

Akselerasi Digitalisasi Sentra Wisata Kuliner Wiyung Kota Surabaya Dalam Rangka Meraih Keunggulan Kompetitif Pasca COVID-19

Krismi Budi Sienatra ^{1*}, Aria Ganna Henryanto ², Adrie Oktavio ³,
Devi Rahnjen Wijayadne ⁴, Christina Sudyasjayanti ⁵, William Santoso ⁶

¹⁻⁶ Universitas Ciputra

* krismi.budi@ciputra.ac.id

Abstrak

UMKM memiliki keunggulan yakni cepat beradaptasi karena struktur organisasi dan pengelolaannya secara sederhana. Akan tetapi, UMKM seringkali terkendala dengan keterbatasan modal dan pengetahuan. Salah satu sentra kuliner yang cukup berkembang di Surabaya adalah Sentra Wisata Kuliner Wiyung yang berlokasi di Jalan Wiyung Pondok Indah masih banyak permasalahan yang dihadapi oleh para pedagang UMKM di Sentra Wisata Kuliner Wiyung. Akar masalah yang diidentifikasi adalah lambatnya adopsi digitalisasi di kalangan pedagang UMKM di Sentra Wisata Kuliner Wiyung. Berdasarkan akar permasalahan tersebut kami mengidentifikasi adanya dua masalah utama yakni masalah kemampuan digitalisasi pemasaran dan digitalisasi di bidang keuangan. Guna mengatasi permasalahan ini maka melalui program insentif Pengabdian masyarakat Terintegrasi dengan mbkm Berbasis kinerja IKU bagi PTS Tahun 2022 maka dibuat kegiatan akselerasi digitalisasi yang dibagi kedalam tiga kegiatan utama. Pertama, dengan kegiatan talk show dari para narasumber pelaku digital marketing dan content creator youtube di bidang kuliner untuk memberikan insight tentang bagaimana dalam mengemas produk dan jasa pada usaha kuliner agar menarik bagi calon konsumen dan mempertahankan standar mutu. Kedua, workshop tentang pelatihan Google Business dan QRIS untuk membantu digitalisasi dalam marketing dan keuangan.

Kata Kunci: digitalisasi, UMKM, Sentra Wisata Kuliner

Pendahuluan

Kondisi pandemi Covid-19 menciptakan disrupsi pada berbagai bidang dan industri sebagai akibat dari pembatasan aktivitas dan interaksi di masyarakat. Hal ini menuntut para pelaku bisnis untuk dapat beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan dinamika bisnis yang terjadi dengan begitu cepat. Pandemi COVID-19 memberikan implikasi negatif bagi perekonomian domestik seperti penurunan konsumsi dan daya beli masyarakat, penurunan kinerja perusahaan, ancaman pada sektor perbankan dan keuangan, serta eksistensi UMKM. Salah satu upaya pemerintah untuk membantu UMKM adalah dengan adanya program UMKM Go Online (Utami et al., 2022). Salah satu kunci dalam beradaptasi di dalam persaingan bisnis di era pandemi saat ini adalah digitalisasi. Digitalisasi

memungkinkan para pelaku bisnis saling berinteraksi satu sama lain di dalam ranah virtual tanpa terjadi kontak fisik secara langsung. Hal ini memungkinkan roda perekonomian tetap dapat berjalan tanpa mengorbankan risiko kesehatan masyarakat.

Secara khusus, pihak yang memiliki urgensi untuk beradaptasi dalam kondisi saat ini adalah UMKM. UMKM memiliki keunggulan yakni cepat beradaptasi karena struktur organisasi dan pengelolaannya secara sederhana. Akan tetapi, UMKM seringkali terkendala dengan keterbatasan modal dan pengetahuan. Padahal UMKM memiliki kontribusi bagi pertumbuhan perekonomian nasional pada tahun 2020 sebesar 61,07% (Kementerian Koperasi dan UKM, 2021). Sebagai kota terbesar kedua di Indonesia, Surabaya menawarkan banyak potensi bisnis untuk siap dikembangkan oleh UMKM. Secara khusus adalah wilayah Surabaya Barat yang diproyeksikan akan menjadi central business district masa depan Kota Surabaya. Sebagai kebutuhan pokok masyarakat, maka industri makanan dan minuman serta kuliner masih menjadi salah satu sector usaha yang sangat menjanjikan. Meskipun memiliki potensi, akan tetapi UMKM di Surabaya masih memiliki banyak tantangan. Menurut Sari dan Meirinawati (2021), Pemerintah Kota Surabaya bersama Dinas Koperasi dan Usaha Mikro sebenarnya telah bersaha mendukung UMKM sector makanan dan minuman di Surabaya melalui kebijakan pembuatan sentra wisata kuliner sebagai solusi atas permasalahan terganggunya keindahan kota, terhambatnya aktivitas pejalan kaki di trotoar, dan lalu lintas menjadi tidak lancar.

Salah satu sentra kuliner yang cukup berkembang di Surabaya adalah Sentra Wisata Kuliner Wiyung yang berlokasi di Jalan Wiyung Pondok Indah, Kelurahan Wiyung, Kecamatan Wiyung. Di tengah kondisi pandemi, masih banyak permasalahan yang dihadapi oleh para pedagang UMKM di Sentra Wisata Kuliner Wiyung. Akar permasalahan utama yang diidentifikasi adalah lambatnya adopsi digitalisasi di kalangan pedagang UMKM di Sentra Wisata Kuliner Wiyung. Berdasarkan akar permasalahan tersebut kami mengidentifikasi adanya dua masalah utama yakni masalah kemampuan digitalisasi pemasaran dan digitalisasi di bidang keuangan. Kemampuan digitalisasi pemasaran, meliputi pemasaran produknya secara online dan digitalisasi aspek keuangan, seperti pemanfaatan financial technology dan peningkatan literasi keuangan yang ada akhirnya dapat meningkatkan kemampuan keuangan dari pengusaha di Sentra Wisata Kuliner Wiyung (Elfarosa et al., 2023). Mengingat pentingnya digitalisasi pemasaran dan digitalisasi literasi keuangan bagi UMKM di Senta Wisata Kuliner Wiyung dalam keberlanjutan bisnis para pedagang di Sentra Wisata Kuliner Wiyung maka kegiatan pengabdian masyarakat ini menarik untuk dilaksanakan.

Metode Pelaksanaan

Dalam melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat telah dilakukan identifikasi masalah dan kegiatan yang akan dilakukan. Tahapan-tahapan dalam menyelesaikan permasalahan tersebut adalah sebagai berikut:

Identifikasi Masalah

Program pengabdian masyarakat ini diawali dengan mengidentifikasi permasalahan yang terdapat pada Sentra Wisata Kuliner Wiyung. Permasalahan tersebut antara lain sebagai berikut:

a. Digital Marketing

- Pengusaha Sentra Wisata Kuliner Wiyung belum memiliki pengetahuan tentang pemasaran digital (melalui aplikasi, atau media sosial)
- Pengusaha Sentra Wisata Kuliner Wiyung kesulitan dalam mengimplementasikan strategi pemasaran digital (melalui aplikasi, atau media sosial)

b. Literasi Keuangan Digital

- Pengusaha Sentra Wisata Kuliner Wiyung belum memiliki pengetahuan tentang literasi keuangan digital
- Pengusaha Sentra Wisata Kuliner Wiyung kesulitan dalam implementasi literasi keuangan digital

Merumuskan Solusi Atas Permasalahan

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka dirumuskan solusi konkret atas permasalahan tersebut, yakni sebagai berikut :

a. Digital Marketing

- Edukasi tentang dasar–dasar pemasaran digital
- Pendampingan kepada para pengusaha untuk implementasi strategi pemasaran digital

b. Literasi Keuangan Digital

- Edukasi tentang literasi keuangan digital
- Pendampingan kepada para pengusaha untuk implementasi literasi keuangan digital

Melaksanakan Perencanaan Solusi Atas Permasalahan Yang Telah Dirumuskan Sebelumnya Dalam Bentuk Aktivitas Pengabdian Masyarakat

Implementasi solusi ini akan dilakukan dalam beberapa tahap sesuai dengan kebutuhan dari mitra meliputi :

- Mempersiapkan bahan lokakarya meliputi dasar–dasar pemasaran digital, melakukan pemasaran melalui e-commerce, literasi keuangan, dan digitalisasi transaksi
- Melakukan sosialisasi kegiatan lokakarya dasar–dasar pemasaran digital, melakukan pemasaran melalui e-commerce, literasi keuangan, dan digitalisasi transaksi kepada pengusaha di Sentra Wisata Kuliner Wiyung
- Melaksanakan lokakarya dan pendampingan dasar–dasar pemasaran digital, melakukan pemasaran melalui e-commerce, literasi keuangan, dan digitalisasi transaksi

Lokasi Kegiatan dilakukan di Sentra Wisata Kuliner Wiyung Surabaya Selatan yang diikuti oleh para tenant di SWK Wiyung yang kurang lebih sebanyak 18 tenant dengan berbagai jenis produk kuliner yang dijual seperti mie ayam, soto, iga bakar, es degan, nasi

krawu dan olahan chineesse food. Dari Gambar 1 dapat dilihat situasi SWK Wiyung dimana tenant beberapa yang tutup dan cukup sepi dikunjungi oleh pembeli.



Gambar 1. Lokasi Kegiatan di SWK Wiyung

Diakhir kegiatan ini efektivitas kegiatan pengabdian ini diukur dengan para tenant yang berhasil membuat akun google my business review sebagai bentuk dari digital marketing dimana keberadaan dan informasi singkat tentang tenant dapat ditelusuri di google. Kemudian keberhasilan dari para tenant mampu membuat QRIS sebagai alternatif sistem pembayaran dengan secara digital ketika para pembeli menggunakan QRIS dalam pembayaran.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan dilakukan menjadi 3 bagian utama yaitu talkshow narasumber pemateri, workshop tutorial Google My Business dan QRIS, dan pembuatan akun Google My Business dan QRIS.

Talkshow Materi Narasumber

Kegiatan diawal mulai dengan talkshow dengan para pemateri yang merupakan praktisi yaitu Budiono (youtuber penggiat kuliner dengan channel “Budiono Sukses” yang memiliki 600k++ subscriber), Yazerlin Balqis (Head Business Development SayurMoms yang juga Ning Surabaya 2020), dan Marriete (pelaku bisnis owner “Sekawan Tangguh Makmur Jaya”). Materi pertama yang diberikan oleh para narasumber meliputi bagaimana strategi dan poin poin yang perlu diperhatikan dalam mempersiapkan tenant dan menyajikan makanan. Khususnya dari youtuber Budiono Sukses yang memberikan hal hal yang harus diperhatikan oleh tenant dari kacamata reviewer makanan dimulai dari kebersihan tempat, konsistensi jam Operasional, konsistensi rasa dan porsi makanan, serta keramahan dari penjual dalam melayani setiap pembeli yang ada.

Materi kedua yang diberikan adalah tentang pemanfaatan lingkaran komunitas terdekat dalam memasarkan produk. Pemanfaatan dengan memaksimalkan sosial media seperti Whatsapp dengan memberikan postingan secara konsisten tentang produk kuliner yang ditawarkan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan awareness akan produk yang dijual oleh para tenant. Awareness akan memberikan pertimbangan kepada konsumen akan mengkonsumsi produk produk yang dikenalnya (Sienatra et al.,

2021). Materi ketiga diberikan berupa kiat kiat dalam membangun ketangguhan bisnis khususnya pasca periode COVID 19. Ketangguhan bisnis dilakukan dengan memberikan penjelasan bagaimana membuka alternatif pada membuka peluang lini produk baru yang berbeda sebelumnya serta menawarkan bagaimana sistem delivery order yang baru.



Gambar 2. Talkshow dari Pemateri

Workshop Pembuatan Google My Business dan QRIS

Pada kegiatan kedua para peserta diajarkan bagaimana membuat Google Business Review sebagai salah satu alat untuk melakukan pemasaran digital. Google My Business adalah sebuah platform gratis yang disediakan perusahaan Google kepada pemilik bisnis untuk manajemen lokasi bisnisnya yang terintegrasi dengan Google Maps. Google My Business memiliki keunggulan yaitu dapat meningkatkan visibilitas suatu usaha bisnis tampil di Google Maps, dapat membantu pemeringkatan suatu usaha bisnis di Google Maps, dan memberikan informasi secara detail tentang usaha bisnis untuk tampil di pencarian Google.



Gambar 3. Pemberian Materi Workhsop

Para peserta juga diajarkan digitalisasi keuangan yaitu menggunakan sistem pembayaran digital QRIS. Teknologi QRIS adalah serangkaian kode yg memuat data/informasi antara lain identitas pedagang/pengguna, nominal pembayaran, dan/atau mata uang yg dpt dibaca dgn alat tertentu dalam rangka transaksi pembayaran. Teknologi QRIS memiliki manfaat bagi merchant antara lain :

- Mengikuti trend pembayaran secara non-tunai-digital (fintech e-wallet, mobile banking)
- Potensi peningkatan penjualan karena alternatif pembayaran selain kas
- tidak perlu repot mencari uang kembalian
- uang penjualan langsung tersimpan di bank / e-wallet
- Risiko uang tunai hilang/dicuri dan uang palsu menurun
- Transaksi tercatat otomatis dan bisa dilihat history transaksi

Pembuatan Akun Google My Business dan QRIS Oleh Para Peserta

Pada bagian akhir kegiatan para peserta setelah mendapatkan materi tentang manfaat dari alat untuk digitalisasi marketing yaitu Google My Business dan alat digitalisasi pembayaran yaitu QRIS selanjutnya para peserta membuat akun secara mandiri. Terdapat 18 tenant yang belajar untuk membuat akun google my business dan QRIS. Secara keseluruhan para tenant belum menggunakan google my business untuk menunjukkan informasi keterkaitan usahanya di google. Pembuatan akun google my business akan membantu para calon pembeli untuk melihat informasi terkait produk yang dicari ketika melakukan akses dengan search engine google. Didalam google my business akan memuat informasi letak merchat, deskripsi bisnis, jam operasional, dan beberapa informasi sederhana lainnya seperti foto produk dan review dari pelanggan lainnya.



Gambar 4. Peserta Membuat Akun Google My Business

Para peserta membuat akun google my business dengan menggunakan handphone masing masing yang dimiliki. Para tenant mulai memasukan data data yang berkaitan dengan pembuatan akun google my business dan data seperti KTP untuk pembuatan QRIS. Di akhir kegiatan workshop dari 18 tenant peserta yang mengikuti kegiatan dimana

8 tenant berhasil membuat akun google business review dan QRIS dimana menunggu status konfirmasi dan verifikasi. Sedangkan 10 tenant sisanya belum berhasil membuat kedua akun tersebut karena terkendala seperti lupa password email google, jaringan nirkabel internet yang sulit, dan KTP yang buram sehingga sulit untuk difoto.

Kesimpulan

Adapun manfaat yang didapatkan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah komunitas tenant di Sentra Wisata Kuliner Wiyung mampu mengoptimalkan produk kuliner yang dijual melalui digitalisasi baik pada sarana promosi dan penjualan. Komunitas tenant mampu mempelajari tentang Google Business dan mengadopsinya sebagai cara meningkatkan kesadaran produk mereka agar dapat diakses dan dijangkau. Dari sisi digitalisasi pembayaran dapat mengerti tentang penggunaan QRIS sebagai salah satu metode pembayaran digital selain pembayaran tunai untuk memudahkan transaksi

Dampak dari kegiatan pengabdian ini meliputi dampak ekonomi dan sosial antara lain pengetahuan dalam hal menciptakan awareness produk dan brand para UMKM dengan mengadopsi Google Business akan semakin membuat produk UMKM akan lebih mudah terakses di google. Dengan penggunaan QRIS yang memudahkan pembayaran digital diharapkan dapat meningkatkan transaksi keuangan. Adanya pertukaran informasi dan pasar masing masing daerah untuk meperluas wilayah pemasaran. Terjalin hubungan antara sesama UMKM agar dapat bekerja sama dalam melakukan kolaborasi dalam produksi dan jasa.

Saran kedepan Orientasi target pelatihan tidak hanya kuantitas jumlah peserta akan tetapi juga peningkatan kualitas dalam mengembangkan bisnis kuliner dengan mengadopsi digitalisasi. Perlu dukungan swasta untuk memperkuat kolaborasi dari institusi pendidikan, pemerintah daerah dan organisasi penggiat pariwisata.

Ucapan Terimakasih

Kegiatan Pengabdian ini tidak lepas dari dukungan Kemendikbud melalui Program Insentif Pengabdian Masyarakat Terintegrasi Dengan Merdeka Belajar Kampus Merdeka Berbasis Kinerja Indikator Kinerja Utama Bagi Perguruan Tinggi Swasta Tahun 2022 dan juga dukungan dari Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Ciputra yang telah memfasilitasi dan mengawal program ini.

Referensi

- Elfarosa, K. V., Sedana, G., Yasa, W., Putu, N., Sintadevi, R., Priyana, I. P. O., & Suryaniadi, S. M. (2023). *Pelatihan Digital Finance dan Digital Filing di Sabha Yowana Desa Adat Sasetan*. 4(1), 13–18.
- Sienatra, K. B., Padmalia, M., & Immanuel, D. M. (2021). Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial untuk Membentuk Branding Produk Madu Anak-Anak Panti Asuhan Al Madina. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 1(2), 1–4.
<https://doi.org/10.31004/jh.v1i2.10>
- Utami, M. A. J. P., Lasmini, N. N., Priyana, P. O., Lina, N. P. M. L., Suryadi, I. G. I., & Elfarosa, K. V. (2022). Pemberdayaan UMKM Pasca Covid-19 Melalui Digitalisasi Keuangan

“AngkalFis” dan Administrasi Perpajakan. *Madaniya*, 3(4), 941–947.
<https://madaniya.pustaka.my.id/journals/contents/article/view/315>
Yuli Ermawati, Moh.Sodikin, & Endah Supeni. (2023). Strategi Pemberdayaan Umkm
Berbasis Sentra Wisata Kuliner Di Surabaya. *Seminar Nasional Teknologi Dan
Multidisiplin Ilmu (SEMNASTEKMU)*, 2(1), 395-409.
<https://doi.org/10.51903/semnastekmu.v2i1.192>
<https://qris.id/homepage/about>