

DAFTAR PUSTAKA

- Afriantoni, et al. (2025). Metodologi Penelitian Kualitatif: Panduan Wawancara dan Pengumpulan Data. Jurnal Pendidikan dan Penelitian.
- Aliya, A. H. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat.
- Anis, Christiananta, & Ellitan. (2018). Strategi Bersaing dan Positioning UMKM di Era Society 5.0. Jurnal Manajemen dan Bisnis.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2023). Laporan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Kuartal II 2023.
- BRI Microfinance Outlook. (2024). Kontribusi dan Profil UMKM Indonesia 2023.
- Choiriyah, F. U., Destarino, A., Wicaksono, B. A., Puspanegara, G. S., Febriyanto, M. S., & Tamam, B. (2025). Digitalisasi UMKM Masyarakat Desa Umbulsari dalam Menghadapi Era Society 5.0. Al-Tatswir, 12(2).
- Dewi, L. R., Hotimah, A. H., Siregar, R. A. U., Maulana, B. L., & Rifki, A. (2025). Digitalisasi UMKM Es Krim Duriberika: Pemanfaatan Media Sosial dan Marketplace untuk Perluasan Pasar. Ekopedia, 1(4).
- Fonna, N. (2019). Pengembangan Revolusi Industri 4.0 dalam Berbagai Bidang. Guepedia.
- Ginting, A. P. (2019). Strategi Pengembangan UMKM Pangan Berdaya Saing di Kota Bandung. Jurnal Manajemen IKM, 14(1). IPB Dramaga Bogor.
- Hamzah, A. H. P., et al. (2023). Pendampingan Pengembangan UMKM melalui Implementasi Financial Technology Era Society 5.0. Jurnal Pengabdian Masyarakat, 380.
- Hardilawanti. (2020). Adaptasi UMKM terhadap Perkembangan Usaha di Era Digital.
- Haryadi, W., Mustofa, A., & Yunus, E. (2025). Integrasi Inovasi Produk, Digital Marketing, dan Kompetensi SDM sebagai Strategi Peningkatan Keunggulan Kompetitif UMKM di Era Society 5.0. Jurnal Riset Ilmiah SENTRI, 4(11).

- Hasibuan, R., & Arneish. (2023). Strategi Pertumbuhan Ekonomi melalui Sektor Usaha Produktif. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Hidayat, & Andarini. (2020). Jejaring dan Relational Capital dalam Pengembangan UMKM di Era Digitalisasi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*.
- Inayah. (2019). Peran UMKM dalam Pemerataan Pendapatan Masyarakat.
- Jamaludin, Imanika, Azzahra, & Nisa. (2023). Manajemen Strategik: Keputusan dan Tindakan Jangka Panjang Perusahaan.
- Junaedi, D., dkk. (2024). Strategi Pemasaran Digital dan Pengembangan Usaha UMKM di Era Teknologi. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*.
- Karyoto. (2021). Pengembangan Usaha dan Strategi Bisnis.
- Laksmiana, P. E., dkk. (2024). Analisis Faktor Internal dan Eksternal dalam Strategi Pengembangan UMKM di Era Digital. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*.
- Leni, Y. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah melalui Pembiayaan Permodalan Nasional Madani (PNM). Skripsi. UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
- Literature Review: Strategi Pengembangan UMKM. (2024). Strategi Pengembangan UMKM di Era Digital: Tinjauan Literatur Komprehensif. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*.
- Manzoor, et al. (2021). UMKM sebagai Sumber Utama Penciptaan Lapangan Kerja di Negara Berkembang.
- Meliawati, dkk. (2025). Transformasi Digital dan Ekonomi Kreatif: Memperkuat Posisi UMKM.
- Muljanto. (2020). Peran UMKM dalam Pembangunan Ekonomi Nasional.
- Muzdalifa, et al. (2018). Implementasi Fintech dalam Society 5.0 untuk Pengembangan Bisnis UMKM.
- Nasution, et al. (2023). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perkembangan UMKM.
- Naufalin. (2020). Tantangan Human Capital UMKM di Era Digitalisasi.

- Naufarizal, M. H., & Adi, A. N. (2024). Indikator Strategi Pengembangan Usaha UMKM di Era Teknologi Digital. *Jurnal Manajemen dan Pengembangan Bisnis*.
- Nirmalasari, et al. (2024). Peneliti sebagai Instrumen Kunci dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Metodologi Penelitian Sosial*.
- Putra, et al. (2022). Konsep Masyarakat 5.0: Keseimbangan Teknologi dan Kemanusiaan.
- Rahmawati, & Hidayat. (2022). Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif: Strategi Meningkatkan Kredibilitas Data. *Jurnal Ilmu Pendidikan dan Penelitian*.
- Sugiyanto, et al. (2021). Peran Strategis UMKM dalam Pembangunan Ekonomi.
- Teknowijoyo, & Marpelina. (2022). Pemanfaatan IoT dan AI dalam Masyarakat 5.0.
- Thompson, et al. (2020). *Crafting and Executing Strategy: Concepts and Cases*.
- Wali, M., et al. (2023). Membangun Masyarakat Efisien dan Inovatif di Era Society 5.0.

L

A

M

P

I

R

A

N



LAMPIRAN 1

LAMPIRAN SURAT IZIN PENELITIAN



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

Kampus I, Jl. Bali, Kampung Bali, Teluk Segara, Kota Bengkulu, 38119

fkp.umb.ac.id

fkp@umb.ac.id

(0736) 22765

(0736) 26161

Nomor : 563 /SI/ DF-01/ II.3.AU/ C/ 2026
Lampiran : 1 (Satu) Berkas
Perihal : Izin Penelitian

Kepada Yth.
Bapak/ Ibu Pemilik UMKM Ayam Geprek Jhejhe
di
Bengkulu

Asalamualaikum Wr. Wb

Dalam rangka memperoleh data untuk penyusunan skripsi, kami mohon kiranya bapak/ibu dapat memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami sebagai berikut :

Nama : Fera Patri
NPM : 2287203019
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Untuk melakukan penelitian dengan judul skripsi :
"Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Era Teknologi 5.0 pada UMKM Ayam Geprek Jhejhe Kota Bengkulu".

Tempat Penelitian : Kelurahan Rawa Makmur
Objek Penelitian : UMKM Ayam Geprek Jhejhe
Lama Penelitian : 21 Mei s/d 21 Juni 2026

Sebagai bahan pertimbangan kami lampirkan proposal skripsi yang telah di setuju oleh pembimbing.

Demikianlah surat ini kami sampaikan, atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Bengkulu, 18 Mei 2026

An: Dekan
Wakil Dekan I



Dr. Femi Hidayat, M. Pd
NBK. 1501089141

umb.ac.id
humas@umb.ac.id
0822-3546-1991

um bengkulu
um bengkulu
um bengkulu

um bengkulu
umb tv
Rajin Isirah F*****



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

● Kampus I, Jl. Bali, Kampung Bali, Teluk Segara, Kota Bengkulu, 38119
 ● fkip.umb.ac.id
 ● fkip@umb.ac.id

☎ (0736) 22765
 ☎ (0736) 26161

Nomor : 36 /SI/ DF-01/ IL.3.AU/ C/ 2026
 Lampiran : 1 (Satu) Berkas
 Perihal : Izin Penelitian

Kepada Yth.
Bapak/ Ibu Kepala Badan Kesbangpol Kota Bengkulu
 di
Bengkulu

Asalamualaikum Wr. Wb

Dalam rangka memperoleh data untuk penyusunan skripsi, kami mohon kiranya bapak/ibu dapat memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami sebagai berikut :

Nama : Fera Patri
 NPM : 2287203019
 Program Studi : Pendidikan Ekonomi
 Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Untuk melakukan penelitian dengan judul skripsi :
 "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Era Teknologi 5.0 pada UMKM Ayam Geprek Jhejhe Kota Bengkulu".

Tempat Penelitian : Kelurahan Rawa Makmur
 Objek Penelitian : UMKM Ayam Geprek Jhejhe
 Lama Penelitian : 21 Mei s/d 21 Juni 2026

Sebagai bahan pertimbangan kami lampirkan proposal skripsi yang telah di setujui oleh pembimbing.

Demikianlah surat ini kami sampaikan, atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Bengkulu, 18 Mei 2026

An. Dekan
 Wakil Dekan I


Dr. Fani Hidayat, M. Pd
 NIK. 1501089141

● umb.ac.id
 ● humas@umb.ac.id
 ● 0822-3546-1991

● um.bengkulu
 ● um.bengkulu
 ● um.bengkulu

● um.bengkulu
 ● umb.tv
 ● Radio Jazirah FM 104,3 M.Hz



PEMERINTAH KOTA BENGKULU
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

Alamat : Jl. Melur No.1 Kelurahan Nusa Indah
 Email : bkesbangpolkotabengkulu@gmail.com

REKOMENDASI PENELITIAN

Nomor : 000.8.9.2/793/KESBANGPOL-REK/2026

- Dasar : Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian
- Memperhatikan : Surat dari Wakil Dekan I Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Bengkulu : 367/SI/DF-01/II.3.AU/C/2026 tanggal 18 Mei 2026 perihal Izin Penelitian

DENGAN INI MENYATAKAN BAHWA

- | | |
|-------------------|--|
| Nama | : Fera patri |
| NIM | : 2287203019 |
| Pekerjaan | : Mahasiswa/i |
| Prodi/ Fakultas | : Pendidikan Ekonomi/ Keguruan dan Ilmu Pendidikan |
| Judul Penelitian | : Strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di era teknologi 5.0 pada UMKM ayam Geprek Jhejhe kota Bengkulu |
| Tempat Penelitian | : Rawa makmur merpati 12 |
| Waktu Penelitian | : 21 mei |
| Penanggung Jawab | : Wakil Dekan I Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Bengkulu |
- Dengan Ketentuan : 1 Tidak dibenarkan mengadakan kegiatan yang tidak sesuai dengan penelitian yang dimaksud.
- 2 Harus mentaati peraturan perundang-undangan yang berlaku serta mengindahkan adat istiadat setempat.
- 3 Apabila masa berlaku Rekomendasi Penelitian ini sudah berakhir, sedangkan pelaksanaan belum selesai maka yang bersangkutan harus mengajukan surat perpanjangan Rekomendasi Penelitian.
- 4 Surat Rekomendasi Penelitian ini akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat ini tidak mentaati ketentuan seperti tersebut diatas.

Demikianlah Rekomendasi Penelitian ini dikeluarkan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bengkulu, 18 Mei 2026

a.n. WALIKOTA BENGKULU
 Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Bengkulu,



Saipul, S.Sos
 Pembina Utama Muda, IV/c
 NIP. 197207091992021001

LAMPIRAN 2

DOKUMENTASI PENELITIAN



*Ket: Wawancara Dengan Pemilik UMKM Ayam Geprek Jhejhe Julia Agustina
Pada tanggal 26 Mei 2026*



*Ket: Wawancara Kepada Informan 2 Karyawan bagian dapur/produksi Ayam
Geprek Jhejhe Pada tanggal 28 Mei 2026*



Ket: Wawancara Kepada Informan 3 Karyawan bagian kasir/pelayanan Ayam Geprek Jhejhe Pada tanggal 28 Mei 2026



Ket: Wawancara Kepada Informan 4 karyawan bagian pengiriman dan admin media sosial Ayam Geprek Jhejhe Pada tanggal 28 Mei 2026

LAMPIRAN 3

LAMPIRAN SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini Pemilik UMKM Ayam Geprek Jhejhe kelurahan rawa makmur kecamatan muara bangka hulu kota bengkulu :

Nama : Juliyana Agustina
 Jabatan : Pemilik UMKM
 Nama UMKM : Ayam Geprek Jhejhe
 Alamat : Kelurahan Rawa Makmur Kecamatan Muara Bangka Hulu
 Kota Bengkulu

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Fera Patri
 NPM : 2287203019
 Prodi : Pendidikan Ekonomi
 Fakultas : FKIP
 Judul Skripsi : ***“Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Era Teknologi 5.0 pada UMKM Ayam Geprek Jhejhe Kota Bengkulu”***

Bahwa nama tersebut diatas benar-benar telah melakukan penelitian di UMKM Ayam Geprek Jhejhe kelurahan rawa makmur kecamatan muara bangka hulu kota bengkulu dengan judul : ***“Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Era Teknologi 5.0 pada UMKM Ayam Geprek Jhejhe Kota Bengkulu”***, dalam rangka untuk menyusun tugas akhir perkuliahan.

Demikian surat keterangan ini di buat dengan sebenar-benarnya agar dapat dipergunakan seperlunya.

Merpati 12, 28 Mei 2026
 Pemilik UMKM



Juliyana Agustina

LAMPIRAN 4

TRANSKRIP WAWANCARA

Judul Penelitian : Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Era Teknologi 5.0 pada UMKM Ayam Geprek Jhejhe Kota Bengkulu

Informan 1 – Pemilik UMKM

Nama Informan : Juliana agustina

Status : Informan Kunci (Pemilik Usaha)

Lokasi Wawancara : UMKM Ayam Geprek Jhejhe, Rawa Makmur Merpati 2, Kota Bengkulu

Waktu Wawancara 26 Mei 2026

P	:	Bagaimana cara Anda menjaga kualitas produk yang dijual?
J	:	Kami selalu menjaga kualitas bahan baku. Ayam yang kami gunakan dibeli segar setiap hari, tidak pernah pakai yang sudah disimpan semalaman karena itu berpengaruh besar ke rasa dan kualitas. Selain itu, kami juga memilih bahan-bahan lain seperti bumbu dan minyak goreng yang berkualitas agar cita rasa tetap konsisten setiap harinya. Pengolahan juga kami lakukan dengan standar kebersihan yang ketat supaya konsumen merasa aman dan nyaman.
P	:	Apakah terdapat variasi menu atau inovasi produk yang dilakukan?
J	:	Ada. Kami terus menambah variasi sambal supaya pelanggan tidak bosan. Awalnya hanya sambal bawang, sekarang sudah ada sambal matah, sambal keju, sampai sambal jengkol, kabau, petai, udang dan cumi. Ternyata banyak yang suka, terutama anak-anak muda dan mahasiswa yang suka coba hal baru. Kami juga menyesuaikan porsi dan paket harga agar bisa dinikmati semua kalangan, terutama mahasiswa.
P	:	Bagaimana upaya usaha menyesuaikan produk dengan kebutuhan konsumen?
J	:	Kami sering memperhatikan apa yang banyak diminta pelanggan. Kalau ada yang sering tanya menu tertentu atau minta tambahan pilihan, kami pertimbangkan untuk dimasukkan ke menu. Misalnya, banyak pelanggan yang minta level kepedasan bisa diatur sendiri, jadi sekarang kami kasih pilihan level pedas dari satu sampai tiga.

		Kami juga memperhatikan tren kuliner di media sosial supaya menu kami tidak ketinggalan zaman.
P	:	Media apa saja yang digunakan untuk mempromosikan usaha?
J	:	Kami promosi utamanya lewat Instagram dan WhatsApp. Di Instagram kami posting foto menu, promo, atau kadang video pendek saat proses masak biar orang-orang tahu kami serius soal kebersihan dan kualitas. Di WhatsApp kami punya grup pelanggan setia yang kami kabari setiap ada promo atau menu baru.
P	:	Bagaimana pemanfaatan media sosial dalam kegiatan pemasaran?
J	:	Di Instagram kami aktif upload konten minimal dua kali seminggu. Kami posting foto-foto produk yang menarik, kadang juga ada video singkat proses memasak supaya calon pelanggan tahu bahwa dapur kami bersih dan bahan-bahannya fresh. Selain itu kami juga sesekali buat promo khusus yang kami umumkan di Instagram Stories. Untuk WhatsApp, kami pakai untuk komunikasi lebih personal dengan pelanggan lama.
P	:	Apakah strategi pemasaran yang dilakukan berpengaruh terhadap peningkatan penjualan?
J	:	Sangat berpengaruh. Terutama dari WhatsApp, karena pelanggan lama langsung tahu kalau ada promo dan biasanya langsung pesan. Dari Instagram juga lumayan banyak pelanggan baru yang datang karena lihat postingan kami atau tag dari pelanggan yang sudah pernah makan di sini. Sejak aktif di media sosial, omzet kami meningkat cukup signifikan terutama di akhir pekan.
P	:	Apakah usaha memiliki target pasar baru dalam pengembangan usaha?
J	:	Iya, kami terus berupaya memperluas jangkauan konsumen. Awalnya target kami adalah warga sekitar dan mahasiswa yang tinggal tidak jauh dari warung. Setelah bergabung dengan GoFood dan GrabFood, target pasar kami jadi lebih luas, bisa menjangkau konsumen dari berbagai wilayah di Kota Bengkulu yang mungkin tidak mengetahui lokasi warung kami secara langsung.
P	:	Bagaimana cara usaha memperluas jangkauan pasar?
J	:	Sejak bergabung dengan GoFood dan GrabFood, pesanan kami meningkat cukup drastis. Sebelumnya kami hanya bisa melayani

		yang datang langsung ke warung, tapi sekarang pesanan bisa masuk dari jauh, dari orang yang mungkin tidak tahu lokasi kami atau tidak bisa keluar rumah. Itu sangat membantu, terutama saat siang hari yang biasanya paling ramai pesannya. Bahkan ada yang pesan dari daerah yang lumayan jauh dari sini.
P	:	Apakah penggunaan layanan online membantu memperluas pasar usaha?
J	:	Sangat membantu. Dengan GoFood dan GrabFood, kami bisa melayani pesanan kapan saja selama jam operasional. Selain itu, profil usaha kami di aplikasi tersebut juga berfungsi sebagai promosi karena calon konsumen bisa melihat ulasan dari pelanggan sebelumnya. Rating yang baik membuat konsumen baru lebih percaya untuk mencoba. Ini juga membantu kami mendapat pelanggan tetap dari jalur online.
P	:	Teknologi digital apa saja yang digunakan dalam menjalankan usaha?
J	:	Kami sudah pakai QRIS untuk pembayaran, jadi pelanggan bisa bayar pakai apa saja seperti transfer bank dan dompet digital, semua bisa. Selain itu kami juga terdaftar di GoFood dan GrabFood untuk menerima pesanan online. Untuk pemasaran, kami menggunakan Instagram dan WhatsApp. Semua teknologi ini kami integrasikan agar operasional usaha berjalan lebih lancar dan efisien.
P	:	Bagaimana penggunaan media sosial membantu kegiatan usaha?
J	:	Media sosial sangat membantu kami dalam hal promosi dan komunikasi dengan pelanggan. Instagram membantu kami menjangkau calon pelanggan baru yang belum mengenal warung kami, sementara WhatsApp membantu kami menjaga hubungan dengan pelanggan lama. Pelanggan langganan sering chat dulu sebelum datang biar pesannya sudah siap, jadi mereka tidak perlu menunggu lama. Ini meningkatkan efisiensi layanan kami.
P	:	Apakah layanan pesan antar online membantu meningkatkan penjualan usaha?
J	:	Iya, sangat membantu. Sebelum bergabung dengan layanan pesan antar, penjualan kami lebih terbatas pada jam-jam tertentu dan tergantung pada konsumen yang datang langsung. Setelah bergabung, pesanan online bisa masuk bahkan saat warung sedang tidak terlalu ramai, sehingga pendapatan menjadi lebih stabil. Kami juga merasa

		lebih percaya diri untuk mengembangkan kapasitas produksi karena permintaannya meningkat.
P	:	Bagaimana cara pelaku usaha memberikan pelayanan kepada konsumen?
J	:	Kami selalu berusaha melayani pelanggan dengan sepenuh hati. Prinsip kami, kepuasan pelanggan itu nomor satu. Kami juga berusaha cepat merespons pesan di WhatsApp dan komentar di Instagram karena pelanggan tidak mau lama menunggu jawaban. Kami juga menyapa pelanggan dengan ramah saat mereka datang dan berusaha mengingat preferensi pelanggan tetap agar mereka merasa dihargai.
P	:	Bagaimana cara menangani keluhan atau kritik dari konsumen?
J	:	Kalau ada yang komplain, misalnya pesannya salah atau tidak sesuai, kami langsung minta maaf dan ganti tanpa perdebatan. Kami tidak pernah menyalahkan pelanggan. Justru setiap kritik kami jadikan bahan evaluasi untuk memperbaiki layanan. Misalnya, pernah ada yang bilang pesannya lama, akhirnya kami evaluasi proses pengolahan agar lebih cepat tanpa mengurangi kualitas.
P	:	Apakah terdapat perubahan pelayanan setelah menggunakan teknologi digital?
J	:	Banyak perubahannya. Dulu pelanggan harus datang langsung untuk memesan dan membayar tunai. Sekarang mereka bisa pesan dari mana saja lewat aplikasi, bayar pakai QRIS atau dompet digital, dan pesanan diantar ke rumah. Respon terhadap pertanyaan pelanggan juga jadi lebih cepat karena kami aktif di WhatsApp dan Instagram. Dari pengalaman kami, pelayanan yang baik itu yang membuat pelanggan mau kembali lagi dan merekomendasikan ke teman-temannya.

LAMPIRAN 5

Informan 2 – Karyawan 1 (Bagian Dapur/Produksi)

Nama Informan : Dewi ulandari

Status : Informan Pendukung (Karyawan), direkomendasikan oleh Informan 1 (Pemilik Usaha) — snowball sampling

Lokasi Wawancara : UMKM Ayam Geprek Jhejhe, Rawa Makmur Merpati 2, Kota Bengkulu

Waktu Wawancara : 28 Mei 2026

P	:	Bagaimana cara Anda menjaga kualitas produk yang dijual?
J	:	Saya yang biasanya belanja dan olah bahan tiap pagi. Pemilik selalu tekankan ayamnya harus segar, jadi kami belanja pagi-pagi sebelum buka, enggak pernah ngep. Minyak juga rutin diganti biar enggak bau tengik, dan racikan bumbu sudah ada takarannya sendiri supaya rasanya sama tiap hari. Kebersihan dapur juga selalu dijaga, sebelum masak semua alat dicuci dulu.
P	:	Apakah terdapat variasi menu atau inovasi produk yang dilakukan?
J	:	Iya ada, sambalnya sekarang banyak variasinya, dari sambal bawang biasa sampai sambal keju, jengkol, kabau, petai, sama cumi. Saya yang biasanya bantu racik sambal-sambal baru itu kalau pemilik mau coba resep baru. Biasanya diuji dulu ke keluarga atau pelanggan dekat sebelum dijual resmi.
P	:	Bagaimana upaya usaha menyesuaikan produk dengan kebutuhan konsumen?
J	:	Kalau soal itu biasanya pemilik yang lebih tahu karena sering dengar langsung dari pelanggan. Tapi saya juga kadang dengar kalau ada yang minta pedasnya bisa diatur, makanya sekarang ada level satu sampai tiga. Saya di dapur jadi yang atur takaran cabai sesuai level yang diminta pelanggan.
P	:	Media apa saja yang digunakan untuk mempromosikan usaha?
J	:	Setahu saya sih dari Instagram sama WhatsApp. Kadang saya juga direkam pas lagi masak buat konten Instagram, katanya biar pelanggan lihat dapurnya bersih.
P	:	Bagaimana pemanfaatan media sosial dalam kegiatan pemasaran?
J	:	Itu bagian pemilik dan yang urus akun, saya enggak terlalu paham detailnya, tapi saya tahu memang rutin upload foto masakan dan

		kadang video proses masak, karena saya juga sering direkam saat kerja.
P	:	Apakah strategi pemasaran yang dilakukan berpengaruh terhadap peningkatan penjualan?
J	:	Kelihatan sih dari pesanan yang makin ramai, apalagi pas ada promo di WhatsApp, biasanya di dapur jadi lebih sibuk dari biasanya.
P	:	Apakah usaha memiliki target pasar baru dalam pengembangan usaha?
J	:	Setahu saya iya, sekarang katanya banyak pelanggan dari luar area yang pesan lewat aplikasi ojek online, enggak cuma mahasiswa sekitar sini lagi.
P	:	Bagaimana cara usaha memperluas jangkauan pasar?
J	:	Sejak ada GoFood dan GrabFood pesanan makin banyak, apalagi siang hari, saya di dapur jadi harus lebih cepat kerja karena antrean pesanan online juga banyak.
P	:	Apakah penggunaan layanan online membantu memperluas pasar usaha?
J	:	Iya membantu banget, soalnya pesanan bisa masuk terus meski warung lagi sepi pengunjung langsung.
P	:	Teknologi digital apa saja yang digunakan dalam menjalankan usaha?
J	:	Yang saya tahu ada QRIS buat bayar, terus GoFood sama GrabFood buat pesanan online. Kalau saya sendiri di dapur enggak pegang HP untuk kerja, tapi tahu itu yang dipakai warung.
P	:	Bagaimana penggunaan media sosial membantu kegiatan usaha?
J	:	Bantu banget kayaknya, soalnya makin banyak yang tahu warung ini dari Instagram, jadi pesanan nambah terus.
P	:	Apakah layanan pesan antar online membantu meningkatkan penjualan usaha?
J	:	Iya, dulu kalau enggak ada yang datang langsung ya sepi, sekarang walau warung sepi pengunjung tetap ada pesanan online masuk terus.
P	:	Bagaimana cara pelaku usaha memberikan pelayanan kepada konsumen?
J	:	Kalau saya di dapur usahakan masak cepat dan sesuai standar biar

		pelanggan enggak nunggu lama, itu juga sering diingatkan pemilik.
P	:	Bagaimana cara menangani keluhan atau kritik dari konsumen?
J	:	Kalau ada komplain soal rasa atau pesanan salah, biasanya langsung dibilang ke saya di dapur buat diperbaiki, kami enggak pernah bantah, langsung ganti aja.
P	:	Apakah terdapat perubahan pelayanan setelah menggunakan teknologi digital?
J	:	Banyak berubah, dulu masak sesuai pesanan yang datang langsung aja, sekarang harus siap terus karena pesanan online bisa masuk kapan aja, jadi saya harus lebih sigap di dapur.



LAMPIRAN 6

Informan 3 – Karyawan 2 (Bagian Kasir/Pelayanan)

Nama Informan : Gita

Status : Informan Pendukung (Karyawan), direkomendasikan oleh Informan 2 (Karyawan 1) — snowball sampling

Lokasi Wawancara : UMKM Ayam Geprek Jhejhe, Rawa Makmur Merpati 2, Kota Bengkulu

Waktu Wawancara : 2026

P	:	Bagaimana cara Anda menjaga kualitas produk yang dijual?
J	:	Untuk soal bahan itu saya kurang paham detail karena saya di kasir dan depan, tapi setahu saya memang tiap hari belanja bahan baru, sama seperti yang tadi disampaikan rekan di dapur.
P	:	Apakah terdapat variasi menu atau inovasi produk yang dilakukan?
J	:	Iya ada banyak sambal sekarang, saya yang sering jelasin ke pelanggan pilihan sambal apa aja kalau mereka tanya di kasir. Anak muda sama mahasiswa biasanya suka coba yang unik-unik seperti sambal keju atau cumi.
P	:	Bagaimana upaya usaha menyesuaikan produk dengan kebutuhan konsumen?
J	:	Saya sering dengar langsung keluhan atau permintaan pelanggan pas mereka pesan, terus saya sampaikan ke pemilik atau dapur. Contohnya permintaan level pedas itu memang sering banget ditanya, makanya sekarang ada pilihannya.
P	:	Media apa saja yang digunakan untuk mempromosikan usaha?
J	:	Sama seperti yang mungkin sudah disebutkan, Instagram sama WhatsApp yang paling sering dipakai untuk promosi.
P	:	Bagaimana pemanfaatan media sosial dalam kegiatan pemasaran?
J	:	Saya lihat memang rutin ada postingan baru, minimal dua kali seminggu, kadang promo juga diumumkan lewat Instagram Stories atau grup WhatsApp pelanggan.
P	:	Apakah strategi pemasaran yang dilakukan berpengaruh terhadap peningkatan penjualan?

J	:	Berpengaruh banget, apalagi kalau ada promo di WhatsApp, saya di kasir langsung kerasa pesannya nambah drastis hari itu.
P	:	Apakah usaha memiliki target pasar baru dalam pengembangan usaha?
J	:	Iya, sekarang pelanggan enggak cuma dari sekitar sini aja, banyak yang pesan online dari daerah lain di Bengkulu.
P	:	Bagaimana cara usaha memperluas jangkauan pasar?
J	:	Sejak gabung GoFood sama GrabFood, pesanan yang masuk lewat aplikasi itu yang bikin jangkauan makin luas, saya yang input pesanan online juga jadi lebih sibuk.
P	:	Apakah penggunaan layanan online membantu memperluas pasar usaha?
J	:	Sangat membantu, apalagi pas jam-jam sepi pengunjung langsung, pesanan online tetap jalan terus.
P	:	Teknologi digital apa saja yang digunakan dalam menjalankan usaha?
J	:	Di kasir saya pakai QRIS buat terima pembayaran, terus ada juga HP khusus buat pesanan dari GoFood dan GrabFood.
P	:	Bagaimana penggunaan media sosial membantu kegiatan usaha?
J	:	Membantu banget buat narik pelanggan baru, saya juga kadang dapat pelanggan yang bilang tahu warung ini dari Instagram.
P	:	Apakah layanan pesan antar online membantu meningkatkan penjualan usaha?
J	:	Iya, pendapatan jadi lebih stabil karena enggak cuma andalkan pelanggan yang datang langsung aja.
P	:	Bagaimana cara pelaku usaha memberikan pelayanan kepada konsumen?
J	:	Saya di depan usahakan senyum dan ramah ke pelanggan, sama seperti yang jadi prinsip dari pemilik, kepuasan pelanggan itu diutamakan.
P	:	Bagaimana cara menangani keluhan atau kritik dari konsumen?
J	:	Kalau ada yang komplain langsung ke saya di kasir, saya minta maaf dulu terus laporkan ke pemilik atau dapur biar cepat diperbaiki, kami

		enggak pernah membantah pelanggan.
P	:	Apakah terdapat perubahan pelayanan setelah menggunakan teknologi digital?
J	:	Banyak berubah, dulu semua transaksi tunai dan pelanggan harus datang, sekarang saya juga layani pembayaran QRIS dan bantu urus pesanan online, jadi kerjaan di depan makin banyak variasinya.



LAMPIRAN 7

Informan 4 – Karyawan 3 (Bagian Pengiriman/Admin Media Sosial)

Nama Informan : maya nurliza

Status : Informan Pendukung (Karyawan), direkomendasikan oleh Informan 3 (Karyawan 2) — snowball sampling

Lokasi Wawancara : UMKM Ayam Geprek Jhejhe, Rawa Makmur Merpati 2, Kota Bengkulu

Waktu Wawancara : 28 mei 2026

P	:	Bagaimana cara Anda menjaga kualitas produk yang dijual?
J	:	Itu sama seperti yang sudah disampaikan sebelumnya, bahan memang selalu dibeli segar tiap hari, saya enggak ada tambahan lain.
P	:	Apakah terdapat variasi menu atau inovasi produk yang dilakukan?
J	:	Betul, sambalnya emang bervariasi sekarang, sama seperti yang dijelaskan rekan-rekan tadi.
P	:	Bagaimana upaya usaha menyesuaikan produk dengan kebutuhan konsumen?
J	:	Sama, biasanya permintaan pelanggan didengar terus dipertimbangkan, seperti soal level pedas itu.
P	:	Media apa saja yang digunakan untuk mempromosikan usaha?
J	:	Instagram dan WhatsApp, itu-itu juga yang dipakai, saya yang pegang akun Instagramnya.
P	:	Bagaimana pemanfaatan media sosial dalam kegiatan pemasaran?
J	:	Saya yang pegang Instagram, jadi saya yang upload foto dan video minimal dua kali seminggu, sesuai yang tadi disebutkan.
P	:	Apakah strategi pemasaran yang dilakukan berpengaruh terhadap peningkatan penjualan?
J	:	Iya berpengaruh, saya lihat sendiri dari insight Instagram, postingan promo biasanya paling banyak dilihat dan direspons.
P	:	Apakah usaha memiliki target pasar baru dalam pengembangan usaha?
J	:	Sama seperti disampaikan sebelumnya, target pasar sekarang lebih luas berkat GoFood dan GrabFood.

P	:	Bagaimana cara usaha memperluas jangkauan pasar?
J	:	Saya yang antar pesanan kadang sampai jauh dari warung, jadi memang jangkauannya makin luas sejak gabung aplikasi ojek online.
P	:	Apakah penggunaan layanan online membantu memperluas pasar usaha?
J	:	Sangat membantu, sama seperti kata rekan-rekan tadi, pesanan online bikin pendapatan lebih stabil.
P	:	Teknologi digital apa saja yang digunakan dalam menjalankan usaha?
J	:	QRIS, GoFood, GrabFood, Instagram, WhatsApp, itu semua yang dipakai, sama seperti yang sudah disebutkan tadi.
P	:	Bagaimana penggunaan media sosial membantu kegiatan usaha?
J	:	Saya pegang media sosialnya, jadi saya rasakan sendiri makin banyak yang follow dan tanya-tanya lewat DM sebelum pesan.
P	:	Apakah layanan pesan antar online membantu meningkatkan penjualan usaha?
J	:	Iya membantu penjualan, hampir setiap hari saya antar pesanan dari aplikasi, jumlahnya lumayan banyak dibanding dulu.
P	:	Bagaimana cara pelaku usaha memberikan pelayanan kepada konsumen?
J	:	Kalau saya pas antar barang usahakan ramah dan tepat waktu, itu juga bagian dari pelayanan yang selalu ditekankan pemilik.
P	:	Bagaimana cara menangani keluhan atau kritik dari konsumen?
J	:	Kalau ada komplain soal pengiriman telat atau alamat salah, saya langsung minta maaf dan usahakan perbaiki secepatnya, sama seperti prinsip yang lain, enggak pernah menyalahkan pelanggan.
P	:	Apakah terdapat perubahan pelayanan setelah menggunakan teknologi digital?
J	:	Perubahannya banyak, dulu enggak ada pengiriman sama sekali, sekarang saya kerja khusus antar pesanan online tiap hari, dan komunikasi lewat media sosial jadi lebih aktif.

LAMPIRAN 8

Informan 2 – Konsumen I

Nama Informan : Konsumen I

Status : Informan Pendukung (Mahasiswi, 21 Tahun)

Lokasi Wawancara : UMKM Ayam Geprek Jhejhe, Kota Bengkulu

Waktu Wawancara : 28 mei 2026

P	:	Sudah berapa lama Anda menjadi pelanggan Ayam Geprek Jhejhe?
J	:	Saya sudah jadi pelanggan tetap di sini sejak awal kuliah. Berarti sudah hampir dua tahun lebih. Awalnya diajak teman, tapi setelah itu saya sering datang sendiri karena memang cocok dengan selera saya.
P	:	Apa yang membuat Anda tertarik dan terus kembali ke Ayam Geprek Jhejhe?
J	:	Yang bikin saya terus balik lagi itu menunya banyak pilihannya dan harganya sangat sesuai untuk mahasiswa. Sambal udang cabe iju itu beda dari yang lain, kreatif, dan enak banget. Setiap ada menu baru saya selalu penasaran untuk coba.
P	:	Apakah Anda pernah melihat promosi Ayam Geprek Jhejhe di media sosial?
J	:	Iya, saya follow Instagram-nya. Sering ada foto-foto menu yang bikin lapar. Pernah juga ada promo yang saya lihat di Instagram Story, langsung saya ajak teman-teman untuk makan bareng di sini. Kontennya menarik dan sering diupdate.
P	:	Bagaimana menurut Anda kualitas produk dan pelayanan di sini?
J	:	Kualitas makanannya konsisten, tidak pernah kecewa. Pelayanannya juga ramah, pemiliknya kenal pelanggan langganannya. Harga juga terjangkau untuk mahasiswa. Saya sering rekomendasikan ke teman-teman yang baru pindah ke Bengkulu.

LAMPIRAN 9

Informan 3 – Konsumen II

Nama Informan : Konsumen II

Status : Informan Pendukung (Karyawan Swasta, 27 Tahun)

Lokasi Wawancara : UMKM Ayam Geprek Jhejhe, Kota Bengkulu

Waktu Wawancara : 28 mei 2026

P	:	Bagaimana Anda pertama kali mengetahui Ayam Geprek Jhejhe?
J	:	Saya pertama kali tahu Ayam Geprek Jhejhe dari GoFood. Waktu itu saya sedang cari makan siang yang enak dan tidak terlalu jauh, lalu muncul warung ini dengan banyak ulasan bintang lima. Saya coba pesan, ternyata memang enak dan pengirimannya cepat. Sekarang sudah jadi langganan tetap, kadang makan di tempat, kadang pesan online.
P	:	Apakah Anda sering memesan melalui layanan pesan antar online?
J	:	Iya, hampir setiap minggu saya pesan lewat GoFood, terutama saat jam istirahat kerja. Praktis karena tidak perlu keluar kantor. Pesanannya selalu tepat waktu dan makanannya masih panas waktu sampai. Harganya juga sama seperti beli langsung, tidak ada perbedaan yang terlalu signifikan.
P	:	Bagaimana pengalaman Anda terkait pelayanan Ayam Geprek Jhejhe?
J	:	Pengalamannya sangat baik. Pesanan selalu sesuai dengan yang dipesan, tidak pernah ada kesalahan. Kalau pesan langsung di warung, antrenya tidak terlalu lama. Pemiliknya juga ramah dan responsif. Rating bintang lima di GoFood itu memang layak menurut saya.
P	:	Apakah Anda merekomendasikan Ayam Geprek Jhejhe kepada orang lain?
J	:	Sudah banyak yang saya rekomendasikan, terutama teman-teman kantor. Dari yang saya rekomendasikan, sebagian besar jadi pelanggan juga. Menurut saya ini warung yang konsisten dari segi rasa dan pelayanan, jadi tidak perlu ragu untuk merekomendasikannya.

LAMPIRAN 10

Informan 4 – Konsumen III

Nama Informan : Konsumen III

Status : Informan Pendukung (Pegawai Negeri, 35 Tahun)

Lokasi Wawancara : UMKM Ayam Geprek Jhejhe, Kota Bengkulu

Waktu Wawancara : 28 mei 2026

P	:	Sudah berapa lama Anda mengenal Ayam Geprek Jhejhe?
J	:	Saya sudah kenal warung ini cukup lama, sekitar satu setengah tahun. Pertama kali diajak oleh rekan kerja yang sudah lebih dulu jadi pelanggan di sini. Sejak itu saya jadi sering mampir, terutama saat makan siang.
P	:	Apa yang paling Anda sukai dari Ayam Geprek Jhejhe?
J	:	Yang saya suka dari warung ini bukan cuma makanannya yang enak, tapi juga cara pelayanannya. Pemiliknya ramah, selalu ingat pesanan langganan saya. Pernah sekali pesanan saya kurang sambalnya, langsung diganti tanpa saya harus banyak bicara. Itu yang bikin saya terus balik ke sini.
P	:	Apakah menurut Anda teknologi yang digunakan di sini memudahkan transaksi?
J	:	Sangat memudahkan. Saya termasuk yang sudah tidak sering bawa uang tunai, jadi adanya QRIS itu sangat membantu. Prosesnya cepat dan tidak ribet. Saya juga pernah pesan lewat GoFood waktu tidak sempat keluar, dan pengirimannya cepat dan tepat. Teknologi yang digunakan memang terasa membantu baik dari sisi konsumen maupun pemilik usaha.
P	:	Bagaimana pendapat Anda tentang perkembangan usaha Ayam Geprek Jhejhe?
J	:	Saya lihat warung ini terus berkembang. Dulu menunya tidak sebanyak sekarang. Sekarang variasi sambalnya lebih banyak, ada menu paket juga. Pelayanannya semakin cepat dan rapi. Semoga terus berkembang dan bisa buka cabang agar lebih banyak orang bisa menikmati.

LAMPIRAN 11

LAMPIRAN
LEMBAR OBSERVASI

Judul Penelitian : Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Era Teknologi 5.0 pada UMKM Ayam Geprek Jhejhe Kota Bengkulu

Nama Usaha : Ayam Geprek Jhejhe

Alamat : Rawa Makmur Merpati 2 Kota Bengkulu

Hari/Tanggal Observasi : 18 mei 2026

Peneliti : Fera Patri

A. Instrumen Observasi

NO	Aspek Yang Diamati	Ya	Tidak	Keterangan
1	Tersedia variasi menu yang ditawarkan kepada konsumen			Terdapat beberapa pilihan menu dan tingkat kepedasan yang beragam
2	Produk yang dijual memiliki kualitas yang baik dan konsisten			Kualitas rasa dan penyajian produk relatif konsisten.
3	Terdapat inovasi produk atau paket menu yang menarik			Tersedia paket menu yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.
4	Usaha melakukan promosi melalui media sosial			Promosi dilakukan melalui media sosial secara berkala.
5	Informasi produk mudah ditemukan melalui media digital			Menu dan informasi usaha tersedia pada media digital.
6	Usaha memanfaatkan layanan pesan antar online			Usaha menerima pesanan melalui layanan pesan antar online.
7	Jangkauan pemasaran tidak hanya mengandalkan			Konsumen berasal dari berbagai wilayah di Kota

NO	Aspek Yang Diamati	Ya	Tidak	Keterangan
	pelanggan sekitar lokasi usaha			Bengkulu.
8	Usaha memiliki pelanggan dari berbagai kalangan			Pelanggan terdiri dari pelajar, mahasiswa, pekerja, dan masyarakat umum.
9	Pelaku usaha memanfaatkan teknologi dalam kegiatan pemasaran			Teknologi digunakan sebagai sarana promosi dan komunikasi.
10	Pelaku usaha menggunakan aplikasi digital untuk mendukung penjualan			Pemesanan dilakukan melalui aplikasi digital dan media sosial.
11	Karyawan melayani konsumen dengan ramah dan sopan			Karyawan menunjukkan sikap ramah dan santun kepada pelanggan.
12	Pelayanan kepada konsumen dilakukan dengan cepat dan tanggap			Pelayanan dilakukan secara cepat sesuai kebutuhan pelanggan.
13	Keluhan atau masukan konsumen ditanggapi dengan baik			Pelaku usaha berusaha merespons masukan konsumen secara positif.
14	Area usaha terlihat bersih dan tertata			Lingkungan usaha dalam kondisi bersih dan rapi.
15	Konsumen terlihat nyaman saat melakukan pembelian			Konsumen terlihat nyaman selama proses transaksi berlangsung.

B. Hasil Observasi

1. Kegiatan Operasional Usaha

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan secara langsung di lokasi penelitian, diketahui bahwa kegiatan operasional UMKM Ayam Geprek Jhejhe berjalan secara terstruktur mulai dari proses persiapan bahan baku, pengolahan produk, hingga penyajian kepada konsumen. Proses produksi dilakukan setiap hari dengan memperhatikan kualitas bahan baku yang digunakan. Bahan baku

utama seperti ayam, cabai, dan bumbu dipersiapkan sebelum jam operasional dimulai untuk memastikan kelancaran proses produksi.

Pada tahap pengolahan, karyawan melakukan proses pencucian, pemotongan, pembumbuan, penggorengan, serta pengemasan produk sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh pemilik usaha. Seluruh aktivitas produksi dilakukan secara langsung di lokasi usaha sehingga kualitas produk dapat dikontrol dengan baik. Selain itu, variasi tingkat kepedasan dan pilihan menu yang tersedia menunjukkan adanya upaya pengembangan produk yang disesuaikan dengan kebutuhan serta preferensi konsumen.

2. Pelayanan Konsumen

Hasil observasi menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan kepada konsumen tergolong baik. Karyawan menyambut konsumen dengan sikap ramah, sopan, dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan. Proses pemesanan dilakukan secara cepat baik bagi konsumen yang datang langsung maupun konsumen yang melakukan pemesanan melalui aplikasi layanan pesan antar.

Selama kegiatan observasi berlangsung, terlihat bahwa karyawan mampu memberikan informasi mengenai menu yang tersedia, pilihan paket, serta promo yang sedang berlangsung. Interaksi yang terjalin antara karyawan dan konsumen menunjukkan adanya upaya menjaga kepuasan pelanggan sebagai bagian dari strategi peningkatan pelayanan usaha.

3. Pemanfaatan Teknologi Digital

Berdasarkan pengamatan di lapangan, UMKM Ayam Geprek Jhejhe telah memanfaatkan teknologi digital dalam mendukung kegiatan usaha. Pemanfaatan

teknologi terlihat melalui penggunaan media sosial sebagai sarana promosi produk dan komunikasi dengan konsumen. Informasi mengenai menu, promo, serta aktivitas usaha dipublikasikan secara berkala melalui platform digital yang digunakan oleh pelaku usaha.

Selain itu, usaha ini telah memanfaatkan layanan pesan antar online untuk memperluas jangkauan pemasaran dan memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian tanpa harus datang langsung ke lokasi usaha. Pemanfaatan layanan digital tersebut membantu meningkatkan aksesibilitas produk kepada masyarakat yang berada di berbagai wilayah di Kota Bengkulu.

Dalam aspek transaksi, usaha telah menyediakan alternatif pembayaran non tunai melalui sistem pembayaran digital. Ketersediaan metode pembayaran digital memberikan kemudahan bagi konsumen serta menunjukkan kemampuan usaha dalam menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen di era digital.

4. Pemasaran dan Interaksi dengan Konsumen

Hasil observasi menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan tidak hanya dilakukan secara langsung melalui pelayanan di lokasi usaha, tetapi juga melalui media digital. Pelaku usaha secara aktif memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan produk, menyampaikan informasi promosi, serta membangun komunikasi dengan konsumen.

Interaksi dengan konsumen berlangsung secara dua arah, baik secara tatap muka maupun melalui platform digital. Konsumen dapat memberikan tanggapan, pertanyaan, maupun ulasan terkait produk yang dibeli. Kondisi tersebut

menunjukkan adanya upaya pelaku usaha dalam membangun hubungan yang baik dengan pelanggan guna meningkatkan loyalitas konsumen serta mempertahankan keberlangsungan usaha.

5. Lingkungan Usaha dan Fasilitas Pendukung

Berdasarkan hasil pengamatan, lingkungan usaha Ayam Geprek Jhejhe berada pada lokasi yang cukup mudah dijangkau oleh konsumen. Area usaha terlihat bersih dan tertata sehingga mendukung kenyamanan pelanggan selama melakukan pembelian maupun menikmati produk di lokasi usaha.

Fasilitas pendukung yang tersedia meliputi area pengolahan makanan, area pelayanan konsumen, peralatan memasak, peralatan penyimpanan bahan baku, perangkat telepon seluler untuk mendukung pemasaran digital dan penerimaan pesanan online, serta fasilitas pembayaran digital. Ketersediaan fasilitas tersebut mendukung kelancaran kegiatan operasional usaha sekaligus memperkuat penerapan strategi pengembangan usaha berbasis teknologi.

C. Kesimpulan Hasil Observasi

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa UMKM Ayam Geprek Jhejhe telah menerapkan berbagai bentuk strategi pengembangan usaha yang sesuai dengan tuntutan era Teknologi 5.0. Hal tersebut terlihat dari pelaksanaan kegiatan operasional yang terorganisasi, pelayanan konsumen yang baik, pemanfaatan media sosial dan layanan pesan antar online, penggunaan sistem pembayaran digital, serta penerapan strategi pemasaran yang mengombinasikan metode konvensional dan digital. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa UMKM Ayam Geprek Jhejhe memiliki

kemampuan adaptasi terhadap perkembangan teknologi dalam mendukung keberlangsungan dan pengembangan usaha.

Peneliti

Fera Patri

NPM. 2287203019

