



DARI GEROBAK KE GADGET: TRANSFORMASI DIGITAL USAHA MIE AYAM DAN BAKSO DI LAMPUNG TENGAH

Affandi Abbas^{1*}, Muhammad Fachri Al Hakim², Farozak Alamin³, Alifah Putri Eriza⁴,
Resha Moniyana Putri⁵, M. Mufti Hudani⁶

^{1,2,3,4,5,6} Universitas Lampung, Kota Bandar Lampung, Indonesia

¹affandiabbas49@gmail.com, ²mfachrialhakim@gmail.com, ³farozakalamin354@gmail.com,

⁴alifahrezia@gmail.com, ⁵resha.moniyana@feb.unila.ac.id, ⁶muftihudani@feb.unila.ac.id

Article History:

Received: May 26th, 2025

Revised: June 10th, 2025

Published: June 15th, 2025

Abstract: *This service aims to develop a sales digitization strategy for chicken noodle and meatball businesses in Way Pengubuan, Central Lampung. The object of service is micro-scale culinary MSMEs that still operate conventionally. The method used is a case study by conducting semi-structured interviews and field observations. The results show that low digital literacy and lack of assistance are the main obstacles in digital transformation. Interventions in the form of WhatsApp Business and Instagram training, as well as basic visual branding education, increase the readiness of business actors to utilize technology. This service supports the application of Dynamic Capabilities and Diffusion of Innovation theories in the context of MSME development. The service concluded that the digitalization of MSMEs requires the support of a learning ecosystem, contextual assistance, and a participatory approach to optimally improve business efficiency, competitiveness, and sustainability.*

Keywords: *MSMEs, business feasibility, digitalization, online sales, chicken noodles and meatballs*

Abstrak

Pengabdian ini bertujuan mengembangkan strategi digitalisasi penjualan pada usaha mie ayam dan bakso di Way Pengubuan, Lampung Tengah. Objek pengabdian adalah UMKM kuliner berskala mikro yang masih beroperasi secara konvensional. Metode yang digunakan ialah studi kasus dengan melakukan wawancara semi-terstruktur dan observasi lapangan. Hasil menunjukkan bahwa rendahnya literasi digital serta minimnya pendampingan menjadi hambatan utama dalam transformasi digital. Intervensi berupa pelatihan WhatsApp Business dan Instagram, serta edukasi dasar visual branding, meningkatkan kesiapan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi. Pengabdian ini mendukung penerapan teori *Dynamic Capabilities* dan *Diffusion of Innovation* dalam konteks pengembangan UMKM. Pengabdian menyimpulkan bahwa digitalisasi UMKM memerlukan dukungan ekosistem pembelajaran, pendampingan kontekstual, dan pendekatan partisipatif untuk meningkatkan efisiensi, daya saing, dan keberlanjutan usaha secara optimal.

Kata kunci: UMKM, kelayakan usaha, digitalisasi, penjualan online, mie ayam dan bakso

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor strategis dalam pembangunan ekonomi Indonesia. Berdasarkan data terkini, UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja (Komalasari et al., 2025). Dalam kerangka ekonomi kerakyatan, UMKM memainkan peran sentral sebagai penggerak pembangunan berbasis komunitas, distribusi kesejahteraan, serta penguatan ekonomi lokal. Di antara berbagai sub sektor, UMKM kuliner menunjukkan daya tahan dan daya tarik yang tinggi karena berbasis budaya, mudah diakses oleh berbagai lapisan masyarakat, serta fleksibel terhadap dinamika pasar (Riska et al., 2024).

Digitalisasi telah terbukti meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan mempercepat pengambilan keputusan bisnis berbasis data bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Adopsi alat digital oleh UMKM di Indonesia meningkatkan efisiensi operasional hingga 45%, terutama dalam manajemen inventaris dan keterlibatan pelanggan. Pengabdian ini juga menekankan pentingnya pembangunan kapasitas dan akses terhadap infrastruktur digital bagi UMKM untuk memaksimalkan manfaat digitalisasi (Mendrofa et al., 2025). Transformasi digital pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah terbukti mempercepat inovasi produk dan layanan, serta meningkatkan kemampuan respons terhadap kebutuhan pelanggan yang semakin dinamis di era digital. Inovasi produk yang berfokus pada kebutuhan konsumen digital dan transformasi proses bisnis yang lebih efisien dan responsif merupakan kunci bagi UMKM untuk berkembang dalam ekonomi digital modern. Penerapan teknologi baru dan pengembangan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar menjadi strategi utama dalam meningkatkan daya saing UMKM (Sevty et al., 2024).

Meskipun potensi digitalisasi bagi UMKM sangat besar, tetap banyak pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah yang menghadapi hambatan seperti rendahnya tingkat literasi digital, terbatasnya infrastruktur internet, dan minimnya pendampingan teknologi yang memadai” (Nazir & Roomi, 2021). Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2024) menunjukkan penetrasi internet di Indonesia mencapai 79,5%, tetapi Indeks Masyarakat Digital Indonesia (IMDI) 2024 hanya memperoleh skor 43,34 dari 100, yang menandakan masih banyak ruang untuk peningkatan kualitas pemanfaatan teknologi (Kominfo, 2024). Survei LIPI juga menegaskan bahwa hanya sekitar 9,2% masyarakat memiliki tingkat literasi digital tinggi, dengan keterampilan yang sangat dipengaruhi oleh tingkat pendidikan, usia, serta akses perangkat digital. Pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia (SDM) pada UMKM melalui keterampilan digital dalam produksi pangan bertujuan untuk meningkatkan produktivitas usaha kecil dan menengah (UKM). Tantangan yang dihadapi oleh UKM, seperti rendahnya tingkat produktivitas, nilai tambah, dan kualitas produk, juga menjadi fokus utama pelatihan ini (Adiguna et al., 2024).

Namun demikian, perkembangan teknologi digital yang kian pesat, terutama setelah pandemi COVID-19, menimbulkan tantangan sekaligus peluang bagi pelaku UMKM. Revolusi Industri 4.0 telah mengubah pola operasional usaha dari sistem konvensional menuju sistem digital yang lebih efisien dan adaptif (Sitompul et al., 2025). Dalam kenyataan di lapangan, adopsi digital tidak berjalan merata, terutama di wilayah semi-perkotaan dan perdesaan. Banyak pelaku UMKM masih menghadapi hambatan seperti keterbatasan literasi digital, akses terhadap teknologi informasi, serta infrastruktur pendukung yang belum optimal (Sinambela & Darmawan, 2025). Kondisi ini menyebabkan kesenjangan digital yang berimplikasi pada rendahnya daya saing UMKM lokal.

Salah satu contoh konkret dari permasalahan tersebut dapat ditemukan pada unit usaha mie ayam dan bakso yang berlokasi di Kecamatan Way Pengubuan, Kabupaten Lampung Tengah. Meskipun termasuk dalam kategori usaha mikro, pelaku usaha ini telah menunjukkan kinerja keuangan yang cukup baik, dengan pendapatan tahunan mencapai sekitar Rp150 juta. Hal ini membuktikan bahwa UMKM berskala kecil pun memiliki potensi ekonomi yang signifikan apabila dikelola secara optimal. Sayangnya, kegiatan operasional usaha masih dilakukan secara manual—baik dalam hal promosi, pelayanan pelanggan, hingga pencatatan keuangan—sehingga potensi pengembangan usaha belum sepenuhnya dimanfaatkan.

Dalam konteks ini, transformasi digital bukan sekadar tuntutan zaman, melainkan menjadi kebutuhan strategis untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat keberlanjutan usaha mikro. Pemanfaatan alat digital sederhana seperti WhatsApp Business, media sosial (Instagram, Facebook), serta platform e-commerce lokal terbukti mampu memperluas jaringan pemasaran, mempercepat layanan pelanggan, serta menyederhanakan proses pencatatan dan pelaporan keuangan (Permatasari et al., 2023). Lebih jauh, digitalisasi juga membuka peluang integrasi UMKM ke dalam ekosistem ekonomi digital yang lebih luas, termasuk program-program pemberdayaan berbasis komunitas dan kerja sama lintas sektor.

Studi-studi sebelumnya telah menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi digital UMKM tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan teknologi, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kesiapan internal pelaku usaha dan dukungan eksternal yang memadai. Proses digitalisasi akan berjalan lebih efektif apabila disertai dengan pelatihan teknis, pendampingan berkelanjutan, dan pendekatan partisipatif yang kontekstual. Dalam hal ini, kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat menjadi wadah strategis untuk mempertemukan solusi teknologi dengan kebutuhan riil pelaku usaha, melalui pendekatan edukatif dan aplikatif yang berbasis pada kondisi lokal.

Secara teoritis, kegiatan ini berpijak pada dua landasan utama. Pertama, *Dynamic Capabilities Theory* (Teece, 2007), yang menekankan pentingnya kapasitas adaptif pelaku usaha dalam merespons perubahan lingkungan bisnis melalui pembelajaran, inovasi, dan reposisi sumber daya. Kedua, *Diffusion of Innovation Theory* (Rogers, 2003), yang menjelaskan bahwa adopsi inovasi teknologi terjadi secara bertahap melalui lima fase: pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi. Kedua teori ini digunakan untuk menganalisis kesiapan, hambatan, dan strategi adopsi digital yang relevan dengan kondisi mitra sasaran.

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk menganalisis kondisi aktual usaha, mengidentifikasi kebutuhan digitalisasi, serta memberikan pelatihan dan pendampingan teknologi kepada pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Way Pengubuan. Fokus utama kegiatan mencakup aspek pemasaran digital, pencatatan keuangan berbasis aplikasi, serta strategi komunikasi usaha melalui media digital. Pendekatan yang digunakan bersifat partisipatif dan berbasis studi kasus tunggal, dengan harapan dapat menghasilkan solusi yang tepat guna dan mudah direplikasi oleh pelaku UMKM lain dengan karakteristik serupa.

Dengan demikian, pengabdian ini tidak hanya berupaya menyelesaikan permasalahan teknis dalam operasional usaha, tetapi juga memperkuat kapasitas pelaku UMKM dalam menghadapi era digital yang penuh tantangan. Harapannya, kegiatan ini dapat memberikan dampak nyata berupa peningkatan efisiensi, pendapatan, serta daya saing usaha secara berkelanjutan. Lebih jauh, model intervensi ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pemerintah daerah, lembaga

pendamping UMKM, maupun komunitas kewirausahaan lokal dalam menyusun strategi pemberdayaan digital yang lebih inklusif, aplikatif, dan kontekstual.

METODE

Pengabdian ini menggunakan pendekatan wawancara semi-terstruktur dengan desain studi kasus tunggal yang berfokus pada usaha mie ayam dan bakso di Kecamatan Way Pengubuan, Kabupaten Lampung Tengah. Pendekatan ini dipilih guna memperoleh gambaran mendalam mengenai kondisi usaha serta kesiapan digitalisasi penjualan.

Pengumpulan data dilakukan melalui metode turun lapang dengan wawancara semi-terstruktur secara langsung kepada pemilik usaha sebagai informan utama. Wawancara dirancang untuk menggali informasi mendetail terkait aspek operasional, pemasaran, pencatatan keuangan, serta persepsi pelaku usaha terhadap penggunaan teknologi digital dalam mengembangkan usahanya. Selain itu, observasi lapangan dilakukan untuk memverifikasi data dan mengamati secara langsung aktivitas operasional harian.

Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis isi secara tematik, dengan tujuan mengidentifikasi tema-tema utama berkaitan dengan kelayakan usaha dan potensi digitalisasi. Pengukuran variabel dilakukan secara kualitatif dengan fokus pada kelayakan usaha, kesiapan digitalisasi, serta dampak penggunaan teknologi digital terhadap pengembangan usaha. Metode ini diharapkan mampu memberikan gambaran komprehensif sekaligus rekomendasi strategis untuk mendukung pengembangan usaha mie ayam dan bakso melalui digitalisasi penjualan secara efektif.

HASIL

Hasil observasi langsung terhadap unit usaha mie ayam dan bakso di Desa Lempuyang Bandar, Kecamatan Way Pengubuan, Kabupaten Lampung Tengah, menunjukkan bahwa kegiatan operasional masih dijalankan secara konvensional dan belum terintegrasi dengan teknologi digital. Pemilik usaha merangkap sebagai pengelola utama dalam seluruh rantai aktivitas, mulai dari produksi, pelayanan, pencatatan keuangan, hingga pemasaran. Strategi promosi masih bergantung pada relasi sosial pelanggan setempat tanpa dukungan media sosial atau platform digital lainnya. Adapun sistem pencatatan keuangan masih bersifat manual menggunakan buku tulis sederhana, tanpa klasifikasi pendapatan dan pengeluaran yang terstruktur, sehingga menyulitkan analisis kinerja keuangan secara periodik.



Gambar 1. Wawancara pemilik usaha

Wawancara yang dilakukan kepada pemilik usaha mengungkapkan bahwa keterbatasan literasi digital dan ketiadaan pendampingan menjadi hambatan utama dalam adopsi teknologi. Pemilik menyampaikan belum pernah menggunakan media digital karena merasa tidak memahami cara kerjanya dan belum melihat manfaat nyata dari penggunaannya. Padahal, jika mempertimbangkan lokasi usaha yang strategis dan kualitas produk yang kompetitif, peluang pengembangan sangat terbuka apabila strategi digital diterapkan secara tepat.



Gambar 2. Output instagram usaha

Sebagai bentuk intervensi awal, tim kami melakukan pendampingan dalam pengaktifan akun WhatsApp Business dan pembuatan akun Instagram usaha. Pemilik dibimbing untuk mengisi profil bisnis, mengunggah katalog produk, serta mengaktifkan fitur pesan otomatis guna memperlancar interaksi pelanggan. Selain itu, pemilik diperkenalkan dengan konsep dasar visual branding melalui unggahan konten sederhana, seperti foto menu dan informasi harga. Respons pemilik terhadap kegiatan ini sangat positif, tercermin dari antusiasmenya mencoba langsung fitur-fitur baru yang diperkenalkan

PEMBAHASAN

Hasil ini menunjukkan bahwa pendekatan berbasis praktik langsung dan aplikatif dalam pendampingan digital lebih efektif dibandingkan pendekatan teoritis semata. Hal ini sejalan dengan *Dynamic Capabilities Theory* (Teece, 2007) yang menekankan pentingnya kemampuan adaptif pelaku usaha dalam merespons perubahan lingkungan melalui pembelajaran dan inovasi. Selain itu, keberhasilan awal implementasi digitalisasi ini juga mencerminkan fase persuasi dan keputusan dalam *Diffusion of Innovation Theory* (Rogers, 2003), ketika pelaku usaha mulai menyadari manfaat nyata dari suatu inovasi.

Meskipun intervensi yang dilakukan masih bersifat dasar, hasil awal ini memberikan indikasi kuat bahwa pelaku UMKM lokal memiliki potensi besar untuk tumbuh apabila diberikan akses, pendampingan, dan edukasi digital yang kontekstual. Oleh karena itu, strategi pengembangan UMKM sebaiknya tidak hanya berfokus pada penyediaan teknologi, melainkan juga membangun ekosistem pembelajaran dan kolaborasi yang mendorong pelaku usaha untuk terus berinovasi. Harapan selanjutnya, adanya pelatihan lanjutan, pendampingan berkala, serta pembentukan komunitas digital UMKM perlu menjadi bagian integral dari strategi pemberdayaan yang berkelanjutan, sehingga transformasi digital benar-benar mampu meningkatkan efisiensi, pendapatan, dan daya saing usaha secara signifikan.

KESIMPULAN

Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa usaha mie ayam dan bakso di Kecamatan Way Pengubuan masih beroperasi secara konvensional, dengan hambatan utama berupa rendahnya literasi digital dan kurangnya pendampingan. Melalui pendekatan praktik langsung dan edukatif, intervensi digital berhasil meningkatkan kesiapan dan kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas pasar. Secara teoritis, temuan ini memperkuat penerapan teori *Dynamic Capabilities* dan *Diffusion of Innovation* dalam konteks pengembangan UMKM, menunjukkan bahwa keberhasilan digitalisasi tidak hanya bergantung pada ketersediaan teknologi, tetapi juga pada kesiapan internal dan dukungan ekosistem yang kondusif.

Secara praktis, pengabdian ini menawarkan model intervensi yang aplikatif dan mampu bereplikasi untuk mendorong transformasi digital UMKM di daerah lain. Selain itu, hasil pengabdian ini juga menyarankan agar pengembangan UMKM tidak hanya berfokus pada penyediaan teknologi, tetapi juga membangun ekosistem pembelajaran dan kolaborasi yang mendorong inovasi berkelanjutan, serta melakukan kajian mendalam terhadap faktor psikologis, sosial, dan budaya yang mempengaruhi adopsi teknologi. Dengan demikian, penerapan pendekatan kontekstual dan kolaboratif sangat penting dalam proses pemberdayaan dan transformasi digital UMKM, sehingga mereka dapat bersaing secara lebih baik di era digital dan mampu mempertahankan keberlanjutan usaha.

PENGAKUAN

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pemilik usaha mie ayam dan bakso di Desa Lempuyang Bandar, Kecamatan Way Pengubuan yang telah bersedia meluangkan waktunya dan berpartisipasi dalam wawancara serta kegiatan observasi ini. Selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah mendukung kegiatan ini secara non-upaya langsung, sehingga pengabdian masyarakat ini dapat berjalan dengan baik dan memperoleh data yang diperlukan untuk pengembangan usaha dan pemberdayaan UMKM di wilayah tersebut.

DAFTAR REFERENSI

- Adiguna, P., Sutariyono, S., Aisha, N., Herawati, T., Nurrahman, S., Saefullah, A., AR, R., Hakim, M. P., Syaputra, R., & Sitohang, R. M. (2024). Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia pada UMKM Melalui Keterampilan Digital dalam Produksi Pangan. *Journal of Community Research & Engagement*, 1(1), 92–102. <https://jurnal.stieganessa.ac.id/index.php/jcre/article/view/42>
- Nazir, M. A., & Roomi, M. A. (2021). Barriers to Adopting Electronic Commerce for Small and Medium-sized Enterprises in Emerging Economies. *EMAJ: Emerging Markets Journal*, 10(2), 43–55. <https://doi.org/10.5195/emaj.2020.203>
- Operasional, E., Mikro, U., Mendrofa, L., Zandrato, B., & Zai, I. (2025). *PENGARUH DIGITALISASI PADA PENINGKATAN DAN MENENGAH (UMKM) DI INDONESIA*. 02, 100–108.
- Pekanbaru, K. (2025). *TRANSFORMASI DIGITAL UMKM: KAPABILITAS TEKNOLOGI INFORMASI KOMUNIKASI DAN K...* 380–393.
- Permatasari, I. R., Rachmi, A., Sinarya, J. O., & Permanasari, K. I. (2023). Pengaruh Penerapan Digital Marketing Transformation Terhadap Peningkatan Volume Penjualan UMKM Kuliner Kota Malang. *Adbis: Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 17(1), 12–20.
- Sevty, G., Ananda, J., Putra Hafiz, A., & Ramli, F. (2024). Pengaruh Literasi Digital Terhadap Pelaku UMKM dalam Pemasaran Syari'ah. *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 2(3), 82–98. <https://doi.org/10.61132/nuansa.v2i2.1092>
- Sidoarjo, K., & Timur, J. (2025). *Article History: 2*.
- Sitompul, P. S., Sari, M. M., Miranda, C., & Lumban, B. (2025). *Transformasi Digital UMKM Indonesia : Tantangan dan Strategi Adaptasi di Era Ekonomi Digital 1-4 Universitas Negeri Medan , Indonesia*. April.