

Pendampingan Transformasi Digital Bagi UMKM Kuliner Pada Wilayah Manyar Sabrangan Surabaya Guna Meningkatkan Daya Saing

Shafa Safhira Irawansyah & Rusdi Hidayat N

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia

21042010237@student.upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Pada era sekarang digitalisasi menjadi kebutuhan penting bagi pelaku UMKM agar tetap bertahan dalam persaingan yang semakin ketat. Dengan mengimplementasikan transformasi digital dapat meningkatkan efisiensi dari segi operasional, pendapatan dan juga mengubah budaya organisasi agar lebih adaptif terhadap suatu perubahan. Percepatan transformasi digital menjadi kunci penting untuk menjaga keberlanjutan bisnis bagi pelaku UMKM sektor kuliner, khususnya di kota Surabaya. Transformasi digital juga mendorong perubahan budaya organisasi yang lebih adaptif dan responsive terhadap dinamika pasar. Dengan memanfaatkan adanya teknologi digital, pelaku UMKM sektor kuliner di Surabaya tidak hanya mampu bertahan dalam persaingan, akan tetapi juga memiliki peluang lebih besar untuk terus berkembang. Selain itu, transformasi digital memungkinkan pelaku UMKM untuk memanfaatkan berbagai platform pemasaran online, seperti media sosial dan aplikasi pesan antar guna untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas. Dengan adanya transformasi digital juga memungkinkan bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan efisiensi pada proses produksi dan distribusi melalui otomatisasi. Selain itu, hal ini juga membuka peluang baru dalam pengembangan usaha dan meningkatkan daya saing pasar.

Kata Kunci: UMKM, Transformasi Digital, Pemasaran..

ABSTRACT

to survive in increasingly fierce competition. By implementing digital transformation, it can enhance efficiency in terms of operations, revenue, and also change the organizational culture to be more adaptive to changes. The acceleration of digital transformation is a crucial key to maintaining business sustainability for MSME actors in the culinary sector, especially in the city of Surabaya. Digital transformation also encourages changes in organizational culture that are more adaptive and responsive to market dynamics. By utilizing digital technology, MSME actors in the culinary sector in Surabaya are not only able to survive in the competition but also have greater opportunities to continue to grow. Moreover, digital transformation allows MSME actors to utilize various online marketing platforms, such as social media and delivery applications, to reach a broader customer base. Additionally, digital transformation enables MSME actors to improve efficiency in production and distribution processes through automation. Furthermore, it also opens up new opportunities in business development and enhances market competitiveness.

Keywords UMKM, Digital Transformation, Marketing.



Hal: 733-739

PENDAHULUAN

Pada saat ini kita berada pada era industry 4.0, Pada era ini memicu adanya tren transformasi digital yang signifikan. Keberlanjutan perekonomian suatu Negara menajdi penting dalam menghadapi tantangan pada era globalisasi yang didorong oleh arus informasi yang cepat (Javaria et al ; 2020). Dengan bergeraknya tren transformasi digital ini,juga menambah persaingan pada dunia bisnis khusunya pada bidang kuliner. Pada era saat ini, persaingan bisnis semakin ketat apalgi didukung dengan banyaknya aplikasi yang memfasilitasi interaksi antara pelaku UMKM dan konsumen. Selain untuk membantu fasilitasi dan juga mempercepat proses pemesanan dan juga pengantaran, Aplikasi ini juga memberikan wadah platform kepada pelaku bisnis untuk mempromosikan produk yang dijual agar lebih dikenal oleh masyarakat.

Ditengah persaingan yang makin ketat khususnya pada sector kuliner, pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) didorong untuk melakukan strategi digital agar dapat terus berkembang dan bertahan. Hal ini juga dirasakan oleh pelaku UMKM pada wilayah Manyar Sabrangan Surabaya yang sedang mengalami dinamika pasar dan perubahan prefensi yang begitu cepat. Keberhasilan dalam memanfaatkan teknologi digital dapat memberikan keuntungan yang kompetitif dan memungkinkan bagi pelaku UMKM dapat bersaing dengan perusahaan besar yang juga bergerak pada sektor kuliner. Selain itu, penggunaan data dan juga analisis digital dapat membantu pengusaha memahami perilaku konsumen dan menyesuaikan produk atau layanan sesuai dengan kebutuhan pasar.

Namun dengan adanya transformasi digital ini juga menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku UMKM, terutama dalam keterbatasan

seperti kurangnya akses pada teknologi keterbatasan dana, serta rendahnya literasi digital. Hal tersebut dapat menjadi hambatan dalam implementasi transformasi digital secara menyeluruh. Maka dari itu perlu dilakukan upaya yang sistematis untuk membantu pelaku UMKM pad wilayah Manyar Sabrangan Surabaya agar dapat memanfaatkan teknologi secara efektif.

Adanya pendampingan tranformasi digital ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan keterampilan bagi pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi yang relevan seperti aplikasi pemasaran online, e-commerce dan media sosial. Dengan adanya pendampingan ini diharapkan UMKM pada sektor kuliner wilayah Manyar Sabrangan Surabaya dapat meningkatkan efisiensi professional, memperluas pasar dan meningkatkan kualitas layanan konsumen. Pendampingan ini juga strategi pemsaran digital yang dapat membantu pelaku UMKM meningkatkan penjualannya. Kegiatan tersebut berfokus pada implementasi program pendampingan transformasi digital bagi UMKM pada sektor kuliner di wilayah Manyar Sabrangan Surabaya. Metode yang digunakan agar kegiatan tersebut dapat diselesaikan ialah dengan cara melibatkan pelatihan, dukungan teknis, dan juga evaluasi pembangunan. Dengan begitu dapat tercapai peningkatan daya saing yang signifikan bagi pelaku UMKM.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan ialah pendekatan partisipatif, dimana melibatkan langsung pelaku UMKM pada sector kuliner untuk aktif dalam setiap tahap program. Kegiatan ini dilaksanakan di Manyar Sabrangan Surabaya dan sudah ada 15-20 pelaku UMKM kuliner yang terdaftar. Tahapan kegiatan dimulai dengan analisis kebutuhan dengan cara melakukan wawancara dan diskusi terkait tantangan yang akan dihadapi

oleh UMKM dalam menghadapi transformasi digitalisasi bisnis. Selanjutnya akan diadakan pelatihan atau sosialisasi terkait pemasaran melalui sosial media, dan platform e-commerce dan pengelolaan website. Setelah itu akan diadakan pendampingan praktis untuk membantu peserta menerapkan teknologi yang telah dipelajari.

Tabel 1. Tahapan Kegiatan pengabdian

No.	Tahapan	Kegiatan
1.	Tahap Awal	a. Mengidentifikasi permasalahan dengan melakukan wawancara dan diskusi b. Melakukan pendataan UMKM pada wilayah Manyar Sabrang Surabaya c. Inventarisir fasilitas yang tersedia
2.	Tahap Persiapan	a. Penyusunan konsep program dan pengabdian b. Sosialisasi terkait transformasi digitalisasi bisnis
3.	Penyusunan program hasil kesepakatan	Penyesuaian rencana program hasil kesepakatan.
4.	Implementasi Pelatihan	a. Sosialisasi transformasi digital pada pelaku UMKM sektor kuliner b. Pembuatan logo product c. Pembuatan e-katalog menu
5.	Laporan	Penyusunan Laporan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada wilayah Manyar Sabrang akan diadakan program terkait pendampingan transformasi digital bagi pelaku UMKM kuliner yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing usaha. Pendampingan ini dimulai dengan melakukan wawancara dan diskusi terhadap UMKM terkait lalu melakukan sosialisasi terkait transformasi digital seperti pemasaran pada sosial media, dan platform e-commerce dan pengelolaan website. Setelah itu akan dilakukan pembuatan logo produk dan juga pembuatan e-katalog menu untuk

membantu para pelaku usaha mengoptimalkan pemasaran dan efisiensi operasional.



Gambar 1. Survei melalui wawancara dan diskusi langsung dengan pelaku UMKM

Dari adanya sosialisasi tersebut, mendapatkan hasil para pelaku UMKM lebih memahami tentang penerapan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing dan performa penjualan. Selain itu, dampak yang bisa didapat yaitu pengembangan kapasitas Sumber Daya Manusia yang semakin mampu mengelola bisnis secara lebih efisien dan terstruktur dengan memanfaatkan aplikasi digital untuk pemasaran dan pengembangan inovasi produk. Kelurahan Manyar Sabrang memiliki banyak pelaku UMKM yang berjalan pada sektor kuliner yang memiliki potensi untuk selalu berkembang.

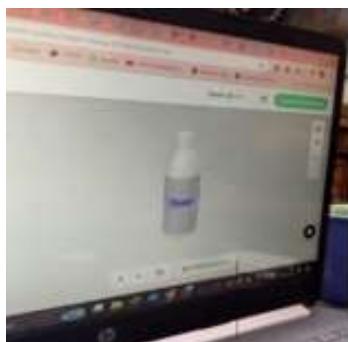
Mahasiswa melakukan pendampingan UMKM yang dihadiri oleh 10-15 warga lokal yang memiliki bisnis pasa sektor kuliner dikonsep dengan acara sosialisasi tentang transformasi digital pemasaran pada sosial media, platform e-commerce dan pengelolaan website. Kegiatan ini diadakan oleh Mahasiswa KKN dari UPN "Veteran" Jawa Timur.

Setelah diperkenalkan terkait transformasi digital, para pelaku UMKM langsung didorong untuk mengimplementasikan dan mencoba untuk membuat suatu pemasaran pada salah satu platform sosial media yaitu Instagram.



Gambar 2. Sosialisasi dengan para pelaku UMKM Manyar Sabrangan Surabaya

Setelah itu, para pelaku UMKM juga dianjurkan untuk mengisi google form yang berisikan tentang apa yang dibutuhkan oleh pelaku UMKM. Dan dari data tersebut, menunjukkan bahwa mereka membutuhkan pembuatan logo produk untuk meningkatkan daya saing dan pembuatan e-katalog menu agar mempermudah para pembeli untuk mengakses menu yang dijual. Maka dari itu, Mahasiswa melakukan proses lanjutan dengan memberikan tutorial dan penyerahan E-katalog menu bagi pelaku UMKM guna memenuhi kebutuhan mereka dan mengembangkan usaha yang tengah dijalani oleh UMKM Manyar Sabrangan Surabaya.



Gambar 3. Pembuatan Logo Produk UMKM



Gambar 4. Penyerahan E-Katalog menu UMKM

Luaran pada kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu pendampingan serta membuatkan logo dan juga e-katalog menu agar meningkatkan daya saing pelaku UMKM. Luaran yang telah dilaksanakan ialah sebagai berikut :

- a. Masyarakat mengikuti sosialisasi terkait transformasi digitalisasi bisnis yang diadakan oleh mahasiswa.
- b. Masyarakat mengisi gform yang telah dibuat oleh mahasiswa untuk mendata kebutuhan para UMKM yang akan dibantu oleh mahasiswa.
- c. Mahasiswa melakhkan pendampingan kepada masyarakat dengan membuatkan logo dan juga e-katalog menu.

Tabel 1. Solusi dan pengabdian

Masalah	Solusi	Luaran
Belum Adanya Logo Produk yang dapat menarik konsumen.	Pendampingan pembuatan logo yang menarik bagi pelaku UMKM.	Membuat logo menarik dan diaerahkan kepada UMKM terkait
Kurangnya Jangkauan pembeli untuk membaca menu yang telah disediakan	Membuatkan e-katalog menu agar bisa dijangkau oleh pembeli	Melakukan inovasi dengan membuat e-katalog menu agar lebih menarik dan mudah dijangkau oleh pembeli.

Tabel 2. Perubahan yang dihasilkan dari kegiatan

Kondisi Awal	Intervensi	Kondisi Perubahan	
Banyak produk yang tidak memiliki logo sehingga tidak menarik konsumen dan membuat mereka sulit memahami produk yang ditawarkan.	Melakukan edukasi dan memberikan contoh pembuatan logo pada suatu produk	Melakukan inovasi dengan membuat e-katalog menu agar produk menarik dan mudah dijangkau oleh pembeli.	
Sulitnya jangkauan pembeli untuk melihat menu dan memilih produk secara lebih efisien.	Melakukan edukasi dan memberikan contoh pembuatan e-katalog menu	Pembeli dapat lebih melihat dan memilih produk yang diminati untuk dibeli sehingga memudahkan proses pemesanan.	

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dpt diambil dari kegiatan pendampingan transformasi digital bagi pelaku UMKM kuliner di Kelurahan Manyar Sabranginan adalah bahwa program ini berhasil meningkatkan pemahaman dan kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran dan pengelolaan usaha. Kegiatan yang melibatkan sosialisasi, pembuatan logo produk, serta pembuatan e-katalog menu telah membantu UMKM dalam meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pemasaran. Dengan adanya e-katalog, pembeli dapat mengakses informasi produk dengan lebih mudah, sementara pembuatan logo produk membantu meningkatkan identitas dan profesionalisme UMKM. Program ini diselenggarakan oleh mahasiswa KKN dari UPN "Veteran" Jawa Timur, dengan menghadirkan 10-15 pelaku usaha lokal untuk mendapatkan bimbingan dan tutorial langsung. Hasil kegiatan menunjukkan

bahwa UMKM lebih siap mengimplementasikan pemasaran digital melalui media sosial dan platform e-commerce, yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan efisiensi operasional.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar besarnya kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, khususnya kepada seluruh dosen dan staff yang telah memberikan dukungan selama pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kelurahan Manyar Sabranginan, Surabaya. Pengalaman ini sangat berharga dan memberikan banyak pelajaran berharga tentang masyarakat dan penerapan ilmu yang telah kami pelajari. Terimakasih juga kepada masyarakat Kelurahan Klampis Ngasem yang telah menerima kami dengan hangat dan berpartisipasi aktif dalam berbagai kegiatan. Semoga kolaborasi ini membawa manfaat bagi kita semua.

DAFTAR PUSTAKA

- Simberova, I.; Koraos, A.; Schuller, D.; Smolikova, L. Strakova, J; Vachal, J. 2022. Threats and Opportunities in Digital Transformation in SMEs from the Perspective of Sustainability: A Case Study in the Czech Republic. Sustainability Journal Vol. 14 p. 1- 17.
- Jones, M.D.; Hutcheson, S; Camba, J.D., 2021. Past, present, and future barriers to digital transformation in manufacturing: A review. Journal of Manufacturing Systems p. 1-13.
- Apoga, R.R.; Petrovska, K. 2022. Barriers to Sustainable Digital Transformation in MicroSmall-and Medium-Sized Enterprises. Sustainability Journal Vol. 14 p. 1-19.

- Telukdarie, A., Dube, T.; Matjuta, P.; Philbin, S. 2023. The Opportunities and Challenges of Digitalization for SME's. Procedia Computer Science 217 p. 689-698.
- Nadkarni, S.; Prugl, R. 2020. Digital transformation: a review, synthesis and opportunities for future research. Management Review Quarterly (2021) 71 p. 233–341.
- Veldhoven, Z.V.; Vanthienen, J. 2022. Best practices for digital transformation based on a systematic literature review. Digital Transformation and Society Emerald Publishing Limited.
- Rafiah, K.K; Widianto, S.; Kamal, I; Shofiana, A; Fajar, M.; Rudini, A.A. 2022. Digital Readiness Of Smes: An Insight From Indonesia. AFEBI Management and Business Review (AMBR) p. 12- 26.
- Saleh, M.A.K. dan Manjunath K.R. 2021. Barriers of Digitalizing the Business Process among Yemeni Enterprises: Empirical Investigation. International Journal of Management and Human Science (IJMHS), Volume 5, Issue 3, Pages 32-52.
- Auliya, A.P.; Putra, E.R.S.; Dewi, S.P.; Khairunnisa, Z.; Sofyan, M.; Arifanti, F; Rahmawati, N.F. 2022. Online Business Transformation In The Covid-19 Pandemic Era (Case Study Of Msme Activities In Tangerang City). International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR) Vol. 6 No. 1 p. 546-552
- Hai, N.T. 2021. Digital Transformation Barriers For Small And Medium Enterprises In Vietnam Today. Laplace em Revista (International), vol.7, n. 3A, Sept. - Dec. 2021, p.416-426.
- Krauss, S.; Jones, P; Kailer, N; Weinmann, A; Banegas, N.C; Tierno, N.R. 2021. Digital Transformation: An Overview of the Current State of the Art of Research. Journals Sage July – September. p. 1-15.
- Fridayani, H.D. dan Chiang, L.C., 2022. Digital Opportunities in MSMEs Throughout Economic Disruptions: Entrepreneurs' Experiences and Challenges. Proceedings of the 16th International Multi-Conference on Society, Cybernetics and Informatics (IMSCI 2022).
- Hanelt, A; Bohnsack, E; Marz, D; Marante. C.A. 2021. A Systematic Review of the Literature on Digital Transformation: Insights and Implications for Strategy and Organizational Change. Journal of Management Studies 58:5 p. 1159-1197.
- Rasid, F.E.T; Pramon, S.; Rizal, M.N. 2021. Faktor Pendorong, Proses Dan Tantangan Transformasi Digital Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah: Tinjauan Pustaka Sistematis. Jurnal Informasi Interaktif Vol. 6 No. 2 Mei 2021. P. 62-71.
- Sumadi, 2021. Dinamika Transformasi Ukm Di Era Digitalisasi Pandemi Covid-19. Proceeding Seminar Nasional & Call For Papers p. 119-127
- Abdi, R., Suharti, L., Usmanij, P., & Ratten, V. (2022). The MSMEs Digital Readiness in Indonesia: A Test of Moderating Effect of Intrinsic Motivation and ICT Knowledge. Strategic Entrepreneurial Ecosystems and Business Model Innovation, 155–180.
- Agarwal, A., & Ojha, R. (2022). Prioritising the determinants of Industry-4.0 for implementation in MSME in the post-pandemic period – a quality function deployment analysis. TQM Journal.
- Eze, S. C., Chinedu-Eze, V. C., Awa, H. O., & Alharthi, R. H. E. (2021). Factors stimulating value microbusinesses attribute to digital marketing technology (DMT) adoption. PLoS ONE, 16(12 December).
- Hervé, A., Schmitt, C., & Baldegger, R. (2020). Digitalization,_Entrepreneuria. Technology Innovation Management Review, 10(4)..

Jurnal Sinabis
Volume 1 No 3 Juni 2025

- Kumar, R., Rehman, U. U., & Phanden, R. K. (2022). Strengthening the social performance of Indian SMEs in the digital era: a fuzzy DEMATEL analysis of enablers. *TQM Journal*.
- Kurniawati, E., Idris, I., Handayati, P., & Osman, S. (2021). Digital transformation of MSMEs in Indonesia during the pandemic. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 9(2), 316–331.