



Strategi Penguatan Daya Saing UMKM Kuliner melalui Sistem Informasi Manajemen : Studi Kasus D'penyet Presto Lunak Ludes D'geprek By Ex Chef Hotel Pangeran

Nur Fitriana^{1*}, Siti Annisa Nazwa², Nadyya Ghaisani³, Riva Lina Nurhusin⁴, Meli Febriyanti⁵, Enjelina Simbolon⁶, Fanny Agustina Siahaan⁷

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

E-mail:* 240301148@student.umri.ac.id

Doi : <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v6i2.2515>

Info Artikel:

Diterima :
2025-06-25

Diperbaiki :
2025-06-27

Disetujui :
2025-06-27

Kata Kunci: UMKM,
Sistem Informasi Manajemen,
Pemberdayaan UMKM

Abstrak: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam perekonomian, khususnya dalam sektor kuliner yang sangat kompetitif. Pengabdian ini bertujuan memperkuat daya saing UMKM kuliner melalui penerapan Sistem Informasi Manajemen (SIM), dengan studi kasus pada D'Penyet Presto Lunak Ludes D'Geprek, usaha milik mantan chef Hotel Pangeran. Strategi yang dilakukan meliputi pelatihan penggunaan Buku Warung untuk manajemen keuangan, pendampingan pembuatan dan pengelolaan akun media sosial seperti Instagram dan Tik Tok guna memperluas jangkauan pemasaran secara digital, serta pendaftaran ke platform layanan pesan antar Shopee Food sebagai mitra untuk memperluas kanal penjualan secara daring. Dalam aspek visual dan identitas merek, dilakukan pembuatan logo, perancangan daftar menu, serta pembaruan informasi lokasi usahan di Google Maps, dan penggantian kemasan makanan agar lebih menarik. Hasilnya menunjukkan peningkatan visibilitas digital, efisiensi operasional, serta perluasan pasar. Upaya ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing UMKM kuliner dalam menghadapi persaingan industri yang semakin ketat.

Abstract: *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in the economy, especially in the highly competitive culinary sector. This service aims to strengthen the competitiveness of culinary MSMEs through the application of Management Information Systems (SIM), with a case study on D'Penyet Presto Lunak Ludes D'Geprek, a business owned by a former chef of Hotel Pangeran. The strategies include training on the use of Buku Warung for financial management, assistance in creating and managing social media accounts such as Instagram and Tik Tok to expand the reach of digital marketing, and registration to the Shopee Food delivery service platform as a partner to expand online sales channels. In terms of visual and brand identity, a logo was created, a menu list was designed, information on the location of the business on Google Maps was updated, and food packaging was changed to make it more attractive. The results showed an increase in digital visibility, operational efficiency, and market expansion. This effort is expected to increase the competitiveness of culinary MSMEs in the face of increasingly fierce industry competition.*

Keywords: *MSMEs, Management Information System, Empowerment of MSMEs*

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung perekonomian nasional. Sektor kuliner merupakan salah satu bidang UMKM yang memiliki potensi besar, baik dari sisi permintaan pasar maupun inovasi produk. Namun demikian, banyak UMKM kuliner masih menghadapi tantangan dalam hal pengelolaan usaha, pencatatan keuangan, pemasaran, dan perluasan jangkauan konsumen. Transformasi digital menjadi peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing melalui penerapan teknologi sederhana seperti Sistem Informasi Manajemen (SIM), media sosial, dan platform digital lainnya. Pemanfaatan aplikasi pencatatan keuangan seperti BukuWarung, promosi melalui Instagram dan TikTok, serta kemitraan dengan layanan pemesanan makanan online seperti Shopee Food dapat membantu pelaku usaha dalam memperluas pasar sekaligus meningkatkan efisiensi operasional.

D'Penyet Presto Lunak Ludes D'Geprek, yang didirikan oleh mantan chef hotel berbintang di Pekanbaru, menjadi salah satu contoh UMKM kuliner dengan potensi tinggi namun masih membutuhkan pendampingan dalam aspek digitalisasi dan manajemen usaha. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk membantu pelaku usaha tersebut dalam mengadopsi sistem informasi manajemen sederhana yang mencakup

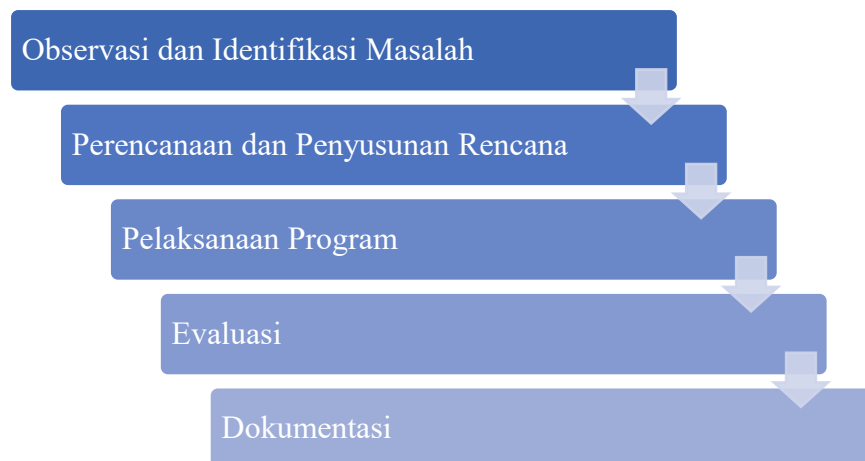
pencatatan transaksi, pemasaran digital, penguatan identitas merek (branding), serta pemutakhiran sarana promosi seperti logo, daftar menu, Google Maps, dan kemasan produk.

Melalui strategi ini, diharapkan UMKM dapat meningkatkan daya saingnya di tengah persaingan yang semakin ketat dan tuntutan pasar yang terus berubah.

Metode

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pendekatan *partisipatif kolaboratif*, di mana mitra UMKM dilibatkan secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi masalah hingga proses evaluasi. Pendekatan ini bertujuan agar solusi yang ditawarkan benar-benar sesuai dengan kebutuhan lapangan dan dapat diimplementasikan secara berkelanjutan oleh pelaku usaha.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan pada bulan Juni 2025 bersama mitra UMKM D'Penyet Presto Lunak Ludes D'Geprek, sebuah usaha kuliner di Jalan Cipta Karya Ujung, Kota pekanbaru. Kegiatan ini berlangsung selama dua minggu, dengan tahap rangkaian yang terbagi secara sistematis mulai dari observasi dan identifikasi hingga tahap dokumentasi dan pelaporan.



Gambar 1. Alur Kegiatan pkm

Perincian tahapan pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut :

1. Tahap Observasi dan Identifikasi Permasalahan, Kegiatan diawali dengan observasi langsung terhadap kegiatan operasional D'Penyet Presto Lunak Ludes D'Geprek by Ex Chef Hotel Pangeran. Tim pengabdian mengadakan wawancara

informal dan survei sederhana kepada pemilik usaha. Dari hasil observasi, ditemukan sejumlah permasalahan sebagai berikut :

- a. Manajemen keuangan belum sistematis dan pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual, hal ini berisiko menyebabkan kesalahan dalam pengambilan keputusan bisnis
 - b. Minimnya pemahaman tentang pemasaran digital dimana usaha belum memanfaatkan media sosial secara optimal. Padahal, media sosial merupakan sarana efektif dan efisien dalam menjangkau pelanggan baru, khususnya generasi muda.
 - c. Belum terdaftar di platform pemesanan online seperti shopeefood, hal ini membatasi jangkauan konsumen secara geografis dan mengurangi potensi pendapatan.
 - d. Tidak memiliki identitas usaha yang kuat seperti logo dan belum ada daftar menu yang dapat memudahkan dalam pemesanan.
 - e. Lokasi Google Maps yang tidak akurat / tidak terverifikasi, sehingga konsumen kesulitan menemukan tempat usaha secara digital.
 - f. Kemasan produk yang kurang menarik dengan wadah penyajian yang masih sederhana seperti kertas nasi, kemasan yang tidak menarik dapat mengurangi nilai jual produk terutama di era tampilan visual sangat mempengaruhi persepsi konsumen.
2. Perencanaan Program dan Penyusunan Strategi, setelah mengidentifikasi permasalahan, tim pengabdian menyusun rencana strategis berdasarkan skala prioritas dan tingkat urgensi. Rencana kegiatan ini mencakup pelatihan teknis, pembuatan media digital, pembaruan identitas usaha, serta perluasan jangkauan pemasaran melalui platform online.
3. Pelaksanaan Program Pengabdian, kegiatan inti dilakukan secara bertahap sebagai berikut:
- a. Sosialisai dan Pelatihan Pencatatan Keuangan menggunakan aplikasi BukuWarung, dengan harapan mitra dapat mengelola arus kas, piutang, dan transaksi harian secara lebih sistematis dan efisien.
 - b. Pembuatan dan Pengelolaan Akun Media Sosial, yaitu Instagram dan TikTok, disertai pelatihan singkat mengenai strategi konten, waktu unggah, dan interaksi pelanggan.
 - c. Pendampingan pemilik usaha dalam proses pendaftaran sebagai merchant shopee Food dan pelatihan dalam penggunaannya

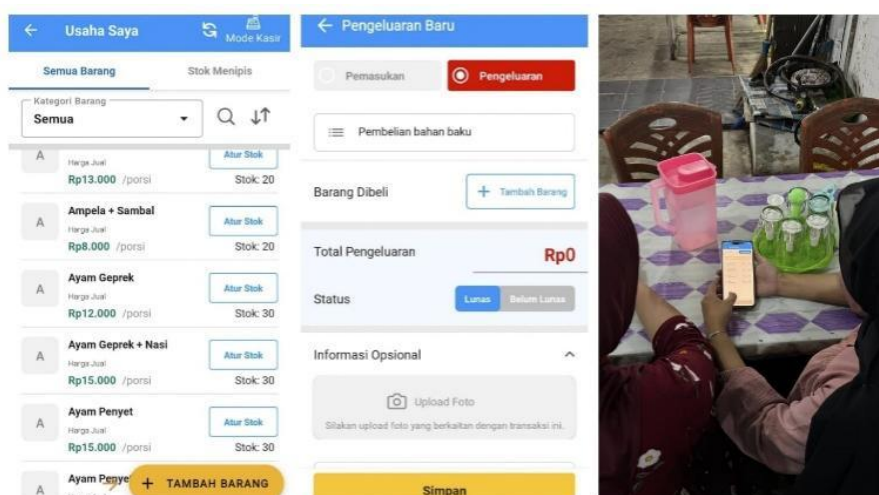
- d. Mendesain ulang logo usaha yang lebih profesional dan membuat daftar menu dalam bentuk cetak dengan desain visual yang menarik
 - e. Memperbaharui lokasi, jam operasional, foto toko dan menu di Google Maps
 - f. Uji coba penggunaan kemasan baru dalam pengiriman pesanan yang lebih menarik dan efisien
4. Evaluasi dan Monitoring, evaluasi dilakukan melalui wawancara langsung dengan mitra untuk mengetahui dampak kegiatan terhadap operasional usaha. Monitoring juga dilakukan dengan mengamati perkembangan jumlah pelanggan, interaksi di media sosial, dan penggunaan aplikasi penataan keuangan.
 5. Dokumentasi dan Pelaporan, seluruh proses kegiatan didokumentasikan dalam bentuk foto, video, dan laporan kegiatan sebagai bukti pertanggungjawaban dan bahan evaluasi berkelanjutan.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian telah dilaksanakan selama periode waktu tertentu dengan fokus pada pemecahan masalah yang dihadapi oleh UMKM D'Penyet Presto Lunak Ludes D'Geprek. Adapun hasil kegiatan dibagi ke dalam beberapa aspek sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan :

1. Penetapan Sistem Pencatatan keuangan digital

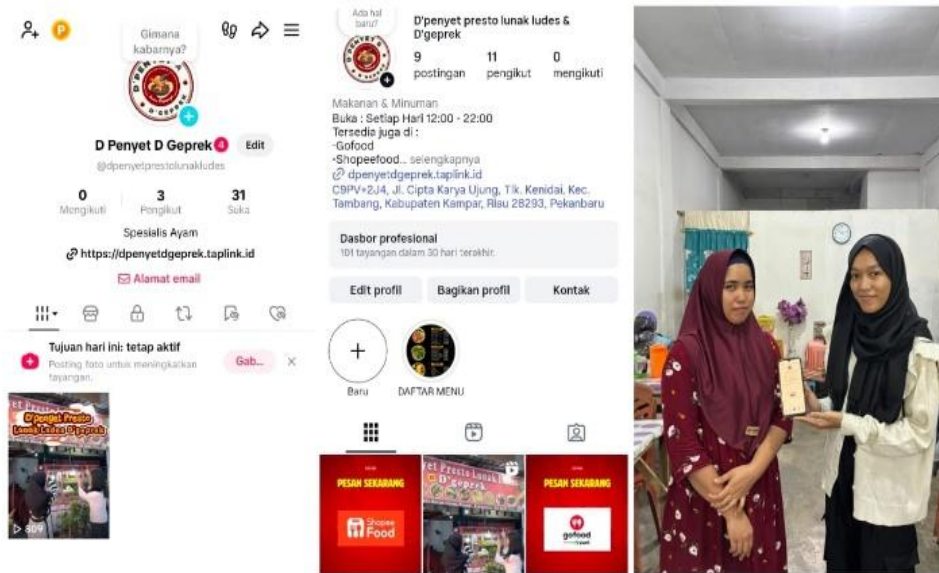
Hasil menunjukkan bahwa pemilik usaha telah mampu menggunakan aplikasi BukuWarung secara mandiri untuk mencatat transaksi harian.



Gambar 2. Dokumentasi Pengajaran dan Pemakaian BukuWarung

2. Optimalisasi Media sosial untuk pemasaran

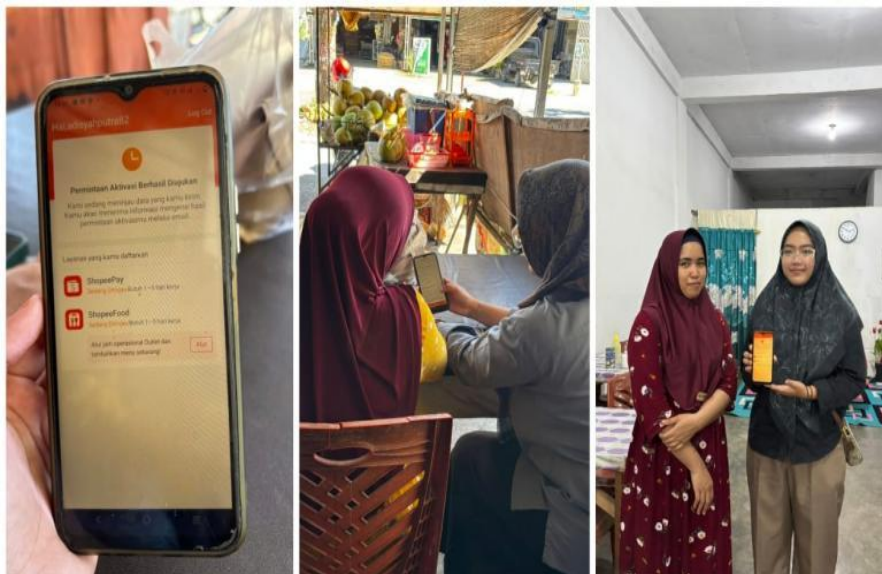
Akun Instagram dan Tiktok resmi usaha berhasil dibuat dan mulai aktif. Dalam satu hari, konten pertama yang diunggah pada akun Tiktok mampu memperoleh 800 penonton.



Gambar 3. Screenshot pengelolaan akun Instagram dan Tiktok

3. Pendaftaran dan Aktivasi Mitra ShoopeFood

D'Penyet Presto Lunak Ludes D'Gepek berhasil terdaftar sebagai mitra ShoopeFood dan mitra juga memanfaatkan fitur promo dari ShoopeFood untuk menarik pelanggan baru.



Gambar 4. Dokumentasi Pendaftaran mitra ShoopeFood

4. Rebranding : Logo dan Daftar Menu

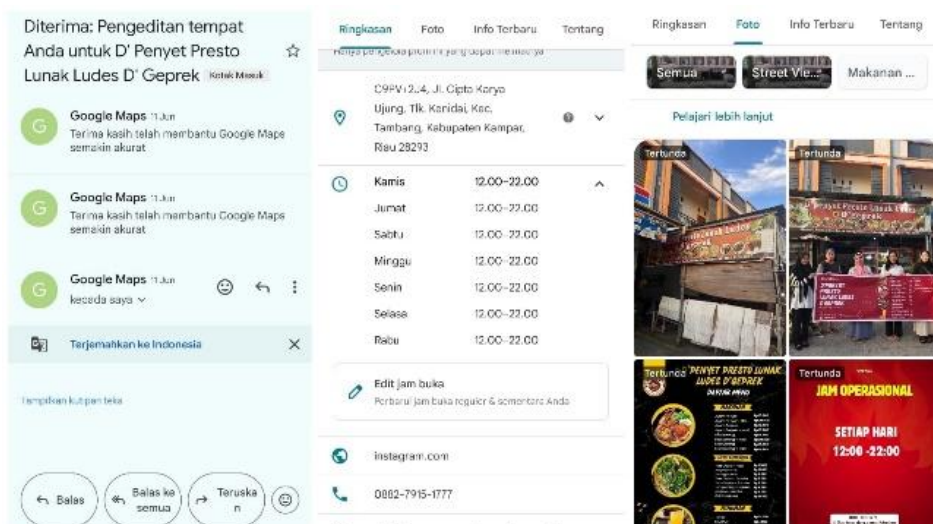
Logo usaha telah didesain dengan tampilan yang lebih modern dan profesional, mencerminkan identitas sebagai produk kuliner dari mantan chef hotel. Daftar menu digital dan cetak disusun dengan visual yang menarik.



Gambar 5. Desain Logo dan Daftar Menu Usaha Baru

5. Pembaruan Google Mpas dan Profil Usaha

Lokasi usaha berhasil diperbaharui di Google Maps dan mencakup foto tempat usaha, Jam operasional, menu dan nomor kontak



Gambar 6. Screenshot Pembaruan Google Map

6. Penggantian dan Inovasi Kemasan Produk

Produk makanan kini dikemas dengan wadah yang lebih menarik dan sesuai dengan standar kemasan makanan modern.



Gambar 7. Foto kemasan produk sebelum dan sesudah

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian berhasil memberikan dampak positif dalam meningkatkan daya saing UMKM D'Penyet Presto Lunak Ludes D'Geprek. Secara keseluruhan, program ini mampu mendorong transformasi digital dan branding yang efektif untuk memperkuat posisi UMKM di tengah persaingan pasar kuliner. Terjadi peningkatan kemampuan manajerial, eksistensi digital, serta kualitas layanan dan tampilan produk. Kombinasi antara sistem informasi manajemen, branding visual, dan pemasaran digital terbukti efektif dalam membantu UMKM beradaptasi di era transformasi digital.

Ucapan Terima Kasih

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada UMKM D'Penyet Presto Lunak Ludes D'Geprek by Ex Chef Hotel Pangeran atas keterbukaan, partisipasi aktif, dan kerja samanya selama proses kegiatan pengabdian ini berlangsung. Komitmen dan antusiasme dari pemilik usaha sangat membantu dalam kelancaran implementasi program yang telah dirancang.

Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada pembimbing pengabdian ini atas arahan, bimbingan, serta dukungan yang diberikan sejak tahap perencanaan

hingga pelaporan kegiatan ini. Semoga hasil dari kegiatan ini dapat bermanfaat secara nyata bagi mitra UMKM dan menjadi inspirasi penguatan daya saing bagi pelaku usaha kuliner lainnya.

Referensi

- Donoriyanto, D. S., Indiyanto, R., Juliardi, N. R., & Syamsiah, Y. A. (2023). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Online Store pada Pelaku UMKM di Kota X. *Jurnal Abdimas Peradaban : Jurnal Pengabdian Masyarakat Vol.4 No.1*, 42-50.
- Evangeulista, G., Agustin, A., Putra, g., Pramesti, D. T., & Madiistriyatno, H. (2023). Strategi UMKM Dalam Menghadapi Digitalisasi . *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis*, 33-42.
- Febrian, F., Putri, C. U., Virgi, D. B., Maulidina, F., Yuliana, N. B., & Juliandry, M. R. (2024). Branding dan Pengemasan Produk Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Tarik Pada UMKM Kerupuk di Desa Padaulun. *Sadeli : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Minaya Mukti Vo.4 No.2*.
- Fitriana, N., Puspita, D. A., Ichsandra, A., Rahmadhani , D., Viola , E., Elsa, M., . . . Sianturi, Y. (2025). Transformasi Strategis UMKM Kuliner Melalui Optimalisasi Platform Digital dan Penataan : Studi Kasus Waroeng Seblak Mama. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Vol.6 No.2*.
- Fitriana, R., Fauziyatul, N., Azrni , S., Naufal , M., Zahro , A., Astuti , D., & Mardiana, S. S. (2025). Pemberdayaan UMKM Melalui Digitalisasi dan Inovasi Produk . *Jurnal Abdimas Indonesia Vol. 7 No.1* , 52-60.
- Jayati, A., Febrina, C. S., Ashari, I. H., & Razkia, D. (2021). Strategi Peningkatan Penjualan Produk UMKM Kerupuk Rambak RW 15 Kelurahan Rejosari . *Pengabdian Untuk Mu NegeRI*, 155-159.
- Munthe , A., Yarham, M., & Siregar, R. (2023). Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMAK) Vol.2, No. 3*.
- Putri , M. A., & Fitriana , N. (2024). Meningkatkan Pendapatan UMKM Kelurahan Kedung Sari Kec. Sukajadi Kota Pekanbaru (Studi Kasus pada UMKM ABIERA) . *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Vol. 5, No.4*.

- Rifani , A. A., Sari , F. K., Muzayanah , L., & Lutfi , A. M. (2024). Peran Teknologi Informasi Dalam Meningkatkan Efisiensi Operasional UMKM . *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Vol.1, No.2*.
- Utami , D. A., Putri , S. A., & Permana , E. (2022). Pemanfaatan Shopeefood Sebagai Strategi Marketing Digital Pada UMKM di Depok Selama CIBBID-19. *Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis*.
- Yohana , Y., Pertiwi , C., Juliadi , H., Fadhillah , K. J., Wulandari , N., Gunawan , R., & Sari , Y. (2024). Sosialisasi dan Pelatihan Penggunaan Aplikasi Buku Warung Bagi Para Pelaku UMKM di Binong . *JIPM : Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat Vol. 2, No.1*.