



Transformasi Strategis UMKM Kuliner melalui Optimalisasi Platform Digital dan Penataan Visual: Studi Kasus Waroeng Seblak Mama

Nur Fitriana^{1*}, Della Arum Puspita², Aulia Ichandra³, Dhea Rahmadhani⁴, Ela Viola⁵, Mikha Elsa⁶, Putri Alya Fahira⁷, Siti Nurjanah⁸, Yolansari Sianturi⁹

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9}Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Riau, Indonesia, 22315

E-mail:* 240301013@student.umri.ac.id

Doi : <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v6i2.2456>

Info Artikel:

Diterima :
2025-05-19

Diperbaiki :
2025-05-20

Disetujui :
2025-05-23

Kata Kunci: UMKM,
Digitalisasi, Branding Visual,
Transformasi Strategis,
Waroeng Seblak Mama

Abstrak: UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian, namun masih menghadapi tantangan digitalisasi dan penguatan merek. Pengabdian ini bertujuan mentransformasi UMKM Waroeng Seblak Mama di Pekanbaru melalui strategi pemasaran visual berbasis teknologi digital. Kegiatan dilakukan dengan observasi, identifikasi masalah, dan intervensi langsung, mencakup aktivasi Instagram, perancangan ulang logo dan katalog menu, penataan ruang makan, serta penggunaan WhatsApp Bisnis dan BukuWarung. Langkah strategis juga meliputi legalisasi usaha (NIB dan NPWP), pendaftaran ke GoFood dan ShopeeFood, serta pelatihan keuangan sederhana. Hasilnya, pelaku usaha mulai memahami pentingnya branding visual dan kehadiran digital. Waroeng Seblak Mama kini lebih adaptif dan profesional, menunjukkan arah perubahan positif sebagai UMKM yang siap bersaing di pasar digital. Kegiatan ini diharapkan menjadi model pemberdayaan awal bagi UMKM kuliner lainnya.

Abstract: MSMEs play a vital role in the economy but continue to face challenges in digitalization and brand strengthening. This community service aims to transform the MSME Waroeng Seblak Mama in Pekanbaru through a visual marketing strategy integrated with digital technology. Activities were carried out through observation, problem identification, and direct intervention, including Instagram activation, redesigning the logo and menu catalog, arranging the dining area to be more representative, and utilizing WhatsApp Business and

Keywords: MSMEs, Digital Marketing, Visual Branding, Business Transformation, Financial Literacy, Waroeng Seblak Mama

BukuWarung for communication and financial recording. Strategic steps also included business legalization (NIB and NPWP), registration on GoFood and ShopeeFood, and basic financial training. As a result, the business owner began to understand the importance of visual branding and digital presence. Waroeng Seblak Mama has now become more adaptive and professional, showing positive progress as an MSME ready to compete in the digital market. This activity is expected to serve as an initial empowerment model for other culinary MSMEs.

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar penting dalam perekonomian nasional. Sektor ini tidak hanya menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi lokal serta memperkuat daya tahan ekonomi masyarakat (Munthe, Yarham, & Siregar, 2023).

Salah satu contoh nyata terdapat pada Waroeng Seblak Mama, sebuah UMKM kuliner rumahan yang berlokasi di Jalan Muslimin, Kota Pekanbaru. Berdasarkan hasil observasi lapangan, usaha ini menghadapi sejumlah kendala, seperti akun media sosial yang kurang aktif, ketiadaan katalog menu di meja pelanggan, desain logo yang kurang menarik, belum menggunakan WhatsApp Bisnis, serta pencatatan keuangan yang masih dilakukan secara manual. Selain itu, ruang makan yang kurang tertata dan belum tersedianya dokumen legal formal seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) dan tidak adanya Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) pemilik usaha, serta belum optimalnya kerja sama dengan layanan pesan antar daring seperti GoFood dan ShopeeFood turut menghambat profesionalisme, efisiensi operasional, dan kepercayaan dari pelanggan maupun mitra usaha.

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kualitas pelayanan, memperluas jangkauan pasar melalui platform digital, serta mendorong pelaku usaha agar naik kelas dan mampu bersaing secara profesional di era digital.

Metode

Metode pengabdian masyarakat pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) ini menggunakan pendekatan *Participatory Action Research (PAR)* berorientasi pada pemberdayaan masyarakat. Karena pemberdayaan harus selalu memenuhi kebutuhan dan penyelesaian masalah yang ada di tengah-tengah masyarakat yang menekankan pada keterlibatan langsung tim pengabdian dalam proses identifikasi, perumusan solusi, implementasi, dan evaluasi bersama mitra.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan pada bulan Mei 2025 bersama mitra UMKM Waroeng Seblak Mama, sebuah usaha kuliner rumahan di Jalan Muslimin, Kota Pekanbaru. Kegiatan ini berlangsung selama dua minggu, dengan rangkaian tahapan yang terbagi secara sistematis mulai dari persiapan hingga tahap evaluasi.



Gambar 1. Alur kegiatan pkm

Secara rinci tahapan pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut:

1. Persiapan dan Komunikasi Langsung dengan Mitra, pada tahap awal, tim melakukan pendekatan dan pengenalan terhadap mitra, termasuk penggalian informasi terkait profil usaha, produk yang dijual, media pemasaran yang digunakan, serta hambatan-hambatan yang dihadapi.
2. Observasi Lapangan dan Identifikasi Masalah, dari hasil observasi, ditemukan beberapa permasalahan utama sebagai berikut:
 - a. Media sosial usaha (Instagram) tidak aktif selama lebih dari satu tahun
 - b. Belum adanya kerja sama dengan platform pemesanan makanan daring seperti GoFood dan ShopeeFood
 - c. Tidak adanya katalog menu, baik dalam bentuk digital maupun fisik di meja pelanggan
 - d. Desain logo usaha belum menarik secara visual dan kurang merepresentasikan identitas merek
 - e. Tidak tersedianya akun WhatsApp Bisnis untuk komunikasi dengan pelanggan
 - f. Tata ruang makan yang masih seadanya dan kurang nyaman bagi konsumen
 - g. Pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual tanpa dukungan sistem digital

Wajib Pajak (NPWP), usaha kini memiliki landasan legal yang kuat. Dampak lain yang terlihat adalah peningkatan motivasi dan rasa percaya diri pemilik usaha dalam menghadapi persaingan pasar digital yang semakin ketat:

Dengan demikian, pendampingan ini tidak hanya memberikan solusi praktis, tetapi juga mendorong transformasi mindset pelaku UMKM menuju bisnis yang lebih adaptif, profesional, dan siap bersaing di era digital.

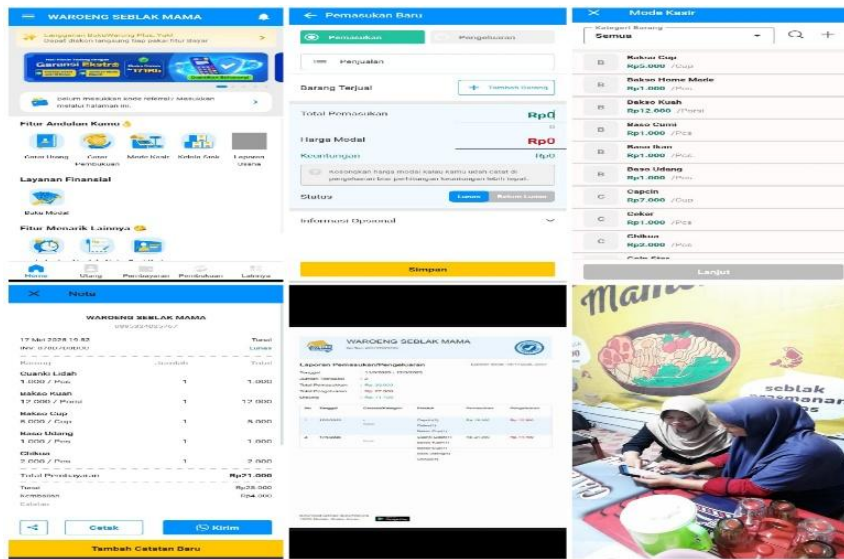
Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan observasi dan wawancara dengan pemilik, ditemukan beberapa permasalahan utama terkait pengelolaan media sosial, pencatatan keuangan, branding, serta aspek legalitas usaha. Selama proses pendampingan, tim membantu pelaku usaha untuk mengatasi kendala tersebut dengan berbagai intervensi yang sesuai kapasitas dan kebutuhan mitra. Berikut hasil dari kegiatan pendampingan:

1. Pendampingan penghitungan Harga Pokok Produksi (HPP) dan pelatihan pencatatan keuangan menggunakan aplikasi BukuWarung

Tabel 1 Perhitungan Rumus HPP

Produk Seblak		
	Keterangan	Harga
Total Biaya Bahan Baku	Rp 600.000 jumlah unit yang dihasilkan 100 unit	Biaya bahan baku per unit Rp 600.000/100 = Rp 6.000
Total Biaya Produksi	Rp 200.000 jumlah unit dihasilkan 100 unit	Biaya produksi per unit Rp 200.000/100 = Rp 2.000
Rumus HPP Per Unit	Biaya bahan baku per unit + Biaya produksi per unit	Rp 6.000 + Rp 2.000 = Rp 8.000
Margin Keuntungan	Diinginkan Sebesar 25%	25% x Rp 8.000 = Rp 2.000
Rumus Harga Jual	HPP per unit + Margin keuntungan	Rp 8.000 + Rp 2.000 = Rp 10.000



Gambar 2. Dokumentasi Pengajaran Pemakaian BukuWarung

2. Aktivasi dan pengelolaan akun Instagram serta pembuatan konten promosi



Gambar 3. Screenshot sebelum dan sesudah pengelolaan akun Instagram

3. Pembuatan akun WhatsApp Bisnis dan edukasi penggunaannya



Gambar 4. Dokumentasi pembuatan dan penggunaan WhatsApp Bisnis

4. Redesain logo usaha dan pembuatan katalog menu



Gambar 5. Foto logo dan Katalog sebelum dan sesudah update

5. Penataan ulang ruang makan dan penggantian spanduk warung



Gambar 6. Foto tata ruang dan spanduk sebelum dan sesudah

6. Pendampingan pendaftaran mitra di platform GoFood dan ShopeeFood



Gambar 7. Dokumentasi pendaftaran mitra GoFood dan ShopeeFood

7. Peningkatan legalitas usaha melalui penyerahan dokumen NIB dan NPWP



Gambar 1. Foto penyerahan NIB dan NPWP

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian berupa pendampingan perhitungan harga pokok produksi (HPP), strategi pengembangan, dan peningkatan pendapatan bagi pelaku UMKM Waroeng Seblak Mama (WSM) di Kota Pekanbaru telah terlaksana dengan baik oleh tim pengabdian. Hal ini dibuktikan dengan adanya peningkatan pemahaman pemilik usaha dalam menghitung HPP secara sederhana yang sebelumnya belum pernah dilakukan. Selain itu, pencatatan keuangan yang sebelumnya masih

dilakukan secara manual kini mulai beralih ke sistem digital menggunakan aplikasi BukuWarung, sehingga mempermudah pelaku usaha dalam memantau arus kas harian secara lebih rapi dan efisien.

Pemilik juga mulai aktif dalam memanfaatkan platform digital seperti Instagram dan WhatsApp Bisnis. Dari sisi branding, dilakukan pembaruan logo dan desain spanduk warung agar tampilan usaha lebih menarik dan mencerminkan identitas yang lebih kuat. Penataan ulang tata ruang makan dan pembuatan katalog menu juga turut memberi dampak positif terhadap kenyamanan pelanggan.

Upaya pengembangan usaha juga dilakukan melalui pendaftaran mitra di platform GoFood dan ShopeeFood, sebagai langkah awal memperluas jangkauan pemasaran secara digital. Tidak hanya itu, aspek legalitas usaha pun ditingkatkan melalui pembuatan NIB dan NPWP, sebagai bentuk kesiapan UMKM dalam menjalin kerja sama yang lebih luas di masa mendatang.

Implementasi program pengabdian ini terbukti memberikan transformasi nyata bagi mitra UMKM, baik dari sisi peningkatan kompetensi digital, pemahaman terhadap legalitas, hingga kepercayaan diri dalam memasarkan produk secara profesional. Perubahan ini menunjukkan bahwa intervensi yang dilakukan tidak hanya bersifat temporer, namun mampu mendorong mitra untuk melangkah lebih jauh dalam pengembangan usaha secara berkelanjutan.

Ucapan Terima Kasih

Dengan penuh rasa hormat dan ketulusan, kami menyampaikan terima kasih kepada pemilik UMKM Waroeng Seblak Mama (WSM) atas kepercayaan dan kerja samanya dalam kegiatan pengabdian ini. Dukungan yang diberikan selama proses pendampingan menjadi pengalaman berharga yang tidak hanya memperluas wawasan kami, tetapi juga mengasah kemampuan kami dalam mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada mentor lapangan atas bimbingan dan arahannya yang sabar dan konsisten. Semoga kerja sama dan silaturahmi yang telah terjalin ini dapat terus berlanjut di masa yang akan datang dan memberikan kontribusi nyata bagi perkembangan UMKM di Kota Pekanbaru maupun di daerah lainnya.

Referensi

Nur Aminah, W. di, Agustina Sawusa Rendeng, M., Arina Mira, K., Dwi Lestari, T., & Moi Narut, M. (2025). Optimalisasi Layout Untuk Menciptakan Kenyamanan.

In *Jurnal Integrasi Pengetahuan Disiplin* (Vol. 6, Issue 1).
<https://ijurnal.com/1/index.php/jipd>

Munthe, A., Yarham, M., Siregar, R., Studi, P., Syariah, P., Syekh, U., Hasan, A., & Padangsidempuan, A. A. (2023). *Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah Terhadap Perekonomian Indonesia*. 2(3).

Budiarti, A. (n.d.). *Strategi Pemasaran Berbasis Media Sosial Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Terhadap Influencer Umkm Batik Ngejreng Di Kota Surabaya*. <https://e-jurnal.stiebii.ac.id/index.php/ekonomibisnis>

Ardodik, Y., Jufri, A., & Handayani, T. (n.d.). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Umkm Kedai Kopi Di Kota Mataram*.

Hanif, H., Hidayat, T., Noorman Haryadi, R., & Bina Mandiri, S. (n.d.). *Pelatihan Keterampilan Manajemen Operasional Bagi Umkm: Peningkatan Efisiensi Dan Produktivitas*.

Meesy Anugrah Putri, & Nur Fitriana. (2024). Pendampingan Harga Pokok produksi, Pengembangan Dan Meningkatkan Pendapatan Umkm Kelurahan Kedung Sari Kec.Sukajadi Kota Pekanbaru (Studi Kasus Pada UMKM ABIERA). *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 5(4), 1080–1089. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v5i4.1872>

Najwa Raihana, J., & Aulia Azzahra, N. (n.d.). Transformasi Digital UMKM Desa: Integrasi Desain Visual serta Edukasi Digitalisasi di Muara Badak Ilir. In *Jurnal Abdimas Lamin* (Vol. 3, Issue 2).

Nirwana, R., Marliadi, R., & Rukman, R. (2025). Digitalisasi dalam UMKM Anak Muda: Pelaporan Keuangan dengan Aplikasi. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 9(2), 335–341. <https://doi.org/10.29407/ja.v9i2.23493>

Noraga, G. B., Rabani, B., Sudirno, D., & Mulyani, H. S. (2023). Pentingnya Legalitas Usaha dan Sosialisasi Pembuatan NIB Bagi Pelaku UMKM Desa Karangasem Kecamatan Leuwimunding. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 807–811. <https://doi.org/10.31949/jb.v4i1.4412>

Rudihartati, L., Ferdiansyah, M., & Rahman, T. (2024). Inklusi Digital dan Pemberdayaan UMKM Lampung Tengah: Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 6(1), 64–72. <https://doi.org/10.35870/jpni.v6i1.1119>