



Transformasi Digital Melalui Penerapan Aplikasi Digital Menu dalam Mendukung Kinerja UMKM di SWK Semolowaru

Digital Transformation through the Application of Digital Menus in Supporting MSME Performance in SWK Semolowaru

Gyska Indah Harya^{1*}, Dian Nuningrum Adelia², Dinta Fernanda Maulidya³,
Firman Rizky Ramadhan⁴, Jeniper Indah Pandiangan⁵

¹Program studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya, Indonesia

^{2,3,4,5,2} KKN Tematik Bela Negara, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya, Indonesia

Korespondensi Penulis: gyskaharya.agribis@upnjatim.ac.id

Article History:

Received: April 18, 2024;

Revised: April 30, 2024;

Accepted : Mei 28, 2024;

Published : Mei 30, 2024

Keywords: Empowerment, Digital menu, Technological innovation, Operational efficiency.

Abstract: *Micro, Small, and Medium Enterprises play a vital role in the Indonesian economy, but often face challenges in adopting digital technology. This community service aims to analyze the impact of implementing a digital menu as a tool for empowering Micro, Small, and Medium Enterprises, especially in the culinary sector. Digital menus are identified as innovations that not only facilitate business management but also improve customer experience through faster and more accurate access to information. This study uses a qualitative approach with an interview method on several Micro, Small, and Medium Enterprises in SWK Semolowaru, Surabaya. The results of community service that have been carried out are known that the use of digital menus significantly increases operational efficiency, reduces printing costs, and expands market reach through integration with digital platforms. The main challenges faced are limited human resources in mastering technology and the need for ongoing training. Therefore, support from the local government and related parties is needed to provide comprehensive training programs to improve the digital competence of Micro, Small, and Medium Enterprises. Empowering Micro, Small, and Medium Enterprises through digital menus has great potential to increase competitiveness in the digital era, thereby encouraging inclusive economic growth.*

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memiliki peran vital dalam perekonomian Indonesia, namun seringkali menghadapi tantangan dalam mengadopsi teknologi digital. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk menganalisis dampak penerapan digital menu sebagai alat pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, khususnya dalam sektor kuliner. Digital menu diidentifikasi sebagai inovasi yang tidak hanya memudahkan pengelolaan bisnis tetapi juga meningkatkan pengalaman pelanggan melalui akses informasi yang lebih cepat dan akurat. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara pada beberapa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di SWK Semolowaru, Surabaya. Hasil pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan diketahui bahwa penggunaan digital menu secara signifikan meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya cetak, serta memperluas jangkauan pasar melalui integrasi dengan platform digital. Tantangan utama yang dihadapi adalah keterbatasan sumber daya manusia dalam penguasaan teknologi dan kebutuhan akan pelatihan yang berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan dukungan pemerintah setempat dan pihak terkait untuk menyediakan program pelatihan yang komprehensif guna meningkatkan kompetensi digital para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah melalui digital menu berpotensi besar dalam meningkatkan daya saing di era digital, sehingga mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif.

Kata Kunci: Pemberdayaan, Digital Menu, Inovasi Teknologi, Efisiensi Operasional

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia sangat penting karena berperan langsung dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, mengurangi kemiskinan, dan memperluas kesempatan kerja. Sebagai negara dengan populasi terbesar keempat di dunia, pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan memungkinkan Indonesia untuk memenuhi kebutuhan dasar warganya, seperti pendidikan, kesehatan, dan infrastruktur. Selain itu, pertumbuhan ekonomi yang stabil meningkatkan daya saing Indonesia pada skala global, menarik minat investasi asing, dan mendorong inovasi serta pengembangan teknologi (Harya, 2021; Sudiyarto et al., 2018). Hal ini juga memperkuat ketahanan ekonomi nasional terhadap guncangan eksternal, menciptakan fondasi yang lebih kokoh untuk pertumbuhan jangka panjang dan kemajuan sosial (Hidayat et al., 2019).

Selain bidang ekspor impor, industri, serta penyediaan sektor barang dan jasa, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) juga menjadi salah satu sektor perekonomian strategis di Indonesia (Fabiana Meijon Fadul, 2019; Harya, Fadil, et al., 2023). Adanya kontribusi hasil UMKM yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 61 persen dari total 65 juta pelaku usaha kecil menyebabkan tingginya penyerapan tenaga kerja di sektor ini pun mencapai 97 persen sehingga dapat mengurangi angka pengangguran dan dinilai mampu memberdayakan ekonomi kreatif era kini (Sa'diyah et al., 2024; Winarno et al., 2020).

Dengan adanya perkembangan teknologi menuntut para pelaku UMKM untuk dapat adaptif terhadap produk bisnisnya meliputi penggunaan teknologi dalam operasional bisnis, inovasi dalam layanan, serta pemberian kemudahan akses untuk para pembeli seperti penerapan digital menu (Harya et al., 2020). Digital menu merupakan salah satu inovasi yang dapat meningkatkan efisiensi layanan, memperbaiki pengalaman pelanggan, dan memperluas jangkauan pasar bagi UMKM, khususnya di sektor kuliner (Harya et al., 2019).

Di Kota Surabaya, Sentra Wisata Kuliner (SWK) Semolowaru menjadi salah satu lokasi strategis bagi UMKM yang bergerak di bidang kuliner untuk mengimplementasikan digital menu. Dengan adanya 28 stand UMKM yang menjual aneka jenis makanan dan minuman serta fasilitas yang lengkap mulai dari meja makan, wahana bermain anak-anak, lapangan basket, tenis meja, toilet, dan penyediaan QRIS dalam metode pembayaran di setiap stand memberikan SWK Semolowaru peluang yang sangat besar dalam memperluas jaringan konsumen dan memasarkannya baik secara offline dan online.

Penerapan teknologi ini diharapkan dapat mendukung pemberdayaan UMKM kreatif di SWK Semolowaru, sehingga para pelaku UMKM dapat lebih adaptif terhadap perubahan dan memanfaatkan peluang yang muncul dari transformasi digital (Harya, 2021; Harya, et al.,

2023). Selain itu, penyediaan *digital menu* juga dapat mempermudah para pembeli dalam mengakses menu makanan dan minuman yang ditawarkan oleh SWK Semolowaru sehingga dinilai lebih efektif, efisien, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi (Harya, et al., 2023).

Dengan mengoptimalkan peluang digitalisasi bisnis masa kini melalui digital menu, diharapkan SWK Semolowaru mampu menjadi pioneer SWK lainnya yang ada di Kota Surabaya dalam memberikan kemudahan akses serta fasilitas yang lengkap bagi para pembeli. Adanya pengabdian kepada masyarakat ini juga bertujuan untuk menganalisis peran pemberdayaan UMKM kreatif melalui penggunaan digital menu di SWK Semolowaru Kota Surabaya dalam mendukung transformasi digital.

2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan Mahasiswa KKN tematik Bela Negara Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur. Kegiatan ini fokus pada pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Kelurahan Semolowaru, Kecamatan Sukolilo, Kota Surabaya. Metode yang digunakan dalam pengabdian kepada masyarakat dan sasaran utama pada Sentra Wisata Kuliner (SWK) di Kelurahan Semolowaru yang berjumlah 28 tenant. Kegiatan ini dilaksanakan 7 hari yang dimulai pada 15 Agustus 2024 dan berakhir pada 21 Agustus 2024 dengan jenis kegiatan ini dengan jenis kegiatan pengabdian masyarakat, yakni:

1. Observasi ke SWK Semolowaru

observasi langsung pada tanggal 15 Agustus 2024 untuk memahami kondisi dan kebutuhan di lapangan. Selanjutnya, menjelaskan kepada para pemilik tenant mengenai manfaat penggunaan digital menu, baik bagi penjual maupun pengunjung, guna meningkatkan efisiensi dan pengalaman pelanggan.

2. Wawancara kepada perwakilan tenant

Pada tanggal 16 Agustus 2024, melanjutkan dengan wawancara mendalam untuk mengumpulkan informasi terkait daftar menu yang disediakan oleh setiap tenant, termasuk rincian harga dan spesifikasi produk. Proses ini juga melibatkan pengambilan dokumentasi visual terhadap produk-produk yang ditawarkan untuk keperluan desain.

3. Pembuatan desain menu

Pada tanggal 17 dan 18 Agustus 2024, membuat desain menu melalui website canva, Proses ini bertujuan untuk memudahkan pengunjung dalam melihat dan memilih menu secara efisien dalam bentuk fisik.

4. Pembuatan Scan Menu

Pada tanggal 19 Agustus 2024, membuat digital menu melalui website bitly, menghasilkan barcode yang dapat dipindai untuk mengakses menu tersebut. Proses ini bertujuan untuk memudahkan pengunjung dalam melihat dan memilih menu secara efisien.

5. Penyerahan Buku Menu

Pada tanggal 20 Agustus 2024, digital menu yang sudah siap dan tanggal 21 Agustus 2024 barcode menu diserahkan. Ke SWK Semolowaru dan ditempelkan di setiap meja yang ada.

3. HASIL PEMBAHASAN

Sentral Wisata Kuliner (SWK) Semolowaru telah berkembang menjadi salah satu pusat kuliner yang menjanjikan bagi masyarakat Semolowaru dan sekitarnya. Terletak strategis di dekat kantor kelurahan Semolowaru, SWK Semolowaru menawarkan 28 stand UMKM yang menjual berbagai jenis makanan dan minuman yang berbeda-beda. Selain memiliki banyak variasi kuliner, SWK Semolowaru juga dilengkapi dengan berbagai fasilitas yang lengkap, seperti meja makan yang nyaman, wahana bermain anak, lapangan basket, tenis meja, toilet, serta kemudahan transaksi untuk membayar menggunakan QRIS, yang dimana saat ini QRIS telah menjadi salah satu metode pembayaran yang banyak digunakan oleh masyarakat saat ini. Fasilitas yang lengkap ini dirancang untuk menarik lebih banyak pengunjung dan mendukung pertumbuhan usaha kuliner di area tersebut.

Meskipun memiliki potensi yang cukup besar namun hasil dari wawancara yang dilakukan oleh penulis terhadap beberapa petugas SWK Semolowaru mengungkapkan bahwa tempat kuliner ini sudah memiliki akun media sosial yang diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu media promosi. Namun untuk saat ini akun media sosial tersebut belum dapat digunakan secara optimal oleh para pemilik usaha UMKM di SWK Semolowaru.

Oleh sebab itu, untuk membantu pelaku usaha UMKM kuliner yang ada di Semolowaru dan mendorong digitalisasi sebagai salah satu bentuk pengabdian masyarakat pada program KKN Tematik Bela Negara. Maka, penulis melakukan inisiatif dengan membantu para pemilik usaha melalui teknologi yang sudah ada dan sering ditemui di tempat lain maka, penulis melakukan pembuatan digital menu lewat *barcode*.

Dengan adanya pembuatan barcode ini, para pengunjung di SWK Semolowaru tidak harus berkeliling ke seluruh warung yang ada. Para pengunjung hanya perlu untuk memindai *Barcode* yang telah dipasangkan di setiap meja untuk dapat mengakses terkait info menu yang tersedia serta harga dari setiap menu yang ada. Sehingga hal ini mempermudah pengunjung untuk dapat memilih menu yang akan dipesan hal ini tidak hanya akan mempermudah proses pemasaran tetapi juga memberikan kesan yang lebih modern. Dari pembuatan barcode menu

diharapkan dapat meningkatkan minat masyarakat untuk berkunjung ke SWK Semolowaru.

Adapun langkah-langkah yang dilakukan oleh penulis dalam pembuatan *barcode menu* agar memastikan hasil yang optimal yaitu. Pertama penulis melakukan observasi secara langsung guna memahami kebutuhan dan karakteristik dari setiap UMKM. Langkah selanjutnya adalah melakukan wawancara dengan pemilik usaha UMKM yang ada di SWK Semolowaru. Melalui Wawancara ini penulis tidak hanya mendapatkan data atau informasi saja melainkan menjalin komunikasi antara penulis dengan pemilik usaha, Penulis kemudian menjelaskan secara rinci kepada pemilik usaha tentang konsep *barcode menu* yang akan dibuatkan oleh penulis dalam rangka membantu digitalisasi produk yang mereka tawarkan kepada para pengunjung.



Gambar 1. Wawancara dengan pemilik usaha

Langkah selanjutnya yaitu melakukan dokumentasi terhadap berbagai macam menu yang tersedia di SWK Semolowaru agar produk yang ada dapat dimasukkan ke dalam daftar menu yang akan dibuat. Kemudian hal yang dilakukan selanjutnya adalah dengan melakukan desain *template* menu yang menarik menggunakan aplikasi canva, guna mempermudah pengunjung nantinya untuk membaca semua menu yang ada dengan desain yang menarik. Setelah mendapatkan data menu dan desain sudah dilakukan tahap selanjutnya adalah penulis memasukkannya ke dalam satu drive pdf dan mengupload ke suatu sistem guna mendapatkan *scan barcode*.



Gambar 2. Desain Menu



Gambar 3. Barcode Menu

Barcode menu yang sudah dibuat dan dicetak oleh penulis kemudian dipasangkan di beberapa tempat yang mudah dijangkau oleh pengunjung seperti menempelkan stiker *barcode* pada setiap meja di SWK Semolowaru, menempelkan pada setiap tenant. Setelah dilakukan pembuatan digital menu ini diharapkan adanya kemajuan di SWK Semolowaru, dan dapat dilanjutkan oleh para pengurus yang ada.

4. KESIMPULAN

Dalam pemberdayaan serta transformasi digital mahasiswa dapat membantu UMKM di SWK Semolowaru. Setelah melakukan observasi di SWK Semolowaru, terlihat bahwa cara penyajian daftar menu masih belum efisien dan masih mengandalkan metode manual. Dengan pembuatan dan pemasangan barcode menu di setiap meja, proses pemilihan dan pemesanan menu menjadi lebih mudah dan modern bagi pengunjung. Langkah-langkah seperti observasi, dokumentasi menu, desain template menggunakan Canva, dan pengunggahan ke sistem untuk menghasilkan barcode memungkinkan para pemilik UMKM kuliner di SWK memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan visibilitas dan efisiensi pemasaran mereka.

Inisiatif ini diharapkan tidak hanya mempermudah akses pengunjung terhadap informasi menu dan harga, tetapi juga menarik lebih banyak pengunjung serta mendukung pertumbuhan usaha kuliner di area tersebut. Hasil pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan menunjukkan persentase sebesar 75 % masyarakat menyatakan bahwa penggunaan digital menu secara signifikan meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya cetak, serta memperluas jangkauan pasar melalui integrasi dengan platform digital.

Program ini mendukung dari tujuan SDGs 8, yang berfokus pada pekerjaan yang layak dan pertumbuhan ekonomi dengan cara memperkuat UMKM, meningkatkan pendapatan masyarakat pedesaan, dan menciptakan peluang kerja baru. Upaya ini memperkuat struktur

sosial dan ekonomi di desa.

5. PENGAKUAN

Ucapan terima kasih ditujukan kepada Penghargaan disampaikan kepada Ibu Dr. Gyska Indah Harya selaku Dosen Lapangan KKN Tematik MKBKM 2024 kelompok KKN 01 Gelombang 2. Penghargaan juga disampaikan kepada Bapak Kenny Pieter Pemangku selaku Kepala Kelurahan Semolowaru, masyarakat, serta perangkat desa yang telah bekerja sama dan berkontribusi dalam menjalan program kerja Mahasiswa Kelompok 01 Gelombang 2 Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

6. DAFTAR REFERENSI

- Amiroh, I., Rahayu, D. R., Winarno, A., & Hermawan, A. (2022). Digitalisasi pemasaran dalam implementasi digitalisasi UMKM (Vol. 3). *Yumary: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*. <https://doi.org/10.35912/yumary.v3i1.12252>
- Fabiana Meijon Fadul. (2019). Kewirausahaan dan UMKM.
- Harya, G. I. (2021). Rencana aksi daerah pengarusutamaan gender Kabupaten Pacitan, *18*(2), 51–73.
- Harya, G. I., Fadil, C., & Kusumastuti, E. (2023). Penguatan skill berwirausaha UMKM dengan implementasi strategi pemasaran digital melalui social media di Kelurahan Kepanjen Kidul Kota Blitar. *Jurnal Pengabdian Cendikia*, *2*(9), 84–92. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10440678>
- Harya, G. I., Hanani, N., Asmara, R., & Muhaimin, D. A. W. (2023). Dynamic capabilities for leading industries: Proof of export commitment of chocolate products. *Bulgarian Journal of Agricultural Science*, *29*(4), 579–589.
- Harya, G. I., Indah, P. N., Sudyarto, Widayanti, S., & Pratiwi, L. F. L. (2019). Competitiveness and development perspective of processed cocoa industries in East Java. *AIP Conference Proceedings*, *2019*(2018). <https://doi.org/10.1063/1.5061855>
- Harya, G. I., Kuswanto, K., Asmara, R., Tarik, J. T., Maulidah, S., & Budiwitjaksono, G. S. (2023). Taking a deeper look at the priority of agricultural industry efficiency through the use data envelopment approach. *Agroalimentaria*, *29*, 167–177. <https://orcid.org/0000-0003->
- Harya, G. I., Sudyarto, Budiwitjaksono, G. S., & Patiung, M. (2020). Competitiveness and processing of processed cocoa industry in improving the welfare of people’s cocoa farmers in East Java. *2019*, 302–310. <https://doi.org/10.11594/nstp.2019.0443>
- Hasan, H., Haliah, & Fahdal, M. A. (2022). Pemberdayaan masyarakat UMKM Sulawesi.
- Hidayat, S. I., Indah, P. N., Nurhayati, T., Harya, G. I., & Hendrarini, H. (2019). Satisfaction

of the farming community towards the performance of agricultural extension service: A case study in Benjeng Subdistrict of Gresik Regency, Indonesia. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 92(8), 197–203. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-08.21>

Masyarakat Desa Wonoyoso Pekalongan menghadapi era new normal (Vol. 3). *Jurnal Pengabdian Pendidikan Masyarakat (JPPM)*. <https://doi.org/10.52060/jppm.v3i1.652>

Melalui digital marketing dan media sosial sebagai media promosi. (Vol. 2). *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v2i4.292>

Membangun brand image melalui media digital dan pelatihan pada UMKM Caukong (Vol. 3). *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*. <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/590>

Mulyani, Praya, Z., & Tanjung, A. A. (2024). Usaha peningkatan kinerja UMKM.

Prayogi, A., & Kirom, M. I. (2022). Pendampingan pengembangan digitalisasi UMKM.

Ricardo, T., & Laulita, N. B. (2022). Perancangan dan penerapan strategi promosi atau.

Sa'diyah, K., Ramadhani, L., & Harya, G. I. (2024). Hazard analysis and critical control point (HACCP) pada rancangan produk minuman sari buah jeruk PT Zestful Drink Innovation. *I(1)*, 1–19.

Serta pendampingan manajemen usaha pada UMKM angkringan KMS di Tumpang Kabupaten Malang (Vol. 1). *Jurnal Pemantik*. <https://doi.org/10.56587/pemantik.v1i2.50>

Sudiyarto, S., Destiarni, R. P., & Harya, G. I. (2018). Analysis of factors that affect consumer preference on coffee consumption in Surabaya. *I(Icst)*, 587–593. <https://doi.org/10.2991/icst-18.2018.122>

Winarno, S. T., Harijani, W. S., & Harya, G. I. (2020). Marketing chain of smallholder robusta coffee in East Java. *194(FANRes 2019)*, 341–344. <https://doi.org/10.2991/aer.k.200325.067>