

Implementasi SmartKuliner Babel Berbasis Manajemen Usaha dan Pemasaran Digital pada Asosiasi Pedagang Kaki Lima (APKLI) Pangkalpinang

Christianingrum^{1*}, Nizwan Zukhri², Adi Widiyanto³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Universitas Bangka Belitung, Desa Balunujuk, Kecamatan Merawang, Kabupaten Bangka, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, Indonesia.

E-mail: christianingrum@ubb.ac.id

*Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerk.in.v5i1.7756>

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 08 Aug 2026

Revised: 14 Aug 2026

Accepted: 20 Aug 2026

Kata Kunci:

APKLI Pangkalpinang;
Manajemen Usaha;
Mobile POS;
Pemasaran Digital;
Smartkuliner Babel;
UMKM.

Keywords:

APKLI Pangkalpinang;
business management;
Mobile POS; digital
marketing;
SmartKuliner Babel;
MSMEs.



ABSTRACT

Pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) kuliner memiliki peran penting dalam perekonomian daerah, namun masih menghadapi berbagai permasalahan dalam pengelolaan usaha dan pemanfaatan teknologi digital. Kondisi tersebut juga ditemukan pada pelaku UMKM yang tergabung dalam Asosiasi Pedagang Kaki Lima (APKLI) Pangkalpinang, khususnya dalam pencatatan transaksi, pengelolaan stok bahan baku, perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP), dan penyusunan informasi keuangan usaha yang masih dilakukan secara sederhana dan belum terintegrasi. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mendukung penguatan manajemen usaha dan pemasaran digital melalui implementasi SmartKuliner Babel. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan pemberdayaan partisipatif berbasis pemecahan masalah melalui tahapan identifikasi kondisi awal, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan, dan evaluasi. SmartKuliner Babel dirancang sebagai sistem kasir dan manajemen usaha terintegrasi yang mengombinasikan aplikasi Mobile Point of Sale (POS) untuk pencatatan transaksi harian dengan dashboard manajemen berbasis web untuk memantau data penjualan, stok, dan informasi keuangan usaha. Integrasi sistem tersebut diarahkan untuk mendukung peralihan dari pengelolaan usaha yang sebelumnya dilakukan secara manual menuju pengelolaan yang lebih terstruktur dan berbasis data. Melalui penerapan teknologi yang disertai pelatihan dan pendampingan,

Micro, small, and medium-sized culinary businesses (MSMEs) play a vital role in the local economy, yet they still face various challenges in business management and the adoption of digital technology. These conditions are also evident among MSMEs affiliated with the Pangkalpinang Street Vendors Association (APKLI), particularly in transaction recording, raw material inventory management, calculation of the Cost of Goods Sold (COGS), and the preparation of business financial reports—all of which are still carried out using rudimentary methods and lack integration. This community service initiative aims to support the strengthening of business management and digital marketing through the implementation of SmartKuliner Babel. The implementation method employs a participatory, problem-solving empowerment approach through the following stages: initial condition assessment, training, technology implementation, mentoring, and evaluation. SmartKuliner Babel is designed as an integrated point-of-sale and business management system that combines a mobile point-of-sale (POS) app for recording daily transactions with a web-based management dashboard for monitoring sales data, inventory, and financial information. This system integration is intended to support the transition from manual business management to a more structured, data-driven approach. Through the implementation of technology, accompanied by training and guidance,



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Christianingrum, et al. (2026), Implementasi SmartKuliner Babel Berbasis Manajemen Usaha dan Pemasaran Digital pada Asosiasi Pedagang Kaki Lima (APKLI) Pangkalpinang, 5(1).<https://doi.org/10.31004/jerk.in.v5i1.7756>

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian dan merupakan salah satu sektor yang perlu diperkuat untuk pertumbuhan berkelanjutan (Bachtiar et al., 2026; Ratnaningtyas et al., 2025). Namun, pelaku UMKM masih menghadapi banyak tantangan saat menjalankan usahanya, terutama dalam hal pengelolaan keuangan, operasional, pemasaran, dan pemanfaatan teknologi. Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital dalam UMKM tidak hanya mencakup penggunaan teknologi untuk penjualan, tetapi juga kemampuan untuk memasukkan teknologi ke dalam proses manajemen dan operasional bisnis (Anatan & Nur, 2023).

Pengelolaan keuangan yang belum dilakukan secara sistematis adalah salah satu masalah yang masih banyak dihadapi oleh UMKM. Pelaku usaha kecil dan menengah dapat mengalami kesulitan dalam perencanaan dan pengalokasian keuangan serta mengetahui kondisi laba atau rugi secara nyata jika pencatatan transaksi dan kondisi keuangan masih sederhana (Alinsari, 2021). Digitalisasi pencatatan keuangan dapat membantu mereka mengelola informasi keuangan dengan lebih cepat, lebih akurat, dan lebih mudah, sehingga dapat membantu pemantauan dan pengambilan keputusan bisnis (Hakim et al., 2024).

Selain aspek keuangan, usaha mikro kecil menengah juga menghadapi kesulitan dalam mengurus pekerjaan sehari-hari dan cara menjangkau pasar. Sistem pengendalian persediaan yang kurang memadai (Gaborino et al., 2025; Gaoat et al., 2023), cara pencatatan usaha yang masih sederhana, serta penggunaan teknologi digital yang belum maksimal menjadi beberapa hambatan yang dihadapi UMKM dalam menerapkan transformasi digital (Kallmuenzer et al., 2024). Dalam aspek pemasaran, beberapa pengusaha masih menggunakan media sosial dan promosi dasar saja, tanpa bantuan manajemen data yang terpadu untuk membantu mengambil keputusan (Anatan & Nur, 2023). Digitalisasi dapat mendorong perubahan pada berbagai aspek pengelolaan UMKM, termasuk aspek keuangan, pemasaran, operasional, dan manajemen organisasi. Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi tidak hanya dipahami sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai bagian dari proses transformasi pengelolaan usaha (Anatan & Nur, 2023).

Kondisi itu juga dialami oleh pelaku UMKM kuliner yang menjadi anggota Asosiasi Pedagang Kaki Lima (APKLI) di Pangkalpinang. Berdasarkan hasil pengamatan awal dan pembicaraan dengan mitra, kebanyakan pelaku UMKM kuliner masih mengelola usaha mereka dengan cara yang sederhana. Masalah utama terjadi pada perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP), pengelolaan stok bahan baku, pencatatan penjualan, serta pembuatan rekapitulasi laba usaha. Perhitungan harga pokok produksi masih sering dilakukan dengan menggunakan perkiraan dan belum mencakup semua komponen biaya secara terstruktur dan sistematis, sebagaimana umum ditemukan pada UMKM kuliner sejenis (Muthmainnah et al., 2026). Selain itu, pengelolaan stok bahan baku dan pencatatan transaksi masih dilakukan secara manual atau belum terdokumentasi dengan rapi, sehingga pelaku usaha kesulitan dalam mengawasi kondisi operasional dan keuangan usahanya.

Berdasarkan kondisi awal mitra, sekitar 70 hingga 80 persen pelaku usaha belum melakukan perhitungan HPP secara rinci, sekitar 65 persen belum memiliki catatan stok bahan baku secara rutin, dan sekitar 75 persen belum memiliki laporan laba usaha bulanan yang terdokumentasi. Selain itu, sebagian besar mitra belum menggunakan data konsumen dan masukan dari pelanggan secara teratur sebagai dasar untuk mengevaluasi dan mengambil keputusan bisnis. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa cara pengelolaan usaha mitra masih lebih mengandalkan perasaan dan belum sepenuhnya didukung oleh sistem pengelolaan yang menggunakan data dan teknologi.

Permasalahan di aspek manajemen internal ini juga terkait dengan pemasaran dan hubungan dengan pelanggan. Usaha-usaha biasanya masih menggunakan promosi melalui media sosial pribadi dan rekomendasi dari orang ke orang (Ramadhan & Maulana, 2026), sedangkan data mengenai selera dan pengalaman pelanggan belum diatur secara rapi dan terorganisir, padahal ulasan dan umpan balik konsumen terbukti berperan penting dalam meningkatkan pendapatan dan memperbaiki strategi pemasaran usaha kuliner (Fang, 2022; Liu et al., 2024). Transformasi digital memberi kesempatan bagi usaha kecil untuk meningkatkan keterlibatan dengan pelanggan serta menggabungkan kegiatan pemasaran dengan proses bisnis lainnya (Hokmabadi et al., 2024).

Berdasarkan masalah tersebut, diperlukan solusi yang tidak hanya memberikan pengetahuan melalui pelatihan, tetapi juga menyediakan alat atau sarana yang bisa langsung digunakan oleh mitra dalam menjalankan kegiatan usahanya. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini

menerapkan SmartKuliner Babel sebagai teknologi yang tepat digunakan, yang menggabungkan aspek pengelolaan usaha dan pemasaran digital. Sistem ini dibuat agar para pengusaha UMKM bisa lebih mudah menghitung harga pokok penjualan, mencatat dan mengelola stok bahan baku, mencatat hasil penjualan, membuat laporan laba usaha, serta menggunakan ulasan dari konsumen sebagai acuan untuk mengevaluasi usaha mereka. Pendekatan ini sesuai dengan kebutuhan transformasi digital bagi UMKM yang fokus pada penggunaan teknologi dalam proses kerja sehari-hari serta peningkatan kemampuan para pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi secara lebih efektif, sekaligus memperkuat daya saing usaha di era digital (Anatan & Nur, 2023; Hokmabadi et al., 2024; Hidayah et al., 2025).

Implementasi SmartKuliner Babel dilakukan dengan cara memberikan pelatihan dan bimbingan kepada anggota APKLI Pangkalpinang secara partisipatif, melibatkan mitra secara aktif mulai dari identifikasi masalah hingga evaluasi kegiatan (Chambers, 1994; Rachma et al., 2024). Pelatihan diberikan agar mitra lebih paham mengenai cara mengelola biaya, Harga Pokok Penjualan, stok, mencatat penjualan, menghitung laba usaha, serta memanfaatkan data pelanggan. Selanjutnya, mitra diberi bimbingan dalam menggunakan sistem agar teknologi yang diterapkan tidak hanya tersedia sebagai produk atau aplikasi, tetapi benar-benar bisa digunakan dalam aktivitas usaha sehari-hari. Pendampingan dalam menggunakan teknologi sangat penting karena kurangnya pengetahuan dan keterampilan digital adalah salah satu hambatan utama dalam proses transformasi digital bagi UMKM (Shahadat et al., 2023; Tawil et al., 2024).

Dengan demikian, kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan para pelaku UMKM kuliner yang menjadi anggota APKLI Pangkalpinang dalam bidang manajemen usaha dan pemasaran digital dengan menerapkan SmartKuliner Babel. Kegiatan ini dilakukan khusus untuk membantu mitra meningkatkan kemampuan menghitung harga pokok penjualan, mengelola stok bahan baku, mencatat penjualan dan laba usaha, serta memanfaatkan data dan masukan dari konsumen dalam membuat keputusan yang lebih baik. Implementasi sistem yang disertai dengan pelatihan dan bimbingan diharapkan bisa mendorong perubahan cara pengelolaan usaha dari pola yang sebelumnya lebih bergantung pada perasaan ke arah pengelolaan yang lebih rapi dan didasarkan pada data. Selain itu, hal ini juga diharapkan bisa meningkatkan efisiensi, kemampuan bersaing, serta keberlanjutan usaha UMKM kuliner.

METODE

Kegiatan pengabdian ini mengambil pendekatan pemberdayaan partisipatif yang berorientasi pada pemecahan masalah, dengan mitra dilibatkan sejak identifikasi kebutuhan hingga evaluasi program (Chambers, 1994). Teknologi digital tepat guna dipakai sebagai alat untuk membantu mitra keluar dari persoalan manajemen usaha dan pemasaran yang mereka hadapi sehari-hari. Sasaran kegiatan adalah pelaku UMKM kuliner anggota Asosiasi Pedagang Kaki Lima (APKLI) Kota Pangkalpinang. Program berjalan selama delapan bulan, dari persiapan dan pengumpulan data awal sampai evaluasi akhir dan penyusunan laporan, dan dibagi ke dalam lima tahap: sosialisasi dan identifikasi kondisi awal, pelatihan, penerapan teknologi SmartKuliner Babel, pendampingan dan evaluasi, lalu penguatan keberlanjutan.

Sosialisasi dan Identifikasi Kondisi Awal

Kegiatan dimulai dengan koordinasi bersama mitra dan penyebaran informasi program. Pada tahap ini juga dilakukan pendataan peserta serta kondisi usaha mereka: jenis usaha, struktur biaya, bahan baku yang dipakai, harga jual, pola penjualan, sampai cara mereka selama ini mencatat kegiatan usaha. Data awal ini dipakai untuk menyusun materi pelatihan, menyesuaikan sistem dengan kebutuhan riil mitra, dan sebagai pembanding saat mengukur perubahan di akhir program. Secara khusus, identifikasi kondisi awal (baseline) mengukur kemampuan mitra dalam menghitung Harga Pokok Produksi (HPP), mengelola stok bahan baku, mencatat penjualan dan laba usaha, serta mengolah masukan dari konsumen. Angka-angka inilah yang nanti dibandingkan dengan kondisi akhir (endline).

Pelatihan Manajemen Usaha dan Pemasaran Berbasis Data

Ada dua modul pelatihan. Modul manajemen usaha mengajarkan cara menghitung HPP, mengelola biaya produksi, mencatat stok bahan baku dan penjualan, sampai menyusun rekapitulasi laba usaha. Modul pemasaran berfokus pada satu hal: bagaimana data penjualan dan ulasan konsumen bisa dipakai sebagai dasar mengevaluasi produk, layanan, dan keputusan pemasaran mitra sendiri. Karena materinya disusun dari data usaha masing-masing peserta, pelatihan ini langsung menyentuh kondisi dan kebutuhan setiap mitra, bukan sekadar teori umum.

Penerapan Teknologi SmartKuliner Babel

Setelah pelatihan selesai, giliran teknologi SmartKuliner Babel dipasang di usaha mitra. Sistem ini punya fitur untuk menghitung harga pokok penjualan, mencatat stok bahan baku, merekap penjualan dan laba, mengelola ulasan pelanggan, sampai pendataan UMKM. Sebelum benar-benar dipakai, sistem terlebih dahulu disesuaikan dengan kebutuhan UMKM kuliner mitra dan diuji coba. Barulah kemudian mitra dibimbing memasukkan data usaha dan memakai fitur-fitur utamanya dalam aktivitas sehari-hari. Yang perlu ditekankan, penguasaan teknologi di tahap ini bukan cuma soal bisa mengoperasikan sistem secara teknis; mitra juga perlu belajar membaca informasi yang dihasilkan sistem itu dan memakainya untuk mengambil keputusan usaha.

Pendampingan dan Evaluasi

Pendampingan berjalan bertahap sepanjang proses penerapan sistem: mulai dari perhitungan biaya produksi yang lebih akurat, pencatatan dan pengawasan stok, penyusunan laporan penjualan dan laba secara rutin, sampai pemanfaatan data ulasan pelanggan untuk keputusan pemasaran. Evaluasi programnya sendiri membandingkan kondisi baseline dan endline pada empat aspek: kemampuan menghitung HPP, mengelola stok, mencatat penjualan dan laba, serta memanfaatkan data ulasan konsumen. Tingkat pemakaian SmartKuliner Babel dilihat dari seberapa sering sistem dipakai, selengkap apa data yang diinput, dan sekonsisten apa mitra memakai fitur-fitur utamanya. Angka-angka ini kemudian dilengkapi dengan cerita di baliknya, lewat diskusi kelompok terarah dan wawancara singkat, untuk menangkap perubahan cara mitra mengelola usaha, kemudahan memakai sistem, dan manfaat yang benar-benar mereka rasakan.

Keberlanjutan Program

Tahap terakhir berfokus pada satu pertanyaan: apakah SmartKuliner Babel masih akan dipakai setelah program ini selesai? Untuk menjawabnya, pengelolaan sistem dialihkan ke mitra, disertai panduan pengoperasian, dan satu atau dua pelaku usaha ditunjuk sebagai penggerak di dalam kelompok agar bisa mendorong anggota lain ikut memakai sistem. Bimbingan tambahan masih diberikan, tapi dalam porsi terbatas, dengan tujuan agar mitra pada akhirnya mampu mengoperasikan dan memanfaatkan sistem ini sendiri, tanpa terus bergantung pada tim pengabdian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

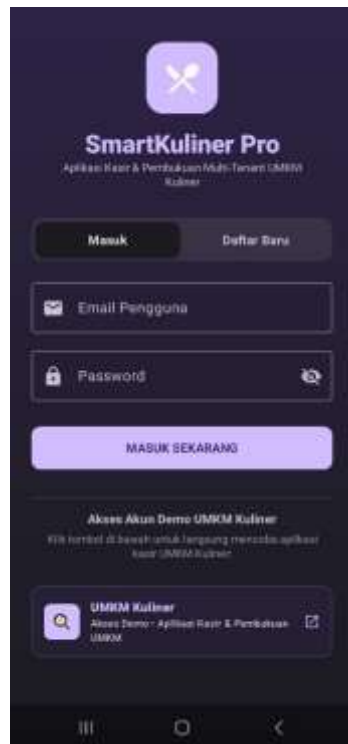
Kondisi Awal dan Permasalahan Mitra

Kondisi awal mitra menunjukkan bahwa pengelolaan bisnis masih dilakukan dengan cara sederhana, dan sebagian besar pekerjaan pencatatan masih dilakukan secara manual. Pencatatan transaksi penjualan, pengelolaan stok bahan baku, dan pembukuan keuangan belum dilakukan secara terintegrasi. Kondisi tersebut berpotensi menyebabkan kesalahan pencatatan data, keterlambatan penyusunan laporan, serta kesulitan mengawasi perkembangan usaha dan mengambil keputusan berbasis informasi.

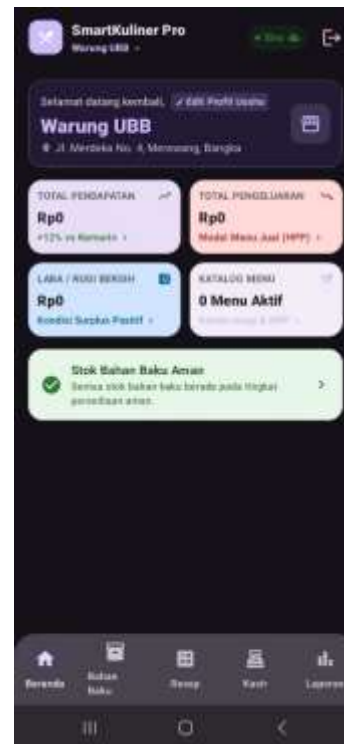
Hasil identifikasi kondisi awal juga menunjukkan kemampuan manajerial mitra masih terbatas: sekitar 25% mitra sudah melakukan perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) secara rinci, sekitar 35% memiliki pencatatan stok bahan baku secara rutin, dan sekitar 25% telah menyusun rekapitulasi laba usaha bulanan. Data ini menjadi dasar dalam merancang bentuk bantuan dan skema penerapan SmartKuliner Babel. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa kebutuhan mitra bukan sekadar teknologi pemasaran, melainkan sistem yang bisa menggabungkan pencatatan operasional dan pengelolaan usaha dalam satu tempat.

SmartKuliner Babel: Sistem Kasir dan Manajemen Usaha Terpadu

SmartKuliner Babel dikembangkan sebagai sistem kasir dan pengelolaan bisnis terpadu berbasis digital, menggabungkan aplikasi Mobile Point of Sale (POS) untuk mencatat transaksi harian dengan dashboard manajemen berbasis web untuk memantau data usaha. Transaksi yang tercatat melalui Mobile POS otomatis memperbarui data penjualan, stok, dan laporan keuangan di dashboard, sehingga mitra tidak perlu lagi merekap data secara manual dari catatan yang terpisah-pisah.



Gambar 1.
Tampilan Login Aplikasi



Gambar 2.
Tampilan Beranda Aplikasi

Peluncuran Aplikasi, Penyerahan Perangkat Pendukung, dan Sosialisasi

Sebagai tahap awal implementasi, kegiatan peluncuran (*launching*) aplikasi SmartKuliner Babel dilaksanakan pada 13 Agustus 2026 bertempat di Taman Dealova, Kota Pangkalpinang, dan dihadiri oleh 50 anggota APKLI Pangkalpinang, Wakil Wali Kota Pangkalpinang, serta perwakilan instansi terkait. Pada kegiatan yang sama, tim pengabdian menyerahkan satu unit personal computer (PC) rakitan kepada APKLI sebagai perangkat operasional bersama untuk mendukung penggunaan dashboard manajemen SmartKuliner Babel, mengingat sebagian besar mitra belum memiliki perangkat memadai untuk mengakses sistem tersebut secara mandiri.

Rangkaian acara ini juga mencakup sosialisasi aplikasi kepada peserta yang hadir, meliputi pengenalan fitur Mobile POS dan dashboard manajemen, alur pencatatan transaksi, serta manfaat penggunaan sistem dibandingkan pencatatan manual yang selama ini dijalankan mitra. Kehadiran Wakil Wali Kota dan instansi terkait pada acara ini turut menjadi bentuk dukungan kelembagaan bagi keberlanjutan program di tingkat kota.

Kegiatan peluncuran, penyerahan PC, dan sosialisasi ini menunjukkan bahwa program telah melewati tahap pengenalan solusi kepada mitra secara kolektif. Namun demikian, penggunaan PC rakitan yang bersifat komunal — satu unit untuk digunakan bersama oleh 50 anggota APKLI — berpotensi menjadi titik hambatan pada tahap penerapan berikutnya, mengingat akses bergiliran terhadap satu perangkat dapat membatasi intensitas latihan individu mitra dalam mengoperasikan dashboard manajemen. Penguasaan sistem secara mandiri oleh masing-masing mitra, termasuk kemampuan menginterpretasikan data untuk pengambilan keputusan usaha, masih memerlukan tahap pendampingan lanjutan yang belum sepenuhnya terlaksana pada periode laporan ini.



Gambar 3. Kegiatan Foto bersama



Gambar 4. Penyerahan Perangkat Pendukung

Rencana Tindak Lanjut

Tahap selanjutnya program diarahkan pada pendampingan intensif penggunaan Mobile POS dan dashboard manajemen dalam kegiatan usaha sehari-hari, penguatan pemanfaatan data ulasan dan masukan konsumen sebagai bagian dari pemasaran digital, serta evaluasi baseline-endline untuk mengukur perubahan kemampuan mitra dalam menghitung HPP, mengelola stok, dan mencatat laba usaha dibandingkan kondisi awal. Keberlanjutan penggunaan sistem pascaprogram turut direncanakan melalui alih kelola kepada mitra dan penunjukan pelaku usaha sebagai penggerak dalam kelompok APKLI.

SIMPULAN

Permasalahan utama yang dihadapi pelaku UMKM kuliner anggota Asosiasi Pedagang Kaki Lima (APKLI) Pangkalpinang berkaitan dengan pengelolaan usaha yang masih dilakukan secara manual, terutama dalam pencatatan transaksi, pengelolaan stok bahan baku, perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP), serta penyusunan informasi keuangan usaha. Kondisi tersebut menyebabkan proses pemantauan kinerja usaha dan pengambilan keputusan belum didukung oleh informasi yang terdokumentasi secara terstruktur.

Sebagai respons atas permasalahan tersebut, SmartKuliner Babel dikembangkan sebagai solusi berbasis teknologi yang mengintegrasikan pencatatan transaksi, pengelolaan stok, perhitungan HPP, rekap penjualan dan laba, serta pemanfaatan informasi konsumen dalam satu sistem. Hingga periode laporan ini disusun, tahapan yang telah dilaksanakan mencakup peluncuran aplikasi, penyerahan perangkat pendukung operasional, dan sosialisasi penggunaan sistem kepada 50 anggota APKLI pada 13 Agustus 2026. Tahap pelatihan intensif, pendampingan penggunaan sistem, serta evaluasi baseline-endline masih akan dilaksanakan pada periode berikutnya untuk memastikan mitra mampu mengoperasikan dan memanfaatkan sistem secara mandiri.

Dengan keberlanjutan tahapan tersebut, SmartKuliner Babel diproyeksikan menjadi sarana pendukung bagi pelaku UMKM kuliner dalam meningkatkan efisiensi pengelolaan usaha, ketepatan pencatatan, dan kemampuan pengambilan keputusan, sekaligus memperkuat kemandirian digital dan keberlanjutan usaha. Sejauh mana proyeksi tersebut tercapai baru dapat dikonfirmasi melalui evaluasi pada akhir periode program.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM), Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi, atas pendanaan kegiatan ini melalui skema Hibah Pemberdayaan Berbasis Masyarakat. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Bangka Belitung atas dukungan administratif dan fasilitasi selama pelaksanaan kegiatan. Penulis menyampaikan apresiasi kepada Asosiasi Pedagang Kaki Lima (APKLI) Pangkalpinang selaku mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, serta kepada seluruh pelaku UMKM kuliner yang terlibat dan berpartisipasi dalam rangkaian kegiatan Implementasi SmartKuliner Babel. Ucapan terima kasih turut disampaikan

kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam perencanaan serta pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

REFERENSI

- Alinsari, N. (2021). Peningkatan literasi keuangan pada UMKM melalui pelatihan dan pendampingan pembukuan sederhana. *Magistrorum et Scholarium: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 256–268. <https://doi.org/10.24246/jms.v1i22020p256-268>
- Anatan, L., & Nur, M. (2023). Micro, small, and medium enterprises' readiness for digital transformation in Indonesia. *Economies*, 11(6), 156. <https://doi.org/10.3390/economies11060156>
- Bachtiar, M. Z. N. H., Hasbiah, H., & Karfin, K. (2026). Culinary MSME development for employment generation and local economic growth: A qualitative case study in Sorong City. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 5(3), 3834–3846. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v5i3.16174>
- Chambers, R. (1994). The origins and practice of participatory rural appraisal. *World Development*, 22(7), 953–969. [https://doi.org/10.1016/0305-750X\(94\)90141-4](https://doi.org/10.1016/0305-750X(94)90141-4)
- Fang, L. (2022). The effects of online review platforms on restaurant revenue, consumer learning, and welfare. *Management Science*, 68(11), 8116–8143. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2021.4279>
- Gaborno, J. A. B., Ernal, J. G. G., Gange, M. S. R. L., Mucho, J. G. P., Cariaga, K. G., Ibieza, D. B., Egaal, L. J. J., & Gentapanan, R. G. (2025). Micro-business owners' inventory management practices. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 8(9), 4550–4559. <https://doi.org/10.47772/IJRISS.2025.909000373>
- Gaoat, M., Cabungcal, C., Enriques, C., Medios, Z., Ruiz, H., Villanueva, J. L., & Gacrama, B. (2023). Impact of inventory management on financial performance of MSMEs in Santiago City. *American Journal of Economics and Business Innovation*, 2(3). <https://doi.org/10.54536/ajebi.v2i3.1839>
- Hakim, A. R., Narulita, S., & Iswahyudi, M. (2024). Digitalisasi pencatatan keuangan usaha kecil mikro dan menengah (UMKM): Perlukah? *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 12(3), 331–337. <https://doi.org/10.26740/akunesa.v12n3.p331-337>
- Hidayah, T., Zahdan, & Damayanti, I. (2025). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing usaha kecil dan menengah (UMKM) di era digital. *Journal of Economics Development Research*, 1(4), 160–170. <https://doi.org/10.71094/joeder.v1i4.249>
- Hokmabadi, H., Rezvani, S. M. H. S., & de Matos, C. A. (2024). Business resilience for small and medium enterprises and startups by digital transformation and the role of marketing capabilities—A systematic review. *Systems*, 12(6), 220. <https://doi.org/10.3390/systems12060220>
- Kallmuenzer, A., Mikhaylov, A., Chelaru, M., & Czakon, W. (2024). Adoption and performance outcome of digitalization in small and medium-sized enterprises. *Review of Managerial Science*, 19(7), 2011–2038. <https://doi.org/10.1007/s11846-024-00744-2>
- Liu, X., Lin, J., Jiang, X., Chang, T., & Lin, H. (2024). eWOM information richness and online user review behavior: Evidence from TripAdvisor. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 19(2), 880–898. <https://doi.org/10.3390/jtaer19020046>
- Muthmainnah, N. I., Anugrah, R., Azizah, A. N., & Baining, M. E. (2026). Evaluasi perhitungan harga pokok produksi berdasarkan metode harga pokok proses pada UMKM Ayam Geprek 88 Merah Ijo di Kabupaten Muaro Jambi. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi Unsurya*, 11(2), 196–208. <https://doi.org/10.35968/jbau.v11i2.2101>
- Rachma, N., Abdullah, A., & Nurhaeda, Z. (2024). Pemberdayaan UMKM dalam meningkatkan kemandirian masyarakat. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(3), 2526–2535. <https://doi.org/10.31764/jmm.v8i3.22339>
- Ramadhan, R., & Maulana, H. N. (2026). Strategi pemasaran digital pada UMKM kuliner: Tinjauan literatur pemanfaatan media sosial di Indonesia. *Journal of Organizational Performance and Analysis*, 2(1), 205–214. <https://doi.org/10.64845/optimamus.v2i1.229>
- Ratnaningtyas, H., Taviprawati, E., Wicaksono, H., & Aditya, M. K. (2025). Potential of MSMEs in the culinary sector: Towards community-based economic empowerment. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 6(1), 32–50. <https://doi.org/10.37631/ebisma.v6i1.1773>
- Shahadat, M. M. H., Nekmahmud, M., Ebrahimi, P., & Fekete-Farkas, M. (2023). Digital technology adoption in SMEs: What technological, environmental and organizational factors influence in emerging countries? *Global Business Review*. Advance online publication.

<https://doi.org/10.1177/09721509221137199>

Tawil, A.-R. H., Mohamed, M., Schmoor, X., Vlachos, K., & Haidar, D. (2024). Trends and challenges towards effective data-driven decision making in UK small and medium-sized enterprises: Case studies and lessons learnt from the analysis of 85 SMEs. *Big Data and Cognitive Computing*, 8(7), 79. <https://doi.org/10.3390/bdcc8070079>