



Journal of Organizational
Performance and Analysis

Research Paper

Journal of Organizational Analysis and Performance

Vol. 2, No. 1 (2026). 215- 224

e-ISSN: 3109-8878

DOI: 10.64845/optimanus.v2i1

Journal homepage: <https://athallahpublishing.com/index.php/optimanus/index>

Strategi Transformasi UMKM Kuliner Berbasis Ekonomi Kreatif di Era Digital dan Implikasinya terhadap Kesejahteraan Keluarga

Fejri Yuliani¹, Anis Nur Khairiah², Muhammad Dedy Triatmojo³

^{1,2,3} Universitas Siber Asia, Indonesia

*Corresponding author: yuliani22e@gmail.com

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Keywords

UMKM Kuliner
Ekonomi Kreatif
Transformasi digital
Kesejahteraan Keluarga

Article history

Received: 15 September
2025

Revised: 30 October 2025

Accepted: 20 November
2025

Available online: 09
February 2026

Transformasi UMKM kuliner berbasis ekonomi kreatif menjadi salah satu strategi penting dalam menghadapi dinamika era digital yang ditandai oleh percepatan teknologi, perubahan perilaku konsumen, dan intensifikasi persaingan pasar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi transformasi UMKM kuliner berbasis ekonomi kreatif di era digital serta mengkaji implikasinya terhadap kesejahteraan keluarga pelaku usaha. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan desain studi literatur sistematis terhadap publikasi ilmiah nasional dan internasional yang relevan dalam rentang tahun 2020–2025. Data dianalisis melalui teknik sintesis tematik untuk mengidentifikasi pola strategi transformasi, faktor pendukung dan penghambat, serta dampak sosial-ekonomi yang dihasilkan. Hasil kajian menunjukkan bahwa strategi transformasi UMKM kuliner mencakup pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran dan distribusi, inovasi produk berbasis kearifan lokal, penguatan branding kreatif, serta peningkatan kapasitas sumber daya manusia. Implementasi strategi tersebut berkontribusi positif terhadap peningkatan pendapatan usaha, stabilitas ekonomi rumah tangga, serta kualitas kesejahteraan keluarga pelaku UMKM.

Copyright © 2026 Authors

This is an open access article under [CC-BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license



Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital dalam dua dekade terakhir telah membawa perubahan signifikan terhadap struktur ekonomi global, termasuk pola produksi, distribusi, dan konsumsi barang dan jasa. Era digital tidak hanya mendorong efisiensi ekonomi, tetapi juga menciptakan ruang baru bagi lahirnya inovasi berbasis kreativitas dan teknologi. Dalam konteks ini, ekonomi kreatif muncul sebagai salah satu pilar strategis pembangunan ekonomi yang mampu mendorong pertumbuhan inklusif, penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat (UNCTAD, 2021). Di Indonesia, ekonomi kreatif memiliki posisi strategis karena didukung oleh kekayaan budaya lokal, keragaman kuliner, serta dominasi pelaku usaha berskala mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang tersebar luas di berbagai daerah (Kemenparekraf, 2022).

UMKM kuliner merupakan salah satu subsektor ekonomi kreatif yang memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional. Selain berperan dalam penyerapan tenaga kerja, UMKM kuliner juga menjadi sumber pendapatan utama bagi banyak keluarga, khususnya di wilayah perkotaan dan perdesaan. Data menunjukkan bahwa subsektor kuliner secara konsisten menjadi penyumbang terbesar dalam Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif Indonesia (BPS, 2023). Namun demikian, tantangan yang dihadapi UMKM kuliner semakin kompleks seiring dengan perubahan lingkungan bisnis yang dipicu oleh digitalisasi, globalisasi pasar, serta meningkatnya ekspektasi konsumen terhadap kualitas, kecepatan layanan, dan nilai tambah produk (Rachmawati & Suryani, 2021).

Transformasi digital menjadi keniscayaan bagi UMKM kuliner untuk dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat. Transformasi ini tidak hanya mencakup adopsi teknologi informasi, tetapi juga perubahan model bisnis, strategi pemasaran, pola produksi, serta cara pelaku usaha membangun relasi dengan konsumen. Pemanfaatan platform digital seperti media sosial, marketplace, dan aplikasi layanan pesan antar telah membuka peluang baru bagi UMKM kuliner untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas merek, dan mengoptimalkan proses operasional (Susanto et al., 2022). Namun, kemampuan UMKM dalam memanfaatkan peluang digital tersebut masih sangat beragam dan dipengaruhi oleh tingkat literasi digital, akses terhadap teknologi, serta kapasitas sumber daya manusia.

Dalam kerangka ekonomi kreatif, transformasi UMKM kuliner tidak dapat dilepaskan dari aspek kreativitas, inovasi, dan nilai budaya. Produk kuliner tidak lagi dipandang semata-mata sebagai pemenuh kebutuhan konsumsi, tetapi juga sebagai representasi identitas lokal, gaya hidup, dan pengalaman konsumen. Oleh karena itu, strategi pengembangan UMKM kuliner berbasis ekonomi kreatif menuntut kemampuan pelaku usaha untuk mengintegrasikan unsur kreativitas dalam inovasi produk, desain kemasan, storytelling merek, serta strategi pemasaran digital (Hartono & Nugroho, 2020). Integrasi antara kreativitas dan teknologi digital

diyakini mampu meningkatkan daya saing UMKM kuliner sekaligus menciptakan nilai ekonomi dan sosial yang lebih luas.

Meskipun potensi transformasi UMKM kuliner berbasis ekonomi kreatif sangat besar, realitas di lapangan menunjukkan masih adanya kesenjangan yang signifikan antara peluang dan kapasitas aktual pelaku UMKM. Banyak UMKM kuliner yang masih menghadapi keterbatasan dalam hal permodalan, akses pelatihan, serta pemahaman strategis mengenai pemanfaatan teknologi digital. Studi-studi terkini menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM masih menggunakan media digital secara terbatas, bersifat sporadis, dan belum terintegrasi dalam strategi bisnis jangka panjang (Pratama & Yuliana, 2023). Kondisi ini menghambat optimalisasi potensi ekonomi kreatif dan memperlambat proses transformasi yang berkelanjutan.

Lebih jauh, transformasi UMKM kuliner tidak hanya berdampak pada kinerja usaha, tetapi juga memiliki implikasi langsung terhadap kesejahteraan keluarga pelaku usaha. Bagi sebagian besar pelaku UMKM, usaha kuliner merupakan sumber utama pendapatan rumah tangga. Peningkatan kinerja usaha melalui transformasi digital berpotensi meningkatkan pendapatan keluarga, memperkuat ketahanan ekonomi rumah tangga, serta meningkatkan kualitas hidup anggota keluarga, termasuk akses terhadap pendidikan dan layanan kesehatan (Widodo & Lestari, 2021). Sebaliknya, kegagalan dalam beradaptasi dengan perubahan digital dapat memperbesar risiko kerentanan ekonomi keluarga, terutama di tengah ketidakpastian ekonomi global. Kesejahteraan keluarga dalam konteks UMKM kuliner tidak hanya diukur dari aspek ekonomi, tetapi juga mencakup dimensi sosial dan psikologis, seperti stabilitas pekerjaan, keseimbangan kehidupan kerja, serta rasa aman terhadap masa depan usaha. Transformasi berbasis ekonomi kreatif yang berhasil dapat menciptakan lingkungan usaha yang lebih adaptif dan berkelanjutan, sehingga memberikan dampak positif terhadap kesejahteraan holistik keluarga pelaku UMKM (Sari et al., 2024). Namun, transformasi yang tidak didukung oleh kebijakan dan ekosistem yang memadai justru berpotensi menambah beban kerja dan tekanan psikologis bagi pelaku usaha dan keluarganya.

Peran pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya menjadi sangat penting dalam mendukung transformasi UMKM kuliner berbasis ekonomi kreatif. Berbagai kebijakan telah diluncurkan untuk mendorong digitalisasi UMKM, mulai dari program pelatihan literasi digital, fasilitasi akses pembiayaan, hingga penguatan ekosistem ekonomi kreatif di tingkat lokal dan nasional (Kemenkop UKM, 2023). Meskipun demikian, efektivitas kebijakan tersebut masih memerlukan evaluasi mendalam, terutama terkait sejauh mana kebijakan mampu menjawab kebutuhan nyata UMKM dan berdampak pada peningkatan kesejahteraan keluarga pelaku usaha. Sejumlah penelitian sebelumnya telah mengkaji transformasi digital UMKM dan pengembangan ekonomi kreatif, namun sebagian besar masih berfokus pada aspek kinerja usaha atau adopsi teknologi secara parsial. Kajian yang secara komprehensif mengaitkan strategi transformasi UMKM kuliner berbasis ekonomi

kreatif dengan implikasinya terhadap kesejahteraan keluarga masih relatif terbatas. Selain itu, banyak studi yang belum mengintegrasikan perspektif sosial-ekonomi keluarga sebagai unit analisis penting dalam pembangunan UMKM (Putri & Hidayat, 2022). Kesenjangan penelitian ini menunjukkan perlunya kajian yang lebih holistik dan integratif.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa transformasi UMKM kuliner berbasis ekonomi kreatif di era digital merupakan isu strategis yang tidak hanya relevan bagi pengembangan ekonomi nasional, tetapi juga bagi peningkatan kesejahteraan keluarga pelaku usaha. Tantangan dan peluang yang dihadapi UMKM kuliner menuntut strategi transformasi yang terencana, adaptif, dan berkelanjutan. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengkaji secara mendalam strategi transformasi UMKM kuliner berbasis ekonomi kreatif di era digital serta implikasinya terhadap kesejahteraan keluarga, sehingga dapat memberikan kontribusi teoretis dan praktis bagi pengembangan UMKM dan perumusan kebijakan yang lebih efektif.

Metode

Penelitian ini dirancang untuk mengkaji secara komprehensif strategi transformasi UMKM kuliner berbasis ekonomi kreatif di era digital serta implikasinya terhadap kesejahteraan keluarga pelaku usaha. Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur sistematis. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman mendalam terhadap perkembangan konsep, temuan empiris, serta kecenderungan penelitian terkini yang relevan dengan transformasi UMKM, ekonomi kreatif, dan kesejahteraan keluarga (Snyder, 2020). Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi fenomena secara holistik dengan menekankan pada interpretasi makna, pola, dan hubungan antarkonsep yang muncul dalam berbagai sumber literatur ilmiah. Studi literatur sistematis digunakan untuk memastikan bahwa proses pengumpulan dan analisis data dilakukan secara terstruktur, transparan, dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik (Xiao & Watson, 2019). Dengan demikian, metode ini diharapkan mampu menghasilkan sintesis pengetahuan yang komprehensif dan relevan dengan konteks UMKM kuliner di Indonesia.

Sumber data dalam penelitian ini berasal dari publikasi ilmiah yang diterbitkan dalam rentang waktu 2020–2025. Rentang waktu tersebut dipilih untuk menangkap dinamika terbaru terkait transformasi digital, perkembangan ekonomi kreatif, serta perubahan sosial-ekonomi yang memengaruhi UMKM kuliner dan kesejahteraan keluarga, khususnya pasca-pandemi. Data sekunder diperoleh dari artikel jurnal nasional terakreditasi dan jurnal internasional bereputasi, prosiding ilmiah, serta laporan resmi lembaga pemerintah dan organisasi internasional yang relevan dengan topik penelitian (BPS, 2023; UNCTAD, 2021). Proses penelusuran

literatur dilakukan melalui basis data ilmiah seperti Scopus, Web of Science, Google Scholar, dan portal jurnal nasional. Kata kunci yang digunakan dalam penelusuran meliputi kombinasi istilah seperti “UMKM kuliner”, “ekonomi kreatif”, “transformasi digital”, “pemasaran digital”, dan “kesejahteraan keluarga”. Kombinasi kata kunci tersebut disesuaikan dengan konteks bahasa Indonesia dan bahasa Inggris untuk memperluas cakupan sumber yang relevan. Tahap ini bertujuan untuk memperoleh literatur yang komprehensif dan representatif terhadap topik penelitian.

Setelah proses penelusuran, dilakukan tahap seleksi literatur berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi. Kriteria inklusi meliputi: (1) artikel yang membahas UMKM, khususnya sektor kuliner; (2) kajian yang mengaitkan ekonomi kreatif dan/atau transformasi digital; (3) publikasi dalam rentang waktu 2020–2025; dan (4) literatur yang relevan dengan konteks Indonesia atau negara berkembang dengan karakteristik serupa. Sementara itu, kriteria eksklusi mencakup artikel yang tidak tersedia dalam teks lengkap, publikasi non-ilmiah, serta literatur yang tidak memiliki relevansi langsung dengan fokus penelitian (Tranfield et al., 2003). Tahap selanjutnya adalah proses pengolahan dan analisis data. Literatur yang telah terpilih dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Analisis tematik dilakukan dengan mengidentifikasi tema-tema utama yang berkaitan dengan strategi transformasi UMKM kuliner, peran ekonomi kreatif, serta implikasinya terhadap kesejahteraan keluarga. Proses ini melibatkan tahap pengkodean awal, pengelompokan kode menjadi tema, serta interpretasi makna dari setiap tema yang muncul secara berulang dalam literatur (Braun & Clarke, 2021). Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mensintesis berbagai temuan secara sistematis dan mendalam.

Dalam konteks penelitian ini, analisis tematik difokuskan pada beberapa dimensi utama, yaitu: (1) bentuk dan strategi transformasi digital UMKM kuliner; (2) peran kreativitas dan inovasi dalam pengembangan ekonomi kreatif; (3) faktor pendukung dan penghambat transformasi UMKM; serta (4) dampak transformasi terhadap kesejahteraan keluarga pelaku usaha. Keempat dimensi tersebut dianalisis secara integratif untuk memahami hubungan antara strategi transformasi dan hasil sosial-ekonomi yang dihasilkan. Untuk menjaga validitas dan kredibilitas penelitian, dilakukan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan temuan dari berbagai jenis literatur dan konteks penelitian. Triangulasi ini bertujuan untuk meminimalkan bias interpretasi dan memperkuat keandalan hasil sintesis yang diperoleh (Creswell & Poth, 2018). Selain itu, peneliti juga menerapkan proses penelaahan berulang terhadap tema-tema yang dihasilkan guna memastikan konsistensi dan koherensi analisis.

Aspek etika penelitian juga menjadi perhatian dalam studi ini. Seluruh sumber literatur yang digunakan dikutip secara tepat sesuai dengan kaidah akademik untuk menghindari plagiarisme dan menjaga integritas ilmiah. Penelitian ini tidak melibatkan subjek manusia secara langsung, sehingga tidak memerlukan persetujuan etik khusus. Namun demikian, prinsip kejujuran akademik dan

transparansi metodologis tetap dijunjung tinggi dalam setiap tahapan penelitian. Secara keseluruhan, metode penelitian yang digunakan diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai strategi transformasi UMKM kuliner berbasis ekonomi kreatif di era digital serta implikasinya terhadap kesejahteraan keluarga. Pendekatan studi literatur sistematis dengan analisis tematik tidak hanya memungkinkan pemetaan pengetahuan yang ada, tetapi juga membuka ruang untuk mengidentifikasi kesenjangan penelitian dan arah pengembangan studi selanjutnya. Dengan demikian, metode ini relevan dan tepat untuk menjawab tujuan penelitian serta memberikan kontribusi teoretis dan praktis dalam pengembangan UMKM kuliner yang berkelanjutan.

Hasil dan Pembahasan

Strategi Transformasi UMKM Kuliner Berbasis Ekonomi Kreatif di Era Digital

Hasil kajian literatur menunjukkan bahwa transformasi UMKM kuliner di era digital tidak dapat dilepaskan dari penerapan strategi berbasis ekonomi kreatif yang menekankan inovasi, kreativitas, dan pemanfaatan teknologi digital secara terintegrasi. Transformasi ini mencakup perubahan pada model bisnis, strategi pemasaran, proses produksi, serta cara pelaku UMKM membangun relasi dengan konsumen. Studi-studi terkini menegaskan bahwa UMKM kuliner yang mampu beradaptasi dengan perubahan digital cenderung memiliki daya saing yang lebih tinggi dibandingkan UMKM yang masih mengandalkan pola usaha konvensional (Susanto et al., 2022). Salah satu strategi utama yang banyak diidentifikasi dalam literatur adalah pemanfaatan platform digital, khususnya media sosial dan marketplace, sebagai sarana pemasaran dan distribusi produk. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai ruang interaksi yang memungkinkan pelaku UMKM membangun kedekatan emosional dengan konsumen melalui konten kreatif, storytelling produk, dan komunikasi dua arah (Rachmawati & Suryani, 2021). Dalam konteks ekonomi kreatif, strategi ini memungkinkan UMKM kuliner untuk menonjolkan nilai budaya, keunikan rasa, serta identitas lokal sebagai diferensiasi produk di pasar digital.

Selain pemasaran digital, transformasi UMKM kuliner juga ditandai oleh inovasi produk berbasis kreativitas dan kearifan lokal. Berbagai studi menunjukkan bahwa pengembangan menu baru, modifikasi resep tradisional, serta inovasi kemasan yang menarik secara visual mampu meningkatkan nilai tambah produk dan menarik minat konsumen, khususnya generasi muda (Hartono & Nugroho, 2020). Inovasi tersebut tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan penjualan, tetapi juga memperkuat posisi UMKM kuliner sebagai bagian dari ekosistem ekonomi kreatif nasional. Transformasi digital juga mendorong perubahan dalam manajemen operasional UMKM kuliner. Pemanfaatan aplikasi pencatatan keuangan digital, sistem pemesanan daring, serta layanan pesan antar berbasis aplikasi telah membantu UMKM meningkatkan efisiensi operasional dan

transparansi pengelolaan usaha (Pratama & Yuliana, 2023). Namun demikian, literatur juga mencatat bahwa tingkat adopsi teknologi ini masih bervariasi, tergantung pada kapasitas sumber daya manusia dan dukungan lingkungan usaha.

Hasil kajian menunjukkan bahwa strategi transformasi yang berhasil umumnya didukung oleh kemampuan pelaku UMKM dalam mengintegrasikan kreativitas, teknologi, dan orientasi pasar. Transformasi yang bersifat parsial dan tidak terencana cenderung menghasilkan dampak yang terbatas. Oleh karena itu, transformasi UMKM kuliner berbasis ekonomi kreatif di era digital menuntut pendekatan strategis yang holistik dan berkelanjutan.

Faktor Pendukung dan Penghambat Transformasi UMKM Kuliner

Pembahasan literatur mengungkapkan bahwa keberhasilan transformasi UMKM kuliner berbasis ekonomi kreatif dipengaruhi oleh berbagai faktor pendukung dan penghambat yang saling berinteraksi. Faktor pendukung utama yang sering disebutkan adalah meningkatnya akses terhadap teknologi digital dan infrastruktur internet. Perkembangan teknologi informasi yang semakin terjangkau telah membuka peluang bagi UMKM untuk mengakses pasar yang lebih luas tanpa harus bergantung pada lokasi fisik usaha (UNCTAD, 2021). Selain faktor teknologi, peningkatan literasi digital pelaku UMKM juga menjadi faktor kunci dalam mendorong transformasi usaha. Pelaku UMKM yang memiliki pemahaman yang baik mengenai pemasaran digital, pengelolaan konten, dan analisis perilaku konsumen cenderung lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis (Sari et al., 2024). Program pelatihan dan pendampingan yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun sektor swasta berperan penting dalam meningkatkan kapasitas tersebut.

Dukungan kebijakan dan ekosistem ekonomi kreatif juga menjadi faktor pendukung yang signifikan. Kebijakan pemerintah yang mendorong digitalisasi UMKM, fasilitasi akses pembiayaan, serta penguatan jaringan kemitraan telah memberikan stimulus positif bagi proses transformasi UMKM kuliner (Kemenkop UKM, 2023). Keberadaan komunitas kreatif dan inkubator bisnis turut memperkuat proses pembelajaran dan kolaborasi antar pelaku usaha. Namun demikian, literatur juga mengidentifikasi sejumlah faktor penghambat yang masih menjadi tantangan utama. Keterbatasan akses permodalan menjadi salah satu kendala yang paling sering dilaporkan, terutama bagi UMKM mikro yang memiliki kapasitas keuangan terbatas (Widodo & Lestari, 2021). Keterbatasan modal menghambat investasi dalam teknologi, inovasi produk, dan pengembangan sumber daya manusia. Faktor penghambat lainnya adalah rendahnya literasi digital dan resistensi terhadap perubahan. Sebagian pelaku UMKM masih memandang teknologi digital sebagai sesuatu yang kompleks dan berisiko, sehingga enggan melakukan transformasi secara menyeluruh (Putri & Hidayat, 2022). Selain itu, keterbatasan waktu dan beban kerja yang tinggi sering kali membuat pelaku UMKM kesulitan mengikuti pelatihan atau mengembangkan strategi digital yang efektif.

Ketimpangan akses infrastruktur digital antarwilayah juga menjadi hambatan struktural dalam transformasi UMKM kuliner. UMKM yang berada di wilayah perdesaan atau daerah tertinggal sering kali menghadapi keterbatasan jaringan internet dan akses teknologi, sehingga peluang transformasi digital tidak merata (BPS, 2023). Kondisi ini menunjukkan bahwa transformasi UMKM kuliner tidak hanya merupakan isu individual, tetapi juga berkaitan erat dengan konteks struktural dan kebijakan publik.

Implikasi Transformasi UMKM Kuliner terhadap Kesejahteraan Keluarga

Hasil kajian menunjukkan bahwa transformasi UMKM kuliner berbasis ekonomi kreatif di era digital memiliki implikasi yang signifikan terhadap kesejahteraan keluarga pelaku usaha. Peningkatan kinerja usaha yang dihasilkan dari strategi transformasi digital umumnya berdampak pada peningkatan pendapatan rumah tangga. Studi-studi empiris menunjukkan bahwa UMKM kuliner yang berhasil memanfaatkan pemasaran digital dan inovasi produk mengalami peningkatan omzet dan stabilitas pendapatan yang lebih baik dibandingkan sebelum transformasi (Rachmawati & Suryani, 2021). Peningkatan pendapatan tersebut berkontribusi pada penguatan ketahanan ekonomi keluarga. Keluarga pelaku UMKM menjadi lebih mampu memenuhi kebutuhan dasar, menabung, serta mengalokasikan dana untuk pendidikan dan kesehatan anggota keluarga. Dalam konteks ini, transformasi UMKM tidak hanya berfungsi sebagai strategi bisnis, tetapi juga sebagai instrumen peningkatan kesejahteraan sosial (Widodo & Lestari, 2021). Selain aspek ekonomi, transformasi UMKM kuliner juga berdampak pada dimensi sosial dan psikologis kesejahteraan keluarga. Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan fleksibilitas waktu dan lokasi kerja, yang dapat meningkatkan keseimbangan antara kehidupan kerja dan kehidupan keluarga. Beberapa studi menunjukkan bahwa fleksibilitas ini memberikan ruang bagi pelaku UMKM untuk lebih terlibat dalam aktivitas keluarga dan sosial (Sari et al., 2024).

Namun demikian, literatur juga mencatat adanya potensi dampak negatif transformasi digital terhadap kesejahteraan keluarga. Tuntutan untuk selalu aktif di platform digital, persaingan yang semakin ketat, serta tekanan untuk terus berinovasi dapat meningkatkan beban kerja dan stres pelaku UMKM. Jika tidak dikelola dengan baik, kondisi ini dapat berdampak negatif pada kualitas hubungan keluarga dan kesehatan mental (Putri & Hidayat, 2022). Implikasi kesejahteraan keluarga juga sangat dipengaruhi oleh dukungan lingkungan dan kebijakan. Transformasi yang didukung oleh akses pelatihan, pendampingan, dan perlindungan sosial cenderung menghasilkan dampak kesejahteraan yang lebih positif dan berkelanjutan. Sebaliknya, transformasi yang berlangsung tanpa dukungan memadai berisiko memperbesar kesenjangan dan kerentanan ekonomi keluarga pelaku UMKM.

Dengan demikian, hasil dan pembahasan ini menegaskan bahwa transformasi UMKM kuliner berbasis ekonomi kreatif di era digital merupakan proses multidimensional yang melibatkan aspek ekonomi, sosial, dan budaya. Implikasi terhadap kesejahteraan keluarga tidak bersifat otomatis, tetapi bergantung pada kualitas strategi transformasi, kapasitas pelaku usaha, serta dukungan ekosistem yang melingkupinya. Oleh karena itu, pendekatan integratif dan kolaboratif menjadi kunci dalam memastikan bahwa transformasi UMKM kuliner benar-benar berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan keluarga secara berkelanjutan.

Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi transformasi UMKM kuliner yang efektif melibatkan pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran dan distribusi, pengembangan produk berbasis kreativitas dan kearifan lokal, serta peningkatan kapasitas sumber daya manusia. Integrasi antara teknologi dan kreativitas terbukti mampu meningkatkan nilai tambah produk, memperluas jangkauan pasar, dan mendorong pertumbuhan kinerja usaha secara berkelanjutan. Penelitian ini juga mengidentifikasi bahwa keberhasilan transformasi UMKM kuliner dipengaruhi oleh berbagai faktor pendukung, seperti literasi digital pelaku usaha, dukungan kebijakan pemerintah, akses terhadap infrastruktur teknologi, serta keberadaan ekosistem ekonomi kreatif yang kondusif. Sebaliknya, keterbatasan permodalan, rendahnya literasi digital, resistensi terhadap perubahan, dan ketimpangan akses infrastruktur masih menjadi hambatan utama dalam proses transformasi. Dari perspektif kesejahteraan keluarga, transformasi UMKM kuliner berbasis ekonomi kreatif memberikan implikasi positif terhadap peningkatan pendapatan, ketahanan ekonomi rumah tangga, serta kualitas hidup keluarga pelaku usaha. Namun demikian, transformasi digital juga membawa tantangan baru berupa peningkatan beban kerja dan tekanan psikologis apabila tidak diimbangi dengan dukungan yang memadai. Oleh karena itu, dampak kesejahteraan yang dihasilkan sangat bergantung pada kualitas strategi transformasi dan dukungan lingkungan usaha.

Referensi

- Braun, V., & Clarke, V. (2021). *Thematic analysis: A practical guide*. SAGE Publications.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Hartono, B., & Nugroho, A. (2020). Pengembangan UMKM kuliner berbasis

- keaktivitas dan kearifan lokal di era digital. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 5(2), 101–115.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2023). *Laporan perkembangan UMKM dan transformasi digital*. Kemenkop UKM.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2022). *Outlook ekonomi kreatif Indonesia 2022*. Kemenparekraf.
- Pratama, R. A., & Yuliana, S. (2023). Digitalisasi manajemen UMKM kuliner dan implikasinya terhadap kinerja usaha. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 18(1), 45–60.
- Putri, D. A., & Hidayat, R. (2022). Tantangan transformasi digital UMKM di Indonesia: Perspektif sosial dan ekonomi. *Jurnal Pembangunan Ekonomi*, 7(3), 211–226.
- Rachmawati, D., & Suryani, T. (2021). Strategi pemasaran digital UMKM kuliner melalui media sosial. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 89–104.
- Sari, M., Wahyuni, S., & Kurniawan, D. (2024). Literasi digital dan kesejahteraan keluarga pelaku UMKM di era ekonomi kreatif. *Jurnal Sosial Ekonomi*, 12(1), 1–15.
- Snyder, H. (2020). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Susanto, A., Rahman, F., & Lestari, N. (2022). Transformasi digital UMKM kuliner dalam menghadapi persaingan global. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 25(3), 301–315.
- Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. *British Journal of Management*, 14(3), 207–222. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.00375>
- UNCTAD. (2021). *Creative economy outlook 2021*. United Nations Conference on Trade and Development.
- Widodo, T., & Lestari, E. (2021). Peran UMKM dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 22(2), 157–170.
- Xiao, Y., & Watson, M. (2019). Guidance on conducting a systematic literature review. *Journal of Planning Education and Research*, 39(1), 93–112. <https://doi.org/10.1177/0739456X17723971>