

Henry Yuliamir | Renny Aprilliyani
Enik Rahayu | Yema Charista Zelda
Saskia Cahya Khaylila Fitra



TRANSFORMASI DIGITAL RESTORAN DAN KAFE DI INDONESIA



TRANSFORMASI DIGITAL Restoran dan Kafe

----- *di Indonesia* -----

PENULIS

Henry Yuliamir

Renny Aprilliyani

Enik Rahayu

Yema Charista Zelda

Saskia Cahya Khaylila Fitra





www.penerbitbukumurah.com

**Dilarang keras, mencetak naskah
hasil layout ini tanpa seijin Penerbit**

PENERBIT KBM INDONESIA

Adalah penerbit dengan misi memudahkan proses penerbitan buku penulis di tanah air Indonesia. Serta menjadi media sharing proses penerbitan buku.

TRANSFORMASI DIGITAL RESTORAN DAN KAFE DI INDONESIA

*Copyright @2026 By Henry Yuliamir, dkk
All right reserved*

Penulis

Henry Yuliamir
Renny Aprilliyani
Enik Rahayu
Yema Charista Zelda
Saskia Cahya Khaylila Fitra

Desain Sampul

Aswan Kreatif

Tata Letak

Sofitahm

Editor

Dr. Muhamad Husein Maruahey, Drs., M.Sc.
Background isi buku di ambil dari <https://www.freepik.com/>

Official

Depok, Sleman-Jogjakarta (Kantor)

Penerbit Karya Bakti Makmur (KBM) Indonesia

Anggota IKAPI/No. IKAPI 279/JTI/2021

081357517526 (Tlpn/WA)

Website

<https://penerbitkbm.com>
www.penerbitbukumurah.com

Email

naskah@penerbitkbm.com

Distributor

<https://penerbitkbm.com/toko-buku/>

Youtube

Penerbit KBM Sastrabook

Instagram

@penerbit.kbmindonesia
@penerbitbukujogja



QRCBN: 62-1307-7807-737

Cetakan ke-1, Januari 2026

14,8 x 21 cm, vi + 85 halaman

Isi buku diluar tanggungjawab penerbit
Hak cipta merek KBM Indonesia sudah terdaftar di DJKI-
Kemenkumham
dan isi buku dilindungi undang-undang.
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa seizin penerbit karena beresiko sengketa hukum
hasil layout ini tanpa seizin Penerbit

Sanksi Pelanggaran Pasal 113
Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga buku ini dapat terselesaikan dengan baik. Buku dengan tema transformasi digital dalam industri restoran dan kafe ini hadir sebagai upaya untuk memberikan gambaran yang lebih sederhana, praktis, dan mudah dipahami mengenai perubahan besar yang terjadi dalam dunia kuliner pada era modern saat ini.

Perkembangan teknologi digital telah memengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan, termasuk cara bisnis kuliner beroperasi dan melayani pelanggan. Mulai dari penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, pemesanan makanan secara online, pembayaran digital, hingga penerapan berbagai teknologi untuk meningkatkan efisiensi layanan, semuanya menjadi bagian dari perubahan yang tidak bisa dihindari. Melalui buku ini, penulis berusaha menyajikan pembahasan yang ringkas, sistematis, dan relevan bagi siapa saja yang ingin memahami bagaimana dunia kuliner bertransformasi mengikuti perkembangan zaman.

Buku ini disusun untuk dapat dinikmati oleh pembaca umum, pelaku usaha kuliner, mahasiswa, maupun siapa saja yang tertarik memahami bagaimana peran teknologi membantu mengubah kebiasaan, strategi, dan model bisnis dalam industri restoran dan kafe. Diharapkan, pembahasan dalam buku ini dapat menjadi wawasan tambahan serta memotivasi pembaca untuk terus beradaptasi dan berinovasi di tengah perkembangan digital yang begitu cepat.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan masukan selama proses penyusunan buku ini. Semoga buku ini dapat menjadi bacaan yang bermanfaat, menambah pengetahuan, dan memberikan inspirasi dalam menghadapi tantangan dan peluang di era digital.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa buku ini masih memerlukan penyempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca sangat diharapkan demi peningkatan kualitas karya di masa mendatang. Semoga buku ini membawa manfaat bagi para pembaca.

Semarang, November 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perkembangan Industri Kuliner di Era Digital	2
1.3 Urgensi Transformasi Digital bagi Restoran dan Kafe	3
1.4 Ruang Lingkup Buku	4
1.5 Sasaran Pembaca Buku	5
BAB 2 KONSEP TRANSFORMASI DIGITAL DALAM INDUSTRI KULINER	7
2.1 Pengertian Transformasi Digital dalam Industri Kuliner	8
2.2 Ruang Lingkup dan Bentuk Transformasi Digital	9
2.3 Digital Marketing sebagai Pilar Transformasi	11
2.4 Elemen-Elemen Transformasi Digital	12
2.5 Model Bisnis Baru dalam Industri Kuliner	13
2.6 Tantangan dalam Transformasi Digital	14

2.7	Dampak Transformasi Digital terhadap Industri Kuliner -----	15
BAB 3 PERUBAHAN PERILAKU KONSUMEN DI ERA DIGITAL ----- 17		
3.1	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Kuliner di Era Digital -----	18
3.2	Dampak Perubahan Perilaku Konsumen terhadap Strategi Restoran dan Kafe -----	22
BAB 4 TEKNOLOGI UTAMA DALAM TRANSFORMASI BISNIS RESTORAN DAN KAFE ----- 27		
4.1	Point of Sale (POS) Digital -----	28
4.2	Aplikasi Pemesanan Online -----	29
4.3	QR Code Ordering -----	30
4.4	Customer Relationship Management (CRM) -----	31
4.5	Kitchen Display System (KDS) -----	32
4.6	Inventory Management Otomatis -----	33
4.7	Artificial Intelligence (AI) untuk Prediksi Penjualan -----	34
BAB 5 STRATEGI DIGITAL MARKETING PADA RESTORAN DAN KAFE ----- 37		
5.1	Media Sosial Marketing (Instagram, TikTok, Facebook) -----	38
5.2	Search Engine Optimization (SEO) untuk Restoran -----	39
5.3	Influencer Marketing -----	39
5.4	Content Marketing (Foto, Video, Storytelling) -----	40
5.5	Online Campaign dan Promo Digital -----	41
5.6	Google My Business Optimization -----	41

BAB 6 SISTEM OPERASIONAL BERBASIS TEKNOLOGI43

6.1	Pemesanan Otomatis -----	44
6.2	Pengolahan Data Penjualan -----	44
6.3	Pengaturan Stok Bahan Baku -----	45
6.4	Monitoring Kinerja Karyawan-----	46
6.5	Manajemen Antrian dan Reservasi-----	46

BAB 7 INOVASI MENU DAN LAYANAN BERBASIS

TEKNOLOGI ----- 49

7.1	Smart Menu Berbasis QR Code-----	49
7.2	Virtual Restaurant / Cloud Kitchen-----	50
7.3	Robot Waiter dan Otomatisasi Layanan-----	51
7.4	Integrasi AR/VR untuk Pengalaman Pelanggan---	51
7.5	Personalisasi Menu dan Layanan Berbasis Data -----	52

BAB 8 PENGARUH DIGITALISASI TERHADAP

EFISIENSI DAN PRODUKTIVITAS----- 55

8.1	Pengurangan Waktu Layanan (Service Time) ----	56
8.2	Efisiensi Tenaga Kerja -----	56
8.3	Akurasi Pengambilan Keputusan Berbasis Data --	57
8.4	Peningkatan Kepuasan Pelanggan -----	57
8.5	Efisiensi Biaya Operasional -----	58

BAB 9 TANTANGAN DAN RISIKO TRANSFORMASI

DIGITAL ----- 61

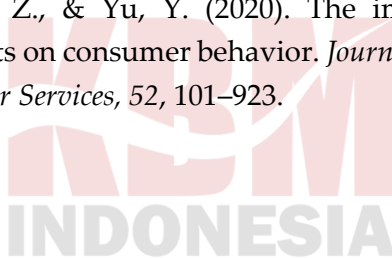
9.1	Biaya Investasi Teknologi yang Tinggi -----	62
9.2	Kurangnya Kemampuan SDM -----	62
9.3	Resistensi Budaya Organisasi-----	63
9.4	Risiko Keamanan Data -----	64
9.5	Ketergantungan pada Platform Pihak Ketiga -----	65

DAFTAR PUSTAKA

- Alalwan, A. A., Rana, N. P., Dwivedi, Y. K., & Lal, B. (2017). Social media in marketing: A review and analysis of the existing literature. *Telematics and Informatics*, 34(7), 1177–1190.
- Buhalis, D., & Sinarta, Y. (2019). Real-time co-creation and nowness service: Lessons from tourism and hospitality. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(5), 563–582.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Fitzsimmons, J. A., & Fitzsimmons, M. J. (2014). *Service management: Operations, strategy, information technology* (8th ed.). McGraw-Hill.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179–188.
- He, W., Tian, X., Tao, R., Zhang, W., & Akula, V. (2021). Application of artificial intelligence in hospitality and tourism research: A review and bibliometric analysis.

- Journal of Hospitality & Tourism Research*, 45(1), 1–25.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2020). *Strategic management: Concepts and cases* (13th ed.). Cengage Learning.
- Hoffman, K. D., & Bateson, J. E. G. (2017). *Services marketing: Concepts, strategies, and cases* (5th ed.). Cengage.
- Huang, M.-H., & Rust, R. T. (2021). Artificial intelligence in service. *Journal of Service Research*, 24(1), 3–22.
- Kandampully, J., Zhang, T. C., & Bilgihan, A. (2015). Customer loyalty: A review and future directions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(3), 379–414.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of marketing* (18th ed.). Pearson.
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2016). *Marketing for hospitality and tourism* (7th ed.). Pearson.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. Wiley.
- Liu, Y., & Yang, Y. (2020). The role of big data analytics capability in the digital transformation of firms. *International Journal of Information Management*, 50, 45–58.
- McKinsey & Company. (2019). *Digital transformation: The next big challenge for the restaurant industry*. McKinsey Insights.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.

- Rogers, D. L. (2016). *The digital transformation playbook*. Columbia Business School Publishing.
- Sahoo, S., & Pillai, R. (2017). Role of POS systems in modern restaurant management. *International Journal of Hospitality Management*, 62, 87–95.
- Statista. (2022). *Digital food delivery market in Southeast Asia*. Statista Research Department.
- Tussyadiah, I. P., & Park, S. (2018). When guests trust robots: User acceptance of service automation in hospitality. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(4), 503–524.
- Zeng, D., Cao, Z., & Yu, Y. (2020). The impact of mobile payments on consumer behavior. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52, 101–923.



www.penerbitbukumurah.com

Dilarang keras, mencetak naskah
hasil layout ini tanpa seijin Penerbit



www.penerbitbukumurah.com

**Dilarang keras, mencetak naskah
hasil layout ini tanpa seijin Penerbit**

BIODATA PENULIS

Henry Yuliamir

- Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia
- Program Studi S1 Manajemen
- Tempat Lahir Jakarta, 12 Juli 1972
- Jenis Kelamin Laki Laki
- Jabatan Fungsional Lektor
Dosen Tetap Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia
- Riwayat Pendidikan
 - Jenjang S1, Universitas Nasional
 - Jenjang S2, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia

Enik Rahayu

- Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia
- Program Studi S1 Manajemen
- Tempat Lahir Jakarta, 24 Desember 1979
- Jenis Kelamin Perempuan
- Jabatan Fungsional Lektor
Dosen Tetap Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia

- Riwayat Pendidikan
 - Jenjang S1, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Adhy Niaga
 - Jenjang S2, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia

Renny Aprilliyani

- Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia
- Program Studi S1 Manajemen
- Tempat Lahir Jakarta, 10 April 1957
- Jenis Kelamin Perempuan
- Jabatan Fungsional Lektor Kepala
Dosen Tetap Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia
- Riwayat Pendidikan
 - Jenjang S1, Sarjana Antropologi Universitas Indonesia
 - Jenjang S2, Magister Manajemen Universitas Diponegoro

Yema Charista Zelda

- Student Sarjana, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia
- Program Studi S1 Manajemen
- Tempat Lahir, Semarang 06 Mei 2005
- Jenis Kelamin Perempuan

Saskia Cahya Khaylila Fitra

- Student Sarjana, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia
- Program Studi S1 Pariwisata

- Tempat Lahir, Semarang 18 Maret 2005
- Jenis Kelamin Perempuan



www.penerbitbukumurah.com

**Dilarang keras, mencetak naskah
hasil layout ini tanpa seijin Penerbit**

TRANSFORMASI DIGITAL RESTORAN DAN KAFE DI INDONESIA

Perkembangan teknologi digital telah memengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan, termasuk cara bisnis kuliner beroperasi dan melayani pelanggan. Mulai dari penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, pemesanan makanan secara *online*, pembayaran digital, hingga penerapan berbagai teknologi untuk meningkatkan efisiensi layanan, semuanya menjadi bagian dari perubahan yang tidak bisa dihindari. Melalui buku ini, penulis berusaha menyajikan pembahasan yang ringkas, sistematis, dan relevan bagi siapa saja yang ingin memahami bagaimana dunia kuliner bertransformasi mengikuti perkembangan zaman.

Buku ini disusun untuk dapat dinikmati oleh pembaca umum, pelaku usaha kuliner, mahasiswa, maupun siapa saja yang tertarik memahami bagaimana peran teknologi membantu mengubah kebiasaan, strategi, dan model bisnis dalam industri restoran dan kafe. Diharapkan, pembahasan dalam buku ini dapat menjadi wawasan tambahan serta memotivasi pembaca untuk terus beradaptasi dan berinovasi di tengah perkembangan digital yang begitu cepat. Hadirnya buku ini di tangan pembaca dapat menjadi bacaan yang bermanfaat, menambah pengetahuan, dan memberikan inspirasi dalam menghadapi tantangan dan peluang di era digital.



PENERBIT KBM INDONESIA
Anggota IKAPI
0813 5751 7526 / 0353 3234 874
Kantor : Maguwoharjo, Depok, Sleman-Yogyakarta

@penerbitbukujogja

@penerbit.kbm

