi salah satu contoh penerapan teknologi pada bidang kuliner. Aplikasi layanan pesan antar makanan ini membantu pelaku usaha dalam memperluas jangkauan pemasaran dan memudahkan konsumen memperoleh produk yang sedang diinginkan. Tidak hanya itu Zainarti *et al.* (2025), menyebutkan bahwa sistem pembayaran digital *Quick Response Code Indonesian Standard*

(QRIS) tengah marak digunakan sebagai alternatif yang lebih efisien dan praktis untuk transaksi non tunai. Bank Indonesia mengembangkan QRIS sebagai standar kode QR nasional untuk mempermudah transaksi digital melalui berbagai aplikasi pembayaran (Sholihah & Nurhapsari, 2023). Hanya dengan satu kode pembayaran, QRIS membawa kemudahan bagi konsumen serta pelaku usaha karena kehadirannya dalam kegiatan operasional mampu mengurangi penggunaan uang tunai (Latumahina & Mulyanto, 2024).

Mayoritas dari penelitian sebelumnya cenderung membahas peningkatan penjualan yang terjadi pada UMKM setelah memanfaatkan teknologi digital. Sementara, penelitian yang membahas implementasi *GoFood* dan QRIS pada UMKM *café* yang sedang berkembang relatif terbatas. Berangkat dari asumsi bahwa penerapan *GoFood* dan QRIS tidak hanya berpengaruh terhadap optimalisasi pendapatan, maka penelitian ini juga dilakukan untuk mengkaji perubahan sistem operasional serta pola pelayanan usaha yang terjadi secara menyeluruh. Berdasarkan uraian tersebut, studi ini penting dilakukan karena menyampaikan gambaran terkait akulturasi teknologi digital pada UMKM *café* yang saat ini sedang dalam tahap pengembangan. Hasil penelitian nantinya diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku UMKM lain dalam memberdayakan platform digital guna meningkatkan daya saing serta efisiensi usaha.

2. Tinjauan Literatur

a. Digitalisasi UMKM

Digitalisasi UMKM merupakan tindakan pengoptimalan teknologi digital dalam menunjang kegiatan bisnis, baik yang terjadi pada bidang pemasaran, pelayanan, maupun transaksi pembayaran. Transformasi digital mengharuskan pelaku usaha untuk menyesuaikan sistem operasional dengan tuntutan masyarakat yang saat ini lebih mengutamakan efisiensi dan kemudahan. Nainggolan & Airawaty (2024), mengungkapkan bahwa perluasan akses yang dipengaruhi oleh pemanfaatan teknologi digital memberikan dampak efektivitas pemasaran pada UMKM. Sejalan dengan hal tersebut, Henrika *et al.* (2025) dalam

penelitiannya menjelaskan bahwa peningkatan kualitas pelayanan kepada pelanggan turut dipengaruhi oleh penggunaan teknologi digital pada usaha kuliner.

Tidak hanya itu, digitalisasi bahkan mempengaruhi perilaku konsumen dalam bertransaksi. Pelayanan yang praktis, cepat, dan efisien cenderung lebih dipilih oleh masyarakat saat ini, terutama dalam aktivitas pemesanan makanan serta pembayaran non tunai (Ramadhani *et al.*, 2026). Sehingga salah satu strategi yang krusial untuk diimplementasikan UMKM agar dapat bersaing di tengah perkembangan zaman adalah dengan memanfaatkan teknologi digital.

b. GoFood sebagai Media Pemasaran Digital

GoFood adalah aplikasi digital berupa layanan pesan antar makanan yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha dalam mempromosikan dan menjual produknya. *Platform* digital menghadirkan kemudahan bagi konsumen dalam memperoleh produk yang diinginkan tanpa harus datang langsung ke lokasi usaha. Melalui aplikasi digital yang diakses oleh konsumen, *GoFood* dapat menciptakan perubahan pada peningkatan jangkauan pemasaran (Sitompul, 2023).

Disamping kontribusinya sebagai media pemasaran, *GoFood* turut berperan membantu pelaku usaha dalam menyesuaikan sistem penjualan dengan perkembangan teknologi yang terjadi. Dengan sistem pemesanan yang lebih modern dan terintegrasi, layanan *GoFood* memberikan dampak positif dalam mendukung transformasi bisnis UMKM (Afandi & Arief, 2025). Meskipun begitu, Ahmad *et al.* (2026) mengungkapkan bahwa pelaku usaha memerlukan penyesuaian, terlebih bagi yang belum terbiasa menerapkan teknologi digital dalam kegiatan operasional usahanya.

c. QRIS sebagai Sistem Pembayaran

QRIS merupakan standar kode QR yang dikembangkan oleh Bank Indonesia, memiliki peran sebagai metode pembayaran non tunai yang tengah marak digunakan oleh masyarakat. Partisipasi QRIS telah memberikan kemudahan transaksi digital dengan variasi aplikasi pembayaran dalam satu sistem yang terintegrasi (Latumahina & Mulyanto, 2024).

Menurut Zainarti *et al.* (2025), penerapan QRIS dalam kegiatan operasional usaha dapat mengurangi terjadinya kesalahan dalam pengembalian uang tunai serta mempercepat transaksi pembayaran. Tidak hanya itu, pencatatan transaksi yang dilakukan pelaku usaha menjadi jauh lebih praktis dengan

memanfaatkan sistem pembayaran digital. Namun hal ini tentu tidak lepas dari kendala yang dihadapi, seperti ketergantungan terhadap jaringan *internet* maupun kemampuan menggunakan sistem digital oleh pelaku usaha yang terbatas.

3. Metode

Pendekatan kualitatif dengan jenis *studi kasus* dipilih sebagai metode dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono (2013) definisi pendekatan kualitatif adalah landasan utama terhadap semua jenis metode pendekatan penelitian yang digunakan untuk menyelidiki kehidupan sosial yang *natural* atau alamiah. Penggunaan pendekatan ini bertujuan untuk menunjukkan secara langsung proses implementasi serta dampak pemanfaatan teknologi digital terhadap pelaku usaha. *Studi* ini diterapkan guna memperoleh pemahaman yang komprehensif terkait penggunaan teknologi digital seperti *GoFood* dan QRIS dalam kegiatan operasional UMKM *café*.

MJ Coffe Shop, beroperasi sejak tahun 2025 merupakan tempat dilaksanakannya penelitian melalui kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL). Terletak di Jl. Caturharjo, Koro Wejang, Caturharjo, Pandak, Kabupaten Bantul, Yogyakarta. Objek penelitian berfokus pada penggunaan aplikasi *GoFood* sebagai media yang menawarkan layanan pesan antar serta QRIS sebagai sistem pembayaran non tunai. Lokasi ini dipilih oleh penulis mengacu pada proses adaptasi teknologi yang masih berlangsung, sehingga memberikan kesempatan dalam mengamati secara langsung

a. Wawancara

Informan dalam penelitian dipilih berdasarkan pertimbangan yang relevan dengan tujuan penelitian. Penulis melakukan wawancara secara langsung dengan pemilik MJ *Coffee Shop* selaku narasumber utama dalam penelitian ini yang memiliki peran sebagai pengelola sekaligus pengambil keputusan operasional usaha. Pemilik usaha dipilih sebagai narasumber utama karena memiliki pemahaman yang komprehensif mengenai kondisi usaha.

Tujuan pelaksanaan wawancara adalah untuk memperoleh informasi perihal kondisi kegiatan operasional usaha sebelum implementasi teknologi digital, realisasi terkait penerapan *GoFood* dan QRIS, keuntungan yang diperoleh setelah menggunakan layanan digital, serta hambatan yang dilalui selama penerapan aplikasi digital pada aktivitas usaha. Informasi yang diperoleh tersebut menjadi sumber data utama dalam menganalisis proses transformasi digital yang terjadi pada MJ *Coffee Shop*.

b. Observasi

Observasi dilakukan dengan mengamati aktivitas operasional MJ *Coffee Shop* sebagai objek *studi kasus* penelitian. Kegiatan observasi berpusat pada mekanisme pelayanan kepada pelanggan, pemanfaatan *GoFood* sebagai sistem manajemen pesanan, penggunaan QRIS mendukung transaksi pembayaran, serta transisi setelah penerapan teknologi digital pada operasional usaha.

c. Dokumentasi

Dokumentasi disertakan sebagai data pendukung untuk memperkuat hasil penelitian yang telah diperoleh.

4. Hasil

a. Identifikasi Masalah dan Kebutuhan Usaha

Kegiatan pengabdian diawali dengan proses identifikasi masalah dan kebutuhan usaha melalui observasi serta wawancara langsung dengan pemilik usaha. Tahap ini dilakukan untuk memahami kondisi operasional *café*, sistem pelayanan kepada pelanggan, serta aktivitas pemasaran yang diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari (Afandi & Arief, 2025).

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara diketahui bahwa sebelum penerapan teknologi digital, aktivitas penjualan di MJ *Coffee Shop* masih dilakukan secara konvensional dengan mengandalkan pelanggan yang datang langsung ke lokasi usaha. Pemilik MJ *Coffee Shop* mengungkapkan bahwa keterbatasan pemasaran menjadi kendala utama pada masa awal operasional usaha. “Waktu awal beroperasi itu pelanggan yang datang masih sedikit, mungkin karena kurang promosi dan cuma mengandalkan rekomendasi dari pelanggan yang pernah datang. Belum punya sarana untuk menjangkau lebih banyak konsumen,” ujar pemilik MJ *Coffee Shop*.

Sistem pemasaran yang masih terbatas pada promosi dari mulut ke mulut dan media sosial pribadi pemilik, mengakibatkan informasi mengenai produk yang ditawarkan belum mampu menjangkau konsumen secara lebih luas. Dengan kondisi tersebut pelanggan yang datang kurang lebih hanya 10 orang per hari, jumlah ini cenderung belum stabil terutama karena usaha masih tergolong baru dan belum banyak dikenal oleh masyarakat sekitar.

Transaksi yang terjadi masih didominasi oleh sistem pembayaran tunai. Dalam beberapa kondisi, proses pembayaran memerlukan waktu yang relatif lebih lama karena pelayan harus menyiapkan uang kembalian. Tidak hanya itu, kendala juga kerap dirasakan pelanggan ketika tidak membawa uang tunai dalam jumlah yang mencukupi. Kondisi

tersebut menunjukkan bahwa sistem pembayaran konvensional pada saat ini dinilai kurang praktis untuk digunakan, terutama ditengah melonjaknya penggunaan metode pembayaran digital oleh masyarakat.

Tantangan lain yang dirasakan oleh pelaku usaha berupa perubahan perilaku konsumen, khususnya kalangan muda yang sudah terbiasa memesan makanan dan minuman secara *online* melalui aplikasi layanan pesan antar. MJ *Coffee Shop* yang pada saat itu belum terdaftar pada *platform* penjualan digital tidak dapat menjangkau konsumen secara lebih luas. Sehingga, pemanfaatan teknologi digital menjadi salah satu faktor pendorong yang penting diterapkan pada kegiatan usaha.

Melihat beberapa kondisi tersebut, pelaku usaha mulai mempertimbangkan penggunaan *GoFood* dan QRIS sebagai bentuk adaptasi terhadap perkembangan teknologi di bidang kuliner. Penerapan kedua layanan tersebut diharapkan dapat membantu meningkatkan kualitas pelayanan serta mendukung perkembangan usaha yang baru berdiri di tengah persaingan bisnis kuliner yang kompetitif.

b. Implementasi GoFood dan QRIS pada UMKM Café

Mendaftarkan MJ *Coffee Shop* pada *platform GoFood* merupakan upaya penerapan teknologi digital. Persyaratan administrasi yang harus dilengkapi dalam proses pendaftaran seperti identitas pemilik usaha, informasi rekening, alamat usaha, serta berbagai data pendukung lainnya. Selanjutnya, penulis turut serta membantu pelaku usaha dalam melakukan *penginputan* daftar menu, harga, dan foto produk yang akan ditampilkan pada laman akun usaha. Akun *GoFood* dapat digunakan setelah pihak penyedia layanan melakukan verifikasi terkait kelengkapan data. Penggunaan aplikasi *GoFood* tentu memerlukan proses penyesuaian, terutama bagi pelaku usaha yang belum pernah menerapkan aplikasi ini pada operasional usahanya (Piddiani *et al.*, 2022). Pemilik MJ *Coffee Shop* menyambut hangat upaya ini dengan mempelajari *fitur-fitur* yang tersedia secara bertahap.



Gambar 1. Pemberian Arahan Kepada Pemilik Usaha

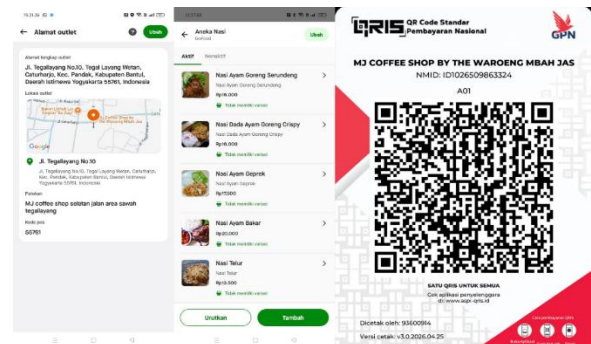
Selain pembuatan akun *GoFood*, *MJ Coffe Shop* juga mulai menggunakan sistem pembayaran digital melalui QRIS. Tahap pendaftaran dilakukan dengan menyertakan sejumlah dokumen pendukung kepada pihak penyedia layanan pembayaran digital yang dalam hal ini adalah *GoPay*. Setelah dokumen terverifikasi, pihak *GoPay* akan menerbitkan kode QR yang dapat digunakan sebagai media transaksi non tunai. Pelaku usaha menempatkan kode QR tersebut pada area kasir agar mudah diakses oleh pelanggan saat melakukan pembayaran.

Pengaplikasian QRIS dilakukan sebagai bentuk penyesuaian terhadap perkembangan sistem pembayaran digital yang kian meningkat diterapkan oleh masyarakat. Dalam pelaksanaannya, pelaku usaha mulai membiasakan penggunaan transaksi non tunai pada kegiatan operasional sehari-hari. Implementasi QRIS juga memerlukan adaptasi, terutama dalam proses pengecekan pembayaran dan pencatatan transaksi yang masuk melalui aplikasi pembayaran digital (Ayundasari *et al.*, 2026).

Berdasarkan hasil wawancara, proses implementasi teknologi digital tidak berlangsung tanpa hambatan. “Karena belum pernah menggunakan *GoFood* dan QRIS sebelumnya, jadi awalnya agak kesulitan. Tapi setelah dipelajari terus *fitur-fiturnya* di aplikasi, justru sekarang sangat membantu sekali,” ungkap pemilik *MJ Coffee Shop*. Pernyataan tersebut mengindikasikan bahwa keberhasilan implementasi teknologi digital pada UMKM tidak hanya dipengaruhi oleh ketersediaan teknologi, tetapi juga kemampuan pelaku usaha beradaptasi terhadap sistem yang baru diterapkan.

c. Dampak Penggunaan *GoFood* dan QRIS Terhadap Operasional UMKM

Pemanfaatan kedua layanan digital tersebut telah menyebabkan perubahan pada sistem operasional *MJ Coffee Shop*, terutama dalam hal transaksi dan penjualan. Sebelum penggunaan *platform* digital, penjualan hanya bergantung pada pelanggan yang datang langsung ke *café*. Dikarenakan jangkauan pemasaran yang terbatas, maka jumlah transaksi harian pun tidak dapat diprediksi. Akan tetapi, setelah *GoFood* diterapkan para pelanggan dapat memesan secara *online*, ini membuat produk yang ditawarkan oleh *MJ Coffee Shop* lebih mudah diakses oleh konsumen dari berbagai lokasi.



Gambar 2. Implementasi *GoFood* dan QRIS

Hasil observasi yang dilakukan selama kegiatan berlangsung menunjukkan bahwa *GoFood* membantu usaha memperoleh lebih banyak pesanan daripada transaksi langsung di *café*. Rata-rata omzet yang diperoleh *MJ Coffee Shop* sebelum memanfaatkan aplikasi pesan antar hanya berkisar Rp1.300.000 sampai dengan Rp1.600.000 per harinya. Jumlah yang relatif sedikit ini memaksa pelaku usaha untuk memutar otak mencoba berbagai metode pemasaran yang relevan. Solusi hadir melalui penggunaan aplikasi *GoFood*, ditunjukkan dengan peningkatan pendapatan *café* sebesar 15% dari jumlah omzet sebelumnya. Kehadiran layanan pesan antar memberikan alternatif bagi pelanggan yang tidak memiliki waktu untuk datang ke lokasi usaha. Selain memperluas jangkauan pemasaran, penggunaan *platform* digital juga membantu meningkatkan eksistensi usaha karena produk dapat ditemukan melalui aplikasi yang digunakan masyarakat secara luas (Algiffari *et al.*, 2023).

Sistem pembayaran pada *MJ Coffee Shop* saat ini memiliki variasi, yaitu dapat dilakukan secara tunai maupun QRIS. Sebelumnya, sebagian besar pembayaran dilakukan secara tunai sehingga proses pembayaran terkadang memerlukan waktu lebih lama, terutama saat pelayan harus menyiapkan uang kembalian. Namun, setelah penerapan QRIS konsumen dapat melakukan pembayaran non tunai hanya melalui telepon genggam, sehingga proses transaksi menjadi lebih efisien dan praktis. Kesalahan dalam pengembalian uang saat bertransaksi juga dapat diminimalisir dengan penggunaan sistem pembayaran digital.

Menurut pemilik usaha, penggunaan *GoFood* dan QRIS memberikan perubahan yang cukup signifikan terhadap aktivitas bisnis. “Setelah aktif *GoFood*, pesanan gak cuma dari pelanggan yang datang ke *café* tapi juga dari pelanggan yang pesan lewat HP. Transaksi pembayaran juga jadi lebih cepat dan praktis semenjak pakai QRIS,” ujar pemilik usaha. Temuan tersebut menunjukkan

bahwa penggunaan kedua layanan digital tersebut turut membantu usaha dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan.

Kemudahan dalam melakukan transaksi bukan satu-satunya dampak yang ditimbulkan, hal lain yang turut dipengaruhi oleh pemanfaatan *GoFood* dan QRIS adalah pola pelayanan usaha. Teknologi digital menuntut pelaku usaha untuk melakukan penyesuaian pada sistem operasional yang sebelumnya telah dijalankan secara konvensional menjadi lebih teratur dengan pengelolaan pesanan serta pencatatan transaksi melalui aplikasi (Ahmad *et al.*, 2026). Kondisi ini semakin memperkuat persepsi bahwa pemanfaatan teknologi menyebabkan perubahan signifikan pada kehidupan manusia, menjadikannya jauh lebih terstruktur, efisien, dan terorganisir.

Kendati teknologi digital menawarkan banyak kemudahan, masih terdapat beberapa hambatan yang perlu diatasi. Dalam proses penerimaan pesanan dan transaksi pembayaran digital, ketergantungan pada jaringan *internet* merupakan kendala yang ditemukan. Tak hanya itu, pelaku usaha juga harus menyesuaikan diri dengan penggunaan aplikasi dan sistem digital yang belum pernah digunakan secara langsung sebelumnya. Secara keseluruhan, evaluasi menunjukkan bahwa *GoFood* dan QRIS berperan krusial dalam transformasi digital UMKM di Indonesia, khususnya pada *MJ Coffee Shop* yang baru beroperasi. Dengan memanfaatkan kedua layanan tersebut dapat meningkatkan jangkauan pasar, efisiensi operasional, dan pendapatan (Shofari *et al.*, 2025). *GoFood* berperan sebagai mitra pemasaran, sementara QRIS menyediakan solusi pembayaran yang aman dan tentunya efisien.

5. Dikusi

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital berupa *GoFood* dan QRIS pada *MJ Coffee Shop* di Kabupaten Bantul memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kegiatan operasional usaha. Hasil tersebut sejalan dengan berbagai studi terdahulu yang menegaskan pentingnya transformasi digital bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya di sektor kuliner. Nainggolan & Airawaty (2024) mengungkapkan bahwa pemanfaatan teknologi digital secara nyata memperluas akses pemasaran dan meningkatkan efektivitas promosi pada UMKM. Lebih lanjut, Henrika *et al.* (2025) menegaskan bahwa penggunaan aplikasi digital pada usaha kuliner turut berkontribusi terhadap peningkatan kualitas pelayanan kepada pelanggan.

Kedua pernyataan tersebut memperkuat temuan penelitian ini, di mana *MJ Coffee Shop* mengalami perubahan positif dalam hal jangkauan pemasaran maupun standar pelayanan setelah mengimplementasikan *GoFood* dan QRIS.

Sebelum penerapan digitalisasi, *MJ Coffee Shop* beroperasi secara konvensional dengan jangkauan pemasaran yang terbatas pada pelanggan yang datang langsung ke lokasi usaha. Kondisi ini mencerminkan permasalahan umum yang dihadapi UMKM baru di Indonesia, sebagaimana dijelaskan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (2008), bahwa UMKM merupakan entitas usaha produktif yang memiliki peran penting dalam perekonomian namun kerap menghadapi keterbatasan dalam hal sumber daya dan akses pasar. Untuk mengatasi keterbatasan tersebut, pemanfaatan *platform* digital menjadi salah satu strategi yang relevan dan efektif. Algiffari *et al.* (2023) menyimpulkan bahwa implementasi aplikasi kewirausahaan secara nyata meningkatkan produktivitas UMKM, terutama dalam hal mengoptimalkan distribusi produk di tengah persaingan usaha yang semakin kompetitif. Temuan tersebut bersesuaian dengan hasil penelitian ini, di mana keberadaan akun *GoFood* *MJ Coffee Shop* memungkinkan produk untuk ditemukan oleh konsumen dari berbagai lokasi melalui aplikasi yang digunakan secara luas.

Peningkatan omzet sebesar 15% yang dicapai *MJ Coffee Shop* setelah bergabung dengan *platform GoFood* merupakan bukti nyata dari pemanfaatan digitalisasi pemasaran. Hasil ini memperkuat temuan Sitompul (2023) yang menyimpulkan bahwa penggunaan aplikasi *GoFood* membantu pelaku usaha kuliner dalam memperluas jangkauan pemasaran dan memudahkan konsumen memperoleh produk yang diinginkan. Selain itu, Afandi & Arief (2025) dalam studinya mengenai pemberdayaan UMKM Kedai Arabian Shawarma melalui *GoFood* menyatakan bahwa *platform* pesan antar digital tidak hanya berfungsi sebagai saluran distribusi, melainkan juga sebagai media transformasi sistem penjualan UMKM menjadi lebih modern dan terpadu. Temuan tersebut konsisten dengan kondisi yang diamati di *MJ Coffee Shop*, di mana pendaftaran pada *GoFood* secara langsung mengubah pola operasional usaha dari yang sebelumnya bergantung penuh pada kunjungan pelanggan menjadi sistem penjualan yang lebih fleksibel dan dapat diakses dari jarak jauh.

Keterkaitan *GoFood* sebagai media pemasaran digital juga dibuktikan oleh Shofari *et al.* (2025), yang meneliti implementasi promosi digital pada UMKM kuliner Nasi Goreng Gila di Subang dan menyimpulkan bahwa pemanfaatan layanan digital secara signifikan meningkatkan jangkauan pasar, efisiensi operasional, dan pendapatan usaha. Studi lain yang dilakukan oleh Ahmad *et al.* (2026) pada usaha Siomay Yayan turut mengonfirmasi bahwa optimalisasi layanan pesan antar *online* mampu memperluas basis konsumen UMKM kuliner secara signifikan. Di sisi lain, Ramadhani *et al.* (2026) dalam kajiannya terkait adaptasi usaha kuliner tradisional terhadap *platform* digital menekankan bahwa perubahan perilaku konsumen khususnya kemudahan dalam pemesanan secara *daring*, mendorong pelaku UMKM untuk bertransformasi secara digital demi mempertahankan daya saing usahanya. Keseluruhan temuan tersebut memperkuat argumen bahwa keputusan MJ *Coffee Shop* untuk bergabung dengan *GoFood* merupakan langkah strategis yang tepat dalam merespons dinamika pasar kuliner yang semakin berbasis digital.

Aspek sistem pembayaran digital melalui QRIS yang diterapkan di MJ *Coffee Shop* juga mendapat dukungan dari beberapa studi terdahulu. Latumahina & Mulyanto (2024) dalam kajian mendalam mengenai dinamika transformasi pembayaran digital di Indonesia menegaskan bahwa QRIS telah menjadi instrumen kunci dalam mendorong inklusi keuangan digital, dengan menyediakan satu sistem pembayaran terintegrasi yang dapat digunakan melalui berbagai aplikasi pembayaran. Pernyataan ini selaras dengan pengalaman MJ *Coffee Shop*, di mana penerapan QRIS yang diterbitkan oleh *GoPay* memungkinkan pelanggan untuk melakukan transaksi menggunakan beragam dompet digital hanya melalui satu kode QR yang ditempatkan di area kasir. Zainarti *et al.* (2025) menambahkan bahwa penerapan QRIS dalam operasional usaha mampu meminimalkan kesalahan pengembalian uang tunai sekaligus mempercepat proses transaksi pembayaran, sehingga memberikan dampak positif terhadap efisiensi layanan. Temuan tersebut secara langsung tercermin dalam hasil observasi penelitian ini, di mana proses pembayaran di MJ *Coffee Shop* menjadi lebih cepat dan akurat setelah beralih dari sistem tunai konvensional ke sistem QRIS.

Selain manfaat yang dirasakan secara langsung, penelitian ini juga mengidentifikasi sejumlah hambatan dalam proses implementasi teknologi digital di MJ *Coffee Shop*. Hambatan utama yang ditemukan mencakup ketergantungan terhadap konektivitas *internet* serta kebutuhan adaptasi

pelaku usaha terhadap sistem digital yang baru. Temuan ini senada dengan catatan kritis Ahmad *et al.* (2026) yang menyatakan bahwa pelaku usaha, terutama yang belum memiliki pengalaman sebelumnya dalam menggunakan teknologi digital, memerlukan waktu dan proses penyesuaian yang tidak singkat. Ramadhani *et al.* (2026) juga mengidentifikasi tantangan serupa dalam proses adaptasi usaha kuliner tradisional terhadap *platform* digital, di mana keterbatasan literasi digital menjadi faktor penghambat yang signifikan. Di sisi lain, Zainarti *et al.* (2025) turut menyoroti bahwa ketergantungan terhadap jaringan *internet* merupakan salah satu kelemahan yang umum ditemukan pada sistem pembayaran digital seperti QRIS, hal ini berpotensi mengganggu kelancaran transaksi apabila konektivitas tidak stabil. Pemahaman atas hambatan-hambatan ini penting bagi pelaku UMKM lainnya sebagai bahan pertimbangan dalam merancang strategi digitalisasi usaha yang lebih matang.

Perubahan pola pelayanan yang terjadi di MJ *Coffee Shop* setelah penerapan *GoFood* dan QRIS juga dapat dibahas lebih lanjut. Ahmad *et al.* (2026) menyoroti bahwa teknologi digital menuntut pelaku usaha untuk melakukan transformasi menyeluruh pada sistem operasional, mulai dari pengelolaan pesanan hingga pencatatan transaksi keuangan melalui aplikasi digital. Afandi & Arief (2025) memperkuat pandangan tersebut dengan menyatakan bahwa *GoFood* tidak sekadar berperan sebagai jalur pemasaran, melainkan juga sebagai penggerak perubahan sistem penjualan UMKM secara keseluruhan. Perubahan ini juga berdampak pada kemampuan pelaku usaha dalam memantau *performa* penjualan secara *real-time* melalui *dashboard* aplikasi, yang pada akhirnya mendukung pengambilan keputusan bisnis yang lebih berbasis data. Henrika *et al.* (2025) menambahkan bahwa transformasi digital pada usaha kuliner berdampak positif terhadap peningkatan kepuasan pelanggan, karena sistem pemesanan dan pembayaran yang lebih efisien secara langsung memengaruhi pengalaman berbelanja konsumen. Hal ini relevan dengan kondisi MJ *Coffee Shop*, di mana peningkatan kualitas pelayanan turut berkontribusi pada pembentukan kesetiaan pelanggan yang lebih kuat.

Secara lebih luas, temuan penelitian ini berkontribusi pada kajian akademis mengenai digitalisasi UMKM di Indonesia. Nainggolan & Airawaty (2024) menegaskan bahwa *digital marketing* merupakan elemen penting dalam meningkatkan efektivitas pemasaran UMKM di era

modern, dan penerapannya harus disesuaikan dengan konteks dan kapasitas masing-masing usaha. Sejalan dengan ini, Shofari *et al.* (2025) menyatakan bahwa implementasi promosi digital pada UMKM kuliner terbukti mampu meningkatkan daya saing usaha secara berkelanjutan. Sementara itu, Algiffari *et al.* (2023) mengingatkan bahwa keberhasilan implementasi aplikasi kewirausahaan pada UMKM tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan teknologi, tetapi juga oleh kesiapan sumber daya manusia dan lingkungan yang memadai. Pandangan ini sejalan dengan pengalaman MJ *Coffee Shop*, di mana proses pendampingan teknis dari penulis selama kegiatan PKL memberikan peran penting dalam memastikan kelancaran implementasi *GoFood* dan QRIS. Hal ini mengisyaratkan bahwa dukungan eksternal, baik dari akademisi, pemerintah, maupun komunitas bisnis, merupakan faktor krusial yang turut menentukan keberhasilan transformasi digital UMKM.

Secara keseluruhan, diskusi ini menegaskan bahwa hasil penelitian yang diperoleh dari *studi kasus* MJ *Coffee Shop* memiliki hubungan yang kuat dengan temuan-temuan dalam literatur yang ada. Penerapan *GoFood* sebagai media pemasaran digital dan QRIS sebagai sistem pembayaran non tunai terbukti mampu mendorong transformasi bisnis UMKM kuliner secara nyata, sebagaimana dikonfirmasi oleh Sitompul (2023), Afandi & Arief (2025), Shofari *et al.* (2025), dan Zainarti *et al.* (2025). Meskipun dalam prosesnya masih ditemukan hambatan seperti yang diidentifikasi oleh Ahmad *et al.* (2026) dan Ramadhani *et al.* (2026), tetapi manfaat jangka panjang yang ditawarkan oleh kedua layanan digital tersebut jauh melampaui tantangan awal yang dihadapi. Oleh karena itu, digitalisasi melalui *platform GoFood* dan QRIS dapat direkomendasikan sebagai strategi utama bagi UMKM kuliner lain yang tengah berupaya meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional di era transformasi digital yang terus berkembang.

6. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang dilakukan dapat ditarik kesimpulan berupa, salah satu cara UMKM untuk beradaptasi terhadap perkembangan teknologi di bidang kuliner adalah dengan menggunakan *platform* penjualan *online* dan sistem pembayaran non tunai, seperti halnya MJ *Coffee Shop* yang telah menerapkan layanan *GoFood* dan QRIS. Sebelum penerapan kedua layanan tersebut, *café* yang masih tergolong baru ini beroperasi secara konvensional dengan jangkauan

pemasaran terbatas dan sistem transaksi didominasi oleh pembayaran tunai. Seiring berjalannya waktu, pelaku usaha mulai menyesuaikan kegiatan operasionalnya dengan mengimplementasikan teknologi digital dalam pengelolaan serta transaksi pembayaran. Omzet yang diraih oleh MJ *Coffee Shop* turut mengalami peningkatan sebesar 15% dari total pendapatan sebelum memanfaatkan layanan digital.

GoFood meningkatkan akses pemasaran dan menawarkan alternatif penjualan melalui layanan pesan antar, sedangkan penggunaan QRIS memudahkan transaksi pembayaran karena lebih praktis dan efisien. Walaupun dalam praktiknya masih ditemukan beberapa kendala, seperti ketergantungan terhadap jaringan *internet* dan proses penyesuaian penggunaan aplikasi digital, penerapan kedua layanan tersebut secara keseluruhan memberikan dampak positif yang nyata terhadap kegiatan operasional usaha. Dengan demikian, pelaku UMKM diharapkan dapat memanfaatkan teknologi digital guna mendukung pertumbuhan bisnis yang semakin kompetitif di era modern.

7. Persembahkan

Penulis menyampaikan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada pemilik MJ *Coffee Shop* atas ketersediaannya memberikan izin penelitian, waktu, serta keterbukaan dalam menyampaikan informasi yang berkaitan dengan operasional usaha. Penelitian ini tentu tidak akan terwujud tanpa partisipasi aktif dari pihak pengelola usaha. Terima kasih ditujukan kepada Dr. Diana Airawaty, S. Ak., M. Acc. yang telah membimbing penulisan jurnal ini. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi pengembangan literatur mengenai digitalisasi UMKM di Indonesia.

8. Referensi

- Afandi, K., & Arief, M. H. (2025). *GoFood* Sebagai Saluran Pemasaran Digital: Pemberdayaan UMKM Kedai Arabian Shawarma Dalam Transformasi Digital Melalui Pendampingan Teknis. *TEKIBA: Jurnal Teknologi Dan Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 120–135. <https://doi.org/10.36526/tekiba.v5i2.5404>
- Ahmad, A. G., Lailla, N., Hananto, D., & Mustofa, A. (2026). Optimalisasi Layanan Online Food Delivery Sebagai Pendukung Usaha Siomay Yayan Gg. H. Ridi. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 7(2), 1305–1314. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v7i2.3149>

- Algiffari, R. F., Putri, L. A., Mujayanah, A., Abdillah, A. F., & Rosyani, P. (2023). Pengaruh Implementasi Aplikasi Kewirausahaan Terhadap Produktivitas Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 4(6), 313–319. <https://doi.org/10.47065/tin.v4i6.4535>
- Ayundasari, Vera, N., & Jatisidi, A. (2026). Adopsi QRIS pada UMKM di Desa Sidowayah sebagai Inovasi Pembayaran Digital. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 310–319. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v6i1.7626>
- Henrika, M., Said, A., Alviano, K., Zahrina, N., & Aprilia, W. (2025). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Go-Jek dalam Meningkatkan Pelayanan Pelanggan pada Kedai Bang Jun Samarinda. *Paramacitra : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 02(02), 216–223.
- Latumahina, H. I., & Mulyanto, A. S. (2024, December). QRIS: Menelusuri Dinamika Transformasi Pembayaran Digital di Indonesia. *Center For Digital Society*, 1–17. <https://digitalsociety.id/wp-content/uploads/2025/01/Case-Study-107-Desember-2024.pdf>
- Nainggolan, A. F. S., & Airawaty, D. (2024). Penerapan Digital Marketing dalam Meningkatkan Efektivitas Pemasaran UMKM Rumah Jamu Argomulyo. *Jurnal BUDIMAS*, 6(2), 1–8.
- Piddiani, J., Aprilia, I., & Karlina, L. (2022). Efektivitas Penggunaan Aplikasi Online Food Delivery untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada Pelaku UMKM Seblak di Kota Tasikmalaya). *TRANSEKONOMIKA: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan*, 2(4), 71–80. <https://transpublika.co.id/ojs/index.php/Transekonomika>
- Ramadhani, N. H., Sitanggang, K. C. M., Simanjuntak, O. A. P., & Siburian, Y. F. W. (2026). Adaptasi Usaha Kuliner Tradisional terhadap Platform Digital: Studi Kasus Bakmie Koko Jaya di Kota Pematang Siantar. *Journal of Social Inquiry and Perspectives (JSIP)*, 1(1), 17–26.
- Shofari, A. H. N., Maulidiana, C. A., Cantika, M., & Sopiawadi, M. (2025). Implementing Digital Promotion for Culinary MSMEs: A Study of Nasi Goreng Gila in Subang. *Journal of Public Sector Accounting and Management (JPSAM)*, 2(2), 13–24.
- 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>
- Sitompul, C. A. R. (2023). Pengaruh Layanan Aplikasi Go-Food Terhadap Peningkatan Pada UMKM Kuliner Di Jatinangor. *JISPENDIORA Jurnal Ilmu Sosial Pendidikan Dan Humaniora*, 2(3), 83–90. <https://doi.org/10.56910/jispendiora.v2i3.965>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, Pub. L. 20, 2 (2008).
- Zainarti, Soleha, S., Sabrina, T. W., & Anggraini, D. (2025). Optimalisasi Pembayaran Digital Melalui Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) pada UMKM Kota Medan. *SURPLUS: JURNAL EKONOMI DAN BISNIS*, 3(2), 455–461. <https://doi.org/10.71456/sur.v3i2.1328>



© 2026 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution Share Alike (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).