



Pengembangan Wawasan Manajerial, Pendampingan UMKM “Rumah Makan Padang Sari Bundo”

Development of Managerial Insights, MSMEs Assistance "Padang Sari Bundo Restaurant"

Puja Sagita^{1*}, Siska Yulia², Wiliam Janaldo³, Sudarmiatin⁴, Yuli Soesetio⁵

¹⁻⁵Universitas Negeri Malang, Indonesia

Email: puja.sagita.2504138@students.um.ac.id^{1*}, siska.yulia.2504138@student.um.ac.id²,
wiliam.janaldo.2504138@student.um.ac.id³, sudarmiatin.fe@um.ac.id⁴, yuli.soesetio.fe@um.ac.id⁵

*Penulis korespondensi: puja.sagita.2504138@students.um.ac.id¹

Article History:

Naskah Masuk: Maret 13, 2026;

Revisi: April 14, 2026;

Diterima: Mei 15, 2026;

Tersedia: Mei 30, 2026

Keywords: Digital Marketing; Digitalization; MSMEs; PDCA; QRIS.

Abstract. The rapid development of digital technology and changes in consumer behavior require Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to adapt in marketing and service aspects. Rumah Makan Padang Sari Bundo, a culinary MSME located in Pasir Gadung, Cikupa, faced several problems, including limited use of social media, underutilization of digital platforms such as Google Maps, and the absence of cashless payment systems. This community service activity aimed to improve business competitiveness through the digitalization of marketing and services. The method applied was the PDCA (Plan-Do-Check-Act) approach, consisting of planning, implementation, evaluation, and follow-up stages. The implementation included creating Instagram and WhatsApp Business accounts, optimizing Google Maps, and applying the QRIS digital payment system. The results showed increased business visibility, easier customer access to information, and improved transaction convenience through cashless payments. Furthermore, digitalization enabled the MSME to become more adaptive to technological developments and modern consumer needs. Therefore, digital transformation at Rumah Makan Padang Sari Bundo represents an important step in supporting business sustainability and improving competitiveness in the digital era.

Abstrak

Perkembangan teknologi digital dan perubahan perilaku konsumen menuntut pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk beradaptasi dalam aspek pemasaran dan pelayanan. Rumah Makan Padang Sari Bundo sebagai UMKM kuliner di Pasir Gadung, Cikupa, menghadapi permasalahan berupa minimnya pemanfaatan media sosial, belum optimalnya penggunaan platform digital seperti Google Maps, serta belum tersedianya sistem pembayaran non-tunai. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan membantu meningkatkan daya saing usaha melalui digitalisasi pemasaran dan pelayanan. Metode yang digunakan adalah pendekatan PDCA (Plan-Do-Check-Act) yang meliputi tahap perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan tindak lanjut. Implementasi dilakukan melalui pembuatan akun Instagram dan WhatsApp Business, optimalisasi Google Maps, serta penerapan sistem pembayaran QRIS. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan visibilitas usaha, kemudahan akses informasi bagi pelanggan, serta meningkatnya kenyamanan transaksi melalui pembayaran cashless. Selain itu, penerapan digitalisasi membantu UMKM lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan konsumen modern. Dengan demikian, transformasi digital pada Rumah Makan Padang Sari Bundo menjadi langkah penting dalam mendukung keberlanjutan dan peningkatan daya saing usaha kuliner di era digital.

Kata kunci: Digitalisasi; PDCA; Pemasaran Digital; QRIS; UMKM.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional, khususnya dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan

pendapatan masyarakat, serta menjaga stabilitas perekonomian daerah (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023; Lestari & Choirunnisa, 2025). Salah satu sektor UMKM yang terus berkembang adalah bidang kuliner, karena memiliki keterkaitan langsung dengan kebutuhan masyarakat sehari-hari. Di tengah perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi dengan transformasi digital agar tetap bertahan dan memiliki daya saing yang baik (Rasenda et al., 2025; Mendrofa et al., 2023). Transformasi digital terbukti dapat meningkatkan efisiensi operasional serta memperluas jangkauan pasar UMKM secara signifikan.

Rumah Makan Padang Sari Bundo merupakan salah satu UMKM kuliner yang bergerak di bidang penyediaan makanan khas Minangkabau dan telah berdiri sejak tahun 1998 di Pasir Gadung, Kecamatan Cikupa, Provinsi Banten. Sebagai usaha keluarga yang telah beroperasi lebih dari dua dekade, Rumah Makan Padang Sari Bundo memiliki kekuatan pada konsistensi cita rasa dan kualitas masakan tradisional. Namun, perkembangan teknologi digital serta perubahan pola konsumsi masyarakat menghadirkan tantangan baru bagi keberlangsungan usaha, khususnya dalam aspek pemasaran dan pelayanan berbasis digital (Cadavid & Valencia-Arias, 2022).

Permasalahan utama yang dihadapi oleh Rumah Makan Padang Sari Bundo adalah kurang optimalnya pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan pemasaran dan pelayanan usaha. Usaha ini masih mengandalkan promosi secara konvensional dari mulut ke mulut (word of mouth), sehingga jangkauan pasar menjadi terbatas. Selain itu, belum adanya pengelolaan media sosial secara aktif menyebabkan pelanggan kesulitan memperoleh informasi mengenai menu, lokasi usaha, jam operasional, maupun promo yang tersedia. Kondisi tersebut mengakibatkan rendahnya visibilitas usaha di tengah persaingan bisnis kuliner yang semakin kompetitif. Pemanfaatan digital marketing seperti media sosial dan platform online terbukti menjadi faktor penting dalam meningkatkan visibilitas dan interaksi pelanggan pada UMKM.

Permasalahan lain yang dihadapi adalah belum diterapkannya sistem pembayaran non-tunai (cashless) seperti QRIS. Padahal, sebagian besar konsumen saat ini telah terbiasa menggunakan pembayaran digital dalam melakukan transaksi. Keterbatasan tersebut dapat menimbulkan ketidaknyamanan pelanggan dan berpotensi mengurangi peluang transaksi. Penelitian menunjukkan bahwa penerapan QRIS mampu meningkatkan efisiensi transaksi serta memperluas jangkauan pasar UMKM. Selain itu, lokasi usaha yang belum teroptimasi di Google Maps juga menyulitkan pelanggan baru dalam menemukan lokasi rumah makan, sehingga menghambat aksesibilitas usaha di era digital.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan upaya pendampingan dan pengembangan usaha melalui penerapan digitalisasi pemasaran dan pelayanan. Salah satu pendekatan yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode PDCA (Plan-Do-Check-Act), yaitu metode perbaikan berkelanjutan yang dilakukan melalui tahap perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan tindak lanjut. Pendekatan ini dipilih karena mampu membantu UMKM dalam melakukan transformasi bisnis secara sistematis dan berkelanjutan (Permadi et al., 2025). Metode PDCA telah terbukti efektif dalam meningkatkan efisiensi, kualitas pelayanan, serta kinerja operasional usaha kecil dan menengah.

Kegiatan pendampingan ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing Rumah Makan Padang Sari Bundo melalui optimalisasi media sosial, pemanfaatan platform digital seperti Google Maps, serta penerapan sistem pembayaran QRIS. Dengan adanya digitalisasi tersebut, diharapkan usaha dapat meningkatkan visibilitas, memberikan kemudahan layanan kepada pelanggan, serta memperkuat keberlanjutan usaha di era digital.

2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada UMKM Rumah Makan Padang Sari Bundo yang berlokasi di Pasir Gadung, Kecamatan Cikupa, Provinsi Banten. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu meningkatkan daya saing usaha melalui penerapan digitalisasi pemasaran, optimalisasi teknologi digital, serta penerapan sistem pembayaran non-tunai. Digitalisasi terbukti dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar UMKM. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah metode PDCA (Plan-Do-Check-Act), yaitu suatu pendekatan perbaikan berkelanjutan yang dilakukan secara sistematis melalui tahap perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan tindak lanjut (Permadi et al., 2025). Metode ini efektif dalam meningkatkan kualitas proses dan kinerja usaha secara berkelanjutan.

Tahap pertama adalah Plan (Perencanaan), yaitu melakukan identifikasi masalah yang dihadapi oleh Rumah Makan Padang Sari Bundo melalui observasi dan wawancara langsung dengan pemilik usaha. Berdasarkan hasil identifikasi ditemukan beberapa permasalahan utama, yaitu kurang optimalnya promosi melalui media sosial, belum maksimalnya pemanfaatan platform digital seperti Google Maps, serta belum tersedianya sistem pembayaran non-tunai (QRIS). Hal ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa rendahnya literasi digital dan pemanfaatan teknologi menjadi hambatan utama dalam digitalisasi UMKM. Pada tahap ini juga disusun rencana solusi yang akan diterapkan, meliputi pembuatan akun media sosial Instagram dan WhatsApp Business, optimalisasi lokasi usaha di Google Maps, serta pengajuan

sistem pembayaran QRIS guna mendukung transaksi digital. Selain itu, disusun pula strategi promosi digital berupa pembuatan konten foto menu, informasi lokasi, jadwal operasional, dan layanan pemesanan secara online.

Tahap kedua adalah Do (Pelaksanaan), yaitu pelaksanaan program sesuai dengan rencana yang telah disusun sebelumnya. Pada tahap ini dilakukan pembuatan dan pengelolaan akun media sosial Instagram sebagai sarana promosi digital usaha. Pemanfaatan digital marketing seperti media sosial terbukti mampu meningkatkan interaksi dan jangkauan pelanggan UMKM. Selain itu, dibuat pula layanan WhatsApp Business untuk mempermudah komunikasi dan pemesanan pelanggan. Selanjutnya dilakukan optimalisasi Google Maps dengan memperbaiki titik lokasi usaha, menambahkan foto rumah makan, jam operasional, serta deskripsi usaha agar pelanggan lebih mudah menemukan lokasi Rumah Makan Padang Sari Bundo. Pada aspek sistem pembayaran, dilakukan penerapan QRIS bekerja sama dengan penyedia layanan pembayaran digital sehingga pelanggan dapat melakukan transaksi secara cashless. Penggunaan QRIS diketahui dapat meningkatkan efisiensi transaksi serta memperluas akses pasar UMKM. Pelaksanaan kegiatan ini juga disertai edukasi sederhana kepada pemilik usaha mengenai pentingnya konsistensi promosi digital dan pemanfaatan teknologi dalam mendukung keberlanjutan usaha.

Tahap ketiga adalah Check (Evaluasi), yaitu melakukan pengukuran terhadap tingkat keberhasilan kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan. Pengukuran dilakukan secara deskriptif dan kualitatif melalui observasi langsung, wawancara dengan pemilik usaha, serta respon pelanggan terhadap perubahan yang diterapkan. Indikator keberhasilan kegiatan diukur berdasarkan beberapa aspek, yaitu peningkatan visibilitas usaha di media digital, kemudahan pelanggan memperoleh informasi usaha, serta meningkatnya kenyamanan transaksi pelanggan melalui sistem pembayaran digital (Mendrofa et al., 2023). Alat ukur yang digunakan meliputi jumlah akun media sosial yang aktif, jumlah interaksi pelanggan pada media sosial, keberadaan dan keakuratan lokasi usaha di Google Maps, jumlah ulasan pelanggan, serta tersedianya sistem pembayaran QRIS yang dapat digunakan pelanggan secara langsung. Selain itu, evaluasi juga dilakukan melalui pengamatan terhadap perubahan sikap pemilik usaha dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai bagian dari pengembangan usaha.

Tahap terakhir adalah Act (Tindak Lanjut), yaitu melakukan standarisasi dan pengembangan lanjutan berdasarkan hasil evaluasi yang telah diperoleh. Pada tahap ini, pemilik usaha didorong untuk terus melakukan promosi secara rutin melalui media sosial, menjaga kualitas layanan digital, serta mempertahankan penggunaan QRIS sebagai salah satu metode pembayaran utama. Selain itu, dilakukan pemberian saran kepada pemilik usaha untuk

terus meningkatkan interaksi dengan pelanggan melalui respon terhadap ulasan di Google Maps dan media sosial. Pendekatan PDCA pada tahap ini memastikan perbaikan dilakukan secara berkelanjutan dan terstruktur.

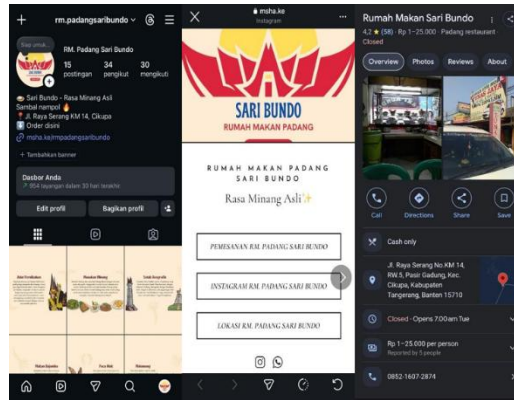
Tingkat ketercapaian keberhasilan kegiatan pengabdian dilihat dari beberapa aspek, yaitu aspek sosial, budaya, dan ekonomi. Dari aspek sosial, kegiatan ini meningkatkan kemudahan komunikasi antara pelanggan dan pemilik usaha melalui media sosial dan WhatsApp Business. Dari aspek budaya, terjadi perubahan pola pengelolaan usaha yang sebelumnya masih konvensional menjadi lebih terbuka terhadap pemanfaatan teknologi digital. Sementara dari aspek ekonomi, penerapan promosi digital dan pembayaran cashless diharapkan mampu meningkatkan jumlah pelanggan dan memperluas jangkauan pasar UMKM.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada Rumah Makan Padang Sari Bundo berfokus pada upaya digitalisasi usaha melalui pengembangan pemasaran digital, optimalisasi teknologi informasi, serta penerapan sistem pembayaran non-tunai. Digitalisasi memainkan peran penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di era modern.

Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan adanya perubahan yang cukup signifikan terhadap pengelolaan usaha Rumah Makan Padang Sari Bundo. Dari aspek pemasaran, keberadaan media sosial membantu usaha meningkatkan visibilitas dan memperluas jangkauan promosi kepada masyarakat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa penggunaan digital marketing mampu meningkatkan interaksi pelanggan dan brand awareness UMKM.

Selain itu, optimalisasi Google Maps membantu pelanggan menemukan lokasi usaha secara lebih mudah, sementara penerapan QRIS meningkatkan kenyamanan transaksi pelanggan serta efisiensi operasional usaha. Dengan demikian, digitalisasi pemasaran dan pembayaran memberikan dampak positif terhadap peningkatan aksesibilitas informasi, kepuasan pelanggan, serta citra usaha di mata masyarakat.



Gambar 1. Implementasi Media Sosial dan Digitalisasi Rumah Makan Padang Sari Bundo.

Pada aspek pelayanan transaksi, penerapan sistem pembayaran QRIS memberikan perubahan positif terhadap kenyamanan pelanggan dan efisiensi operasional usaha. Sebelumnya, pelanggan hanya dapat melakukan pembayaran secara tunai sehingga sering terjadi kendala ketika pelanggan tidak membawa uang cash. Setelah diterapkannya QRIS, pelanggan dapat melakukan pembayaran melalui aplikasi dompet digital maupun mobile banking secara lebih praktis dan cepat. Selain memberikan kemudahan kepada pelanggan, sistem pembayaran digital juga membantu pemilik usaha dalam mempermudah pencatatan transaksi harian serta mengurangi risiko kesalahan penghitungan uang tunai. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital pada sistem pembayaran dapat meningkatkan kualitas pelayanan sekaligus mendukung efisiensi pengelolaan usaha UMKM.



Gambar 2. Implementasi Sistem Pembayaran QRIS.

Indikator keberhasilan kegiatan pengabdian diukur secara deskriptif dan kualitatif berdasarkan perubahan yang terjadi setelah implementasi program. Tolak ukur keberhasilan meliputi tersedianya akun media sosial aktif, meningkatnya akses informasi usaha melalui Google Maps, tersedianya sistem pembayaran QRIS, serta adanya respon positif dari pelanggan

terhadap perubahan layanan. Selain itu, keberhasilan juga terlihat dari perubahan sikap pemilik usaha yang mulai terbuka terhadap penggunaan teknologi digital dalam mendukung pengembangan usaha. Pemilik usaha menjadi lebih memahami pentingnya pemasaran digital, pengelolaan informasi online, serta pelayanan modern yang sesuai dengan kebutuhan konsumen saat ini. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian tidak hanya memberikan dampak jangka pendek berupa peningkatan layanan, tetapi juga mendorong perubahan pola pikir pemilik usaha menuju pengelolaan usaha yang lebih adaptif dan modern.

Keunggulan utama dari kegiatan pengabdian ini adalah solusi yang diberikan disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi nyata UMKM di lokasi kegiatan. Pendampingan dilakukan secara sederhana dan mudah diterapkan sehingga dapat dijalankan oleh pemilik usaha tanpa membutuhkan biaya operasional yang besar. Selain itu, penggunaan media sosial dan QRIS merupakan solusi yang relevan dengan perkembangan perilaku konsumen saat ini. Namun demikian, kegiatan ini juga memiliki beberapa kelemahan, terutama pada aspek konsistensi pengelolaan media sosial. Sebagai usaha keluarga dengan aktivitas operasional yang cukup padat, pemilik usaha masih menghadapi tantangan dalam menjaga konsistensi pembuatan konten digital dan interaksi dengan pelanggan secara rutin. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan lanjutan agar pengelolaan digitalisasi usaha dapat berjalan secara berkelanjutan.

Dalam pelaksanaannya, tingkat kesulitan kegiatan tergolong sedang karena sebagian besar proses digitalisasi masih merupakan hal baru bagi pemilik usaha. Kendala utama terletak pada proses adaptasi penggunaan teknologi digital dan pemahaman mengenai pentingnya pemasaran online bagi keberlangsungan usaha. Meskipun demikian, pemilik usaha menunjukkan respon yang positif dan bersedia mengikuti setiap tahapan pendampingan yang dilakukan. Hal ini menjadi peluang yang baik untuk pengembangan usaha ke depannya, terutama dalam memperluas pasar melalui platform digital dan layanan pemesanan online. Selain itu, Rumah Makan Padang Sari Bundo juga memiliki peluang untuk bekerja sama dengan platform layanan pesan-antar makanan sehingga jangkauan pelanggan dapat menjadi lebih luas. Dengan dukungan digitalisasi yang berkelanjutan, usaha ini berpotensi meningkatkan daya saing serta mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan bisnis kuliner yang semakin kompetitif.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan pada Rumah Makan Padang Sari Bundo menunjukkan bahwa penerapan digitalisasi usaha mampu memberikan dampak positif

terhadap pengembangan dan keberlanjutan UMKM kuliner. Melalui penerapan metode PDCA (Plan-Do- Check-Act), berbagai permasalahan yang sebelumnya dihadapi usaha, seperti minimnya promosi digital, kurang optimalnya pemanfaatan teknologi, serta belum tersedianya sistem pembayaran non-tunai, dapat ditangani secara sistematis dan bertahap. Implementasi media sosial Instagram dan WhatsApp Business berhasil meningkatkan aksesibilitas informasi usaha kepada pelanggan, sedangkan optimalisasi Google Maps mempermudah pelanggan baru dalam menemukan lokasi rumah makan. Selain itu, penerapan sistem pembayaran QRIS memberikan kemudahan transaksi bagi pelanggan sekaligus membantu efisiensi pengelolaan keuangan usaha.

Hasil kegiatan pengabdian juga menunjukkan adanya perubahan sikap pemilik usaha yang mulai terbuka terhadap pemanfaatan teknologi digital sebagai bagian penting dalam pengembangan usaha. Dari sisi sosial dan ekonomi, digitalisasi membantu meningkatkan kualitas pelayanan, memperluas jangkauan promosi, serta mendukung peningkatan daya saing usaha di tengah perkembangan bisnis kuliner yang semakin kompetitif. Keunggulan dari kegiatan ini terletak pada solusi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan dan kondisi nyata UMKM sehingga mudah diterapkan dan tidak membutuhkan biaya yang besar. Namun demikian, kegiatan ini masih memiliki keterbatasan, terutama pada aspek konsistensi pengelolaan media sosial dan pengembangan konten digital yang memerlukan pendampingan berkelanjutan.

Ke depan, Rumah Makan Padang Sari Bundo memiliki peluang yang cukup besar untuk terus berkembang melalui pemanfaatan platform digital yang lebih luas, seperti layanan pesan-antar makanan online dan strategi pemasaran digital yang lebih inovatif. Dengan pengelolaan digitalisasi yang konsisten dan berkelanjutan, usaha ini diharapkan mampu meningkatkan jumlah pelanggan, memperkuat loyalitas konsumen, serta mempertahankan eksistensinya sebagai UMKM kuliner yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat modern.



Gambar 3. Dokumentasi Bersama Owner Rumah Makan Padang Sari Bundo.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiani, W., & Anfas. (2025). The impact of digitalization through QRIS utilization on MSMEs performance. *International Journal of Education, Information Technology, and Others*, 8(4).
- Cadavid, L., & Valencia-Arias, A. (2022). Analysis and categorization of studies of digital marketing in SMEs. *Intangible Capital*, 18(2), 263–289. <https://doi.org/10.3926/ic.1809>
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2023). *Perkembangan data UMKM di Indonesia*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM RI.
- Lestari, N. P., & Choirunnisa, Z. (2025). Transformasi digital dan ketahanan UMKM: A systematic literature review. *Jambura Economic Education Journal*, 7(1).
- Mendrofa, L., Zandrato, B., & Zai, I. (2023). Pengaruh digitalisasi pada peningkatan efisiensi operasional UMKM di Indonesia. *Jurnal Teknologi Informasi*.
- Permadi, R., Mulya, O., Yusuf, A. M., & Trijayadi, M. A. (2025). Implementasi pendekatan PDCA dalam manajemen industri: Studi literatur. *Journal of Industrial Management Inspiration*, 1(1).
- Rasenda, M. R., Wiyana, H., & Subagja, S. N. (2025). Digitalisasi UMKM: Strategi dan model bisnis berbasis teknologi untuk keberlanjutan. *Jurnal Bisnis Digital*.
- Susanti, Y., & Frastika, N. A. (2024). Strategi digital dalam transformasi UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.