



Peningkatan Digitalisasi UMKM Desa Bandar Khalipah melalui QRIS, Penandaan Lokasi Usaha di *Google Maps*, dan Penguatan Promosi Visual dalam KKN UINSU 2025

Nurul Syaadah Elysia¹, Dea Indah Pratiwi², Seva Maya Sari³

Program Studi Akuntansi Syariah^{1,2}, Program Studi Hukum Pidana Islam³

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

e-mail: nurulsyaadahelysia@gmail.com, deai05129@gmail.com,
sevamayasari@uinsu.ac.id

Abstrak

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan meningkatkan digitalisasi UMKM di Desa Bandar Khalipah melalui penerapan QRIS, penandaan lokasi usaha di Google Maps, dan penguatan promosi visual. Permasalahan utama yang dihadapi UMKM adalah rendahnya literasi digital, keterbatasan akses pembayaran non-tunai, serta kurang optimalnya identitas dan materi promosi usaha. Pengabdian dilaksanakan melalui observasi, pelatihan, dan pendampingan langsung kepada pelaku usaha di Desa Bandar Khalipah. Hasil kegiatan menunjukkan sebagian besar UMKM berhasil mengaktifkan QRIS, mendaftarkan lokasi usaha di Google Maps, serta memperoleh materi promosi visual yang lebih menarik. Program ini terbukti meningkatkan efektivitas transaksi, visibilitas usaha, dan daya tarik pemasaran. Temuan ini menegaskan pentingnya digitalisasi sebagai strategi pemberdayaan UMKM untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

Kata Kunci: *UMKM, Digitalisasi, KKN.*

Abstract

This community service program aims to enhance the digitalization of MSMEs in Bandar Khalipah Village through the implementation of QRIS, business location mapping on Google Maps, and the strengthening of visual promotion. The main problems faced by MSMEs include low digital literacy, limited access to cashless payment systems, and suboptimal business identity and promotional materials. The program was carried out through observation, training, and direct assistance to business owners in Bandar Khalipah Village. The results show that most MSMEs successfully activated QRIS, registered their business locations on Google Maps, and obtained more attractive visual promotional materials. This program has proven to improve transaction efficiency, business visibility, and marketing appeal. These findings underline the importance of digitalization as a strategy for empowering MSMEs to enhance competitiveness and business sustainability.

Kata Kunci: *MSMEs, Digitalization, Community Service (KKN).*

PENDAHULUAN

Di era globalisasi, teknologi berkembang pesat, yang menyebabkan pergeseran dalam kehidupan sosial. Banyak aspek kehidupan manusia mengalami transformasi signifikan, yang memengaruhi aspek sosial dan ekonomi. Perubahan ini didorong oleh pesatnya perkembangan dunia digital. Salah satu

perkembangan yang nyata adalah pergeseran tren pemasaran dari metode luring ke pendekatan daring (Mirfaqo et al., 2024). Salah satu aspeknya adalah digitalisasi. Digitalisasi merupakan langkah penting untuk menggunakan teknologi digital, dan sekarang ini tidak hanya terfokus pada pemasaran, tetapi juga mencakup semua proses dalam bisnis. Di era modern saat ini, para pelaku bisnis harus menjalankan aktivitas mereka secara online, seperti memesan bahan baku lewat internet, serta mempromosikan dan menjual produk di berbagai platform digital (Nurul Zahra et al., 2025).

Di era globalisasi yang semakin modern ini, para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merasa kesulitan menghadapi perubahan dan peluang pasar yang terus berkembang (Shofi & Swasti, 2024). Pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan strategi penting dalam pembangunan ekonomi lokal, khususnya di wilayah Desa bandar Khalipah. Desa ini memiliki potensi pengembangan UMKM yang cukup besar, dengan berbagai jenis usaha rumahan seperti jajanan khas daerah, produsen keripik, minuman kekinian, dan UMKM kaki lima lainnya. Namun demikian, mayoritas pelaku UMKM di wilayah ini masih mengandalkan metode konvensional dalam menjalankan usahanya dan belum mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Masih rendahnya pemanfaatan teknologi digital disebabkan oleh beberapa faktor di antaranya adalah rendahnya literasi digital, keterbatasan pemahaman terhadap teknologi, serta belum adanya pendampingan yang memadai dalam pengembangan bisnis berbasis digital (Salsabila dkk., 2025).

Digitalisasi UMKM merujuk pada pemanfaatan teknologi digital untuk mengoptimalkan berbagai aspek operasional usaha, mulai dari sistem transaksi, pemasaran, hingga pengelolaan hubungan dengan konsumen. Digitalisasi terbukti mampu meningkatkan produktivitas dan memperluas jangkauan pasar UMKM, serta meningkatkan ketahanan usaha di tengah ketidakpastian ekonomi (Murtiningsih & Caroline, 2024).

Transformasi digital menjadi kebutuhan khusus bagi UMKM untuk melakukan transformasi digitalisasi dalam rangka meningkatkan daya saing usaha (Nov & Munawaroh, 2025). Salah satu bentuk digitalisasi yang relevan adalah penerapan QRIS sebagai sistem pembayaran digital yang menawarkan kemudahan, keamanan, dan kecepatan transaksi pendaftaran lokasi usaha di platform peta digital seperti Google Maps (*geotagging*), di mana peta digital ini berperan sebagai sarana pemasaran berbasis lokasi yang membantu konsumen menemukan usaha dengan lebih mudah (Dimas dkk., 2023; Syukur dkk., 2025)

Pelaksanaan Program KKN UINSU 2025 di Desa Bandar Khalipah merupakan bentuk peran aktif perguruan tinggi dalam mendukung digitalisasi UMKM melalui pelatihan dan pendampingan langsung. Program ini diharapkan mampu meningkatkan literasi digital pelaku UMKM serta menjadi model pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis teknologi yang berkelanjutan (Arimani et al., n.d.; Hayati et al., 2023).

METODE

Metode pengabdian masyarakat pada program peningkatan digitalisasi UMKM ini menggunakan pendekatan partisipatif, edukatif, dan pendampingan langsung. Mahasiswa KKN berperan sebagai fasilitator yang mendampingi pelaku UMKM dalam memahami dan menerapkan teknologi digital secara bertahap. Kegiatan diawali dengan observasi lapangan untuk mengidentifikasi kebutuhan UMKM terkait penggunaan pembayaran digital, keberadaan lokasi usaha di *Google Maps*, serta kondisi materi promosi visual. Informasi diperoleh melalui survei lapangan, wawancara, pengumpulan dokumentasi terkait sistem transaksi, strategi pemasaran, serta kesiapan pelaku UMKM dalam penggunaan teknologi digital, dan pengamatan langsung di lokasi usaha.

Analisis data dilakukan menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui dokumentasi, foto kegiatan, pengalaman pelaku UMKM, serta hasil observasi dan evaluasi selama berlangsungnya program. Data kegiatan dikumpulkan melalui observasi partisipatif, wawancara dengan pelaku UMKM, serta dokumentasi berupa foto, tangkapan layar, dan arsip desain. Analisis data dilakukan secara deskriptif-kualitatif dengan mengelompokkan temuan berdasarkan tiga aspek utama: kesiapan dan penggunaan QRIS, efektivitas penandaan lokasi usaha, serta peningkatan kualitas promosi visual. Melalui metode ini, keberhasilan program dapat dinilai secara komprehensif dan memberikan gambaran dampak digitalisasi terhadap perkembangan UMKM di Desa Bandar Khalipah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program PKM melalui kegiatan KKN UINSU 2025 memberikan dampak yang signifikan dalam meningkatkan kemampuan digital para pelaku UMKM di Desa Bandar Khalipah. Implementasi digitalisasi melalui pemanfaatan QRIS, *Google Maps*, serta penguatan promosi visual terbukti membawa kemajuan yang berarti bagi berbagai jenis usaha yang menjadi sasaran pendampingan. Perubahan yang terjadi tidak hanya terlihat dari peningkatan keterampilan teknologi, tetapi juga dari tumbuhnya rasa percaya diri para pelaku usaha dalam mengelola dan mengembangkan bisnis mereka secara modern, efektif, dan lebih terstruktur (Rena dkk., 2025).

Secara umum, kegiatan pendampingan dilakukan dengan metode praktik langsung di lokasi usaha masing-masing. Mahasiswa tidak hanya memberikan pelatihan secara teori di ruang pertemuan, namun turut mendampingi langsung di lapangan agar pelaku UMKM mampu mempraktikkan penggunaan teknologi sesuai kebutuhan usaha mereka. Hasil pendampingan dapat terlihat dari kemampuan pelaku UMKM dalam menggunakan aplikasi transaksi digital secara mandiri, mempublikasikan lokasi usaha secara online, serta mengelola materi promosi visual yang lebih menarik dan profesional.

QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) merupakan standar nasional pembayaran digital yang memungkinkan satu kode QR digunakan untuk

berbagai aplikasi pembayaran. Penerapan QRIS membantu UMKM meningkatkan efisiensi transaksi dan transparansi pencatatan keuangan (Azzahra et al., 2024).

Pendampingan pembuatan QRIS ini sangat penting karena sebagian besar pelaku UMKM di Desa Bandar Khalipah masih menghadapi keterbatasan literasi digital maupun kendala teknis dalam proses pendaftaran. Melalui kegiatan sosialisasi, mahasiswa memberikan penjelasan mengenai manfaat QRIS, prosedur pembuatan akun, serta aspek keamanan transaksi digital. Setelah itu dilakukan pendampingan langsung sampai QRIS aktif dan dapat digunakan oleh pelaku usaha.

Dengan adanya QRIS, UMKM tersebut kini dapat melayani pembayaran non-tunai, meningkatkan kenyamanan pelanggan, dan mempercepat proses transaksi. Beberapa UMKM yang mendapatkan pendampingan dalam pembuatan QRIS antara lain UMKM Smoothies, UMKM Es Teler, UMKM Es Krim Roll, dan UMKM sekitar lainnya.



Gambar 1. Penyerahan QRIS kepada Pemilik Usaha Smoothies



Gambar 2. Foto Bersama Pemilik Usaha Es Teler

Penandaan Lokasi Usaha di Google Maps

Google Maps dan *Google Business Profile* membantu UMKM meningkatkan visibilitas dan kredibilitas usaha. Melalui penandaan lokasi, konsumen dapat dengan mudah menemukan usaha, melihat foto, serta memperoleh informasi operasional (Hidayah, 2025).

Program penandaan lokasi usaha ini bertujuan meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas UMKM di Desa Bandar Khalipah. Sebelum pendampingan dilakukan, beberapa pelaku usaha belum memiliki identitas digital sehingga konsumen dari luar daerah kesulitan mencari rute ke lokasi usaha. Mahasiswa membantu pelaku usaha membuat akun *Google Business Profile*, mengunggah foto usaha, menambahkan deskripsi usaha, serta melakukan pin *location* secara akurat.

Melalui program pendampingan KKN, mahasiswa membantu membuat akun *Google Business Profile* dengan melengkapi informasi usaha seperti jam operasional, kontak, jenis produk, serta mengunggah foto proses pembuatan permen. Titik koordinat lokasi usaha juga ditetapkan secara akurat melalui *geotagging* untuk memudahkan pencarian menggunakan *Google Maps*. Dengan

demikian, usaha kini dapat diakses melalui pencarian *Google*, dan konsumen dapat melihat lokasi, foto, dan ulasan.

Penandaan lokasi ini tidak hanya menambah kredibilitas usaha, tetapi juga meningkatkan peluang usaha menerima pelanggan baru yang melakukan pencarian melalui *Google*. Adapun beberapa UMKM yang mendapatkan pendampingan penandaan lokasi di *Google Maps* yaitu *Homemade Permen*, UMKM *Smoothies*, UMKM *Es Teler*, *Homemade Keripik Singkong*, dan UMKM sekitar lainnya.



Gambar 3. Penandaan Lokasi Usaha pada UMKM Jajan Yuuks



Gambar 4. Penandaan Lokasi Usaha pada UMKM Homemade Keripik Singkong



Gambar 5. Penandaan Lokasi Usaha pada UMKM Homemade Jajanan Kampoeng Nusantara

Penguatan Promosi Visual pada Usaha di Desa Bandar Khalipah

Promosi visual merupakan teknik pemasaran yang menggunakan elemen visual—seperti foto produk, desain grafis, logo, banner, stiker, dan konten media sosial—untuk menarik perhatian konsumen. Kualitas visual yang baik akan memengaruhi persepsi konsumen terhadap profesionalitas dan nilai produk. *Di sisi lain, promosi visual melalui foto produk, desain banner, dan konten digital berperan penting dalam membangun citra usaha dan menarik minat konsumen (Chandra et al., 2024).

Program ini difokuskan pada peningkatan kemampuan pelaku usaha dalam membuat konten visual yang menarik dan dapat dipromosikan pada platform digital seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp Business.

Mahasiswa memberikan pelatihan terkait dasar desain, pengambilan foto yang baik, serta pembuatan materi promosi sederhana. Selain edukasi, mahasiswa juga membantu membuat langsung materi promosi seperti foto produk berkualitas, logo usaha, banner digital, daftar menu, dan stiker *packaging*.

Penguatan visual terbukti meningkatkan rasa percaya konsumen dan memperbesar peluang pembelian impulsif. Pelaku UMKM juga merasa lebih percaya diri memasarkan produk ke pasar lebih luas karena sudah memiliki identitas usaha yang jelas. Penguatan promosi visual ini membantu UMKM meningkatkan daya tarik produk, memperbaiki citra usaha, serta memperluas jangkauan pemasaran digital (Aryan dkk., 2025). UMKM yang mendapatkan pendampingan visual ini mencakup pada UMKM Es Teler yang bernama Es Teler Juragan dan juga Homemade Permen yang bernama Jajanan Kampung Nusantara.



Gambar 6. Penyerahan Banner Penunjuk Lokasi Usaha Jajan Kampung Nusantara



Gambar 7. Design Packaging Jajanan Kampoeng Nusantara



Gambar 8. Design Menu UMKM Es Teler Juragan

SIMPULAN

Program PKM digitalisasi UMKM yang dilaksanakan di Desa Bandar Khalipah melalui penerapan QRIS, penandaan lokasi usaha di Google Maps, serta penguatan promosi berbasis visual telah memberikan dampak yang sangat positif bagi perkembangan usaha masyarakat. Sejumlah usaha seperti pabrik permen, es teler, smoothies, dan keripik mengalami peningkatan penjualan, kemudahan dalam proses transaksi, serta perluasan jaringan pemasaran. Digitalisasi membantu konsumen dalam menemukan lokasi usaha, melakukan pembayaran dengan cepat, serta memperoleh informasi produk secara lebih jelas dan mudah diakses.

Selain itu, program ini berhasil meningkatkan kompetensi para pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital secara mandiri. Hasil pendampingan membuktikan bahwa pelaku UMKM di wilayah desa mampu melakukan transformasi dan bersaing dalam era modern selama mendapatkan edukasi dan dukungan teknis yang memadai. Ke depan, program ini diharapkan dapat terus berlanjut serta menjadi contoh model pengembangan ekonomi berbasis teknologi bagi desa-desa lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Arimani, C., Fatahillah, R., Wulandari, E., & Pratama, T. Pemberdayaan UMKM melalui Integrasi Digital Marketing dan Sistem Pembayaran Digital (QRIS dan Agen BNI 46) di Kecamatan Cipayang Kota Depok. *ABDIRA*, 5.
- Aryan D. M. BR, Joni P, Agrianti K., & Retno Y. N. S. (2025). Kewirausahaan Digital Sebagai Strategi Transformasi Umkm Lampung. *BEGAWI : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 82–87. <https://doi.org/10.23960/begawi.v3i2.82>
- Azzahra, A., Jannah, M., & Hj Yuliani, D. (2024). QRIS sebagai Solusi Modernisasi UMKM: Pengalaman KKN di Desa Cipagalo Bojongsoang. *Proceeding UIN Sunan Gunung Djati*, 5 (5). <https://proceedings.uinsgd.ac.id/index.php/Proceedings>
- Chandra, I., Rizki, S. M., Hakim, M., Ningrum, A. L. S., Karaihandak, W., Pebriani, R. A., Hildayanti, S. K., & Kospa, H. S. D. (2024). Strategi Pemasaran UMKM di Desa Lubuk Enau Melalui Media Banner dan Google Maps. *Abdimas Universal*, 7(1), 78–83. <https://doi.org/10.36277/abdimasuniversal.v7i1.550>
- Dimas O. F., Rafika A. K., Ida B. A. H., Farrah A. R., Putry HH. M. N., Moh Heru A. M., & Mu'tasim B. (2023). Pemanfaatan Aplikasi Google Maps Sebagai Upaya Branding UMKM Di Desa Kebondalem Oleh Mahasiswa KKN-T UPN "Veteran" Jawa Timur. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 130–135. <https://doi.org/10.55606/jppmi.v2i2.390>
- Hayati, I., Amsari, S., & Afandi, A. (2023). Pelatihan Pembukuan Keuangan Dan Pemasaran Digital Bagi Umkm Binaan Lazismu Kota Medan. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(5), 4305. <https://doi.org/10.31764/jmm.v7i5.16907>
- Hidayah, I. (2025). Peran Google Maps dalam Meningkatkan Visibilitas UMKM: Studi Kasus di Kecamatan Cileungsi, Jawa Barat. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 37–41.
- Mirfaqo, N. H., Komariyah, & Setiawati, A. (2024). Pemberdayaan UMKM Masyarakat Melalui Digital Marketing Di Desa Jajar, Kecamatan Wates, Kabupaten Kediri. *MITRA: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 8(1), 52–60. <https://doi.org/10.25170/mitra.v8i1.4693>
- Murtiningsih, D., & Caroline, R. T. M. (2024). Digitalisasi UMKM. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, 7(3), 1387–1400. <https://doi.org/10.33024/jkpm.v7i3.13861>
- Novi A. A., & Munawaroh. (2025). Transformasi Digital pada UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar. *MASMAN Master Manajemen*, 3(1), 134–140. <https://doi.org/10.59603/masman.v3i1.717>
- Nurul Z., dkk. (2025). Pemberdayaan UMKM Melalui Digitalisasi, Media Promosi, dan Sertifikasi Halal UIN Syekh Wasil Kediri. *Hilya Labibah Hamidah*

Ahnafiyah, 6. <https://doi.org/10.30762/welfare.v3i3.2691>

- Rena A. P., Yamolala Z., Marlina, Junaidi, & Muhammad Affar. (2025). Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) UMKM Melalui Pelatihan Kepemimpinan dan Inovasi Bisnis. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(2), 11595–11603. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.3808>
- Salsabila A. Z., Fitra K. B., Putry M. S., Haura N. S. B., & Nadofa. (2025). Strategi Transformasi Digital UMKM Melalui Pemberdayaan Masyarakat di Kelurahan Kapasan, Kota Surabaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 3815–3821. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2209>
- Shofi, N. L., & Swasti, I. K. (2024). Strategi Pemasaran Pada UMKM Di Sirah Kencong Melalui Pembuatan Banner. *MESTAKA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 81–86. <https://doi.org/10.58184/mestaka.v3i1.277>
- Syukur, H. W., Ardani, A., Suprianto, J., Fauzi, R., Alfani, A., Ningsih, R., & Latif, A. (2025). Sosialisasi dan Implementasi Ekonomi Kreatif dan Digitalisasi UMKM Desa Karangharja Melalui Integrasi QRIS, Geotagging Google Map Kios, dan Banner Promosi Dalam Program KKN Universitas Pelita Bangsa Tahun 2025. *JGEN: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(4), 685–695. <https://doi.org/10.60126/jgen.v3i4.1202>