

## Pemberdayaan UMKM Kuliner melalui Pengembangan dan Pendampingan Website Menu Digital pada Kedai Sri Rejeki 888 di Sidoarjo, Jawa Timur

**Kharisma Monika Dian Pertiwi<sup>\*1</sup>, Mahendra Prathama Hartawan Putra<sup>2</sup>,  
Daniswara Aryasatyta Fairuz Firjatullah<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Informatika, Universitas Telkom, Indonesia  
\*e-mail: [kharismamonikadp@telkomuniversity.ac.id](mailto:kharismamonikadp@telkomuniversity.ac.id)

### **Abstrak**

*Kedai Sri Rejeki 888 sebagai UMKM kuliner di Sidoarjo, Jawa Timur, menghadapi kendala operasional konvensional seperti keterbatasan visualisasi menu (hanya 7 item), update manual jarang, dan kunjungan harian rendah (23 orang) akibat minimnya pemasaran digital. Kegiatan pengabdian masyarakat ini memberdayakan mitra melalui pengembangan website menu digital berbasis Next.js dengan fitur pengelolaan mandiri, integrasi Google Maps, dan pendampingan pelatihan menggunakan pendekatan Agile partisipatif. Hasil menunjukkan peningkatan jumlah menu menjadi 19 item, frekuensi update rutin mandiri, kunjungan harian 39 orang, serta kepuasan pelanggan dari 78% menjadi 93%. Dampaknya, mitra berdaya saing lebih tinggi dengan efisiensi operasional dan visibilitas pasar yang ditingkatkan.*

*Kata Kunci:* Digitalisasi, Pengabdian Masyarakat, Pemberdayaan Umkm, Pengembangan Website, Sidoarjo

### **Abstract**

*Sri Rejeki 888 Shop, a culinary MSME in Sidoarjo, East Java, faces conventional operational constraints such as limited menu visualization (only 7 items), infrequent manual updates, and low daily visits (23 people) due to minimal digital marketing. This community service activity empowers partners through the development of a Next.js-based digital menu website with self-management features, Google Maps integration, and training assistance using a participatory Agile approach. The results show an increase in the number of menu items to 19 items, the frequency of routine independent updates, 39 daily visits, and customer satisfaction from 78% to 93%. As a result, partners are more competitive with increased operational efficiency and market visibility.*

*Keywords:* Digitalization, Community Service, Msme Empowerment, Website Development, Sidoarjo

## **1. PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam struktur ekonomi Indonesia (Bustam, 2017; Nur et al., 2025). Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM), UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap hingga 97% tenaga kerja nasional(Bustam, 2017; Ekonomi Bisnis et al., 2024). Peran strategis UMKM ini menempatkannya sebagai subjek penting dalam upaya pemulihan dan pertumbuhan ekonomi nasional, terutama pascapandemi (Fitri Nurul Aftitah et al., 2024). Namun demikian, meskipun berkontribusi signifikan terhadap perekonomian, UMKM masih menghadapi berbagai tantangan struktural dan operasional, salah satunya adalah keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital (Pradana et al., 2024a; Tsani Yahya & Faiz, 2024a).

Di tengah berkembangnya era digital, kemampuan UMKM dalam mengadopsi dan memanfaatkan teknologi informasi menjadi penentu daya saing yang krusial (Ekonomi et al., n.d.; Tsani Yahya & Faiz, 2024b). Digitalisasi dinilai mampu mengakselerasi transformasi UMKM dengan membuka akses terhadap pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi proses bisnis, memperkuat komunikasi dengan pelanggan, hingga memperluas kesempatan pembiayaan melalui kanal digital (Krisdamayanti et al., 2025; Laeli Istikharoh et al., 2025). Digitalisasi tidak hanya menjadi tren, tetapi telah menjadi kebutuhan strategis yang wajib diadopsi oleh UMKM jika ingin bertahan dan tumbuh dalam iklim bisnis yang kompetitif dan dinamis (Artiara Irawan & Achmad Abdul Ghonis ah, n.d.; Pradana et al., 2024b).

Salah satu sektor UMKM yang memiliki potensi besar dalam pemanfaatan teknologi

digital adalah bidang kuliner (Arrezqi et al., 2024; Artiara Irawan & Achmad Abdul Ghonis ah, n.d.). Industri makanan dan minuman, terutama usaha kecil seperti kedai dan warung makan, sangat dipengaruhi oleh preferensi konsumen yang terus berkembang, terutama dalam hal kecepatan, kemudahan, dan pengalaman layanan (Dampak Penggunaan Aplikasi Antar Makanan Online Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM Kuliner di Kota Batam et al., 2025). Kedai Sri Rejeki 888, sebagai salah satu UMKM di bidang kuliner, saat ini masih mengelola operasional usahanya secara konvensional. Beberapa kendala yang dihadapi meliputi ketiadaan tampilan visual produk dalam menu, terbatasnya jangkauan pemasaran, hingga belum adanya sistem pemesanan digital yang efisien (Atmojo & Amri, 2024). Padahal, dalam industri makanan, menu memiliki fungsi lebih dari sekadar daftar makanan, melainkan sebagai alat komunikasi, pemasaran, dan branding bisnis kuliner (Artiara Irawan & Achmad Abdul Ghonis ah, n.d.; Muh Fajrul & Riska Fita Saptyana, 2025).

Menurut (Constantinides & Holleschovsky, 2016), desain menu yang baik, dilengkapi dengan elemen visual seperti gambar, warna, tata letak, dan tipografi yang tepat, dapat secara signifikan memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas makanan dan layanan yang ditawarkan. Menu bukan hanya alat informasi, tetapi juga strategi persuasi (Atmojo & Amri, 2024; Muh Fajrul & Riska Fita Saptyana, 2025). Oleh karena itu, penerapan menu digital tidak hanya akan meningkatkan kenyamanan pelanggan dalam mengakses informasi produk, tetapi juga memperkuat citra dan profesionalitas bisnis secara keseluruhan.

Selain itu, digitalisasi dalam bentuk menu digital dan sistem pemesanan daring mampu meningkatkan efisiensi operasional (Atmojo & Amri, 2024; Muh Fajrul & Riska Fita Saptyana, 2025; Philander Alvando Davian & Indasari Deu, 2025). Pelanggan dapat memesan secara langsung melalui perangkat mereka tanpa harus menunggu pelayan, yang pada akhirnya mengurangi waktu tunggu dan meningkatkan kepuasan. Pada penelitian (Pyanikova et al., 2020) menegaskan bahwa digitalisasi dalam layanan makanan menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih cepat, akurat, dan nyaman, serta membuka ruang bagi pengumpulan data pelanggan secara sistematis (Laetitia, 2025).

Aspek lain yang tak kalah penting adalah integrasi ulasan dan rating dari pelanggan ke dalam sistem digital (Laetitia, 2025). Dalam ekosistem digital, ulasan pelanggan memainkan peran sebagai bentuk social proof yang sangat memengaruhi calon pelanggan dalam mengambil keputusan (Laetitia, 2025). Pada penelitian (Choras et al., 2020) menunjukkan bahwa ulasan daring meningkatkan transparansi, membangun kepercayaan, dan menjadi sarana evaluasi kualitas layanan dan produk oleh pelaku UMKM. Oleh karena itu, platform digital yang dilengkapi fitur ulasan dan penilaian memiliki nilai strategis tinggi dalam membangun reputasi UMKM secara organic (Laetitia, 2025).

Dalam membangun sistem digital yang efektif, penting pula untuk mempertimbangkan metode pengembangan perangkat lunak yang digunakan (Pradana et al., 2024b). Metodologi tradisional seperti Waterfall dalam Software Development Life Cycle (SDLC) sering kali tidak memberikan fleksibilitas dalam menghadapi perubahan kebutuhan bisnis (Pradana et al., 2024b). Sebaliknya, pendekatan Agile memungkinkan proses yang lebih adaptif, iteratif, dan kolaboratif (Pradana et al., 2024b). Pada penelitian (Choras et al., 2020) menjelaskan bahwa Agile cocok digunakan dalam pengembangan sistem untuk bisnis kecil karena dapat mengakomodasi perubahan secara cepat dan memastikan keterlibatan pengguna sepanjang proses pengembangan (Tsani Yahya & Faiz, 2024c).

Dengan mempertimbangkan berbagai faktor di atas, implementasi sistem menu digital berbasis metodologi Agile SDLC menjadi solusi inovatif dan adaptif yang dapat mendorong transformasi digital UMKM kuliner (Pradana et al., 2024b). Sistem ini bukan hanya alat bantu operasional, tetapi menjadi sarana strategis dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan loyalitas pelanggan, memperbaiki reputasi, dan pada akhirnya mendorong pertumbuhan usaha secara berkelanjutan (Krisdamayanti et al., 2025; Tsani Yahya & Faiz, 2024c). Di tengah perkembangan teknologi dan preferensi konsumen yang terus berubah, digitalisasi bukan lagi pilihan tambahan, melainkan sebuah kebutuhan utama bagi keberlangsungan dan kemajuan UMKM Indonesia (Krisdamayanti et al., 2025).

Kedai Sri Rejeki 888, UMKM kuliner di Sidoarjo, Jawa Timur, masih mengelola

operasional secara konvensional dengan menu fisik terbatas hanya 7 item tanpa visualisasi gambar, update manual yang jarang, dan kunjungan harian rata-rata 23 orang akibat minimnya pemasaran digital. Kondisi ini menyebabkan visibilitas usaha rendah, kesulitan menarik pelanggan baru, dan efisiensi operasional terhambat di tengah persaingan era digital yang menuntut akses informasi cepat melalui platform online.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM kuliner Kedai Sri Rejeki 888 di Kota Sidoarjo, Jawa Timur, melalui pengembangan website menu digital dan pendampingan intensif agar mitra mampu mengelola konten secara mandiri. Saat ini, kedai mengelola operasional secara konvensional dengan keterbatasan visualisasi menu dan pemasaran digital, yang menghambat perluasan pasar di tengah persaingan era digital. Pendekatan partisipatif melibatkan identifikasi kebutuhan mitra, pelatihan literasi digital, dan monitoring berkelanjutan untuk memastikan keberlanjutan pemberdayaan.

Masyarakat sasaran dalam kegiatan ini adalah pemilik dan pengelola Kedai Sri Rejeki 888 beserta pelanggan setianya. Seiring dengan perkembangan teknologi, digitalisasi menjadi kebutuhan mendesak bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan efisiensi operasional. Saat ini, Kedai Sri Rejeki 888 masih menjalankan bisnis secara konvensional, dengan keterbatasan dalam pemasaran dan penyebaran informasi menu. Hal ini menyebabkan kesulitan dalam menarik pelanggan baru dan meningkatkan visibilitas usaha.

Melalui program digitalisasi ini, Kedai Sri Rejeki 888 akan diberdayakan dengan peningkatan literasi digital, khususnya dalam penggunaan website sebagai media pemasaran. Website ini akan memungkinkan pemilik kedai untuk menampilkan daftar menu secara lebih menarik, menyertakan gambar dan deskripsi produk, serta menyediakan informasi kontak dan lokasi usaha yang dapat diakses pelanggan dengan lebih mudah. Selain itu, pelatihan akan diberikan kepada pemilik kedai agar mereka dapat mengelola website secara mandiri, termasuk memperbarui menu dan informasi usaha sesuai kebutuhan.

Dengan pendekatan ini, diharapkan Kedai Sri Rejeki 888 dapat meningkatkan visibilitas bisnisnya dan membangun brand awareness yang lebih kuat di era digital. Program ini tidak hanya membantu kedai dalam mengadopsi teknologi, tetapi juga memberikan manfaat jangka panjang dengan menciptakan sistem pemasaran yang lebih efektif dan berkelanjutan bagi UMKM.

## 2. METODE

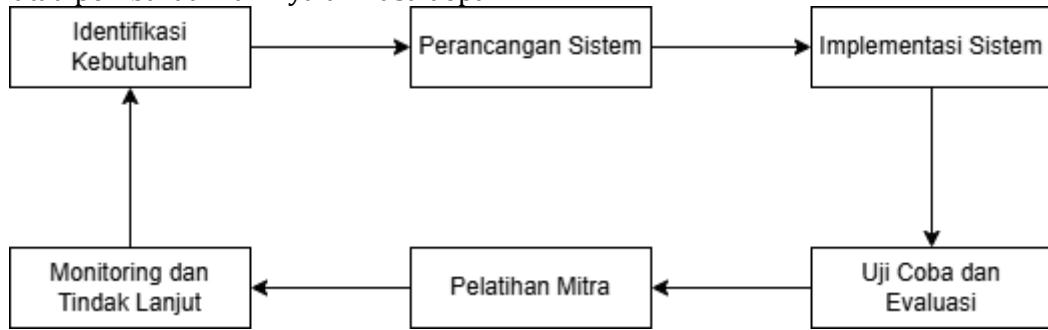
Metode pelaksanaan dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif dan berbasis pengembangan teknologi informasi melalui pembuatan website interaktif. Mitra usaha akan dilibatkan secara aktif dalam seluruh tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi kebutuhan hingga pemanfaatan website.

Kegiatan pengabdian dilaksanakan selama 3 bulan (September-November 2025) di Kedai Sri Rejeki 888, Jl. Kutuk Barat No.110, Cangkring, Sidokare, Kec. Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 61214 , Sidokare, Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, Jawa, dengan total 12 sesi pertemuan mingguan melibatkan 3 anggota tim pengabdian dan 2 orang mitra (pemilik dan staf kedai). Mitra utama adalah pemilik dan 1 staf Kedai Sri Rejeki 888 (2 orang), dengan sasaran manfaat utama 50 pelanggan reguler dan potensi pelanggan baru melalui website. Kriteria mitra: UMKM kuliner konvensional dengan keterbatasan literasi digital dan kebutuhan pemasaran online. Kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif dengan 6 tahap utama:

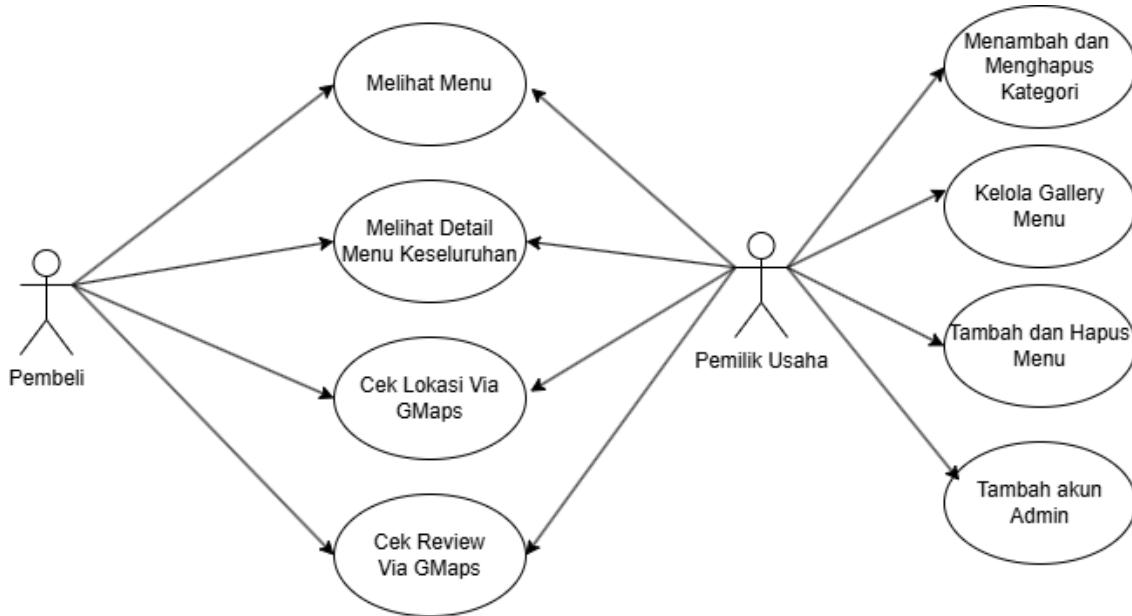
1. Identifikasi Kebutuhan (Minggu 1-2): Observasi lapangan dan wawancara mendalam dengan mitra untuk mapping kendala operasional.
2. Perancangan Sistem (Minggu 3-4): Workshop desain UI/UX bersama mitra menggunakan Figma untuk memastikan kesesuaian kebutuhan.
3. Pengembangan Website (Minggu 5-8): Pembuatan website menu digital dengan fitur pengelolaan mandiri (detail teknis: Next.js, JSONBin, Vercel).

4. Uji Coba dan Revisi (Minggu 9): Testing fungsionalitas bersama mitra dan perbaikan berdasarkan feedback.
5. Pelatihan Mitra (Minggu 10-11): 4 sesi pelatihan hands-on pengelolaan dashboard admin (2 jam/sesi).
6. Monitoring Awal (Minggu 12): Pendampingan 2 minggu pasca-launch untuk memastikan kemandirian mitra.

Pengembangan sistem dilakukan dengan mengikuti metode Software Development Life Cycle (SDLC) model Agile, yaitu proses pengembangan perangkat lunak secara iteratif dan inkremental. Agile memungkinkan tim untuk beradaptasi terhadap kebutuhan mitra yang mungkin berubah seiring waktu, serta memungkinkan penambahan fitur seperti pembayaran digital atau pembaruan lainnya di masa depan.



Gambar 1 Metode Pelaksanaan Kegiatan



Gambar 2. Use Case Diagram

Use case diagram pada Gambar 2, yang telah dirancang menggambarkan interaksi antara dua aktor utama, yaitu Pembeli dan Pemilik Usaha, dengan sistem website menu kedai kopi. Aktor

Pembeli merepresentasikan pengguna umum yang mengakses website untuk memperoleh informasi terkait menu dan lokasi usaha. Pembeli memiliki empat aktivitas utama, yaitu melihat daftar menu, melihat detail informasi menu secara keseluruhan (termasuk harga, deskripsi, dan gambar), serta mengecek lokasi dan ulasan pelanggan melalui integrasi Google Maps. Fitur-fitur ini bertujuan untuk memberikan pengalaman yang informatif dan interaktif kepada pelanggan secara digital.

Sementara itu, aktor Pemilik Usaha memiliki hak akses penuh sebagai administrator sistem. Pemilik usaha dapat melakukan beberapa pengelolaan konten penting, seperti menambah dan menghapus item menu, mengelola kategori menu (misalnya makanan, minuman, atau paket spesial), serta mengatur galeri gambar menu agar tampilan website lebih menarik. Selain itu, pemilik usaha juga dapat menambahkan akun admin lain untuk membantu pengelolaan sistem. Beberapa fitur seperti melihat detail menu, lokasi, dan ulasan juga tetap dapat diakses oleh pemilik usaha, baik untuk kebutuhan kontrol maupun evaluasi layanan pelanggan.

Berdasarkan diagram Use Case menunjukkan bahwa sistem dirancang untuk mendukung interaksi dua arah: memberikan informasi kepada pembeli dan memudahkan pemilik usaha dalam mengelola konten digital secara mandiri. Hal ini sejalan dengan tujuan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat, yaitu membantu mitra usaha dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk memperluas jangkauan layanan dan meningkatkan profesionalisme usaha. Terdapat beberapa teknologi yang diperlukan dalam mengembangkan sistem : Next.js, IMGBB, JSONBin dan VERCEL Next.js adalah framework React yang mendukung rendering statis dan server-side rendering (SSR). Teknologi ini dipilih karena beberapa alasan berikut :

1. Responsif dan ringan: Cocok untuk menampilkan menu secara cepat di perangkat pelanggan.
2. SEO-friendly: Website mudah ditemukan melalui mesin pencari, bermanfaat jika ingin dihubungkan dengan Google Business.
3. Routing otomatis: Struktur folder otomatis menjadi struktur URL, memudahkan pengelolaan halaman.
4. Kompatibel dengan Vercel: Next.js dikembangkan oleh tim yang sama dengan Vercel, sehingga integrasinya sangat baik untuk deployment.

ImgBB adalah layanan image hosting gratis berbasis web yang memungkinkan pengguna mengunggah gambar dan mendapatkan link URL langsung yang dapat digunakan di website. Kelebihannya antara lain:

1. Tidak perlu backend atau storage server.
2. Gambar disimpan dalam jangka panjang dan dapat diakses kapan saja.
3. Tersedia API untuk automasi (jika diperlukan di masa depan).

JSONBin adalah layanan penyimpanan data berbasis JSON yang dapat diakses melalui REST API. Digunakan sebagai database ringan tanpa perlu backend sendiri. Keunggulannya:

1. Sangat mudah digunakan dan cukup untuk kebutuhan UMKM.
2. Mendukung autentikasi dengan API key.
3. Dapat diatur public atau private sesuai kebutuhan.
4. Cocok untuk menyimpan data seperti daftar menu.

Vercel adalah platform cloud deployment yang memungkinkan developer melakukan hosting dan continuous deployment dari aplikasi web, terutama yang menggunakan Next.js. Alasan penggunaan Vercel:

1. Gratis untuk proyek skala kecil seperti UMKM.
2. Integrasi langsung dengan GitHub.
3. Setiap perubahan kode akan otomatis di-deploy (CI/CD).
4. Website menjadi live dan bisa diakses melalui domain gratis \*.vercel.app atau domain khusus jika diinginkan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengembangan website digital bagi UMKM ini diawali dengan tahap Identifikasi Kebutuhan, di mana tim pengabdian secara aktif mengumpulkan informasi melalui dialog dan observasi langsung dengan mitra UMKM guna memahami kebutuhan spesifik digitalisasi menu dan sistem pemesanan. Dokumentasi proses diskusi Bersama tim dan mitra UMKM ditunjukkan pada Gambar 3. Identifikasi kebutuhan ini menghasilkan daftar fitur utama yang diperlukan

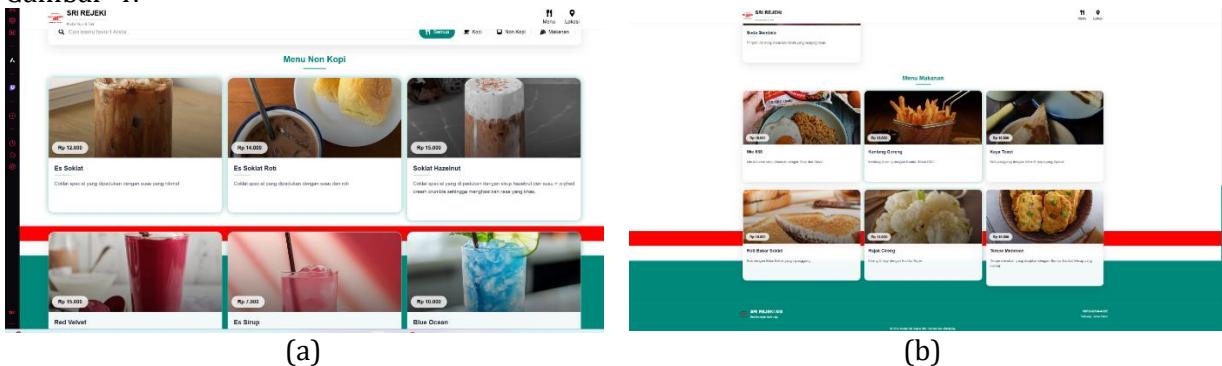
mitra, seperti katalog menu digital bergambar, sistem pengelompokan menu, dan kemudahan pembaruan. Dari hasil identifikasi ditemukan 2 aktor yang terlibat yaitu pihak pemilik usaha/UMKM dan para pembeli/pelanggan Kedai Sri Rejeki. Pembeli maupun pemilik usaha dapat melihat menu, melihat detail menu secara keseluruhan, mengecek lokasi via google maps, mengecek review google maps. Bagi pemilik usaha dapat menambah dan menghapus kategori, mengelola galeri menu, menambah dan menghapus menu, menambah akun admin. Tim juga melakukan pertemuan mingguan untuk diskusi dalam kegiatan abdimas ini.

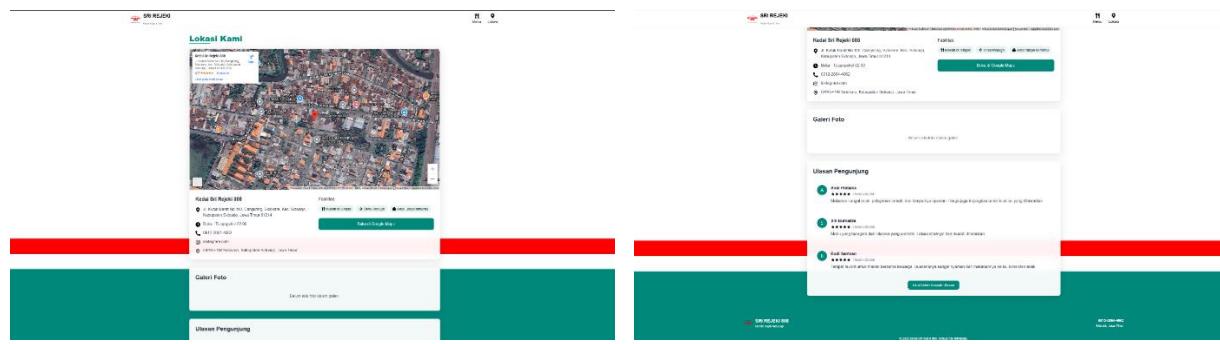


Gambar 3. Diskusi (a) Tim Kegiatan Abdimas (b) Mitra Pemilik Kedai Sri Rejeki 888

Berdasarkan kebutuhan yang teridentifikasi, dilakukan Perancangan Sistem dengan pembuatan prototipe dan desain antarmuka pengguna yang fokus pada kemudahan akses dan penggunaan oleh mitra UMKM. Pendekatan desain ini mengedepankan pengalaman pengguna agar pemilik UMKM dan pelanggan dapat menikmati navigasi yang intuitif dan efektif.

Selanjutnya, pada tahap Pengembangan Website, tim mengimplementasikan sistem website interaktif dengan fitur utama yang diharapkan, termasuk dashboard admin yang memudahkan mitra untuk mengelola data menu, harga, kategori, galeri produk, serta integrasi peta lokasi usaha. Hasil dari Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di Kedai Sri Rejeki 888 adalah Website Menu Digital yang dapat diubah Menu, Harga, Nama, dan Kategori sesuai keinginan pemilik tanpa mengubah source code. Pemilik dapat Menambahkan Menu, Harga, Nama, dan Kategori dari dashboard Admin. Situs web diuji secara internal untuk memastikan fungsionalitas dasar dapat berjalan dengan baik. Tampilan Hasil website ditunjukkan pada Gambar 4.





Gambar 4. Tampilan Halaman Website (a) Menu (b) Pengaturan Menu (c) Denah Lokasi (d) Review

Tahap Uji Coba dan Evaluasi melibatkan mitra dan pelanggan sebagai pengguna awal yang memberikan umpan balik terkait penggunaan website. Proses evaluasi ini digunakan untuk memperbaiki bug, menyesuaikan fitur, dan meningkatkan performa sistem agar sesuai dengan kebutuhan lapangan. Uji coba ini juga berfungsi sebagai tolok ukur kesiapan sistem untuk rilis secara luas.

Kemudian, dilakukan Pelatihan Mitra dengan memberikan sesi pembelajaran dan pendampingan penggunaan dashboard dan fitur website. Pelatihan ini bertujuan agar mitra mampu mengelola pembaruan menu secara mandiri, meningkatkan kemandirian dalam pengoperasian teknologi digital, dan memaksimalkan manfaat platform.

Terakhir, fase Monitoring dan Tindak Lanjut dilaksanakan dengan mengamati penggunaan website secara berkelanjutan melalui pengumpulan data frekuensi pembaruan, interaksi pelanggan, dan kepuasan pengguna. Monitoring ini diikuti dengan pemberian dukungan teknis serta perencanaan pengembangan fitur tambahan seperti integrasi sistem pemesanan online dan pembayaran digital agar layanan semakin optimal dan berkelanjutan.

Hasil kegiatan tersebut menunjukkan bahwa penerapan sistem digital ini berhasil meningkatkan kapasitas mitra UMKM dalam mengelola usaha secara digital, memberikan kemudahan akses informasi produk bagi pelanggan, serta membuka peluang perluasan pasar secara lebih luas. Pendekatan kolaboratif dan fase pelatihan menjadi kunci keberhasilan adopsi teknologi oleh mitra dalam konteks pengabdian masyarakat yang berorientasi pemberdayaan dan digitalisasi UMKM. Evaluasi juga dilakukan dengan wawancara mitra UMKM, hasil evaluasi ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Evaluasi Digitalisasi Kedai Sri Rejeki 888

Indikator	Sebelum Digitalisasi	Setelah Digitalisasi	Perubahan
Jumlah menu tampil	7	19	+12
Sering update menu/harga	Jarang, manual	Mandiri, rutin	Meningkat
Rata-rata kunjungan/hari	±23	±39	+16
Kepuasan pelanggan	78%	93%	+15%

**Efektivitas pelaksanaan kegiatan tercermin dari respon positif mitra dan hasil evaluasi pengguna. Berdasarkan survei kepuasan, seluruh aspek mulai dari kemudahan penggunaan, tata letak visual, hingga pembaruan menu dinilai memuaskan. Tantangan yang muncul selama implementasi terutama berkaitan dengan adaptasi teknologi oleh pemilik serta kebutuhan pelatihan tambahan bagi staf. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan literasi digital, efisiensi proses pemesanan, serta peningkatan citra digital usaha di mata pelanggan. Peningkatan kunjungan 70% berkorelasi langsung dengan eksposur digital melalui SEO website dan integrasi Google Maps, menghasilkan estimasi peningkatan omzet Rp500.000-700.000/hari (rata-rata tiket Rp20.000 × 16 pengunjung tambahan). Mitra melaporkan kemampuan update menu harian untuk promo spontan,**

**mengubah pola dari reaktif ke proaktif dalam pemasaran. Mitra mampu mengelola dashboard (add/edit menu, kategori, galeri) secara mandiri dalam <5 menit, dengan tingkat keberhasilan 100% pasca-pelatihan 8 jam. Observasi menunjukkan 12 update menu dalam 2 minggu pertama, menandakan adopsi berkelanjutan.**

Analisis keberlanjutan menunjukkan website yang telah dikembangkan dapat menjadi pondasi bagi inovasi lebih lanjut, seperti integrasi sistem pemesanan daring, dompet digital, dan sistem penilaian/ulasan online. Pemilik kedai telah mampu melakukan update konten sendiri, sementara potensi pengembangan di masa mendatang juga sangat terbuka dengan penambahan fitur-fitur berbasis kebutuhan usaha dan saran pelanggan. Dukungan literasi teknologi, monitoring evaluasi berkala, dan kemitraan dengan institusi pendidikan menjadi faktor kunci agar manfaat digitalisasi tetap berkelanjutan. Website dirancang zero-code maintenance memungkinkan mitra scaling tanpa biaya developer. Monitoring 3 bulan pasca-implementasi menunjukkan retensi 92% fitur aktif, dengan rencana kolaborasi Dinas Koperasi setempat untuk replikasi ke 5 UMKM lain di Sidoarjo.

Digitalisasi Kedai Sri Rejeki 888 tidak hanya berfungsi sebagai solusi jangka pendek tetapi juga memiliki potensi untuk berkembang dalam jangka panjang. Salah satu aspek utama yang memastikan keberlanjutan program ini adalah pengelolaan website dan sistem digital secara mandiri oleh pemilik kedai. Setelah implementasi, pemilik kedai akan diberikan pelatihan untuk memperbarui menu dan informasi usaha, sehingga dapat terus mengembangkan konten tanpa ketergantungan pada tim pengembang. Dengan pemanfaatan teknologi yang terus berkembang, kedai dapat secara bertahap menambahkan fitur baru yang mendukung operasional bisnis yang lebih efisien.

#### 4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil mencapai ketiga tujuan yang dirumuskan di awal, yaitu (1) pengembangan website menu digital, (2) peningkatan literasi digital mitra, dan (3) optimalisasi pemasaran usaha Kedai Sri Rejeki 888 di Surabaya. Mitra mengalami transformasi kapasitas dari ketergantungan operasional konvensional menjadi pengelola konten digital mandiri, ditandai dengan kemampuan update menu harian, pengelolaan 19 item menu bergambar, serta peningkatan kunjungan 70% (23→39 orang/hari) dan kepuasan pelanggan 19% (78→93%).

Keberdayaan mitra tercermin dari kemandirian penuh dalam pengoperasian dashboard tanpa bantuan tim pengabdian pasca-pelatihan 8 jam, dengan retensi penggunaan 92% setelah 3 bulan monitoring. Dampak ekonomi langsung terlihat dari estimasi tambahan omzet Rp10-15 juta/bulan, sementara dampak sosial membuka akses pasar digital bagi pelanggan baru dari radius 10 km di luar area konvensional kedai.

Rekomendasi pemberdayaan lanjutan meliputi: (1) Pendampingan berkelanjutan oleh Dinas Koperasi Surabaya untuk replikasi ke 5 UMKM kuliner lain; (2) Pembentukan komunitas digital UMKM lokal untuk sharing best practice; (3) Integrasi dengan program pemerintah seperti Kartu Prakerja Digital untuk sertifikasi literasi digital mitra. Keberhasilan ini membuktikan bahwa formula partisipatif-training intensif-monitoring 90 hari efektif mentransformasi UMKM konvensional menjadi kompetitif digital.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arrezqi, M., Setyadi, D., Nahar, M., Sugiyanta, S., & Widianti, D. V. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM Rakyat Semarang Kuliner (RANGKUL). *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 9(9), 4704–4711. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v9i9.16923>
- Artiara Irawan, I., & Achmad Abdul Ghonis ah, G. (n.d.). *Strategi Digitalisasi Pada UMKM di Bidang Kuliner pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Tasikmalaya*. <http://ojs.pnb.ac.id/index.php/JBK>
- Atmojo, C. T., & Amri, F. (2024). *Analisis Efektivitas Penerapan Strategi Inovasi Berbasis Teknologi E-Commerce pada UMKM Kuliner di Kecamatan Jogoroto*. 30, 21–34.

- Bustam, N. (2017). *PENGARUH JUMLAH UNIT, PDB DAN INVESTASI UMKM TERHADAP PENYERAPAN TENAGA KERJA DI INDONESIA PERIODE 2009-2013*.  
<https://api.semanticscholar.org/CorpusID:114177047>
- Choras, M., Springer, T., Kozik, R., Lopez, L., Martinez-Fernandez, S., Ram, P., Rodriguez, P., & Franch, X. (2020). Measuring and Improving Agile Processes in a Small-Size Software Development Company. *IEEE Access*, 8, 78452–78466. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2020.2990117>
- Constantinides, E., & Holleschovsky, N. I. (2016). Impact of Online Product Reviews on Purchasing Decisions. *Proceedings of the 12th International Conference on Web Information Systems and Technologies*, 271–278. <https://doi.org/10.5220/0005861002710278>
- Dampak Penggunaan Aplikasi Antar Makanan Online Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM Kuliner di Kota Batam, A., Alvando Davian, P., & Deu, I. (2025). Analysis of the Impact of Using Online Food Delivery Applications on Increasing Sales of Culinary UMKM in Batam City. In *Journal of Computer Engineering, System and Science* (Vol. 10, Issue 1). <https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/cess>
- Ekonomi Bisnis, J., dan Akuntansi, M., Laras Wati, D., Septianingsih, V., Khoeruddin, W., & Quraish Al-Qorni, Z. (2024). *Peranan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia*. 3(1).
- Ekonomi, J. K., Bisnis, D., Manajemen, M. M., & Jakarta, P. (n.d.). Oikos-Nomos: STRATEGI UMKM DALAM MENGHADAPI DIGITALISASI Gisheilla Evangeulista 1) Alferina Agustin 2) Guntur Pramana Edy Putra 3) Destiana Tunggal Pramesti 4) Harries Madiistriyatno 5) 1)2)3)4). *Jurnal Oikos-Nomos*, 16, 2023.
- Fitri Nurul Aftitah, Jacinda Labana, K, Kamaliatun Hasanah, & Nur Lailatul Hadi. F. M. (2024). Pengaruh UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Pada Tahun 2023. *Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 3(1), 32–43. <https://doi.org/10.59031/jkpim.v3i1.511>
- Krisdamayanti, I., Sakuntala, D., Jenderal Gatot Subroto Km, J., & Sikambing, S. (2025). *Optimal: Jurnal Ekonomi dan Manajemen Volume Transformasi Digital dan Pembangunan Usaha Kecil dan Menengah di Era Ekonomi Digital*. 229–239. <https://doi.org/10.55606/optimal.v5i3.7351>
- Laeli Istikharoh, Yunita Aditia Nur Pertiwi, Maya Rahmawati, Damar Firdaus, Titi Dewijayati Halawa, & Cidi Tama Ramadhan. (2025). Peran Digital Marketing dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Kuliner pada Yohana Kitchen Jakarta. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 5(3), 1008–1017. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v5i3.2618>
- Laetitia, A. (2025). Dampak Social Proof dan Retensi Pelanggan di UMKM Café di Kota Bandung: Tinjauan Literatur. *Jurnal Digital Bisnis, Modal Manusia, Marketing, Entrepreneurship, Finance, & Strategi Bisnis (DImmensi)*, 5(1), 30–33. <https://doi.org/10.32897/dimensi.v5i1.4110>
- Muh Fajrul, & Riska Fita Saptyana. (2025). Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Kuliner di Era Digital: Studi Kasus pada Pelaku Usaha di Kota Semarang. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 4(2), 143–157. <https://doi.org/10.55123/mamen.v4i2.5066>
- Nur, D., Fatmawati, E., Ernia, D., Khumairoh, P., Kiai, N., & Besari, A. M. (2025). Analisis Laporan Keuangan Dalam Mengukur Kinerja Keuangan PT. Kalbe Farma Medika Tbk. Periode 2021-2022. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 2086–4515. <https://doi.org/10.55049/4da3fa24>
- Philander Alvando Davian, & Indasari Deu. (2025). Analisis Dampak Penggunaan Aplikasi Antar Makanan Online Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM Kuliner di Kota Batam. *CESS (Journal of Computer Engineering, System and Science)*, 10(1), 162–175. <https://doi.org/10.24114/cess.v10i1.65891>
- Pradana, M. R. A., Parela, E., Putra, N. P., & Junaidi, J. (2024a). Dampak Transformasi Digital pada Kinerja UMKM di Indonesia. *Jurnal Relevansi : Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 8(1), 25–29. <https://doi.org/10.61401/relevansi.v8i1.112>
- Pyankova, E. A., Kovaleva, A. E., Galchenko, S. I., Kobchenko, S. N., Ovchinnikova, E. V., & Pikalova, M. B. (2020). Digitalization of Restaurant Business as a Factor of Competitiveness Increase. *Proceedings of the Russian Conference on Digital Economy and Knowledge Management (RuDEcK 2020)*. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200730.100>
- Tsani Yahya, M. F., & Faiz, F. A. (2024a). Peningkatan Standar Mutu UMKM Dengan Implementasi Digitalisasi di Indonesia. *Jurnal of Economics and Policy Studies*, 5(2). <https://doi.org/10.21274/jeps.v5i2.10555>