

Digitalisasi UMKM melalui Implementasi QRIS dan Optimalisasi Google Maps sebagai upaya Peningkatan Akses Pasar di Desa Jawisari

Archil Inayatus Sa'adah¹, Achmad Wildan Tafrijiyanto², Yosie Andrea Rizky³, Nadjwa Salsabila⁴, Ririn Fitriana⁵, Nina Farliana⁶

¹Teknik Kimia, Universitas Negeri Semarang

²Pendidikan Bahasa Jawa, Universitas Negeri Semarang

³Pendidikan Jasmani, Kesehatan dan Rekreasi, Universitas Negeri Semarang

⁴Pendidikan Administrasi Perkantoran, Universitas Negeri Semarang

^{5,6}Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Semarang

e-mail: archilinayatus@students.unnes.ac.id

Abstract

MSMEs in Jawisari Village continue to face limitations in the adoption of digital payment systems and the use of online platforms to expand their market reach. This community service program aims to strengthen the digitalization of MSMEs through the implementation of QRIS as a cashless payment method and the optimization of Google Maps as a promotional medium and business location marker. The program was carried out using a participatory approach consisting of observation, socialization, technical training, mentoring, and evaluation. The activities included assistance with QRIS registration, the creation of Google Business Profiles, the addition of business locations to Google Maps, and training on the digital management of business information. The results indicate that participating MSMEs successfully adopted QRIS and established their business presence on Google Maps, making their businesses easier for consumers to find while enabling more practical and efficient transaction processes.

Keywords: MSMEs, QRIS, Google Maps, Digitalization, Market Access

Abstrak

Pelaku UMKM di Desa Jawisari masih menghadapi keterbatasan dalam penggunaan sistem pembayaran digital dan pemanfaatan platform daring untuk memperluas jangkauan pasar. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memperkuat digitalisasi UMKM melalui penerapan QRIS sebagai metode pembayaran non-tunai dan optimalisasi Google Maps sebagai media promosi serta penanda lokasi usaha. Pelaksanaan program menggunakan pendekatan partisipatif melalui observasi, sosialisasi, pelatihan teknis, pendampingan, dan evaluasi. Bentuk kegiatan meliputi pendampingan pendaftaran QRIS, pembuatan Google Business Profile, penambahan titik lokasi usaha pada Google Maps, serta pelatihan pengelolaan informasi usaha secara digital. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa UMKM peserta berhasil menggunakan QRIS dan memiliki identitas usaha pada Google Maps sehingga usaha lebih mudah ditemukan oleh konsumen dan proses transaksi menjadi lebih praktis.

Kata kunci: UMKM, QRIS, Google Maps, Digitalisasi, Akses Pasar

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam aktivitas ekonomi dan perdagangan. Challenges dan Iskandar (2025) menjelaskan bahwa perkembangan teknologi informasi dan *e-commerce* telah mengubah pola transaksi masyarakat dari sistem konvensional menuju sistem digital yang lebih cepat, efisien, dan mudah diakses. Perubahan tersebut mendorong pelaku usaha untuk beradaptasi dengan memanfaatkan berbagai platform digital sebagai sarana pemasaran maupun transaksi. Di sisi lain, perkembangan teknologi juga mengubah perilaku konsumen yang semakin terbiasa mencari informasi produk, membandingkan harga, serta melakukan pembayaran secara digital sebelum melakukan pembelian. Kondisi ini menunjukkan bahwa digitalisasi telah menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing suatu usaha (Anabuni *et al.*, 2025; Saputri *et al.*, 2025).

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian Indonesia karena berkontribusi besar terhadap penyerapan tenaga kerja dan pertumbuhan ekonomi nasional. Menurut Saputri *et al.* (2025), digitalisasi pemasaran dan pemanfaatan sistem pembayaran digital mampu meningkatkan daya saing serta mendorong revitalisasi UMKM agar lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi. Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan pelaku usaha memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kualitas pelayanan, serta mempermudah komunikasi dengan konsumen. Selain itu, Dessyana Suryawandari *et al.* (2025) menjelaskan bahwa implementasi *e-commerce* melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan mampu meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya secara lebih efektif. Oleh karena itu, digitalisasi tidak lagi dipandang sebagai pilihan, tetapi telah menjadi kebutuhan bagi UMKM agar mampu bertahan dalam persaingan bisnis yang semakin kompetitif.

Meskipun demikian, proses transformasi digital pada sektor UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, khususnya di wilayah pedesaan. Anabuni *et al.* (2025) mengemukakan bahwa keterbatasan literasi digital, rendahnya pemanfaatan teknologi, serta minimnya pendampingan menjadi hambatan utama bagi pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi digital. Kondisi tersebut menyebabkan sebagian besar UMKM masih mengandalkan metode pemasaran secara konvensional dan transaksi tunai dalam menjalankan usahanya. Padahal, penggunaan teknologi digital dapat meningkatkan efisiensi operasional sekaligus memperluas akses pasar. Sejalan dengan hal tersebut, Challenges dan Iskandar (2025) menegaskan bahwa pelaku usaha yang tidak mampu beradaptasi dengan perkembangan digital berpotensi mengalami penurunan daya saing di tengah pesatnya perkembangan ekonomi digital.

Fenomena tersebut juga ditemukan pada UMKM di Desa Jawisari, Kecamatan Limbangan, Kabupaten Kendal. Berdasarkan hasil observasi lapangan, sebagian besar pelaku usaha masih menjalankan aktivitas usaha secara sederhana dengan mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dan transaksi menggunakan uang tunai. Sebagian besar pelaku UMKM juga belum memanfaatkan teknologi digital sebagai media promosi maupun sistem pembayaran. Nova *et al.* (2025) menjelaskan bahwa optimalisasi digitalisasi usaha melalui pemanfaatan *Google Maps* mampu meningkatkan visibilitas usaha sehingga lebih mudah ditemukan oleh calon konsumen. Selain itu, Ly Ratu dan Wafa (2026) menyatakan bahwa pemanfaatan *Google Maps* dan media sosial sebagai strategi pemasaran digital mampu meningkatkan jangkauan promosi sekaligus berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Kondisi tersebut menunjukkan

bahwa pelaku UMKM di Desa Jawisari memiliki peluang yang besar untuk berkembang apabila memperoleh pendampingan dalam pemanfaatan teknologi digital.

Selain aspek pemasaran, sistem pembayaran juga menjadi salah satu faktor yang perlu diperhatikan dalam mendukung perkembangan UMKM. Sebagian besar transaksi yang dilakukan pelaku UMKM di Desa Jawisari masih menggunakan uang tunai sehingga proses pembayaran sering kali bergantung pada ketersediaan uang pas maupun uang kembalian. Bersama *et al.* (2026) menjelaskan bahwa penerapan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) mampu meningkatkan efisiensi, keamanan, serta kemudahan transaksi bagi pelaku UMKM. Hal yang sama juga disampaikan oleh Khotima *et al.* (2026) yang menyatakan bahwa QRIS merupakan strategi digitalisasi sistem pembayaran yang mampu meningkatkan kualitas pelayanan sekaligus mendorong adaptasi UMKM terhadap perkembangan ekonomi digital. Oleh karena itu, penerapan QRIS menjadi salah satu solusi yang relevan untuk meningkatkan efektivitas transaksi pada UMKM di Desa Jawisari.

Transformasi digital menjadi kebutuhan penting bagi UMKM di Desa Jawisari dalam meningkatkan efisiensi transaksi, memperluas pemasaran, dan memperkuat daya saing usaha. Penerapan QRIS dapat mempermudah proses pembayaran, meningkatkan literasi digital, serta mendukung pencatatan transaksi yang lebih tertib (Anabuni *et al.*, 2025; Kotta & Paramitalaksmi, 2026; Nikmah & Wafa, 2025). Sementara itu, pemanfaatan *Google Maps* dapat memperkuat identitas digital usaha, meningkatkan visibilitas, serta memudahkan konsumen memperoleh informasi mengenai lokasi, produk, dan layanan UMKM (Sari *et al.*, 2025; Nova *et al.*, 2025). Di tengah perubahan perilaku konsumen yang semakin bergantung pada teknologi digital dalam mencari informasi dan melakukan transaksi, kemampuan UMKM untuk beradaptasi menjadi semakin penting. Oleh karena itu, KKN UNNES memilih intervensi berupa pendampingan penerapan QRIS dan optimalisasi *Google Maps* di Desa Jawisari sebagai langkah strategis untuk membantu pelaku UMKM beradaptasi dengan ekosistem digital, meningkatkan jangkauan konsumen, memperluas peluang transaksi, serta memperkuat daya saing usaha di tengah perkembangan ekonomi digital (Badrawani, 2025; Fajriani *et al.*, 2025).

Google Business Profile yang terintegrasi dengan *Google Maps* memberikan berbagai kemudahan bagi pelaku UMKM dalam membangun identitas usahanya secara digital. Melalui platform tersebut, pelaku usaha dapat menampilkan nama usaha, alamat, jam operasional, nomor telepon, dokumentasi produk, hingga ulasan pelanggan yang dapat diakses oleh masyarakat kapan saja. Abdillah *et al.* (2025) menjelaskan bahwa keberadaan *Google Business Profile* mampu meningkatkan visibilitas usaha sehingga calon pelanggan lebih mudah menemukan lokasi bisnis melalui *Google Search* maupun *Google Maps*. Selain itu, Alfajri *et al.* (2026) menyatakan bahwa kombinasi penggunaan *Google Maps* dan QRIS mampu meningkatkan efisiensi transaksi, aksesibilitas konsumen, serta citra profesional UMKM dalam menghadapi persaingan bisnis berbasis digital.

Meskipun menawarkan berbagai manfaat, pemanfaatan QRIS dan *Google Maps* oleh UMKM di wilayah pedesaan masih belum optimal. Rendahnya literasi digital, kurangnya informasi mengenai proses pendaftaran, serta minimnya pendampingan menjadi beberapa faktor yang menyebabkan pelaku UMKM belum memanfaatkan kedua teknologi tersebut secara maksimal. Sa'roni *et al.* (2025) menjelaskan bahwa pendampingan secara langsung mampu meningkatkan inklusi digital UMKM melalui pembuatan QRIS dan *Google Maps* sehingga jangkauan pemasaran menjadi lebih luas

dan transaksi digital meningkat. Senada dengan hal tersebut, Amaliah *et al.* (2025) menyatakan bahwa integrasi QRIS, *Google Maps*, dan literasi teknologi masyarakat merupakan strategi yang efektif dalam mempercepat transformasi digital UMKM sekaligus meningkatkan daya saing usaha di tingkat lokal.

Berdasarkan berbagai hasil penelitian tersebut, penerapan QRIS dan *Google Business Profile* merupakan dua bentuk digitalisasi yang relatif mudah diterapkan oleh pelaku UMKM, termasuk di Desa Jawisari. Kedua teknologi tersebut tidak memerlukan investasi yang besar, mudah dioperasikan menggunakan telepon pintar, serta mampu memberikan manfaat langsung terhadap efisiensi transaksi, peningkatan visibilitas usaha, dan perluasan akses pasar. Oleh karena itu, kegiatan sosialisasi dan pendampingan mengenai penggunaan QRIS serta pembuatan *Google Business Profile* menjadi langkah strategis dalam meningkatkan literasi digital pelaku UMKM, memperkuat daya saing usaha, serta mendukung terwujudnya transformasi ekonomi digital di tingkat desa.

Berdasarkan hasil observasi lapangan yang dilakukan selama pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Jawisari, Kecamatan Limbangan, Kabupaten Kendal, diperoleh informasi bahwa sebagian besar pelaku UMKM telah memiliki semangat yang tinggi dalam menjalankan usahanya, namun masih menghadapi berbagai kendala dalam pemanfaatan teknologi digital. Sebagian besar usaha yang dijalankan merupakan usaha mikro dengan skala keluarga, seperti warung sembako, usaha makanan dan minuman, toko kelontong, penjualan jajanan, serta berbagai jasa rumahan. Usaha-usaha tersebut menjadi sumber pendapatan utama maupun tambahan bagi masyarakat desa. Meskipun demikian, sebagian besar pelaku usaha masih mengelola kegiatan usahanya secara sederhana, baik dari aspek pemasaran, pencatatan keuangan, maupun sistem pembayaran (Hidayat & Prasetyo, 2023).

Hasil observasi juga menunjukkan bahwa mayoritas transaksi masih dilakukan menggunakan uang tunai. Kondisi tersebut menyebabkan proses pembayaran sering kali bergantung pada ketersediaan uang pas maupun uang kembalian. Selain itu, transaksi tunai juga menyulitkan pelaku usaha dalam melakukan pencatatan keuangan karena pemasukan dan pengeluaran tidak terdokumentasi secara sistematis. Akibatnya, sebagian pelaku UMKM mengalami kesulitan dalam mengetahui perkembangan usahanya, menghitung keuntungan secara akurat, maupun menyusun laporan keuangan sederhana. Padahal, pencatatan transaksi yang baik merupakan salah satu komponen penting dalam pengelolaan usaha yang berkelanjutan (Bank Indonesia, 2023; Sari & Wibowo, 2022).

Permasalahan lainnya adalah masih rendahnya pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi. Sebagian besar pelaku UMKM di Desa Jawisari masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut, pelanggan tetap, maupun lingkungan sekitar desa. Cara tersebut memang masih efektif untuk mempertahankan pelanggan lama, namun memiliki keterbatasan dalam menjangkau konsumen baru. Di sisi lain, perkembangan teknologi telah mengubah perilaku masyarakat dalam mencari informasi mengenai produk maupun jasa. Banyak konsumen yang memanfaatkan internet untuk mencari lokasi usaha, melihat ulasan pelanggan, membandingkan produk, hingga menentukan pilihan sebelum melakukan pembelian. Apabila suatu usaha belum memiliki identitas digital, peluang untuk ditemukan oleh calon konsumen menjadi lebih kecil dibandingkan usaha yang telah memanfaatkan platform digital (Kotler *et al.*, 2021).

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi bukan lagi sekadar pilihan, melainkan kebutuhan bagi pelaku UMKM agar mampu mengikuti perubahan perilaku pasar. Digitalisasi tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi, tetapi juga mencerminkan kemampuan pelaku usaha dalam menyesuaikan strategi bisnis terhadap

perkembangan zaman. Dengan memanfaatkan pembayaran digital melalui QRIS serta memperkenalkan usaha melalui *Google Business Profile*, pelaku UMKM dapat meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan sekaligus memperluas jangkauan pemasaran. Kedua teknologi tersebut relatif mudah diterapkan karena tidak memerlukan biaya investasi yang besar dan dapat digunakan hanya dengan memanfaatkan telepon pintar yang telah dimiliki oleh sebagian besar pelaku usaha (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023; Bank Indonesia, 2023).

Melihat kondisi tersebut, mahasiswa Kuliah Kerja Nyata Universitas Negeri Semarang memandang bahwa pendampingan mengenai digitalisasi UMKM merupakan salah satu program yang relevan dengan kebutuhan masyarakat Desa Jawisari. Program ini tidak hanya memberikan sosialisasi mengenai pentingnya transformasi digital, tetapi juga memberikan pendampingan secara langsung kepada pelaku usaha dalam proses pembuatan QRIS serta pendaftaran usaha pada *Google Business Profile*. Pendampingan dilakukan mulai dari pemberian informasi mengenai manfaat digitalisasi, proses registrasi, pengisian data usaha, pengunggahan foto produk, hingga memastikan informasi usaha dapat muncul pada layanan *Google Maps*. Dengan demikian, pelaku UMKM tidak hanya memperoleh pengetahuan secara teoritis, tetapi juga memiliki keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam kegiatan usahanya (Bank Indonesia, 2023).

Pelaksanaan program ini juga sejalan dengan berbagai kebijakan pemerintah yang mendorong percepatan transformasi digital pada sektor UMKM. Pemerintah melalui Kementerian Koperasi dan UKM serta Bank Indonesia terus mengembangkan berbagai program yang bertujuan meningkatkan literasi digital, memperluas inklusi keuangan, dan memperkuat daya saing UMKM di era ekonomi digital. Oleh karena itu, kegiatan pendampingan yang dilaksanakan di Desa Jawisari diharapkan mampu menjadi bentuk dukungan terhadap kebijakan tersebut sekaligus menjadi upaya nyata dalam meningkatkan kapasitas pelaku usaha di tingkat desa (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023; Bank Indonesia, 2023).

Selain mendukung transformasi digital, program ini juga diharapkan mampu memberikan dampak ekonomi yang berkelanjutan bagi masyarakat. Penggunaan QRIS dapat membantu pelaku usaha meningkatkan kualitas pelayanan melalui sistem pembayaran yang lebih cepat, aman, dan praktis, sedangkan *Google Business Profile* dapat memperluas jangkauan promosi sehingga usaha lebih mudah ditemukan oleh calon konsumen. Apabila kedua teknologi tersebut dimanfaatkan secara optimal, peluang peningkatan jumlah pelanggan, kenaikan omzet penjualan, serta berkembangnya usaha masyarakat akan semakin besar. Dampak tersebut tidak hanya dirasakan oleh masing-masing pelaku usaha, tetapi juga berpotensi meningkatkan aktivitas ekonomi masyarakat Desa Jawisari secara keseluruhan (Bank Indonesia, 2023; Pramono & Nugroho, 2023).

Melalui kegiatan pendampingan ini, diharapkan pelaku UMKM mampu memahami pentingnya digitalisasi sebagai salah satu strategi pengembangan usaha yang berkelanjutan. Peningkatan literasi digital akan mendorong pelaku usaha untuk lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Selain itu, kemampuan mengelola pembayaran digital dan memanfaatkan media promosi berbasis internet diharapkan dapat meningkatkan daya saing UMKM sehingga mampu bersaing dengan usaha lain yang telah lebih dahulu memanfaatkan teknologi digital (Anabuni *et al.*, 2025; Kementerian Koperasi dan UKM, 2023).

Berdasarkan uraian tersebut, pelaksanaan program Pendampingan Pembuatan QRIS dan *Google Business Profile* bagi UMKM Desa Jawisari menjadi langkah yang

tepat untuk menjawab berbagai permasalahan yang dihadapi pelaku usaha. Program ini tidak hanya berfokus pada pengenalan teknologi digital, tetapi juga bertujuan meningkatkan literasi digital, memperluas akses pasar, mempermudah proses transaksi, meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan, serta memperkuat daya saing UMKM. Dengan adanya pendampingan yang dilakukan secara langsung, diharapkan pelaku UMKM di Desa Jawisari mampu memanfaatkan teknologi digital secara mandiri sehingga usaha yang dijalankan dapat berkembang lebih optimal, memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat, serta mendukung terwujudnya desa yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan ekonomi digital (Bank Indonesia, 2023; Kementerian Koperasi dan UKM, 2023).

METODE

Kegiatan digitalisasi UMKM di Desa Jawisari dilaksanakan pada tanggal 1–5 Agustus 2026 dengan menyasar pelaku usaha mikro, khususnya usaha rumahan (home-based business) yang masih memerlukan pendampingan dalam pemanfaatan teknologi digital. Target awal kegiatan sebanyak 10 pelaku UMKM yang dipilih berdasarkan keberadaan usaha aktif, potensi pengembangan usaha, serta kebutuhan terhadap digitalisasi sistem pembayaran dan pemasaran. Kegiatan dilaksanakan menggunakan metode pendampingan *door to door* dengan mendatangi setiap pelaku usaha secara langsung. Pendekatan ini dipilih agar proses pendampingan dapat disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan masing-masing UMKM. Tahap awal kegiatan diawali dengan sosialisasi singkat mengenai tujuan program serta manfaat penggunaan QRIS dan *Google Maps* dalam mendukung pengembangan usaha (Lianda *et al.*, 2026).

Tahap selanjutnya berupa pendataan informasi usaha yang meliputi nama usaha, jenis usaha, alamat, nomor telepon, dan jam operasional. Data tersebut digunakan sebagai syarat dalam proses pembuatan QRIS dan pendaftaran *Google Maps*. Pelaku UMKM kemudian didampingi dalam proses pendaftaran QRIS hingga selesai, dilanjutkan dengan pembuatan *Google Business Profile* melalui penentuan titik lokasi, pengisian informasi usaha, dan penambahan foto usaha (Dessyana Suryawandari *et al.*, 2025). Pendampingan juga mencakup penjelasan mengenai penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran non-tunai serta cara mengelola informasi usaha pada *Google Maps* apabila diperlukan perubahan data. Tahap akhir dilakukan pengecekan ulang terhadap data yang telah didaftarkan untuk memastikan seluruh informasi sesuai, kemudian seluruh rangkaian kegiatan didokumentasikan sebagai bahan evaluasi dan laporan pelaksanaan program kerja KKN.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi awal UMKM di Desa Jawisari menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha belum memanfaatkan teknologi digital sebagai bagian dari kegiatan usahanya. Transaksi masih dilakukan secara tunai, sedangkan promosi usaha lebih banyak mengandalkan jaringan pelanggan yang sudah dikenal. Informasi mengenai lokasi usaha juga belum tersedia secara lengkap pada platform digital sehingga menyulitkan calon konsumen yang berasal dari luar lingkungan sekitar. Kondisi tersebut sejalan dengan temuan Anabuni *et al.* (2025) yang menyatakan bahwa rendahnya literasi digital menjadi salah satu kendala utama dalam transformasi digital UMKM. Selain itu, Saputri *et al.* (2025) menjelaskan bahwa keterbatasan pemanfaatan teknologi digital menyebabkan UMKM belum mampu memaksimalkan potensi pemasaran dan meningkatkan daya saing usaha.

Solusi yang ditawarkan dalam kegiatan pengabdian ini berupa pendampingan implementasi QRIS dan optimalisasi *Google Business Profile* yang terintegrasi dengan *Google Maps* sebagai model digitalisasi sederhana bagi UMKM. QRIS dipilih karena mampu memberikan kemudahan transaksi non-tunai melalui satu kode QR yang dapat digunakan oleh berbagai aplikasi pembayaran digital. Sementara itu, *Google Business Profile* dimanfaatkan sebagai media untuk menampilkan identitas usaha secara digital sehingga lokasi usaha lebih mudah ditemukan oleh masyarakat. Menurut Paliling *et al.* (2026), pendampingan pembuatan QRIS mampu meningkatkan efisiensi transaksi dan kesiapan UMKM dalam menghadapi perkembangan ekonomi digital. Hal yang sama juga disampaikan oleh Khotima *et al.* (2026) yang menyebutkan bahwa penerapan QRIS merupakan salah satu strategi efektif dalam mendukung digitalisasi sistem pembayaran pada UMKM.

Pelaksanaan kegiatan sosialisasi memperoleh tanggapan yang positif dari para peserta. Pelaku usaha menunjukkan minat yang tinggi terhadap penggunaan pembayaran digital karena dianggap mampu mempercepat proses transaksi dan mengurangi kebutuhan uang kembalian. Pemahaman mengenai pentingnya keberadaan usaha pada *Google Maps* juga meningkat setelah peserta melihat contoh usaha lain yang telah memanfaatkan platform tersebut sebagai media promosi. Ly Ratu dan Wafa (2026) menjelaskan bahwa pemanfaatan *Google Maps* sebagai media pemasaran digital mampu meningkatkan jangkauan promosi dan mendukung peningkatan pendapatan UMKM. Temuan tersebut memperkuat bahwa digitalisasi tidak hanya meningkatkan efisiensi usaha, tetapi juga membuka peluang pasar yang lebih luas.

Peningkatan literasi digital menjadi salah satu capaian penting dari pelaksanaan kegiatan ini. Sebelum pendampingan dilaksanakan, sebagian besar pelaku UMKM hanya menggunakan telepon pintar untuk kebutuhan komunikasi dan media sosial, sedangkan pemanfaatannya sebagai sarana pengembangan usaha masih sangat terbatas. Melalui kegiatan sosialisasi dan praktik langsung, peserta mulai memahami bahwa teknologi digital tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga dapat dimanfaatkan untuk memperluas jaringan pemasaran, meningkatkan kualitas pelayanan, serta mempermudah proses transaksi. Perubahan pemahaman tersebut terlihat dari kemampuan peserta dalam mengoperasikan aplikasi pembayaran digital, membuat profil usaha pada *Google Business Profile*, serta memperbarui informasi usaha secara mandiri. Menurut Saputri *et al.* (2025), peningkatan literasi digital merupakan faktor utama yang mendorong UMKM lebih siap beradaptasi dengan perkembangan ekonomi digital. Sejalan dengan itu, mpelatihan dan pendampingan berbasis praktik memberikan dampak yang lebih efektif terhadap peningkatan kompetensi digital pelaku UMKM dibandingkan penyampaian materi secara teoritis.



Gambar 1. Pendampingan Pendaftaran dan Aktivasi QRIS
Sumber: Giat 16 Desa Jawisari 2026

Pendampingan implementasi QRIS dilakukan mulai dari proses pendaftaran hingga aktivasi kode pembayaran. Setiap pelaku usaha memperoleh bimbingan mengenai persyaratan administrasi, penggunaan aplikasi pendukung, serta simulasi transaksi menggunakan berbagai dompet digital dan layanan *mobile banking*. Pendampingan juga dilakukan secara individual agar setiap peserta memperoleh bimbingan sesuai dengan tingkat pemahamannya. Anabuni *et al.* (2025) menjelaskan bahwa pendampingan secara langsung menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi digital. Selain itu, proses pendampingan membantu pelaku usaha memahami penggunaan QRIS secara praktis sehingga dapat langsung diterapkan dalam aktivitas usaha sehari-hari.

Optimalisasi *Google Maps* dilakukan melalui pembuatan dan pengelolaan *Google Business Profile*. Informasi yang dimasukkan meliputi nama usaha, kategori usaha, alamat, titik koordinat lokasi, foto produk, jam operasional, dan nomor telepon. Setelah proses verifikasi selesai, profil usaha dapat muncul pada hasil pencarian Google Search maupun *Google Maps* sehingga memudahkan calon pelanggan memperoleh informasi mengenai lokasi dan produk yang ditawarkan. Nova *et al.* (2025) menjelaskan bahwa digitalisasi usaha berbasis *Google Maps* mampu meningkatkan visibilitas UMKM sehingga lebih mudah ditemukan oleh konsumen. Senada dengan itu, Ly Ratu dan Wafa (2026) menyatakan bahwa keberadaan identitas usaha pada *Google Maps* memberikan nilai tambah dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan.



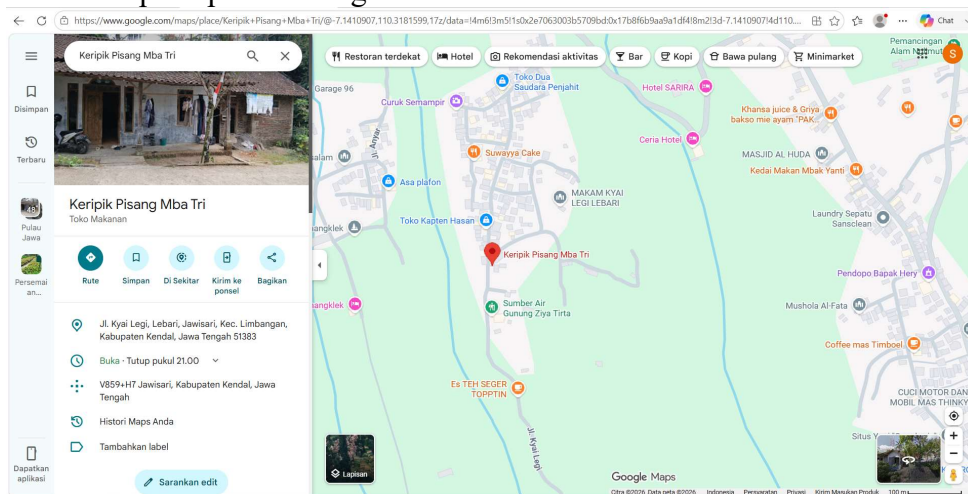
Gambar 2. Pendampingan Pendaftaran dan Aktivasi QRIS
Sumber: Giat 16 Desa Jawisari 2026

Tabel 1. Data UMKM Desa Jawisari

Indikator	Sebelum Program	Setelah Program
UMKM menggunakan QRIS	1	10
UMKM terdaftar di <i>Google Maps</i>	1	8
UMKM memahami promosi digital	0	10

Sumber: Giat 16 Desa Jawisari 2026

Berdasarkan Tabel 1, terlihat adanya peningkatan yang cukup signifikan pada seluruh indikator keberhasilan program. Jumlah UMKM yang menggunakan QRIS meningkat dari satu menjadi sepuluh pelaku usaha, sedangkan jumlah UMKM yang terdaftar pada *Google Maps* meningkat dari satu menjadi delapan pelaku usaha. Selain itu, seluruh peserta telah memahami konsep promosi digital setelah mengikuti kegiatan pendampingan. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa metode sosialisasi yang dikombinasikan dengan praktik langsung mampu meningkatkan pemahaman sekaligus keterampilan peserta dalam mengimplementasikan teknologi digital. Hasil ini menunjukkan bahwa pendampingan tidak hanya memberikan pengetahuan baru, tetapi juga menghasilkan luaran yang dapat langsung dimanfaatkan dalam aktivitas usaha sehari-hari. Temuan tersebut sejalan dengan Paliling *et al.* (2026) yang menyatakan bahwa pendampingan implementasi QRIS mampu meningkatkan adopsi pembayaran digital pada UMKM. Selain itu, Nova *et al.* (2025) menjelaskan bahwa pendampingan pembuatan *Google Business Profile* memberikan dampak nyata terhadap meningkatnya visibilitas usaha pada platform digital.



Gambar 3. Tampilan *Google Business Profile* salah satu UMKM Desa Jawisari

Sumber: Giat 16 Desa Jawisari 2026

Perubahan yang terlihat setelah kegiatan berlangsung berkaitan dengan meningkatnya visibilitas usaha di ruang digital. Beberapa pelaku UMKM menyampaikan bahwa pelanggan mulai menemukan lokasi usaha melalui *Google Maps* dan menghubungi nomor yang tertera pada profil usaha. Selain itu, sebagian pelaku usaha mulai menerima pembayaran menggunakan QRIS sehingga transaksi menjadi lebih praktis dan cepat. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa integrasi QRIS dan *Google Maps* memberikan dampak positif terhadap peningkatan kualitas pelayanan serta aksesibilitas usaha. Nova *et al.* (2025) menyatakan bahwa digitalisasi berbasis *Google Maps* mampu memperluas jangkauan pemasaran, sedangkan Saputri *et al.* (2025) menjelaskan bahwa pembayaran digital berkontribusi terhadap peningkatan daya saing UMKM.



Gambar 4. Simulasi Pelaksanaan Transaksi Menggunakan QRIS
Sumber: Giat 16 Desa Jawisari 2026

Meskipun kegiatan ini dilaksanakan dalam waktu yang relatif singkat, implementasi QRIS dan *Google Business Profile* telah memberikan indikasi awal terhadap peningkatan kualitas pelayanan usaha. Beberapa pelaku UMKM menyampaikan bahwa transaksi menjadi lebih cepat karena tidak lagi bergantung pada ketersediaan uang tunai maupun uang kembalian. Selain itu, keberadaan lokasi usaha pada *Google Maps* membantu konsumen baru menemukan tempat usaha tanpa harus memperoleh petunjuk secara langsung dari masyarakat sekitar. Kondisi tersebut berpotensi meningkatkan jumlah kunjungan pelanggan dalam jangka panjang apabila informasi usaha terus diperbarui secara berkala. Ly Ratu dan Wafa (2026) menjelaskan bahwa optimalisasi *Google Maps* sebagai media pemasaran digital dapat meningkatkan eksposur usaha sekaligus memperluas peluang penjualan. Sementara itu, Saputri *et al.* (2025) menyatakan bahwa kombinasi digitalisasi pemasaran dan pembayaran digital berkontribusi terhadap peningkatan daya saing serta produktivitas UMKM.

Luaran utama dari kegiatan pengabdian ini adalah terbentuknya identitas digital UMKM melalui *Google Business Profile* dan tersedianya metode pembayaran digital menggunakan QRIS. Luaran tersebut merupakan bentuk jasa pendampingan sekaligus keterampilan baru yang diberikan kepada masyarakat. Keunggulan luaran ini adalah mudah diterapkan, tidak membutuhkan biaya yang besar, dapat digunakan oleh berbagai jenis usaha, serta mampu meningkatkan efisiensi transaksi dan memperluas jangkauan pemasaran. Namun demikian, terdapat beberapa kelemahan, seperti ketergantungan terhadap jaringan internet, kepemilikan telepon pintar yang memadai, serta kemampuan pelaku usaha dalam mengoperasikan aplikasi digital. Oleh karena itu, keberlanjutan penggunaan QRIS dan *Google Business Profile* memerlukan pendampingan lanjutan agar manfaatnya dapat dirasakan secara optimal (Khotima *et al.*, 2026; Ly Ratu & Wafa, 2026).

Pelaksanaan kegiatan masih menghadapi beberapa kendala, terutama keterbatasan perangkat telepon pintar, kualitas jaringan internet yang belum merata, serta rendahnya pengalaman sebagian peserta dalam menggunakan aplikasi digital. Pendampingan secara individual menjadi langkah yang efektif untuk mengatasi hambatan tersebut karena setiap pelaku usaha memiliki kebutuhan dan tingkat kemampuan yang berbeda. Meskipun

demikian, peluang keberlanjutan program ini cukup besar karena seluruh layanan yang digunakan bersifat gratis dan mudah diakses. Dengan adanya kemampuan baru yang telah dimiliki peserta, diharapkan pelaku UMKM dapat mengembangkan usahanya secara mandiri serta terus memperbarui informasi usahanya sehingga manfaat digitalisasi dapat dirasakan dalam jangka panjang (Allo *et al.*, 2025; Apriana *et al.*, 2026).

Keberlanjutan program menjadi aspek penting dalam memastikan manfaat kegiatan pengabdian tetap dirasakan oleh masyarakat setelah program KKN selesai dilaksanakan. Oleh karena itu, pelaku UMKM didorong untuk terus memperbarui informasi usaha pada *Google Business Profile*, menambahkan dokumentasi produk terbaru, merespons ulasan pelanggan, serta memanfaatkan QRIS secara konsisten dalam setiap transaksi. Langkah tersebut diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan konsumen sekaligus mempertahankan eksistensi usaha di era digital. Selain itu, pemerintah desa maupun pemangku kepentingan lainnya diharapkan dapat melanjutkan kegiatan pendampingan secara berkala agar proses transformasi digital UMKM berjalan secara berkelanjutan. Menurut Anabuni *et al.* (2025), kolaborasi antara masyarakat, pemerintah, dan perguruan tinggi menjadi faktor penting dalam mempercepat adopsi teknologi digital pada UMKM. Hal serupa juga dikemukakan oleh Allo *et al.* (2025) yang menyatakan bahwa pendampingan yang berkelanjutan mampu meningkatkan keberhasilan implementasi inovasi digital di tingkat masyarakat.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pendampingan implementasi *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) dan optimalisasi *Google Business Profile* pada UMKM di Desa Jawisari berhasil meningkatkan literasi digital serta mendorong penerapan teknologi digital dalam pengelolaan usaha. Sebelum kegiatan dilaksanakan, sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan transaksi tunai, promosi dari mulut ke mulut, dan belum memiliki identitas usaha pada platform digital. Setelah mengikuti sosialisasi dan pendampingan, pelaku UMKM mampu menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran non-tunai serta membuat dan mengelola *Google Business Profile* yang terintegrasi dengan *Google Maps* sehingga informasi usaha menjadi lebih mudah diakses oleh masyarakat. Penerapan kedua layanan tersebut memberikan manfaat berupa kemudahan transaksi, peningkatan visibilitas usaha, serta perluasan akses pasar. Meskipun masih terdapat kendala berupa keterbatasan perangkat, kualitas jaringan internet, dan tingkat literasi digital yang beragam, pendampingan secara langsung mampu membantu peserta mengatasi hambatan tersebut. Dengan demikian, implementasi QRIS dan *Google Business Profile* merupakan bentuk digitalisasi yang sederhana, mudah diterapkan, dan berpotensi meningkatkan daya saing serta keberlanjutan UMKM di Desa Jawisari.

DAFTAR PUSTAKA

- Allo, E. L., Jumrah, E., Agussalim, H., Afni, N., & Dea, S. E. (2025). Pelatihan Pembuatan Media Pembelajaran Berbasis Augmented Reality Melalui Platform Assemblr Edu Untuk Komunitas Musyawarah Guru Mata Pelajaran (MGMP) Kimia Kabupaten Takalar. 7(1), 156–167.
- Anabuni, A. U. T., Dewiati, I. L., Sisilia, M., Kellen, L., & Mooy, D. (2025). Peluang dan tantangan UMKM di era digital: Solusi praktis untuk masyarakat Amanuban Barat, 3(4), 2133–2138.
- Apriana, R., Umma, P. S., Pratama, D. J., & Safitri, S. (2026). Model Pembelajaran

- Inovatif Berbasis Teknologi Digital dalam Pembelajaran Sejarah untuk Meningkatkan Keterampilan Abad ke-21 Siswa. 4.
- Bank Indonesia. (2023). *Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2025*. Bank Indonesia.
- Bank Indonesia. (2023). *QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard): Satu QR Code untuk Seluruh Pembayaran*. Bank Indonesia.
- Bersama, K., Latifah, E., Andika, P., Pratama, Y., Zulistiani, I., Ummah, K., Hifdiyah, W. R., Amelia, R. N., & Afiyati, R. (2026). Dampungan Pembuatan Digital Payment (QRIS) bagi UMKM dalam Mendukung Transaksi di Desa Cendoro Kecamatan Palang Kabupaten Tuban. 3.
- Challenges, I., & Iskandar, S. A. (2025). Perkembangan *E-commerce* di Indonesia: Regulasi dan Tantangannya. *Media Hukum Indonesia (MHI)*, 3(4), 98–101.
- Dessyana Suryawandari, A., Wicaksono, A. S., Febryani, M. W., Agustin, R. D., Pamungkas, W. R., Komariyah, E. F., & Afnan, A. (2025). Digitalisasi UMKM berbasis *e-commerce*: Pelatihan, pendampingan, dan implementasi UMKM go digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(1), 4409–4417. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2067>
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2023). *Laporan Kinerja Kementerian Koperasi dan UKM Tahun 2023*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM RI.
- Khotima, H., Dewi, D. C., Anantha, S., & Tjahja, D. (2026). Pengenalan QRIS sebagai Strategi Digitalisasi Sistem Pembayaran pada UMKM Desa Batah Barat. 4(1).
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. John Wiley & Sons.
- Latifah, E., Andika, P., Pratama, Y., Asy, G., Zulistiani, I., Ummah, K., Hifdiyah, W. R., Amelia, R. N., & Afiyati, R. (2026). Dampungan pembuatan digital payment (QRIS) bagi UMKM dalam mendukung transaksi di Desa Cendoro Kecamatan Palang Kabupaten Tuban, 3.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2022). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm* (17th ed.). Pearson.
- Lianda, T. A. C., Austin, N., Putri, N., & Setiawan, B. (2026). Implementasi dan Sosialisasi Penggunaan QRIS Bagi UMKM Desa Rancagong RW 07 Kabupaten Tangerang. 4(1).
- Ly Ratu, G. I. F., & Wafa, Z. (2026). Optimalisasi pemasaran digital melalui *Google Maps* dan media sosial untuk peningkatan pendapatan UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 7(2), 3429–3434. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v7i2.9190>
- Nova, S., Harahap, R., Hapshani, N. F., & Fadil, M. (2025). Pemberdayaan UMKM melalui Optimalisasi Digitalisasi Usaha Berbasis *Google Maps* di Desa Raya Dusun IV. 4(1), 22–34. <https://doi.org/10.58812/ejincs.v4i01>
- Paliling, D., Siswanto, G., Paranoan, N., & Mangngalla, M. (2026). Analisis Implementasi QRIS sebagai Sistem Pembayaran Digital pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Kapasa, Kota Makassar. 5(1), 2177–2185.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 23/6/PBI/2021 tentang Penyedia Jasa Pembayaran.
- Saputri, A. D., Siregar, L. E., Beatric, E., Zebua, D., Nasution, T., Aulia, D., Damanik, B. R., Ridwan, P. K., & Robain, W. (2025). Pengaruh Digitalisasi Pemasaran dan Peran Sistem Pembayaran Digital terhadap Revitalisasi UMKM. 1.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.