



Implementasi Strategi Transformasi Digital Berbasis Analisis SWOT melalui Modul Inovasi Pengelolaan Manajerial pada UMKM Tahu Goreng ABA

Implementation of SWOT Analysis-Based Digital Transformation Strategy through the Managerial Innovation Module at ABA Fried Tofu MSME

Satrio Ahmadtul Firdaus Romadhoni^{1*}, Dikie Egie Nugraha², Agus Hermawan³,
Agung Winarno⁴

¹⁻²Program Studi Magister Manajemen, Universitas Negeri Malang, Indonesia

³⁻⁴Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang, Indonesia

*Penulis Korespondensi: satrio.ahmadtul.2404138@students.um.ac.id

Riwayat Artikel:

Naskah Masuk: 18 September 2025;

Revisi: 19 Oktober 2025;

Diterima: 25 November 2025;

Tersedia: 27 November 2025

Keywords: Digital Transformation; Innovation Management; MSMES; Participatory Assistance; SWOT Analysis.

Abstract: The development of digital technology has changed the operational paradigm of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), including the culinary sector. However, most MSMEs still face limitations in adopting digital-based management systems. This study aims to implement a SWOT analysis-based digital transformation strategy through the development of a Managerial Innovation Module for the "ABA" Fried Tofu MSME in Malang City. The method used is a descriptive qualitative approach with a Participatory Action Research (PAR) model for three months. Mentoring is carried out through five main aspects: SWOT analysis, product innovation, digital marketing, human resource and financial management, and production waste management. The results show a significant increase in production efficiency, brand image strengthening, market expansion, and increased awareness of environmental sustainability. The implementation of the digital-based innovation module has proven effective in encouraging adaptive, sustainable, and competitive managerial transformation in the digital economy era.

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mengubah paradigma operasional Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), termasuk sektor kuliner. Namun, sebagian besar UMKM masih menghadapi keterbatasan dalam adopsi sistem manajemen berbasis digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengimplementasikan strategi transformasi digital berbasis analisis SWOT melalui pengembangan Modul Inovasi Pengelolaan Manajerial pada UMKM Tahu Goreng "ABA" di Kota Malang. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan model Participatory Action Research (PAR) selama tiga bulan. Pendampingan dilakukan melalui lima aspek utama: analisis SWOT, inovasi produk, pemasaran digital, manajemen SDM dan keuangan, serta pengelolaan limbah produksi. Hasil menunjukkan peningkatan signifikan dalam efisiensi produksi, penguatan citra merek, perluasan pasar, serta peningkatan kesadaran terhadap keberlanjutan lingkungan. Implementasi modul inovasi berbasis digital terbukti efektif mendorong transformasi manajerial yang adaptif, berkelanjutan, dan kompetitif di era ekonomi digital.

Kata Kunci: Analisis SWOT; Inovasi Manajerial; Pendampingan Partisipatif; Transformasi Digital; UMKM.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar terhadap pola bisnis global, termasuk sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Transformasi digital tidak hanya menjadi tren, tetapi telah menjadi kebutuhan fundamental bagi keberlanjutan usaha di tengah perubahan perilaku konsumen dan meningkatnya kompetisi pasar (Mahriani et al.,

2024). Dalam konteks ekonomi modern yang bergerak menuju sistem berbasis teknologi dan informasi, kemampuan UMKM untuk beradaptasi dengan inovasi digital menjadi faktor kunci dalam menjaga eksistensi dan memperluas jangkauan usaha (Salam, 2024).

Namun di sisi lain, banyak UMKM di daerah yang masih menghadapi kendala signifikan dalam proses transformasi digital. Keterbatasan sumber daya manusia, minimnya pengetahuan tentang pemasaran digital, serta belum adanya sistem manajerial yang terstruktur menjadi hambatan utama (Rachmawati et al., 2024). Akibatnya, sebagian besar UMKM masih bergantung pada sistem konvensional dalam operasional bisnisnya, mulai dari proses produksi hingga pemasaran dan pencatatan keuangan (Octavina & Rita, 2021). Padahal, dengan pemanfaatan teknologi digital, UMKM memiliki peluang besar untuk meningkatkan efisiensi, memperluas pasar, dan memperkuat daya saingnya (Suhayati, 2023).

Sektor UMKM, khususnya di bidang kuliner, memainkan peranan vital dalam perekonomian lokal Indonesia. Kontribusi UMKM terhadap penyerapan tenaga kerja dan pemerataan ekonomi menjadikannya tulang punggung pembangunan nasional (Kadin Indonesia, 2024). Namun demikian, di tengah era Revolusi Industri 4.0, UMKM kuliner dihadapkan pada tantangan disrupsi digital yang menuntut adaptasi cepat terhadap teknologi informasi (Salam, 2024). Pelaku usaha yang tetap bertahan dengan pola manajemen tradisional berisiko mengalami stagnasi pertumbuhan bahkan kehilangan pangsa pasar akibat perubahan preferensi konsumen yang semakin digital-oriented (Mahriani et al., 2024).

Oleh karena itu, diperlukan pendekatan pendampingan dan penguatan manajerial yang berbasis inovasi dan teknologi digital agar UMKM dapat bertransformasi secara berkelanjutan (Rachmawati et al., 2024). Salah satu UMKM yang membutuhkan intervensi strategis dalam konteks ini adalah Tahu Goreng “ABA”, sebuah usaha kuliner yang didirikan oleh Bapak Choliq di Kota Malang sejak tahun 1998. Usaha ini lahir dari ketekunan dan adaptasi pasca pemutusan hubungan kerja akibat krisis moneter. Dengan rasa tahu yang khas, harga yang terjangkau, serta pelayanan yang ramah, usaha ini berhasil bertahan lebih dari dua dekade dan menjadi sumber penghidupan keluarga sekaligus membuka lapangan kerja bagi masyarakat sekitar.

Meskipun memiliki potensi besar dan pelanggan setia, Tahu Goreng “ABA” menghadapi sejumlah permasalahan yang membatasi perkembangan usahanya. Dari sisi pemasaran, usaha ini masih mengandalkan strategi konvensional seperti penjualan langsung di pasar dan pemesanan melalui telepon atau WhatsApp tanpa dukungan *branding* digital yang kuat. Dari sisi manajerial, pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual dan belum terpisah antara keuangan pribadi dan usaha. Sementara itu, aspek pengelolaan sumber daya

manusia dan penanganan limbah juga belum memiliki sistem yang terstruktur dan berkelanjutan (Octavina & Rita, 2021).

Untuk menjawab permasalahan tersebut, penelitian dan kegiatan pendampingan ini dirancang dengan pendekatan strategi transformasi digital berbasis analisis SWOT. Tahap pertama dilakukan dengan menganalisis kondisi internal dan eksternal UMKM untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang dihadapi (Salam, 2024). Berdasarkan hasil analisis tersebut, disusun Modul Inovasi Pengelolaan Manajerial sebagai pedoman implementasi strategi yang komprehensif dan aplikatif. Modul ini meliputi lima aspek utama, yaitu: pengembangan produk, pemasaran digital, pengelolaan keuangan sederhana, pengelolaan sumber daya manusia, dan pengelolaan limbah (Rachmawati et al., 2024).

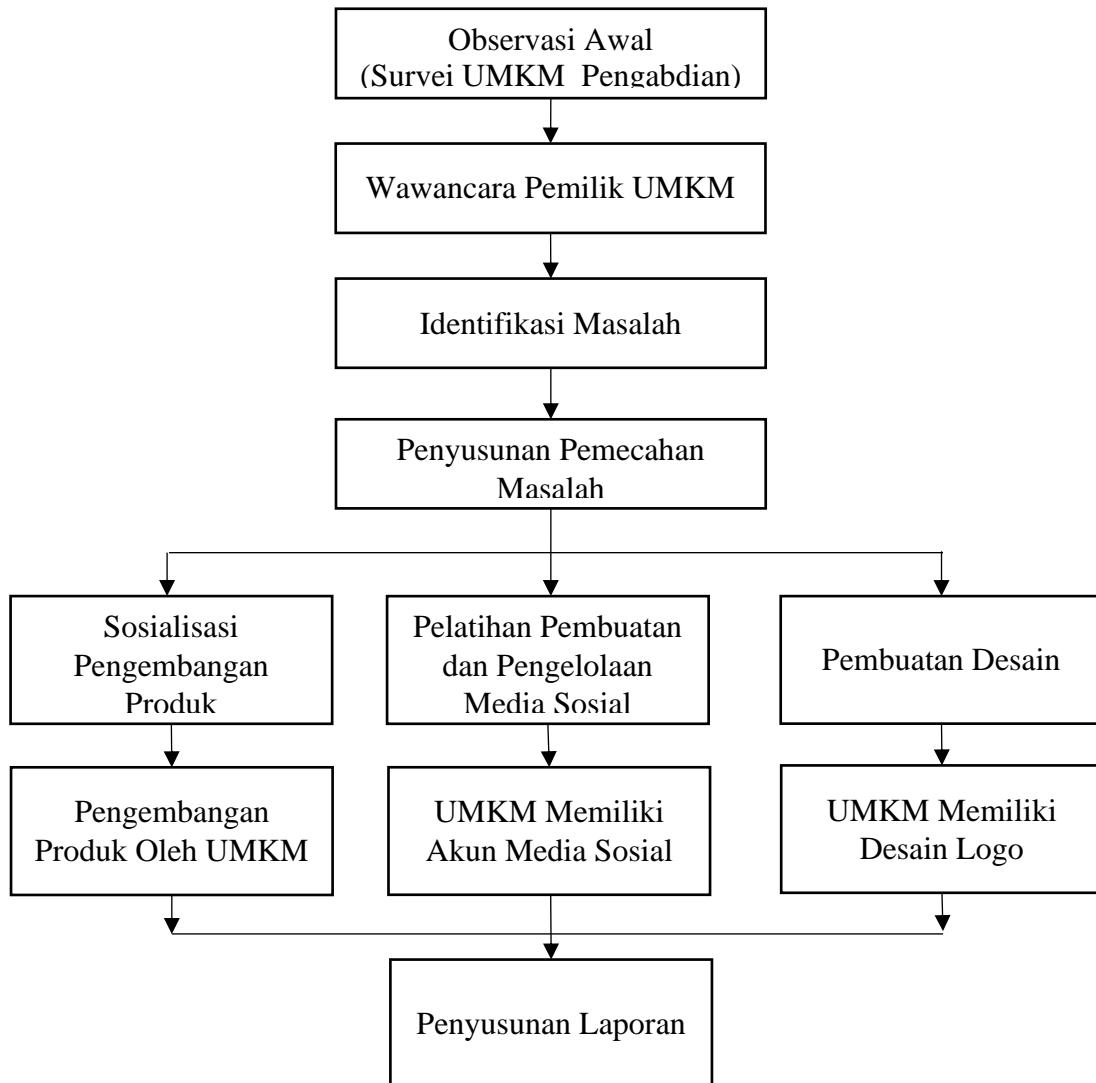
Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menguji efektivitas penerapan strategi transformasi digital dalam meningkatkan kinerja manajerial dan daya saing UMKM Tahu Goreng “ABA”. Melalui pendekatan pendampingan berbasis modul inovasi, diharapkan terjadi peningkatan kapasitas pengelolaan usaha baik dari sisi *branding*, efisiensi produksi, transparansi keuangan, hingga pengelolaan sumber daya yang berkelanjutan. Dengan demikian, Tahu Goreng “ABA” diharapkan tidak hanya mampu bertahan sebagai usaha lokal tradisional, tetapi juga mampu berkembang dan beradaptasi secara digital di tengah tantangan ekonomi modern yang kompetitif (Mahendra et al., 2017).

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan model pendampingan partisipatif (*Participatory Action Research* atau PAR). Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena sosial secara mendalam melalui keterlibatan langsung bersama mitra penelitian (Mills et al., 2009). Model PAR berorientasi pada *empowerment* dan *co-creation of knowledge*, di mana peneliti dan pelaku usaha berkolaborasi dalam mengidentifikasi permasalahan, merancang solusi, dan mengimplementasikannya secara berkelanjutan (Kemmis et al., 2013). Pendekatan ini relevan untuk diterapkan dalam konteks pengembangan UMKM karena mampu menghasilkan perubahan nyata yang kontekstual dan berkelanjutan (Arfik et al., 2025).

Kegiatan penelitian dan pendampingan dilaksanakan selama tiga bulan di lokasi produksi UMKM Tahu Goreng “ABA” yang berlokasi di Kota Malang. Selama periode tersebut, dilakukan serangkaian kegiatan meliputi observasi partisipatif, wawancara mendalam, dokumentasi proses produksi, serta pelatihan dan praktik langsung dalam

pengelolaan usaha(Romdoni et al., 2023). Proses pengumpulan data dilakukan secara triangulatif untuk memastikan validitas informasi (Sugiyono, 2008). Metode ini berorientasi pada peningkatan kapasitas manajerial UMKM melalui penerapan transformasi digital dan penguatan sistem pengelolaan berbasis inovasi (Rachmawati et al., 2024).



Gambar 1. Diagram Alur Kegiatan Pendampingan.

Tahapan penelitian dibagi menjadi tiga fase utama, yaitu:

- Analisis Situasi dan Diagnosis Kebutuhan,
- Perancangan dan Implementasi Modul Inovasi, serta
- Evaluasi Hasil dan Tindak Lanjut.

Tahap Analisis Situasi dan SWOT

Tahap awal dilakukan dengan Analisis Situasi dan SWOT untuk memetakan kondisi aktual usaha secara menyeluruh. Analisis ini bertujuan mengidentifikasi faktor internal seperti kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses), serta faktor eksternal berupa peluang (opportunities) dan ancaman (threats) (Gurl, 2017). Data dikumpulkan melalui observasi langsung terhadap proses produksi, wawancara mendalam dengan pemilik usaha (Bapak Choliq), dan dokumentasi aktivitas harian. Pendekatan SWOT ini membantu menentukan strategi intervensi yang relevan bagi peningkatan aspek manajerial, pemasaran, dan keberlanjutan usaha (Octavina & Rita, 2021).



Gambar 2. Wawancara dan Observasi Lapangan.

Tabel 1. Analisis SWOT.

Elemen SWOT	Tahu Goreng "ABA"	Implikasi Strategis (TO/WO/ST/WT)
S (Kekuatan)	Rasa enak, harga terjangkau, layanan ramah, resep bertahan sejak 1998.	Strategi ST: Gunakan pengalaman 1998 dan rasa enak untuk <i>branding</i> digital yang kuat (Pemasaran).
W (Kelemahan)	Pemasaran konvensional, pencatatan manual, SDM terbatas, pengelolaan limbah.	Strategi WO: Gunakan peluang digital untuk menutupi kelemahan pemasaran konvensional.
O (Peluang)	Tren <i>e-commerce</i> kuliner (GoFood/GrabFood), peningkatan literasi digital konsumen.	Strategi SO: Optimasi <i>e-commerce</i> untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan penjualan.
T (Ancaman)	Persaingan UMKM sejenis, perubahan harga bahan baku (kedelai).	Strategi WT: Membangun loyalitas melalui digitalisasi dan efisiensi biaya melalui pencatatan keuangan.

Tahap Perancangan dan Implementasi Modul Inovasi Pengelolaan Manajerial

Pada tahap kedua menurut (Winarno et al., 2020), peneliti menyusun lima modul tematik yang menjadi kerangka utama kegiatan pendampingan, yaitu: 1) Modul Analisis SWOT, digunakan untuk mengidentifikasi potensi, permasalahan, dan arah pengembangan usaha. 2) Modul Inovasi Produk dan Branding, berfokus pada peningkatan daya tarik visual dan nilai tambah produk melalui desain logo, kemasan baru, serta eksplorasi diversifikasi produk (Kotler & Keller, 2016). 3) Modul Pemasaran Digital, diarahkan untuk meningkatkan visibilitas dan jangkauan pasar dengan memanfaatkan media sosial dan platform digital seperti Instagram, Google Maps, serta ShopeeFood (Rachmawati et al., 2024) 4) Modul Manajemen SDM dan Keuangan, menekankan pentingnya sistem kerja yang terstruktur (*job specification*) serta penerapan pembukuan sederhana menggunakan aplikasi seperti BukuWarung atau CatatanKeuangan (Mendrofa et al., 2025). 5) Modul Pengelolaan Limbah, diarahkan untuk menciptakan nilai ekonomi sirkular melalui pemanfaatan ampas kedelai menjadi pakan ternak dan pengolahan limbah cair menjadi pupuk organik (Handayani & Niam, 2018).

Tabel 2. Area Fokus Bantuan untuk UKM.

No	Fokus Pendampingan	Tujuan	Metode
1	<i>Analisis SWOT</i>	Mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal usaha	Observasi, wawancara, dokumentasi
2	<i>Inovasi Produk dan Branding</i>	Meningkatkan daya tarik dan nilai tambah produk	Desain logo, kemasan baru, uji coba produk
3	<i>Pemasaran Digital</i>	Memperluas pasar melalui media sosial dan e-commerce	Pembuatan akun Instagram, Google Maps, ShopeeFood
4	<i>Manajemen SDM dan Keuangan</i>	Menyusun pembagian kerja dan sistem pembukuan sederhana	Pelatihan SDM, penerapan aplikasi keuangan digital
5	<i>Pengelolaan Limbah</i>	Mengubah limbah produksi menjadi nilai ekonomi baru	Pembuatan pupuk cair dan pakan ternak dari ampas tahu

Implementasi modul dilakukan secara bertahap selama dua minggu untuk setiap aspek, melalui kegiatan pelatihan, diskusi interaktif, praktik langsung, serta monitoring hasil kegiatan. Pendampingan dilakukan secara intensif dan adaptif, disesuaikan dengan kesiapan digital dan kapasitas sumber daya manusia mitra (Salam, 2024).

Tahap Evaluasi dan Tindak Lanjut

Tahap akhir penelitian ini adalah evaluasi dan tindak lanjut, bertujuan untuk mengukur efektivitas strategi transformasi digital terhadap peningkatan kinerja usaha. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah pendampingan menggunakan indikator:

- Peningkatan kualitas kemasan dan branding,
- Kenaikan *engagement* media sosial,
- Keteraturan pencatatan keuangan.
- Pengelolaan limbah yang lebih ramah lingkungan

Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif dengan pendekatan SWOT analitis, di mana setiap temuan diklasifikasikan berdasarkan empat elemen utama: kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Pendekatan ini memudahkan peneliti merumuskan strategi pengembangan yang kontekstual dan realistik (Gurl, 2017).

Secara keseluruhan, metode penelitian ini tidak hanya berfungsi sebagai instrumen analisis, tetapi juga sebagai proses transformatif dan edukatif(Pratikto et al., 2023). Pendekatan PAR menjadikan kegiatan pendampingan sebagai sarana pembelajaran langsung bagi pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan sistem manajemen modern berbasis teknologi digital (Kemmis et al., 2013). Melalui kolaborasi aktif dan strategi berbasis data, diharapkan UMKM Tahu Goreng “ABA” mampu memperkuat daya saing, memperluas pasar, dan menciptakan sistem pengelolaan usaha yang efisien, berkelanjutan, serta berorientasi pada inovasi.

3. HASIL DAN DISKUSI

Implementasi strategi transformasi digital dan inovasi pengelolaan manajerial pada UMKM Tahu Goreng “ABA” dilandasi oleh hasil analisis SWOT yang menjadi dasar pengambilan keputusan strategis. Analisis ini mengungkapkan bahwa kekuatan utama usaha terletak pada cita rasa khas produk, loyalitas pelanggan, dan harga yang kompetitif. Namun, di sisi lain, kelemahan internal cukup signifikan, yaitu sistem pemasaran yang masih konvensional, pencatatan keuangan manual, dan belum adanya identitas merek yang kuat di ranah digital. Peluang besar muncul dari tren *digital marketing* dan kemudahan akses pasar melalui *marketplace* kuliner daring, sementara ancaman eksternal berasal dari meningkatnya jumlah pesaing dan perubahan perilaku konsumen yang beralih ke platform digital. Berdasarkan kondisi tersebut, strategi pengembangan diarahkan pada empat aspek utama, yaitu branding digital, pemasaran e-commerce, penguatan manajerial dan keuangan, serta pengelolaan lingkungan berbasis keberlanjutan.

Analisis SWOT sebagai Dasar Strategi Pengembangan



Gambar 3. Analisis dan Observasi Lanjutan.

Analisis SWOT menjadi tahap krusial dalam memahami posisi strategis UMKM Tahu Goreng “ABA” di tengah persaingan pasar kuliner. Hasil analisis menunjukkan bahwa usaha ini memiliki *strengths* berupa cita rasa gurih dan khas, pelanggan setia, serta kemudahan memperoleh bahan baku lokal. Namun, *weaknesses* yang ditemukan cukup mendasar, yaitu lemahnya sistem manajemen usaha dan pemasaran yang masih mengandalkan jaringan pelanggan tetap tanpa dukungan media digital. Dari sisi *opportunities*, tren makanan tradisional dan meningkatnya kesadaran konsumen terhadap produk lokal membuka peluang ekspansi melalui *digital branding*. Sedangkan *threats* yang dihadapi meliputi persaingan dari produk sejenis, fluktuasi harga kedelai impor, dan pergeseran preferensi konsumen muda terhadap produk cepat saji modern. Dengan demikian, hasil analisis SWOT tidak hanya menjadi alat diagnosis, tetapi juga berfungsi sebagai kerangka berpikir strategis untuk menentukan arah inovasi manajerial dan penerapan transformasi digital yang kontekstual dengan karakteristik UMKM lokal.

Implementasi Strategi Transformasi Digital dan Branding



Gambar 4. Logo Baru UMKM.



Gambar 5. Banner Baru UMKM.

Gambar 6. Akun Instagram dan Goggle Maps Baru.

Transformasi digital menjadi fokus utama dalam pendampingan UMKM Tahu Goreng “ABA” sebagai respon terhadap lemahnya eksposur merek dan minimnya penggunaan media digital. Langkah pertama dilakukan dengan perancangan identitas visual baru, melalui pembuatan logo dan papan nama usaha yang lebih modern, cerah, dan komunikatif agar mudah dikenali oleh konsumen digital. Identitas baru ini bukan sekadar simbol, melainkan alat komunikasi visual yang merepresentasikan profesionalitas dan keunikan produk lokal. Tahapan selanjutnya adalah aktivasi digital branding melalui pembentukan akun media sosial

(Instagram dan TikTok) serta optimalisasi *Google My Business* untuk meningkatkan visibilitas usaha di platform pencarian online. Strategi ini diperkuat dengan pendaftaran usaha di platform e-commerce seperti *Shopee Food*, sehingga jalur pemasaran tidak lagi terbatas pada pembeli lokal di sekitar Kedung Kandang, tetapi dapat menjangkau wilayah yang lebih luas. Aktivitas konten digital dikembangkan dengan menonjolkan *value* produk lokal, proses pembuatan tradisional, dan kisah inspiratif perjalanan usaha sejak 1998. Langkah-langkah tersebut berhasil menciptakan *digital footprint* yang kuat serta meningkatkan kesadaran merek di ranah daring, terlihat dari peningkatan interaksi pelanggan dan jangkauan promosi yang lebih luas.

Implementasi Modul Inovasi Pengelolaan Manajerial



Gambar 7. Modul dan Buku Pencatatan Sederhana.

Selain aspek digital, pendampingan juga difokuskan pada penguatan sistem manajerial internal agar usaha dapat beroperasi secara lebih efisien dan terukur. Melalui modul keuangan sederhana, pemilik usaha didampingi untuk memisahkan keuangan pribadi dan usaha, serta mulai menggunakan aplikasi pembukuan digital seperti *BukuWarung*. Penerapan sistem ini memberikan transparansi arus kas dan memungkinkan pemantauan omzet harian secara lebih akurat. Sebelumnya, pencatatan hanya dilakukan secara manual tanpa format tetap, yang sering menyebabkan kesulitan dalam mengukur keuntungan riil dan biaya operasional. Setelah pendampingan, pemilik usaha mampu menyusun laporan keuangan sederhana dan memiliki data historis yang berguna untuk evaluasi maupun pengajuan pembiayaan di masa depan.

Pada aspek Sumber Daya Manusia (SDM), dilakukan restrukturisasi pembagian kerja yang sebelumnya bersifat kekeluargaan menjadi sistematis dengan penyusunan *job specification*. Rotasi kerja sederhana juga diterapkan agar anggota keluarga memiliki pemahaman lintas fungsi, sehingga proses produksi tetap berjalan meskipun salah satu anggota tidak hadir. Selain itu, diperkenalkan pula sistem *reward and recognition* sederhana untuk meningkatkan motivasi kerja. Peningkatan kesadaran manajerial ini secara langsung berdampak pada efisiensi produksi yang meningkatkan dibandingkan kondisi sebelum pendampingan.

Inovasi Produk dan Pengelolaan Limbah Berbasis Keberlanjutan



Gambar 8. Proses Penyampaian Cara Pengolahan Limbah.

Transformasi inovasi tidak berhenti pada aspek manajerial dan digital, tetapi juga meluas ke bidang pengembangan produk dan pengelolaan limbah sebagai wujud keberlanjutan usaha. Dalam modul inovasi produk, dilakukan riset sederhana untuk menambah variasi *tahu goreng berbumbu* dan memperbaiki desain kemasan agar lebih higienis dan menarik secara visual. Inovasi ini terbukti meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas produk, serta memperluas segmen pasar terutama di kalangan muda.

Sementara itu, dalam aspek pengelolaan limbah produksi, pendekatan ekonomi sirkular diterapkan. Limbah padat berupa ampas kedelai yang sebelumnya dibuang kini dimanfaatkan sebagai bahan pakan ternak lokal, sedangkan limbah cair hasil perendaman dan penggorengan diolah menjadi pupuk organik cair melalui fermentasi sederhana. Selain mengurangi pencemaran lingkungan, kegiatan ini juga memberikan nilai tambah ekonomi baru bagi UMKM. Edukasi tentang *sustainable business* menjadi bagian penting dari modul ini, menanamkan kesadaran bahwa keberlanjutan lingkungan dan efisiensi ekonomi dapat berjalan beriringan.

Dampak dan Evaluasi Implementasi



Gambar 9. Penyerahan Modul dan Foto dengan Pemilik UMKM.

Evaluasi hasil pendampingan menunjukkan bahwa implementasi strategi transformasi digital dan inovasi pengelolaan manajerial memberikan dampak nyata bagi perkembangan UMKM Tahu Goreng “ABA”. Dari sisi operasional, efisiensi waktu produksi meningkatkan, sementara omzet penjualan mengalami peningkatan dalam periode tiga bulan. Secara manajerial, pemilik usaha menunjukkan peningkatan literasi digital dan keuangan, yang tercermin dari kemampuan mengelola akun media sosial bisnis serta pembukuan digital secara mandiri. Dari perspektif pemasaran, digitalisasi memperluas jangkauan pasar hingga luar wilayah Malang, sementara peningkatan branding visual menciptakan citra usaha yang lebih profesional dan modern. Dampak lain yang signifikan adalah peningkatan kesadaran terhadap keberlanjutan lingkungan, di mana pengelolaan limbah yang semula diabaikan kini justru menjadi bagian dari rantai nilai produksi.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kombinasi antara analisis SWOT, modul inovasi manajerial, dan strategi transformasi digital mampu menghasilkan perubahan yang signifikan dan terukur bagi UMKM lokal. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan daya saing, tetapi juga memperkuat kemandirian usaha, membangun budaya manajerial yang berbasis data, serta mendorong keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Dengan demikian, model pendampingan partisipatif ini dapat direplikasi sebagai pola

pengembangan UMKM lain yang sedang beradaptasi dengan tuntutan era digital.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan

Penelitian ini menegaskan bahwa transformasi digital berbasis analisis SWOT merupakan pendekatan strategis yang efektif dalam meningkatkan kinerja dan daya saing UMKM di era digital. Melalui model pendampingan partisipatif, UMKM *Tahu Goreng ABA* berhasil melakukan perubahan signifikan dalam aspek manajerial, pemasaran, dan pengelolaan lingkungan. Analisis SWOT berperan penting dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi usaha, sehingga strategi yang diterapkan benar-benar sesuai dengan kebutuhan lapangan.

Implementasi Modul Inovasi Pengelolaan Manajerial memberikan hasil nyata pada beberapa aspek. Peningkatan efisiensi produksi sebesar melalui penataan proses kerja dan pembagian tugas yang sistematis. Peningkatan omzet penjualan akibat perluasan jangkauan pemasaran digital. Peningkatan literasi keuangan dan digital melalui penerapan aplikasi pembukuan daring. Terbangunnya kesadaran lingkungan melalui pengolahan limbah menjadi produk bernilai ekonomi.

Transformasi digital yang diterapkan tidak hanya berdampak pada modernisasi sistem operasional, tetapi juga pada perubahan pola pikir manajerial pelaku usaha dari orientasi tradisional menuju orientasi berbasis data dan keberlanjutan. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa digitalisasi dapat menjadi katalis utama untuk membangun ketahanan dan kemandirian UMKM lokal di tengah kompetisi yang semakin dinamis.

Saran

Berdasarkan hasil dan temuan penelitian, beberapa rekomendasi strategis yang dapat diajukan adalah sebagai berikut: 1) Peningkatan Kapasitas Digital dan Manajerial. UMKM perlu terus meningkatkan literasi digital melalui pelatihan berkelanjutan terkait pemasaran daring, analisis data pelanggan, dan manajemen keuangan berbasis aplikasi. Dukungan dari lembaga pendidikan tinggi dan pemerintah daerah sangat diperlukan untuk menciptakan ekosistem pembelajaran digital yang berkelanjutan bagi pelaku UMKM. 2) Replikasi Model Pendampingan Partisipatif. Model pendampingan berbasis *Participatory Action Research* terbukti efektif karena mengutamakan kolaborasi langsung antara pendamping dan pelaku usaha. Oleh karena itu, model ini direkomendasikan untuk diterapkan pada UMKM lain di sektor kuliner tradisional agar dapat memperluas dampak pemberdayaan dan inovasi manajerial. 3) Penguatan Branding dan Inovasi Produk Berkelanjutan. *Tahu Goreng ABA* perlu

terus mengembangkan identitas digital melalui konten interaktif dan inovasi varian produk berbumbu yang sesuai dengan selera pasar modern. Strategi ini akan mempertahankan loyalitas pelanggan lama sekaligus menarik konsumen baru di pasar digital. 4) Integrasi Keberlanjutan dalam Rantai Produksi. Pengelolaan limbah yang telah dilakukan perlu ditingkatkan menjadi sistem berkelanjutan dengan potensi komersialisasi produk sampingan, seperti pupuk organik cair atau pakan ternak, guna menciptakan nilai tambah ekonomi dan ramah lingkungan.

Dengan langkah-langkah tersebut, UMKM *Tahu Goreng ABA* dapat menjadi contoh sukses transformasi digital dan inovasi manajerial bagi pelaku usaha kecil lain di Indonesia. Sinergi antara teknologi, pendampingan berkelanjutan, dan kesadaran lingkungan akan menjadi kunci utama dalam membangun UMKM tangguh di era ekonomi digital berkelanjutan.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Dengan segala kerendahan hati, ucapan syukur dan terima kasih yang sebesar-besarnya kami haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga program kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema "Implementasi Strategi Transformasi Digital Berbasis Analisis SWOT melalui Modul Inovasi Pengelolaan Manajerial pada UMKM Tahu Goreng 'ABA'" dapat terlaksana dengan baik dan mencapai tujuan yang diharapkan. Keberhasilan program ini tidak lepas dari dukungan, bimbingan, dan kerjasama dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, kami ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang tulus kepada Bapak Dr. Agus Hermawan, Grad.Dip.Mt, M.Si, Mbus dan Bapak Prof. Dr. Agung Winarno, M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, masukan, serta bimbingan yang konstruktif dan tak ternilai harganya, sehingga modul bimbingan dapat tersusun dan terlaksana secara efektif. Bapak Choliq dan Keluarga, Pemilik UMKM Tahu Goreng "ABA", atas kesediaan, keterbukaan, kerjasama, dan partisipasi aktif yang luar biasa dalam setiap tahapan bimbingan, mulai dari proses observasi, analisis kesenjangan, hingga implementasi Modul Inovasi Pengelolaan Manajerial. Keramahan dan semangat juang Beliau menjadi inspirasi utama kegiatan ini. Kami berharap program ini dapat memberikan manfaat yang nyata dan berkelanjutan bagi UMKM Tahu Goreng "ABA" serta menjadi contoh sinergi yang baik antara dunia akademik dan pelaku usaha mikro.

DAFTAR REFERENSI

- Arfik, U. A., Nabila, A., Nuraini, K., Mutamainnah, F. A., Ayatulloh, M. I., Anhar, M. A. Z.-Z. T., Arianto, A. R., & Subagyo, A. A. W. (2025). Penguatan branding berbasis nilai syariah bagi UMKM melalui pendekatan participatory action research. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 615-621.
- Gurl, E. (2017). SWOT analysis: A theoretical review.
- Handayani, T., & Niam, H. M. A. (2018). Pemanfaatan limbah tahu sebagai pupuk cair organik dan es krim untuk meningkatkan pendapatan dan pengembangan produk. *Jurnal Dedikasi*, 15.
- Kemmis, S., McTaggart, R., & Nixon, R. (2013). *The action research planner: Doing critical participatory action research*. Springer Science & Business Media. <https://doi.org/10.1007/978-981-4560-67-2>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A framework for marketing management* (6th ed.). Pearson Education Limited.
- Mahendra, A. M., Djatmika, E. T., & Hermawan, A. (2017). The effect of entrepreneurship education on entrepreneurial intention mediated by motivation and attitude among management students, State University of Malang, Indonesia. *International Education Studies*, 10(9), 61-69. <https://doi.org/10.5539/ies.v10n9p61>
- Mahriani, M. W., Sanistasya, P. A., Zaini, M., & Hijrah, L. (2024). UMKM menuju digital dalam efisiensi sistem pemesanan menggunakan aplikasi "Whatsform." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2), 2370-2378. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.3251>
- Mendrofa, L., Zendrato, B., & Zai, I. (2025). Pengaruh digitalisasi pada peningkatan efisiensi operasional usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia tahun 2023. *Jurnal Ilmu Ekonomi, Pendidikan Dan Teknik*, 2(1), 100-108.
- Mills, A. J., Durepos, G., & Wiebe, E. (2009). *Encyclopedia of case study research*. Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781412957397>
- Octavina, L. A., & Rita, M. R. (2021). Digitalisasi UMKM, literasi keuangan, dan kinerja keuangan: Studi pada masa pandemi Covid-19. *Perbanas Journal of Business and Banking*, 11(1), 73-92.
- Pratikto, H., Winarno, A., & Restuningdiah, N. (2023). The role of entrepreneurial competencies: Successful key SMEs a literature review. *International Journal of Professional Business Review*, 8(7), 1. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i7.1955>
- Rachmawati, D., Wijaya, H., Haryudiniarti, A. N., & Dewi, N. F. (2024). Optimalisasi UMKM "Go Digital" melalui literasi digital dan literasi financial UMKM Keripik Basreng Bibu Tirtajaya, Depok. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 7(2), 465-473. <https://doi.org/10.30591/japhb.v7i2.6569>
- Romdoni, I. A., Purwanti, N., Hermawan, A., Haryadi, R. N., Pusvisasari, L., & Irawati, I. (2023). Pelatihan keuangan dan literasi bisnis untuk UMKM: Pengabdian yang berdampak pada stabilitas usaha mikro di Sumedang. *Jabdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 39-43. <https://doi.org/10.56457/jabdimas.v1i2.83>

- Salam, A. (2024). Transformasi digital UMKM Indonesia di era industri 5.0: Studi kasus di Kota Banda Aceh. *Jurnal Manajemen Dan Teknologi*, 1(1), 1-10. <https://doi.org/10.63447/jmt.v1i1.772>
- Sugiyono. (2008). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. CV. Alfabeta.
- Suhayati, M. (2023). Digitalisasi usaha mikro, kecil dan menengah. Info Singkat Kajian Singkat Terhadap Isu Aktual Dan Strategis, 15, 16-20.
- Winarno, A., Agustina, Y., Wijijayanti, T., Churiyah, M., & Subagyo, S. (2020). Pelatihan manajemen dan pembukuan dasar bagi IKM Sanan Kota Malang. *Jurnal Karinov*, 3(1), 58. <https://doi.org/10.17977/um045v3i1p58-63>