

# Penguatan *Business Digital* Guna Mendukung Terwujudnya Kampung Wisata Kuliner dan Edukasi Rungkut Surabaya

Mochamad Nurhadi<sup>1a</sup>, Supriyati Supriyati<sup>2b,\*</sup>, Yudha Herlambang Cahya Pratama<sup>3c</sup>

<sup>a</sup> Universitas Hayam Wuruk Perbanas

<sup>b</sup> Universitas Hayam Wuruk Perbanas

<sup>c</sup> Universitas Hayam Wuruk Perbanas

<sup>d</sup> [nurhadi@perbanas.ac.id](mailto:nurhadi@perbanas.ac.id)

<sup>e</sup> [supriyati@perbanas.ac.id](mailto:supriyati@perbanas.ac.id)

<sup>f</sup> [yudha.herlambang@perbanas.ac.id](mailto:yudha.herlambang@perbanas.ac.id)

## Abstract

Digital business has become a medium for business operations and marketing, small and medium enterprises are no exception. The village of kue rungkut, where most of the residents are cake producers, before the COVID pandemic was able to have a large turnover. During the pandemic until post-pandemic, their turnover has decreased and has not been able to compete with large marketplaces that already use digital media in their operations. Limited information technology capabilities, limited resources, reduced role of the younger generation in operations and the unavailability of their online media. Community service activities that have been carried out are in the form of training, assistance for digital business development and evaluation of activities. The target participants in this activity are the management of the cake village community and the appointed online admin. The results of the activity showed that the association's management felt very helpful in handling online transactions, even though the digital business still needed further refinement. Improvements are expected so that the system can produce the information needed by cake producers, so that business continuity can be maintained. The efforts of the association management, cake producers and community service implementing teams are used to make the cake village a culinary and educational tourism village as well as an icon for the city of Surabaya.

Keywords: *Digital Business, Training, Mentoring, Culinary Tourism*

## Abstrak

*Business digital* telah menjadi media operasi dan pemasaran usaha, tidak terkecuali usaha kecil dan menengah. Kampung kue rungkut yang sebagian besar penduduknya adalah produsen kue, sebelum pandemi COVID mampu memiliki omzet yang besar. Selama pandemi sampai pasca pandemi, omzet mereka mengalami penurunan dan belum mampu bersaing dengan *marketplace* besar yang sudah menggunakan media digital dalam operasionalnya. Keterbatasan kemampuan teknologi informasi, keterbatasan sumberdaya, menurunnya peran generasi muda dalam operasional dan belum tersedianya media *online* yang mereka miliki. Kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan berupa pelatihan, pendampingan pengembangan *business digital* dan evaluasi kegiatan. Target peserta dalam kegiatan tersebut adalah pengurus paguyuban kampung kue dan admin *online* yang ditunjuk. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pengurus paguyuban merasa sangat terbantu dalam menangani transaksi *online*, walaupun *business digital* masih memerlukan penyempurnaan kembali. Penyempurnaan yang diharapkan agar sistem tersebut dapat menghasilkan informasi yang dibutuhkan produsen kue, sehingga keberlanjutan usaha dapat dipertahankan. Upaya pengurus paguyuban, produsen kue dan tim pelaksana pengabdian masyarakat digunakan untuk menjadikan kampung kue sebagai kampung wisata kuliner dan edukasi sekaligus ikonik kota Surabaya.

Kata kunci: *Business Digital, Pelatihan, Pendampingan, Wisata Kuliner*

---

## 1. Pendahuluan

Kampung kue Rungkut Surabaya telah memiliki paguyuban produsen kue sejak tahun 1998 setelah terjadinya krisis ekonomi saat itu. Paguyuban Produsen Kue Rungkut Surabaya beranggotakan 76 orang yang mayoritas perempuan, rata-rata usia produsen di atas 30 tahun, rata-rata lama usaha di atas 10 tahun, dengan rata-rata jumlah pegawai 5 orang. Pengurus paguyuban masih terkonsentrasi pada pembenahan produksi dan pemasaran kue mereka. Dedikasi pengurus dan keterlibatan aktif anggota paguyuban hingga saat ini masih beroperasi secara aktif. Saat pandemi COVID-19 memang terjadi penurunan omzet karena berkurangnya permintaan pasar dan ketidakmampuan bersaing dengan *marketplace* besar yang sudah melakukan pemasaran digital (Thaha, 2020; Kusumastutik, 2020). Peluang bisnis bagi usaha kecil, bidang apa saja bisa berpotensi untuk dikembangkan (Marlinah, 2020). Namun demikian, semangat dan dukungan pihak terkait seperti kelurahan, kecamatan, pemerintah Kota Surabaya dan dinas terkait menjadikan kampung kue Rungkut masih bertahan hingga saat ini.

Guna memberikan dukungan keberlanjutan produksi dan pemasaran kue di Rungkut Surabaya, Pemerintah kota Surabaya awal Februari 2022 telah meresmikan kampung kue Rungkut menjadi “**Kampung Wisata Kuliner dan Edukasi**” yang nantinya dijadikan salah satu ikon wisata kuliner kota Surabaya. Wisatawan asing dan domestik dapat belajar membuat kue, berbelanja kue bahkan nongkrong di kampung Kue dengan nuansa wisata kuliner. Siswa, mahasiswa dan akademisi dapat melakukan penelitian dan survei untuk bisa membantu melihat kinerja dan memberikan masukan perbaikan yang berkelanjutan.



Gambar 1. Pasar Kue Rungkut

Hasil diskusi dengan mitra dan survei yang telah dilakukan oleh tim pelaksana menunjukkan adanya permasalahan yang dihadapi oleh produsen kue pasca pandemi. Permasalahan utama yang dihadapi saat ini adalah 1) belum meningkatnya penjualan kue pasca pandemi; 2) keterbatasan pengetahuan produsen kue dalam transaksi *online*; 3) tidak adanya generasi muda yang dilibatkan dalam bisnis mereka; 4) kurangnya pertimbangan mengembangkan pengelolaan bisnis yang berbasis digital. Permasalahan ini melanda hampir semua UMKM di Indonesia (Sasono, 2014; Kumalasari, Becti, & Asandimitra, 2019) termasuk pada produsen kampung kue Surabaya. Harapan produsen yang disampaikan bahwa produsen kue sangat berkeinginan untuk mengangkat kejayaan kampung kue seperti sebelum pandemi, produsen kue sangat berkeinginan mempelajari dan menerapkan *business digital* dalam operasional mereka dan produsen kue ingin tetap mempertahankan keberlangsungan usahanya (Hanum & Sinarasri, 2018).



Gambar 2. Diskusi Bersama Mitra

Permasalahan yang dihadapi produsen kue dan pengurus paguyuban pasca pandemi ini memotivasi tim pelaksana melakukan kegiatan pengabdian masyarakat, dan kegiatan lebih difokuskan pada pelatihan dan pendampingan mitra terkait dengan *business digital* dalam operasional mereka. Kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan tentang teknologi informasi, *business digital* dan pengelolaan manajemen pada pasca pandemi. Informasi dalam menjalankan bisnis bagi perusahaan kecil dapat memberikan fleksibilitas dalam produksi, memudahkan pengiriman, menerima penawaran dengan cepat dan hemat, serta mendukung transaksi cepat tanpa kertas (Basri *et al.*, 2018; Rafika & Kirana, 2019). Bila pengetahuan dan ketrampilan mereka meningkat, maka mereka dapat mengembangkan pemasaran kue hasil produksinya tidak hanya di kota Surabaya tetapi kota lainnya. Di masa datang keberlanjutan usaha mereka dapat dipertahankan dan kampung kue Rungkut akan sangat dikenal dan benar-benar menjadi ikon penting di kota Surabaya sebagai Kampung Wisata Kuliner dan Edukasi, sehingga kesejahteraan warga kampung kue Rungkut Surabaya akan meningkat.

## 2. Metode Pelaksanaan

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi paguyuban dan produsen kue di Rungkut Surabaya, ada beberapa tahapan kegiatan dilakukan antara lain: pelatihan, pendampingan pengembangan *website*, dan evaluasi pelaksanaan kegiatan.

Tahap awal adalah menyelenggarakan pelatihan tentang teknologi informasi dan *business digital* dalam usaha kue. Target peserta adalah produsen kue dan generasi muda yang bisa menggunakan teknologi informasi seperti laptop, PC dan *handphone*. Kegiatan ini akan dilakukan di kampus Universitas Hayam Wuruk (UHW) Perbanas.

Tahap kedua adalah pendampingan pada paguyuban kampung kue. Target mitra yang ditemui adalah pengurus paguyuban dan generasi muda yang ditunjuk menjadi admin/pengelola *business digital*. Kegiatan ini akan dilakukan di rumah salah satu pengurus paguyuban. Pendampingan ini dimulai dari diskusi kebutuhan informasi, pengembangan sistem berbasis *website*, pengembangan transaksi *online*.

Tahap akhir adalah melakukan evaluasi pelaksanaan kegiatan dan implementasi *business digital*. Hal ini dilakukan untuk memberikan gambaran tingkat kemampuan mitra dan kendala yang dihadapi termasuk disain sistem yang dikembangkan, sehingga dapat segera dilakukan penyempurnaan selanjutnya.

## 3. Hasil Dan Pembahasan

Kegiatan yang telah dilakukan tim pelaksana bersama mitra terurai sebagai berikut:

### 1. Pelatihan

Pelatihan dilakukan pada tanggal 4 Juni 2022 dengan peserta sebanyak 10 orang yang terdiri dari 9 orang pengurus paguyuban kampung kue dan 1 orang calon admin *online*. Kegiatan ini dimulai pukul 09.00 sampai 13.00. Materi yang disampaikan yaitu: 1) pengenalan teknologi digital oleh Bapak Yudha Herlambang; 2) review *e-business finance* berbasis *website* oleh Bapak Moch. Nurhadi; 3) langkah praktis *e-business finance* oleh Ibu Supriyati.

### 2. Pendampingan dan pengembangan *website*

Pendampingan telah dilakukan selama 2 bulan oleh mahasiswa dan dosen sebagai tim pelaksana. Pengembangan *e-business finance* berbasis *website* yang dikombinasikan dengan sistem pelaporan keuangan dari transaksi bisnis. Mahasiswa bertugas melakukan identifikasi transaksi harian dan informasi yang dibutuhkan untuk pengembangan. Pendampingan oleh mahasiswa dilakukan setiap minggu dan disampaikan ke dosen untuk dievaluasi.

### 3. Evaluasi kegiatan

Dari hasil pelatihan dan pendampingan dalam pengembangan *business digital*, kemudian dilakukan evaluasi terhadap sistem yang dikembangkan. Hal ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana sistem yang dikembangkan bermanfaat bagi mitra dan untuk mengetahui apakah masih ada kendala dalam operasionalnya.

Pelatihan yang dilakukan walaupun hanya pada pengurus paguyuban kampung kue saja, namun diharapkan pengurus ini dapat mengajari produsen kue lainnya yang bersedia menjalankan bisnis *online*. Antusias yang ditunjukkan peserta mendukung tim pelaksana mempercepat pengerjaan sistem yang dikembangkan berbasis *website*.

---

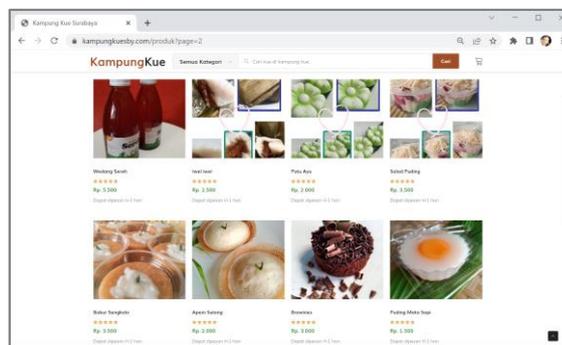


Gambar 3. Proses Pelatihan



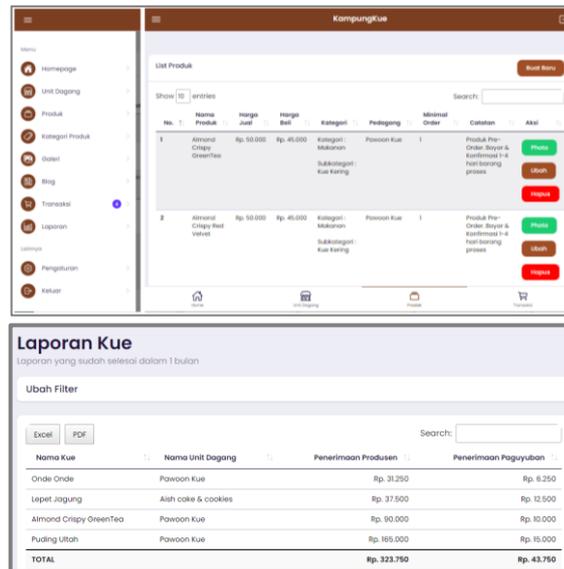
Gambar 4. Output Pelatihan

Pendampingan yang dilakukan menunjukkan hasil yang sangat baik. *E-business finance* yang dikembangkan berbasis *website* sangat menarik produsen kue untuk mempelajari. *Website* di atas telah dikembangkan sebagai media promosi dan juga menangani transaksi pembelian. Namun, keterbatasan dari aspek kemampuan produksi, kemampuan sumberdaya manusia, jejaring dengan pihak lain menyebabkan pemasaran *digital* yang dilakukan belum optimal. Hal ini terlihat omzet penjualan rata-rata per produsen antara 3-5 juta per bulan, masih di bawah omzet sebelum pandemi. Salah satu penyebabnya adalah informasi di *website* belum dilakukan *update* secara rutin. Padahal pemasaran melalui *website* dianggap membantu meningkatkan omzet (Awaludin *et al.*, 2020; Supriyanto & Hana, 2020; Rahmana *et al.*, 2021). Hal ini dikarenakan sebagian pengurus sibuk mempersiapkan perangkat dan kebutuhan untuk kampung wisata kuliner dan edukasi, dan tenaga admin pun masih mempersiapkan UNAS kelas III SMK.



Gambar 5. Produk dan Transaksi di Website

Output informasi berupa laporan penjualan, bagi hasil keuntungan antara produsen dan paguyuban, laporan keuangan belum dibenahi dan dikembangkan secara optimal. Informasi kinerja keuangan sangat diperlukan sebagai bentuk pertanggung jawaban pengurus paguyuban kepada masyarakat, sebagai penilaian kinerja paguyuban dan sebagai elemen penilaian keberadaan serta keberlanjutan kampung kue (Dani, Rahman Hakim; Rosini, Iin; Halimah, Imar; Adisty, 2020). *Website* sebagai *e-Business Finance Digital* masih perlu dikembangkan seiring dengan keberadaan Kampung Wisata Kue Surabaya nantinya.



Gambar 6. Proses *e-Business Finance* pada Website Kampung Kue

Hasil evaluasi seluruh kegiatan pelatihan dan pendampingan adalah sebagai berikut:

1. Pengurus paguyuban merasa sangat terbantu dalam menangani transaksi *online*
2. Pengurus paguyuban merasa tidak tertinggal dengan *marketplace* besar yang sudah menjalankan bisnis online
3. *Website* dan *e-business finance* masih perlu dikembangkan terus dan berkelanjutan, karena masih ada informasi yang dibutuhkan belum tersedia, misalkan pelaporan penjualan, laba usaha, informasi *cash flow* penerimaan uang.
4. Pengurus sebaiknya membuka peluang siswa SMK atau mahasiswa magang untuk membantu admin *online* bila belum memiliki kemampuan menggaji pegawai admin tetap.

## SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan pada produsen kampung kue difokuskan pada kegiatan pelatihan dan pendampingan pengembangan *e-business finance* berbasis *website*. Persaingan pasar khususnya dengan *marketplace* besar sangat berdampak pada menurunnya omzet produsen kue. Produsen kue tidak mampu menjangkau pembeli selama masa pandemi, sehingga permintaan menurun. Pengurus paguyuban merasa sudah saatnya kampung kue dikelola secara digital seiring dengan dicanangkannya sebagai kampung wisata dan edukasi 2022 yang nantinya diharapkan mampu menjadi ikonik kota Surabaya. Pengembangan *business digital* sangat diperlukan untuk mewujudkan hal itu.

Hasil pelatihan dan pendampingan kepada mitra adalah terwujudnya *e-business finance* sebagai awal dari *e-comprehensif reporting* yang dikembangkan tim pelaksana. Dengan adanya pelatihan dan pendampingan secara kontinyu berdampak pada antusiasme pengurus dan produsen kue untuk mengoperasionalkan sistem tersebut. Sistem tersebut dipandang sangat bermanfaat dan menguatkan ketahanan ekonomi mereka, serta diharapkan pasca pandemi ini mampu mendongkrak kejayaan kampung kue kembali.

Namun demikian ada beberapa kendala yang dihadapi sehingga saran yang bisa disampaikan khususnya kepada pengurus paguyuban dan produsen kue adalah 1) sebaiknya pengelola semakin ajek menggunakan sistem tersebut agar semakin mahir; 2) *website* selalu di-*update* kontennya dan dipromosikan agar semakin banyak informasi yang diberikan kepada masyarakat; 3) membuka peluang siswa SMK atau mahasiswa magang untuk membantu admin *online* yang juga masih sekolah; 4) sebaiknya segera menyampaikan harapan atau masukan bila ada pengembangan lain atau penyempurnaan sistem agar kontinuitas usaha terjaga.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi; Dirjen Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi atas pendanaan program PKM 2022 yang diberikan kepada tim pelaksana. Juga,

---

disampaikan kepada Wakil Rektor III dan kepala PPPM Universitas Hayam Wuruk Perbanas yang telah memfasilitasi pelaksanaan kegiatan. Hal yang sama disampaikan kepada pengurus paguyuban dan produsen kampung kue yang telah turut membantu hingga pelaksanaan kegiatan dapat dijalankan secara sukses.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Awaludin, Robi., & Maulana, Y. (2020). Strategi Meningkatkan Daya Saing Ekonomi Produk UMKM dan Wisata Berbasis Digital Business di Desa Cihirup Kecamatan Ciawigebang Kabupaten Kuningan. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 01(01), 38–47.
- Basri, Asril., & Sari, E. M., Umkm, M., Informasi, S., Teknik, F., Persada, U., & Yai, I. (2018). Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (tik) pada usaha mikro, kecil dan menengah (umkm). *Jurnal IKRA-ITH Informatika*, 2(3), 53–60.
- Dani, Rahman Hakim; Rosini, Iin; Halimah, Imar; Adisty, F. M. (2020). Urgensi Penyusunan Laporan Keuangan Koperasi Berbasis SAK EMKM. *Implementasi Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 7–11.
- Hanum, A. N., & Sinarasri, A. (2018). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Adopsi E-Commerce dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UMKM. *Maksimum Media Akuntansi*, 8(1), 1–15.
- Kumalasari, Bekti., & Asandimitra, N. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja UMKM Bojonegoro. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(3), 784–795.
- Kusumastutik, A. D. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 terhadap Eksistensi Bisnis UMKM dalam mempertahankan Business Continuity Management ( BCM ). *E-Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(3), 224–232.
- Marlinah, L. (2020). Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi*, 22(2), 118–124.
- Rafika, Kurnia K., & Kirana, D. H. (2019). Analisis Adopsi Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Digital Bagi UMKM Makanan dan Minuman di Jatinangor. *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah*, 2(1), 188–198.
- Rahmana, A., Fauzi, M., & Suyono, A. M. (2021). Pendampingan Strategi Pemasaran Digital Produk Makanan dalam Menjalankan Bisnis di Era New Normal di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 49–57.
- Sasono, E. (2014). Peran UKM dalam Sektor Ekonomi. *Jurnal STIE Semarang*, 6(3), 74–90.
- Supriyanto, A., & Hana, K. F. (2020). Strategi Pengembangan Desa Digital untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(2), 199–216.
- Thaha, A. F. (2020). Dampak COVID-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand*, 2(1), 147–153.
-