An-Najah: Journal of Islamic Economics
Volume 1, Nomor 1, Oktober 2025, 23 - 32

https://jurnal.almaidah.or.id/index.php/JNIE/en

Analisis Kelayakan Usaha Kuliner Berbasis Digital di Kota Binjai: Perspektif Pasar, Teknis, dan Finansial

Nur Anzani[1], Hendra[2]

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan usaha kuliner berbasis digital di Kota Binjai dari perspektif pasar, teknis, dan finansial. Pendekatan penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan dukungan data kuantitatif, melalui wawancara semi-terstruktur, observasi, dan pengumpulan dokumen pendukung dari pelaku usaha kuliner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari perspektif pasar, usaha kuliner digital memiliki peluang yang besar karena penetrasi internet yang tinggi, perubahan perilaku konsumen, serta efektivitas promosi melalui media sosial dan platform pesan-antar. Dari sisi teknis dan operasional, kelayakan usaha ditentukan oleh kesiapan infrastruktur digital, kualitas produk, pengelolaan pesanan, dan kemampuan literasi digital pelaku usaha. Aspek finansial menunjukkan bahwa penggunaan platform digital dapat meningkatkan omzet, menekan biaya pemasaran, dan mempercepat pengembalian modal, meskipun terdapat tantangan berupa biaya komisi platform dan keterbatasan manajemen keuangan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa usaha kuliner berbasis digital di Kota Binjai layak dijalankan dan memiliki prospek pengembangan yang baik, dengan catatan perlunya peningkatan literasi digital, manajemen mutu, strategi pemasaran, serta dukungan regulasi dan pembiayaan untuk memastikan keberlanjutan usaha.

Kata Kunci: *UMKM kuliner, digitalisasi, kelayakan usaha, pasar digital, Kota Binjai.*

Abstract

This study aims to analyze the feasibility of digital-based culinary businesses in Binjai City from market, technical, and financial perspectives. The research employed a descriptive qualitative approach supported by quantitative data, using semi-structured interviews, observations, and document collection from culinary business owners. The findings indicate that, from a market perspective, digital culinary businesses have significant potential due to high internet penetration, changing consumer behavior, and effective promotion through social media and delivery platforms. From a technical and operational perspective, business feasibility is determined by digital infrastructure readiness, product quality, order management, and digital literacy of business owners. Financially, digital platforms can increase revenue, reduce marketing costs, and accelerate capital return, although

[1] Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai, nuranzani2001@gmail.com
[2] Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai, hendra@insan.ac.id

challenges exist such as platform commission fees and limited financial management. The study concludes that digital culinary businesses in Binjai City are feasible and have promising development prospects, provided that improvements are made in digital literacy, quality management, marketing strategies, as well as regulatory support and financing to ensure business sustainability.

Keywords: *culinary SMEs, digitalization, business feasibility, digital market, Binjai City.*

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan penetrasi ekonomi digital telah mengubah lanskap usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) secara fundamental, termasuk sektor kuliner. Transformasi ini tidak hanya membuka akses pasar yang lebih luas melalui platform daring (marketplaces, aplikasi pesan-antar, dan media sosial), tetapi juga memunculkan model bisnis baru seperti cloud kitchen dan restoran tanpa ruang makan yang menekankan efisiensi operasional dan optimalisasi kanal distribusi digital. Dalam konteks Kota Binjai, adaptasi UMKM kuliner terhadap kanal digital menjadi topik penting untuk ditelaah demi memahami peluang dan risiko terkait kelayakan usaha (Putra & Lestari, 2021).

Kajian kelayakan usaha tradisional—yang meliputi aspek pasar, teknis, finansial, manajerial, hukum, sosial, dan lingkungan—perlu dikontekstualkan ulang ketika objek usahanya adalah usaha kuliner berbasis digital. Aspek pasar tidak lagi semata berfokus pada catchment area fisik melainkan juga pada kapabilitas digital untuk menjangkau pelanggan di luar wilayah administratif; aspek teknis mencakup infrastruktur pemesanan daring, integrasi dengan layanan pengiriman, dan manajemen pesanan; sementara aspek finansial harus mempertimbangkan biaya platform, komisi aggregator, dan fluktuasi biaya logistik. Oleh karena itu, kerangka analisis studi kelayakan perlu memasukkan indikator-indikator digital khusus (Ardiana & Nugroho, 2022).

Bukti empiris di Indonesia menunjukkan percepatan adopsi e-commerce dan platform pengantaran makanan pasca pandemi COVID-19, yang mendorong pertumbuhan model bisnis kuliner berbasis digital. Pertumbuhan tersebut membuka peluang skala ekonomi bagi pelaku usaha kuliner kecil yang mampu memanfaatkan teknologi, tetapi juga meningkatkan intensitas persaingan—terutama dari pemain yang mengoptimalkan data konsumen, pemetaan permintaan, dan strategi promosi digital. Oleh sebab itu, analisis kelayakan harus mengevaluasi kapasitas kompetitif pelaku usaha di Binjai dalam konteks persaingan digital yang lebih dinamis (Wijayanti, 2020; Pratama, 2021).

Tantangan adopsi digital bagi UMKM kuliner meliputi keterbatasan literasi digital pelaku usaha, keterbatasan modal untuk investasi teknologi, serta hambatan infrastruktur seperti kualitas koneksi internet dan logistik terakhir (last-mile delivery). Faktor-faktor ini berpengaruh langsung terhadap kelayakan teknis dan operasional usaha. Oleh karena itu, studi kelayakan yang baik tidak hanya menilai potensi pasar tetapi juga mengukur kesiapan kapabilitas internal usaha dan ekosistem pendukung di wilayah penelitian (Nurhayati & Sari, 2022).

Dari sisi pasar, perilaku konsumen makanan kini dipengaruhi oleh faktor kenyamanan, kecepatan pengiriman, ulasan daring, dan eksposur media sosial. Keberhasilan usaha kuliner berbasis digital sering kali ditentukan oleh kemampuan

memanfaatkan ulasan (reviews), rating, serta strategi pemasaran konten yang efektif. Untuk Kota Binjai, karakteristik demografi dan tingkat penetrasi internet serta preferensi rasa lokal harus dianalisis agar strategi pemasaran digital dapat disesuaikan sehingga proyeksi permintaan menjadi lebih akurat. Analisis segmentasi pelanggan digital menjadi komponen penting dalam aspek pasar studi kelayakan (Suharto, 2023).

Perspektif finansial dalam studi kelayakan usaha kuliner digital harus memasukkan model pendapatan dan biaya yang khas: proyeksi pendapatan dari platform, biaya komisi aggregator, biaya promosi digital berbayar, biaya pengemasan dan pengantaran, serta investasi awal untuk sistem pemesanan dan peralatan dapur yang mendukung skala pengiriman. Selain itu, skenario sensitivitas perlu disusun untuk mengantisipasi perubahan volume pesanan, kenaikan biaya bahan baku, dan perubahan kebijakan platform yang memengaruhi margin. Pendekatan proyeksi keuangan yang konservatif dan skenario-stres menjadi alat penting untuk menilai ketahanan usaha (Lestari & Rahman, 2021).

Aspek teknis tidak hanya menyangkut sarana fisik dapur dan peralatan, tetapi juga integrasi teknologi informasi: sistem manajemen pesanan (order management systems), aplikasi kasir terintegrasi (POS), dan interoperabilitas dengan berbagai platform pemesanan. Kesiapan teknis juga mencakup sumber daya manusia yang mampu mengoperasikan perangkat digital serta sistem pengendalian mutu yang mempertahankan kualitas produk selama proses pengemasan dan pengiriman. Pada skala kota seperti Binjai, analisis teknis perlu mengukur ketersediaan tenaga kerja terampil dan akses ke layanan teknologi lokal (Hidayat & Ramdhan, 2020).

Dimensi regulasi dan legalitas sering kali kurang mendapat perhatian dalam bisnis kuliner digital, padahal keduanya menentukan kesinambungan operasi—termasuk perizinan usaha pangan, standar keamanan pangan, serta ketentuan perpajakan terkait transaksi digital. Selain itu, kolaborasi dengan platform pengantaran memerlukan pemahaman kontraktual mengenai tanggung jawab layanan, kebijakan pengembalian, dan perlindungan konsumen. Dalam studi kelayakan yang dilaksanakan di Binjai, peta regulasi lokal dan kesiapan pelaku usaha memenuhi persyaratan legal harus dikaji agar rekomendasi operasional tidak terlepas dari kepatuhan hukum (Saputra & Fadhilah, 2022).

Perspektif sosial-ekonomi dan lingkungan juga menjadi bagian dari analisis kelayakan modern. Usaha kuliner berbasis digital dapat memberi manfaat ekonomi lokal berupa penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan UMKM, namun berpotensi menimbulkan eksternalitas seperti peningkatan limbah kemasan dan tekanan pada rantai pasokan. Oleh karenanya, studi ini akan mempertimbangkan indikator dampak sosial dan lingkungan serta rekomendasi praktik berkelanjutan, misalnya penggunaan pengemasan ramah lingkungan dan efisiensi logistik, sebagai bagian dari penilaian kelayakan jangka panjang (Mulyono, 2023).

Mengacu pada kompleksitas fenomena—pengaruh teknologi terhadap pasar, aspek teknis dan operasional, dinamika keuangan, serta konteks lokal Binjai—penelitian ini dirancang untuk memberikan kajian komprehensif mengenai kelayakan usaha kuliner berbasis digital. Tujuannya adalah bukan hanya menentukan apakah sebuah inisiatif layak dijalankan, tetapi juga merumuskan rekomendasi strategis yang realistis bagi pengusaha lokal, pembuat kebijakan, dan pemangku kepentingan terkait untuk mendorong perkembangan sektor kuliner yang inklusif, kompetitif, dan berkelanjutan di Kota Binjai. Rangkaian analisis akan

menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif sehingga temuan dapat diandalkan untuk pengambilan keputusan praktis (Fauzi, 2024).

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut: pertama, bagaimana kondisi kelayakan usaha kuliner berbasis digital di Kota Binjai ditinjau dari perspektif pasar; kedua, bagaimana kelayakan usaha kuliner digital tersebut dari sisi teknis dan operasional; dan ketiga, bagaimana prospek finansial usaha kuliner berbasis digital di Kota Binjai dalam konteks keberlanjutan usaha dan persaingan di era ekonomi digital.

B. KAJIAN TEORI

Usaha Kuliner Berbasis Digital

Usaha kuliner berbasis digital merupakan bentuk transformasi bisnis makanan dan minuman yang mengintegrasikan teknologi informasi, khususnya melalui platform daring seperti aplikasi pesan-antar, media sosial, dan marketplace. Perkembangan ini sejalan dengan meningkatnya penetrasi internet di Indonesia yang memberikan peluang besar bagi UMKM untuk memperluas akses pasar (Putra & Lestari, 2021).

Dalam teori adopsi inovasi Rogers, keberhasilan usaha kuliner berbasis digital sangat bergantung pada bagaimana pelaku usaha dan konsumen menerima serta menggunakan teknologi baru. Proses adopsi mencakup kesadaran, minat, evaluasi, percobaan, dan penerimaan penuh terhadap inovasi digital (Wijayanti, 2020).

Perubahan perilaku konsumen juga menjadi faktor kunci dalam pertumbuhan kuliner digital. Konsumen saat ini lebih mengutamakan kemudahan, kecepatan layanan, dan aksesibilitas produk melalui perangkat seluler, sehingga platform digital menjadi saluran utama dalam distribusi produk kuliner (Suharto, 2023).

Selain sebagai sarana transaksi, digitalisasi kuliner juga memperluas ruang promosi. Media sosial digunakan pelaku usaha untuk membangun brand awareness dan interaksi dengan konsumen, sehingga memengaruhi preferensi konsumen terhadap produk yang ditawarkan (Nurhayati & Sari, 2022).

Dalam perspektif teori ekosistem digital, keberhasilan usaha kuliner berbasis digital dipengaruhi oleh interaksi antara pelaku usaha, platform, konsumen, penyedia logistik, dan regulator. Keberadaan ekosistem yang saling mendukung memungkinkan bisnis berjalan lebih efisien dan berkelanjutan (Ardiana & Nugroho, 2022).

Porter (teori keunggulan kompetitif) menjelaskan bahwa usaha kuliner digital dapat unggul melalui strategi diferensiasi, efisiensi biaya, dan fokus segmen pasar. Diferensiasi bukan hanya pada produk, tetapi juga pengalaman digital seperti kemasan, pelayanan online, dan kecepatan pengiriman (Mulyono, 2023).

Selain itu, usaha kuliner berbasis digital juga harus memperhatikan kualitas layanan. Teori *Service Quality* menegaskan bahwa kepuasan konsumen ditentukan oleh keandalan layanan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Dalam bisnis digital, elemen ini diterjemahkan dalam bentuk review online, rating, dan ulasan konsumen (Hidayat & Ramdhan, 2020).

Terakhir, usaha kuliner berbasis digital memiliki peluang meningkatkan inklusi ekonomi. Dengan memanfaatkan teknologi digital, pelaku usaha kecil dapat mengurangi hambatan geografis, meningkatkan daya saing, serta membuka

lapangan kerja baru, sehingga mendukung pertumbuhan ekonomi daerah (Fauzi, 2024).

Kelayakan Usaha

Kelayakan usaha adalah suatu analisis sistematis yang dilakukan untuk menilai apakah suatu bisnis dapat berjalan dengan baik, menguntungkan, dan berkelanjutan. Penilaian ini umumnya mencakup aspek pasar, teknis, dan finansial, yang saling berkaitan dalam menentukan keberhasilan usaha (Saputra & Fadhilah, 2022).

Dari perspektif pasar, teori perilaku konsumen menjelaskan bahwa kelayakan usaha sangat dipengaruhi oleh kebutuhan dan preferensi konsumen. Keputusan pembelian kuliner digital banyak dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, dan situasional, termasuk kemudahan akses aplikasi dan kualitas ulasan daring (Fauzi, 2024).

Aspek teknis kelayakan usaha kuliner berbasis digital berhubungan dengan kesiapan sarana, prasarana, dan teknologi pendukung yang digunakan. Teori manajemen operasi menjelaskan pentingnya efisiensi sumber daya dalam mendukung kelancaran proses produksi dan distribusi (Hidayat & Ramdhan, 2020).

Aspek finansial berhubungan dengan kemampuan usaha menghasilkan keuntungan. Menurut teori manajemen keuangan, penilaian investasi dilakukan melalui indikator seperti Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), dan Payback Period yang menilai profitabilitas usaha (Lestari & Rahman, 2021).

Selain itu, teori risiko usaha menekankan bahwa kelayakan usaha juga dipengaruhi oleh ketidakpastian pasar, fluktuasi harga, serta kebijakan eksternal. Manajemen risiko diperlukan untuk mengantisipasi kerugian dan memastikan keberlanjutan usaha (Pratama, 2021).

Analisis kelayakan usaha juga terkait dengan faktor legalitas. Teori regulasi bisnis menegaskan bahwa kepatuhan terhadap hukum, perizinan, serta standar keamanan pangan merupakan elemen penting dalam menjaga keberlangsungan usaha kuliner digital (Saputra & Fadhilah, 2022).

Selain pasar, teknis, dan finansial, aspek sosial dan lingkungan kini juga dipertimbangkan dalam studi kelayakan. Konsep *Triple Bottom Line* menekankan bahwa keberlanjutan usaha harus dilihat dari segi profit, people, dan planet, sehingga usaha kuliner digital tidak hanya menguntungkan tetapi juga ramah sosial dan lingkungan (Mulyono, 2023).

Secara keseluruhan, kelayakan usaha merupakan instrumen penting dalam pengambilan keputusan bisnis. Dengan mempertimbangkan aspek pasar, teknis, finansial, serta risiko, usaha kuliner digital dapat dievaluasi secara objektif sehingga keputusan yang diambil lebih akurat dan terukur (Nurhayati & Sari, 2022).

C. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan dukungan data kuantitatif. Pendekatan kualitatif dipilih untuk menggali secara mendalam pandangan, pengalaman, serta strategi yang diterapkan oleh pelaku usaha kuliner berbasis digital di Kota Binjai. Data diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur dengan pemilik usaha kuliner, observasi langsung di lapangan, serta pengumpulan dokumen pendukung terkait penggunaan platform digital. Untuk memperkuat analisis, data kuantitatif seperti

jumlah penjualan, tingkat pertumbuhan konsumen, dan laporan keuangan sederhana dari UMKM kuliner turut digunakan sebagai bahan triangulasi agar hasil penelitian lebih komprehensif.

Teknik analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sesuai dengan model Miles dan Huberman. Validitas data diperkuat melalui teknik triangulasi sumber dan metode, sehingga hasil penelitian dapat menggambarkan kondisi aktual terkait kelayakan usaha kuliner berbasis digital dari perspektif pasar, teknis, dan finansial di Kota Binjai.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Kelayakan Usaha Kuliner Berbasis Digital di Kota Binjai Ditinjau dari Perspektif Pasar

Perkembangan teknologi digital telah mengubah perilaku konsumen di Kota Binjai, khususnya dalam sektor kuliner. Platform pesan-antar daring seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood telah menjadi pilihan utama konsumen, terutama generasi muda, dalam memenuhi kebutuhan makanan sehari-hari. Pergeseran pola konsumsi ini membuat pasar kuliner digital semakin potensial karena mampu menjangkau konsumen dalam cakupan yang lebih luas tanpa terikat lokasi fisik (Wijayanti, 2020).

Dari hasil observasi, terlihat bahwa pasar kuliner digital di Kota Binjai mengalami pertumbuhan signifikan pasca pandemi COVID-19. Hal ini sejalan dengan temuan Pratama (2021) yang menjelaskan bahwa pandemi mempercepat adopsi digital di sektor UMKM, termasuk kuliner. Konsumen lebih mengutamakan kenyamanan dan keamanan, sehingga layanan berbasis aplikasi semakin populer.

Keberadaan media sosial juga memperkuat posisi pasar digital. Konsumen di Binjai lebih responsif terhadap promosi berbasis konten kreatif, seperti foto dan video makanan di Instagram atau TikTok. Promosi semacam ini tidak hanya memperkenalkan produk tetapi juga meningkatkan daya tarik emosional konsumen untuk mencoba produk baru (Suharto, 2023).

Selain promosi, faktor rating dan ulasan daring turut menentukan daya saing di pasar digital. Konsumen cenderung memilih produk dengan rating tinggi dan ulasan positif, sehingga pelaku usaha kuliner dituntut menjaga kualitas produk dan pelayanan. Hal ini sesuai dengan temuan Lestari & Rahman (2021) yang menegaskan bahwa ulasan digital menjadi indikator penting dalam keputusan pembelian konsumen.

Segmentasi pasar di Kota Binjai menunjukkan adanya preferensi khusus pada makanan khas daerah, seperti tahu Binjai, yang dikemas secara modern. Produk lokal dengan inovasi digital memiliki peluang lebih besar untuk bertahan di pasar daring karena menggabungkan nilai budaya dengan teknologi (Putra & Lestari, 2021).

Namun, tantangan pasar juga cukup besar. Persaingan di platform digital sangat ketat karena banyak pelaku usaha kuliner menawarkan produk serupa. Oleh karena itu, strategi branding menjadi kunci utama dalam memenangkan persaingan. Pelaku usaha perlu menonjolkan keunikan produk agar dapat membangun loyalitas konsumen (Nurhayati & Sari, 2022).

Selain itu, aksesibilitas pasar juga dipengaruhi oleh kualitas layanan pengantaran. Konsumen cenderung memilih penjual dengan estimasi pengiriman yang lebih cepat. Keterlambatan pengiriman dapat menurunkan rating dan berdampak pada penjualan jangka panjang (Hidayat & Ramdhan, 2020).

Secara umum, hasil penelitian menunjukkan bahwa pasar kuliner digital di Binjai sangat prospektif. Dengan penetrasi internet yang semakin tinggi dan tren konsumsi digital yang terus berkembang, pasar ini layak dijadikan basis pengembangan usaha kuliner. Namun, strategi digital marketing, kualitas produk, serta manajemen pelayanan menjadi penentu utama keberlanjutan usaha (Fauzi, 2024).

Dengan demikian, dari perspektif pasar, usaha kuliner berbasis digital di Kota Binjai dapat dikategorikan layak untuk dijalankan. Meskipun terdapat persaingan yang ketat, potensi pasar tetap terbuka lebar bagi pelaku usaha yang mampu berinovasi dan memanfaatkan teknologi secara optimal.

Kelayakan Usaha Kuliner Digital Ditinjau dari Sisi Teknis dan Operasional

Dari sisi teknis, keberhasilan usaha kuliner digital di Kota Binjai sangat bergantung pada ketersediaan infrastruktur dan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola sistem digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha sudah memiliki akses ke perangkat digital seperti smartphone, aplikasi kasir digital, dan akun media sosial untuk pemasaran (Ardiana & Nugroho, 2022).

Kualitas produk juga menjadi faktor teknis penting. Usaha kuliner yang mengutamakan standar kebersihan, pengemasan modern, serta konsistensi rasa memiliki peluang lebih besar untuk sukses di pasar digital. Produk dengan kemasan higienis dan praktis terbukti lebih diminati konsumen karena memberikan jaminan keamanan pangan (Hidayat & Ramdhan, 2020).

Kemampuan manajemen pesanan juga berpengaruh pada kelayakan operasional. Pelaku usaha yang dapat mengintegrasikan sistem manajemen order dengan aplikasi pesan-antar lebih efisien dalam melayani konsumen. Integrasi ini juga membantu meminimalisasi kesalahan pemesanan yang sering menjadi keluhan konsumen (Nurhayati & Sari, 2022).

Selain itu, keterampilan digital sumber daya manusia juga penting. Sebagian besar pelaku UMKM di Binjai masih memiliki keterbatasan dalam literasi digital, sehingga pelatihan pengelolaan media sosial dan aplikasi kasir digital sangat dibutuhkan. Literasi digital yang rendah dapat menjadi hambatan teknis dalam mengembangkan usaha (Pratama, 2021).

Logistik juga menjadi tantangan teknis. Beberapa pelaku usaha mengalami keterlambatan pengiriman akibat keterbatasan kurir atau kendala jarak. Hal ini memengaruhi kepuasan konsumen. Menurut Wijayanti (2020), penguatan sistem distribusi last-mile delivery menjadi kunci kelayakan operasional dalam bisnis kuliner digital.

Manajemen operasional yang baik juga mencakup pengendalian mutu. Kualitas makanan harus tetap terjaga selama proses pengemasan dan pengiriman. Hal ini menuntut pelaku usaha untuk memiliki standar operasional yang jelas, mulai dari penyimpanan bahan baku hingga pengiriman produk akhir (Lestari & Rahman, 2021).

Di sisi lain, teknologi digital juga membantu efisiensi operasional. Dengan adanya aplikasi kasir dan pencatatan digital, pelaku usaha dapat mengelola stok, mencatat transaksi, dan menganalisis penjualan secara lebih akurat. Hal ini membantu mereka dalam pengambilan keputusan bisnis jangka panjang (Fauzi, 2024).

Meskipun demikian, hasil penelitian juga menemukan adanya kesenjangan dalam pemanfaatan teknologi. Tidak semua pelaku usaha mampu berinvestasi dalam sistem manajemen digital canggih. Oleh karena itu, dukungan dari

pemerintah daerah maupun komunitas bisnis lokal sangat diperlukan untuk memberikan pelatihan dan fasilitas pendukung (Putra & Lestari, 2021).

Dengan mempertimbangkan faktor teknis dan operasional tersebut, dapat disimpulkan bahwa usaha kuliner digital di Kota Binjai berada dalam kategori cukup layak. Namun, diperlukan peningkatan di bidang literasi digital, manajemen mutu, serta sistem logistik agar usaha kuliner digital dapat berkembang lebih optimal.

Prospek Finansial Usaha Kuliner Berbasis Digital di Kota Binjai

Dari perspektif finansial, hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha kuliner digital di Kota Binjai memiliki prospek yang menjanjikan. Data wawancara dengan pelaku usaha mengindikasikan peningkatan omzet sebesar 30–50% setelah bergabung dengan platform pesan-antar digital. Peningkatan ini didorong oleh akses pasar yang lebih luas dan efisiensi biaya pemasaran (Wijayanti, 2020).

Namun, faktor biaya komisi yang dipotong oleh platform digital menjadi tantangan bagi pelaku usaha. Komisi sebesar 15–25% dari harga jual mengurangi margin keuntungan. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu menyusun strategi penetapan harga yang lebih cermat agar tetap kompetitif (Lestari & Rahman, 2021).

Selain itu, biaya promosi digital berbayar juga harus diperhitungkan dalam proyeksi finansial. Promosi berbayar di media sosial terbukti meningkatkan penjualan, tetapi membutuhkan alokasi dana khusus. Menurut Suharto (2023), alokasi dana promosi digital minimal 10% dari total omzet dapat meningkatkan keberlanjutan usaha.

Dari sisi pengelolaan keuangan, sebagian besar pelaku usaha masih belum memiliki laporan keuangan yang sistematis. Hal ini menyulitkan dalam menilai profitabilitas usaha. Namun, penggunaan aplikasi pencatatan digital mulai membantu mereka dalam memantau arus kas harian (Ardiana & Nugroho, 2022).

Tingkat pengembalian modal usaha kuliner digital di Binjai relatif cepat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal dapat kembali dalam 6–12 bulan tergantung skala usaha dan strategi pemasaran. Hal ini sejalan dengan temuan Nurhayati & Sari (2022) yang menyatakan bahwa digitalisasi mempercepat perputaran modal usaha kuliner kecil.

Risiko finansial juga harus diperhitungkan, seperti fluktuasi harga bahan baku, kebijakan platform yang berubah, serta biaya logistik. Oleh karena itu, proyeksi finansial usaha kuliner digital sebaiknya menggunakan pendekatan konservatif dengan skenario stres (Fauzi, 2024).

Dukungan permodalan dari lembaga keuangan juga penting untuk mendukung kelayakan finansial. Namun, banyak UMKM di Binjai yang masih mengalami kendala akses modal karena tidak memiliki laporan keuangan formal. Oleh sebab itu, literasi keuangan perlu ditingkatkan agar mereka dapat lebih mudah mengakses pembiayaan formal (Putra & Lestari, 2021).

Secara umum, hasil penelitian menyimpulkan bahwa usaha kuliner digital di Kota Binjai layak secara finansial, meskipun terdapat tantangan berupa potongan komisi platform dan keterbatasan manajemen keuangan. Dengan perencanaan finansial yang baik dan strategi penetapan harga yang tepat, usaha ini dapat memberikan keuntungan jangka panjang bagi pelaku usaha.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa digital marketing memiliki pengaruh signifikan dalam meningkatkan pemasaran dan memperluas jangkauan pasar UMKM kuliner di Stabat Kabupaten Langkat, dengan strategi berbasis media sosial yang terbukti efektif dalam menarik konsumen baru. Dari sisi operasional, kesiapan sumber daya manusia, keterampilan digital, serta dukungan infrastruktur menjadi faktor penentu keberhasilan pemanfaatan teknologi dalam pengelolaan usaha. Sementara itu, analisis keuangan menunjukkan bahwa penggunaan platform digital mampu menekan biaya promosi sekaligus meningkatkan profitabilitas usaha secara berkelanjutan. Dengan demikian, pemanfaatan teknologi digital terbukti layak dan relevan diterapkan sebagai strategi utama dalam pengembangan UMKM kuliner, meskipun tetap memerlukan peningkatan literasi digital, dukungan kebijakan, dan akses pembiayaan agar UMKM dapat lebih adaptif menghadapi persaingan di era ekonomi digital..

F. SARAN

Berdasarkan temuan penelitian, disarankan agar pelaku usaha kuliner di Kota Binjai terus meningkatkan literasi digital melalui pelatihan pengelolaan media sosial, aplikasi pemesanan, dan sistem manajemen keuangan digital. Selain itu, pelaku usaha perlu memperkuat strategi branding dan kualitas produk agar dapat bersaing secara efektif di pasar daring, serta menjalin kerja sama yang lebih baik dengan platform pengantaran untuk memastikan efisiensi logistik. Dukungan pemerintah dan lembaga terkait dalam bentuk pendampingan, akses pembiayaan, dan regulasi yang jelas juga menjadi penting untuk mendorong keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM kuliner berbasis digital di era ekonomi digital..

G. DAFTAR PUSTAKA

Ardiana, R., & Nugroho, H. (2022). *Digital transformation and small business sustainability: A study on culinary SMEs in Indonesia*. Journal of Business and Technology, 8(2), 45–58.

Fauzi, A. (2024). *The role of digital platforms in enhancing SME competitiveness: Evidence from culinary businesses*. Indonesian Journal of Entrepreneurship, 12(1), 15–29.

Hidayat, R., & Ramdhan, F. (2020). *Operational efficiency and digital adoption in culinary microenterprises*. Journal of Small Business Management, 6(3), 112–127.

Lestari, S., & Rahman, T. (2021). *Financial planning for digital-based culinary businesses in urban Indonesia*. Journal of Applied Economics and Business, 7(4), 55–70.

Mulyono, D. (2023). *Sustainable business practices in culinary SMEs: Social and environmental perspectives*. Journal of Entrepreneurship and Sustainability, 10(1), 88–102.

Nurhayati, F., & Sari, P. (2022). *Consumer behavior and digital marketing strategies for culinary SMEs*. Journal of Marketing Insights, 9(2), 33–50.

Pratama, Y. (2021). *Risk management and digital adoption in micro and small enterprises*. Indonesian Journal of Business Research, 5(1), 23–38.

Putra, E. B., & Lestari, R. (2021). *Digital economy and SME performance: Evidence from culinary businesses in Binjai*. Journal of Indonesian Economics, 11(3), 72–88.

Saputra, A., & Fadhilah, M. (2022). *Regulatory compliance in digital culinary enterprises: A case study in Indonesia*. Journal of Business Regulation, 4(2), 101–117.

Suharto, B. (2023). *Consumer engagement on social media and its impact on culinary business performance*. Journal of Digital Marketing Research, 6(1), 47–61.

Wijayanti, D. (2020). *Digital adoption and market competitiveness of culinary SMEs in Indonesia*. Journal of Small Business and Entrepreneurship Development, 8(1), 60–75.