

Membangun Jejak Digital UMKM Desa Wiro Bayat : Optimalisasi QRIS dan Google Business Profile untuk Meningkatkan Visibilitas, Akses Pasar, dan Daya Saing Usaha

**Mar'atu Rosyada Al Fariz¹, Nurul Amiliana², Rika Ramadhana³, Salsabilla
Indy Eka Putri⁴, Faizal Jannu Aryanto Sahidana Putra⁵**

Program Studi Pendidikan Agama Islam, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman
Wahid Pekalongan¹

Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said
Surakarta²

Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said
Surakarta³

Program Studi Pendidikan Agama Islam, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said
Surakarta⁴

Program Studi Bioteknologi, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta⁵
e-mail: maratu.rosyada.al.fariz@mhs.uingusdur.ac.id , nurulamaliana09@gmail.com,
rikaramadhana290@gmail.com, salsansjn@gmail.com,
mochammad.achwan.baharuddin@uingusdur.ac.id, faizal.jannu@staff.uinsaid.ac.id

Abstrak

UMKM Seblak Prasmanan Express di Desa Wiro, Bayat, masih mengandalkan transaksi tunai dan belum memiliki identitas digital, sehingga visibilitas usaha rendah, akses pasar terbatas, dan daya saing menurun dibandingkan UMKM yang telah memanfaatkan *platform* digital. Kegiatan pengabdian ini bertujuan membangun jejak digital UMKM melalui optimalisasi QRIS dan *Google Business Profile* guna meningkatkan visibilitas, akses pasar, dan daya saing usaha. Metode yang digunakan mengacu pada pendekatan pemberdayaan masyarakat, meliputi pendidikan masyarakat, pelatihan, difusi ipteks, mediasi, dan advokasi yang dilaksanakan secara bertahap dan berkelanjutan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa aktivasi QRIS melalui aplikasi DANA mempermudah transaksi nontunai, sementara pembuatan *Google Business Profile* membuat usaha lebih mudah ditemukan melalui *Google Search* dan *Google Maps*. Pendampingan juga mencakup penguatan konten media sosial, pemanfaatan *WhatsApp Business*, serta penetapan jam operasional yang konsisten. Dengan demikian, pendampingan digital ini terbukti mampu memperkuat identitas digital, memperluas jangkauan pasar, dan mendorong daya saing UMKM secara berkelanjutan di era ekonomi digital.

Kata Kunci: QRIS, *Google Business Profile*, UMKM, Digitalisasi, Daya Saing.

Abstract

Seblak Prasmanan Express MSME in Wiro Village, Bayat, still relies on cash transactions and does not yet have a digital identity, resulting in low business visibility, limited market access, and reduced competitiveness compared to MSMEs that have adopted digital platforms. This community service activity aims to build the MSME's digital footprint through the optimization of QRIS and *Google Business Profile* to enhance business visibility, market access, and competitiveness. The method employed is based on a community empowerment approach, including community education, training, science and technology

diffusion, mediation, and advocacy, implemented gradually and sustainably. The results indicate that the activation of QRIS through the DANA application facilitates cashless transactions, while the creation of a Google Business Profile makes the business easier to find through Google Search and Google Maps. The assistance program also includes strengthening social media content, utilizing WhatsApp Business, and establishing consistent operating hours. Therefore, this digital assistance has proven effective in strengthening the MSME's digital identity, expanding market reach, and enhancing its competitiveness sustainably in the digital economy era.

Kata Kunci: *QRIS, Google Business Profile, MSMEs, Digitalization, Competitiveness.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola aktivitas ekonomi, terutama pada (UMKM), sehingga digitalisasi menjadi kebutuhan agar dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan. Pemanfaatan teknologi seperti pembayaran non tunai dan promosi berbasis internet membuka peluang untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi transaksi, dan membangun kepercayaan konsumen.

Meskipun, masih banyak UMKM di tingkat desa, termasuk di Desa Wiro, Bayat, yang belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Permasalahan yang ditemukan meliputi rendahnya penggunaan *Quick Response Code* Indonesian Standard (QRIS) dan belum optimalnya *Google Business Profile*, karena pelaku usaha masih mengandalkan transaksi tunai dan promosi dari mulut ke mulut. Hal ini berdampak pada rendahnya visibilitas, terbatasnya akses pasar, dan menurunnya daya saing usaha.

QRIS sebagai standar pembayaran digital nasional memudahkan transaksi yang cepat dan efisien, sementara itu, *Google Business Profile* membantu meningkatkan eksistensi usaha melalui informasi lokasi, produk, dan ulasan yang dapat diakses di *Google* dan *Google Maps*. Pemanfaatan kedua layanan tersebut menjadi langkah sangat strategis dalam memperkuat transformasi digital UMKM di tingkat seperti desa. Selain itu sosial media bermanfaat sebagai forum diskusi online, memantau perkembangan pelanggan, survei pelanggan, mendata kebutuhan penyalur/agen, menampilkan photo produk (Pradiani, 2018). Selain itu juga, implementasi QRIS terus mengalami peningkatan dan berkontribusi terhadap percepatan inklusi keuangan nasional melalui kemudahan transaksi digital.

Adapun adanya penelitian lain yang menjelaskan peningkatan visibilitas yang tercipta berfungsi sebagai bukti nyata dari manfaat *Google Business Profile*, yang dapat diamati oleh pelaku usaha dan menjadi faktor pendorong bagi mereka untuk melanjutkan atau bahkan memperluas penggunaan teknologi ini. Hal ini menggaris bawahi pentingnya keuntungan relatif dan observabilitas sebagai pendorong utama adopsi teknologi oleh pelaku UMKM (Iskandar, 2025).

Beberapa penelitian dan kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa optimalisasi QRIS dan *Google Business Profile* mampu meningkatkan visibilitas, literasi digital, jaringan pemasaran, serta kepercayaan konsumen. Namun seperti yang kita ketahui, kegiatan pendampingan di Desa Wiro, Bayat masih terbatas sehingga diperlukan upaya lanjutan yang sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha.

Dengan berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk membangun jejak digital UMKM di Desa Wiro melalui optimalisasi QRIS dan *Google Business Profile*, guna meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital, serta memperluas pasar dan meningkatkan daya saing di era ekonomi digital.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada UMKM Seblak Prasmanan Express yang terletak di Desa Wiro, Kecamatan Bayat, Kabupaten Klaten. Kegiatan awal dilakukan melalui observasi langsung ke lokasi usaha dan wawancara dengan pemilik UMKM untuk mengidentifikasi kondisi usaha, permasalahan yang dihadapi, serta kebutuhan digitalisasi yang diperlukan. Observasi dilakukan dengan mengamati sistem transaksi, pengelolaan operasional usaha, pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan bisnis sehari-hari, serta media promosi yang digunakan, sedangkan wawancara bertujuan untuk memperoleh informasi lebih mendalam mengenai kendala dan harapan pemilik usaha dalam mengembangkan usahanya.

Berdasarkan observasi, kendala (tunai, WA Business belum optimal, belum ada GBP, pemasaran digital terbatas) menjadi dasar program. Metode pemberdayaan mencakup difusi IPTEK, edukasi, pelatihan, mediasi, dan advokasi. Edukasi melalui penyuluhan digitalisasi, pelatihan praktik langsung (GBP, QRIS, WA, medsos), difusi dengan aktivasi QRIS dan GBP, mediasi ke penyedia layanan, serta advokasi monitoring berkelanjutan demi implementasi optimal (Putri & Kusumasari, 2025).

Adapun tahapan kegiatan yang dilakukan meliputi: (1) pelaksanaan pelatihan dan pendampingan digitalisasi usaha, (2) perencanaan program pendampingan, (3) observasi dan identifikasi kebutuhan UMKM, (4) implementasi QRIS dan Google Business Profile, serta (5) evaluasi hasil kegiatan melalui pengamatan terhadap perubahan visibilitas usaha, kemudahan transaksi, dan pemanfaatan media digital oleh pelaku UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Identifikasi Kondisi Awal dan Kebutuhan Digitalisasi UMKM

Seblak prasmanan express merupakan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di bidang kuliner yang dirintis oleh Rakha Nur Muarif sekitar dua tahun yang lalu di Desa Wiro, Kecamatan Bayat, Kabupaten Klaten yang menawarkan menu seblak prasmanan, mie jebew, smoothies, dan udang keju dengan harga terjangkau. Namun, meskipun menu sesuai dengan daya beli masyarakat, omzet

bulanan masih sekitar Rp3.000.000 karena pemanfaatan teknologi digital belum maksimal.

Dari sisi transaksi, seluruh pembayaran masih tunai, padahal QRIS mampu meningkatkan efisiensi operasional UMKM, mempercepat transaksi, mengurangi kesalahan pencatatan, serta meningkatkan kepuasan pelanggan (Nessa dkk., 2022; Ratnanda, Agnezia, Tulzannah, & Asyifa., 2026; Simanjuntak, Putri, & Syahidah., 2024). QRIS juga mempersingkat antrean pembayaran dan mempermudah rekonsiliasi keuangan, sehingga relevan bagi UMKM dengan arus kas dinamis. Sementara itu, pemasaran digital melalui Shopee Food rata-rata pesanan hanya 1-2 per hari, yang memungkinkan disebabkan promosi kurang terarah. Hal ini penting karena rating dan ulasan konsumen berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian (Mardikaningsih & Riski, 2026; Garcia, Losada, Auza, & Cruz, 2024).

Selain itu, akun TikTok usaha ini masih monoton dan masih menonjolkan mie jebew, sehingga menu lain kurang terekspos. Usaha juga belum memiliki Google Bussiness Profile, sehingga sulit ditemukan di Google Maps, padahal profil tersebut meningkatkan visibilitas dan kredibilitas (Google, 2020; Septi & Ariescy, 2024; Ikriesmawati, Sholiha, & Hardiyanti, 2023). Intervensi edukatif juga terbukti memperkuat identitas visual UMKM, meningkatkan visibilitas daring, serta mendorong kepercayaan diri pelaku usaha dalam mengembangkan strategi pemasaran modern (Rachmawati, Nugroho, Nurlita, Putra, & Sholahudin, 2026). Di sisi komunikasi, penggunaan WhatsApp pribadi tanpa fitur WhatsApps Bussines serta jam operasional yang tidak konsisten turut mengurangi kenyamanan pelanggan

Padahal, data nasional menunjukkan bahwa UMKM digital mengalami peningkatan omzet signifikan dari 18,2% pada 2022 menjadi 27,4% pada 2024, membuktikan bahwa pemanfaatan teknologi digital memberikan dampak ekonomi nyata (Saputra, Rantisi, & Haidar Fawwaz, 2026). Dengan variasi menu yang sesuai selera pasar dan harga terjangkau, Seblak Prasmanan Express memiliki potensi besar untuk berkembang.

Oleh karena itu, Langkah digitalisasi yang diperlukan meliputi penerapan QRIS, pembuatan Google Business Profile, pemanfaatan WhatsApp Business, penguatan strategi konten media sosial yang kreatif, variatif, dan konsisten, serta penetapan jam operasional tetap. Dengan langkah-langkah tersebut, usaha diharapkan mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kualitas pelayanan, memperkuat identitas merek, dan mendorong peningkatan omzet serta daya saing secara berkelanjutan.

B. Implementasi QRIS sebagai Inovasi Pembayaran Digital

Transformasi digital menjadi kebutuhan penting bagi pelaku UMKM, termasuk Seblak Prasmanan Express di Desa Wiro, Bayat, yang sebelumnya masih mengandalkan transaksi tunai. Penggunaan uang tunai sering menimbulkan berbagai kendala, seperti risiko kehilangan, kesulitan menyediakan kembalian, dan pencatatan transaksi yang kurang rapi (Zakariya, 2025). Sejalan dengan

kebijakan Bank Indonesia, QRIS hadir sebagai standar pembayaran digital yang memudahkan pelaku usaha menerima berbagai metode pembayaran melalui satu kode QR. Mayoritas pengguna QRIS di Indonesia juga berasal dari sektor UMKM, menunjukkan meningkatnya kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya pembayaran digital (Rahmalia, 2026). Atas dasar itu, pendampingan penerapan QRIS pada UMKM Seblak Prasmanan Express dilakukan sebagai langkah awal membangun jejak digital usaha sekaligus memperkuat daya saingnya di tengah masyarakat Desa Wiro yang mulai terbiasa dengan transaksi non tunai.

Proses pendaftaran QRIS pada UMKM Seblak Prasmanan Express dilakukan melalui aplikasi DANA karena seluruh tahapan dapat diselesaikan secara daring. Proses diawali dengan memperbarui aplikasi dan melakukan verifikasi akun hingga berstatus Premium menggunakan KTP. Selanjutnya, pemilik usaha mengakses menu DANA Bisnis untuk mendaftarkan merchant dengan melengkapi data usaha, seperti nama, kategori, alamat, dan deskripsi usaha. Foto tempat usaha serta aktivitas berjualan juga diunggah sebagai bukti operasional. Kelengkapan dan ketepatan data menjadi faktor penting dalam mempercepat proses verifikasi, sehingga pendampingan dilakukan agar seluruh formulir terisi dengan benar sejak awal (Medika, 2025).

Setelah data dan dokumen diajukan, pemilik usaha menunggu proses verifikasi dari DANA yang umumnya berlangsung 1-3 hari kerja apabila berkas telah lengkap. Setelah disetujui, notifikasi akan dikirim melalui aplikasi atau surel dan sistem otomatis menerbitkan kode QRIS statis. Kode tersebut kemudian diunduh, dicetak, dan ditempatkan di area kasir agar mudah digunakan pelanggan. Sebagai tahap akhir, tim pendamping bersama pemilik usaha melakukan uji coba transaksi untuk memastikan dana masuk ke saldo bisnis dengan benar sebelum QRIS digunakan dalam operasional sehari-hari.

Setelah QRIS aktif, pendampingan diberikan kepada pemilik UMKM Seblak Prasmanan Express agar dapat memanfaatkannya secara optimal. Edukasi dilakukan melalui praktik langsung, mulai dari menampilkan kode QR kepada pelanggan, memeriksa notifikasi transaksi, hingga melihat riwayat transaksi pada aplikasi. Pemilik usaha juga diberikan pemahaman bahwa transaksi QRIS tercatat secara otomatis sehingga dapat membantu penyusunan laporan keuangan harian secara lebih sederhana (Cahyani, 2025).

Penerapan QRIS memberikan berbagai manfaat bagi UMKM Seblak Prasmanan Express. Salah satu manfaat utamanya adalah setiap transaksi tercatat secara otomatis sehingga mengurangi risiko kesalahan pencatatan yang sering terjadi pada pembayaran manual (Natsir, 2023). Di sisi lain, QRIS juga memberikan kemudahan bagi pelanggan UMKM Seblak Prasmanan Express. Melalui satu kode QR, pelanggan dapat melakukan pembayaran menggunakan berbagai aplikasi dompet digital maupun mobile banking tanpa perlu menyesuaikan dengan metode pembayaran tertentu. Kemudahan ini mengurangi kebutuhan membawa uang tunai dan menunggu kembalian, sehingga proses transaksi menjadi lebih cepat, terutama saat antrean ramai. Selain itu, pembayaran

nontunai melalui QRIS dinilai lebih aman karena meminimalkan risiko kehilangan uang atau menerima uang palsu, sehingga memberikan pengalaman berbelanja yang lebih nyaman dan praktis bagi pelanggan (Aisyah, 2023).

Dari sisi pelayanan, penerapan QRIS berpotensi meningkatkan efisiensi operasional UMKM Seblak Prasmanan Express secara keseluruhan. Proses pembayaran yang lebih cepat memungkinkan pemilik usaha melayani lebih banyak pelanggan dalam waktu yang sama, terutama pada jam-jam ramai kunjungan. Sejumlah kajian pada UMKM di berbagai daerah turut menegaskan bahwa penerapan QRIS berdampak positif terhadap kemudahan, efisiensi, dan transparansi pelaporan penjualan usaha, sekaligus memperkuat daya saing usaha dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin dinamis (Novitasari, 2026).



Gambar 1. Pembuatan QRIS dengan Aplikasi DANA

Secara keseluruhan, penerapan QRIS melalui aplikasi DANA pada UMKM Seblak Prasmanan Express menjadi solusi praktis untuk mengatasi kendala transaksi tunai sekaligus mendukung pembentukan jejak digital usaha di Desa Wiro. Namun, keberhasilan implementasinya tetap memerlukan edukasi berkelanjutan karena rendahnya literasi digital dan keterbatasan jaringan internet masih menjadi tantangan di wilayah pedesaan. Dengan pendampingan yang konsisten, QRIS diharapkan dapat melengkapi optimalisasi Google Business Profile dalam meningkatkan visibilitas, akses pasar, dan daya saing UMKM Seblak Prasmanan Express secara berkelanjutan.

C. Optimalisasi Google Business Profile untuk Meningkatkan Visibilitas Usaha

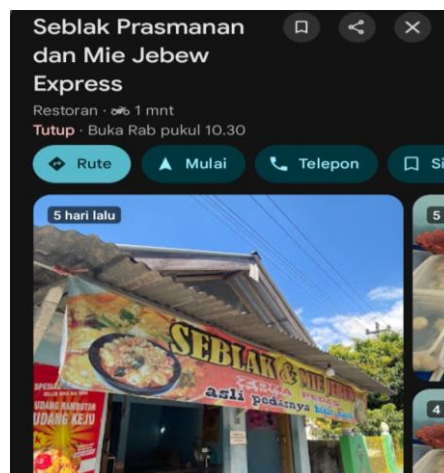
Optimalisasi *Google Business Profile* (GBP) merupakan salah satu strategi digital marketing untuk membangun identitas digital dan meningkatkan visibilitas UMKM Seblak Prasmanan Express. Berdasarkan observasi yang sudah dilakukan, usaha ini belum memiliki profil bisnis sehingga informasi penting seperti lokasi, jam operasional, kontak, foto produk, dan ulasan belum tersedia, yang menyulitkan pelanggan terutama dari luar Desa Wiro dalam menemukan usaha. Seiring Perubahan perilaku konsumen menunjukkan bahwa proses pencarian informasi melalui internet telah menjadi salah satu tahapan penting sebelum melakukan keputusan pembelian (Astuty et al., 2024). Oleh karena itu, keberadaan *Google Business Profile* menjadi salah satu media yang mampu

membantu UMKM meningkatkan eksistensi usaha pada ruang digital sekaligus memperluas jangkauan pasar melalui pencarian berbasis lokasi.

Pendampingan diawali dengan pembuatan akun Google Business Profile, pengisian identitas lengkap, dan verifikasi agar tampil di Google Search dan Maps. Pemilik juga diedukasi mengelola profil, seperti memperbarui informasi, mengunggah foto, membuat promosi, serta memanfaatkan ulasan pelanggan. Profil yang lengkap, akurat, dan diperbarui berpeluang lebih besar muncul di pencarian lokal karena Google mempertimbangkan relevansi, jarak, dan popularitas, sehingga pelanggan lebih mudah menemukan dan menghubungi usaha (Google Business Profile Help 2025).

Keberadaan GBP juga membangun kredibilitas usaha dengan menyediakan informasi yang memudahkan konsumen dan meningkatkan kepercayaan, sejalan dengan temuan bahwa optimalisasi GBP, media sosial, dan pembukuan digital mampu meningkatkan visibilitas bisnis serta kapasitas digital UMKM dalam pemasaran produk (Martiyanti et al. 2026). Selain itu, profil aktif membantu konsumen memperoleh informasi cepat, sehingga memperbesar peluang interaksi dan transaksi dengan pelanggan.

Optimalisasi *Google Business Profile* juga berkontribusi terhadap peningkatan daya saing usaha melalui penguatan pemasaran berbasis lokasi (*location-based marketing*). Semakin lengkap informasi yang tersedia pada profil bisnis, semakin besar peluang usaha muncul ketika konsumen melakukan pencarian produk atau jasa yang relevan di wilayah tertentu. Hal tersebut mendukung pemasaran berbasis lokasi sehingga memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha. Pendampingan *Google Business Profile* berhasil meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan *platform* digital sehingga jangkauan pasar menjadi lebih luas dan daya saing usaha meningkat (Firmansyah et al., 2025). Temuan tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan *Google Business Profile* menjadi salah satu strategi pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan eksposur usaha pada era ekonomi digital.



Gambar 2. Pembuatan *Google Bussiness Profile*

Secara keseluruhan, pendampingan optimalisasi Google Business Profile pada Seblak Prasmanan Express memberikan fondasi awal dalam membangun

jejak digital usaha, di mana setelah profil dibuat dan diverifikasi, usaha telah memiliki identitas digital yang dapat diakses melalui Google Search dan Google Maps sehingga memudahkan masyarakat memperoleh informasi terkait lokasi, jam operasional, kontak, dan produk yang ditawarkan. Walaupun dampak terhadap peningkatan omzet belum dapat diukur dalam jangka pendek, keberadaan Google Business Profile diharapkan mampu meningkatkan peluang kunjungan pelanggan, memperluas akses pasar, serta memperkuat citra profesional usaha. Dengan demikian, pemanfaatan Google Business Profile menjadi strategi digital yang sederhana, mudah diterapkan, dan berbiaya rendah, namun memiliki potensi manfaat jangka panjang dalam meningkatkan visibilitas dan daya saing UMKM di era transformasi digital (Wiralestari et al., 2024), yang juga didukung oleh hasil pengabdian yang menunjukkan bahwa pendampingan berbasis Google Business Profile efektif dalam meningkatkan daya saing dan kapasitas digital pelaku UMKM.

D. Dampak Pendampingan terhadap Akses Pasar dan Daya Saing Usaha

Untuk memperjelas gambaran dampak tersebut, Tabel 1 menyajikan ringkasan perbandingan kondisi usaha sebelum dan sesudah pendampingan penerapan QRIS dan Google Business Profile. Data disusun berdasarkan hasil observasi, wawancara, serta pemantauan tim pengabdian bersama pemilik usaha selama periode pendampingan, sehingga angka yang disajikan bersifat indikatif untuk menggambarkan arah dan besaran perubahan, bukan hasil audit keuangan formal.

Tabel 1. Perbandingan Kondisi Usaha Sebelum dan Sesudah Pendampingan QRIS dan Google Business Profile

No	Indikator	Sebelum Pendampingan	Sesudah Pendampingan	Perubahan (Estimasi)
1	Metode pembayaran nontunai (QRIS)	0% transaksi (seluruhnya tunai)	sekitar 30-40% transaksi menggunakan QRIS/dompot digital	Muncul kanal pembayaran nontunai baru
2	Rata-rata omzet per bulan	± Rp3.000.000	± Rp3.500.000 - Rp3.700.000	Naik sekitar 15-20%
3	Rata-rata pesanan via ShopeeFood per hari	1-2 pesanan/hari	3-5 pesanan/hari	Naik sekitar 2-3 kali lipat
4	Keberadaan di Google Search & Google Maps	Tidak terdaftar (Google Business Profile belum ada)	Terdaftar dan terverifikasi, dapat ditemukan melalui pencarian lokasi	Identitas digital baru terbentuk
5	Estimasi pelanggan baru dari luar Desa Wiro per bulan	Hampir tidak ada (promosi dari mulut ke mulut)	Sekitar 10-15 pelanggan baru per bulan	Jangkauan pasar mulai meluas
6	Pemanfaatan WhatsApp Business	Belum digunakan (masih	Sudah digunakan dengan fitur katalog & balasan otomatis	Layanan pelanggan lebih terstruktur

		WhatsApp pribadi)		
7	Kepastian jam operasional	Tidak konsisten, bergantung kondisi pemilik	Konsisten dan tercantum pada profil usaha	Kepercayaan pelanggan meningkat
8	Variasi konten media sosial (TikTok)	Didominasi satu menu (mie jebew)	Mencakup seluruh varian menu (seblak, mie jebew, smoothies, udang keju)	Promosi produk lebih merata

Sumber: Observasi lapangan, wawancara, dan pemantauan tim pengabdian bersama pemilik UMKM Seblak Prasmanan Express selama periode pendampingan (2026). Angka omzet awal mengacu pada data yang diperoleh saat identifikasi kondisi awal usaha, sedangkan angka setelah pendampingan merupakan estimasi berdasarkan perubahan pola transaksi dan interaksi pelanggan yang teramati.

Pendampingan pada Seblak Prasmanan Express mengatasi kendala UMKM seperti visibilitas digital rendah, ketergantungan tunai, medsos kurang optimal, dan jam operasional tidak menentu, yang membatasi omzet Rp3.000.000 dan pasar lokal. Dampak nyata adalah peningkatan visibilitas lewat *Google Business Profile*, memudahkan pelanggan menemukan lokasi dan produk. Menurut Elsanía et al., (2026), profil Google lengkap meningkatkan kredibilitas 2,7 kali lipat dan peluang kunjungan 70%, membuka akses konsumen luar wilayah yang sebelumnya tidak terjangkau.

Penerapan QRIS memberikan dampak langsung pada efisiensi transaksi, menggantikan tunai yang kurang sesuai dengan perilaku digital masyarakat (Arifangga et al., 2025). Kini transaksi lebih cepat, aman, dan efisien, dengan melayani GoPay, OVO, DANA, dan ShopeePay. Meski masih ada kendala pengetahuan digital dan akses internet (Djemma, S. A. dkk, 2025), QRIS tetap memperluas basis pelanggan potensial dan meningkatkan daya saing di era ekonomi digital.

Optimalisasi media sosial (*TikTok/ShopeeFood*) dan pemanfaatan *WhatsApp Business* memperkuat pemasaran digital. Konten yang awalnya monoton dan hanya satu menu kini kreatif, variatif, dan konsisten untuk semua varian menu, meluaskan daya tarik dan jangkauan pemasaran. Peralihan ke WA Business meningkatkan pelayanan melalui fitur katalog, balasan otomatis, dan label pelanggan. Penelitian menunjukkan WA Business memiliki lima fitur utama yang digunakan 90% UMKM sebagai saluran penjualan dan pemasaran, memperkuat kenyamanan serta citra profesional usaha (Maryani, 2022).

Perbaikan manajemen operasional melalui penetapan jam operasional tetap menggantikan kebijakan pemilik yang sebelumnya menyulitkan pelanggan. Hal ini penting untuk tata kelola bisnis dan daya saing, sejalan dengan program pendampingan yang mencakup perbaikan operasional dan digitalisasi keuangan untuk mendorong omzet (Erwita, 2021), sehingga membangun kepercayaan dan peluang pembelian ulang. Secara menyeluruh, dampak multidimensional saling menguatkan: peningkatan visibilitas (GBP), efisiensi transaksi (QRIS) yang meningkatkan kenyamanan (Martiyanti Dwi et al, 2023), penguatan pemasaran

dan komunikasi (medsos & WA), serta perbaikan operasional. Dampak kolektif ini memperkuat daya saing, sebagaimana ditegaskan bahwa pendampingan *digital marketing* efektif meningkatkan kompetensi digital UMKM (Mei et al., 2026), sehingga Seblak Express bertransformasi menjadi usaha profesional, kompetitif, dan siap menghadapi dinamika ekonomi digital.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat pada UMKM Seblak Prasmanan Express di Desa Wiro, Bayat berhasil membangun jejak digital usaha melalui optimalisasi QRIS melalui aplikasi DANA dan Google Business Profile. QRIS memudahkan transaksi nontunai sekaligus membantu pencatatan keuangan yang lebih efisien, sementara Google Business Profile memberikan identitas digital yang memudahkan usaha ditemukan di Google Search dan Google Maps sehingga jangkauan pasar semakin luas. Selain itu, pendampingan juga memperkuat pemasaran digital melalui pengelolaan konten media sosial TikTok dan ShopeeFood, pemanfaatan WhatsApp Business untuk komunikasi pelanggan, serta penetapan jam operasional yang lebih teratur.

Secara keseluruhan, intervensi tersebut saling melengkapi dalam meningkatkan visibilitas usaha, efisiensi transaksi, dan kepercayaan pelanggan, sehingga mampu memperkuat daya saing UMKM. Program ini menunjukkan bahwa pendampingan digital yang terintegrasi dan berkelanjutan merupakan strategi yang efektif dan aplikatif bagi UMKM di tingkat desa dalam menghadapi transformasi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Zakariya, A. A. (2025). The Application of Digital Payments (QRIS & E-Wallet) on the Efficiency of MSME Transactions. *Journal of Finance , Economics, and bussiness*, 4(2), 1-10.
- Arifangga, A. R., Cahyaningrum, D. A., & Sari, S. K. (2025). *Digitalisasi UMKM Pembuatan Qris dan Pembuatan Titik Google Maps Desa Prambatan Lor Kecamatan Kaliwungu Kabupaten Kudus*. 448-454.
- Astuty, E., Sudirman, I. D., & Aryanto, R. (2024). *Sustainable resilience strategy: Unleash the micro-businesses' potential in the digitalization and sustainability era*. *Cogent Business & Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2313672>
- Bank Indonesia. (2023). *Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2025 dan Perkembangan Implementasi QRIS*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Cahyani, I. G. (2025). Implementasi Sistem Pembayaran Digital Berbasis QRIS dalam Meningkatkan Efisiensi Pencatatan Laporan Keuangan pada UMKM Warung Makan di Era Industri 4.0. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi dan Bisnis Digital*, 1-8. doi:<https://doi.org/10.70248/jpmebd.v2i4.3371>
- Desi Novitasari, N. N. (2026). Meningkatkan Literasi Keuangan Digital Pelaku UMKM melalui Transaksi Non Tunai. *JATI : Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika*, 10(2). doi:<https://doi.org/10.36040/jati.v10i2.17724>
- Djemma Siardin Andi dkk. (2025). *Compile Journal of Society Service*. 3(1), 77-83.

- Elsania, A. D., Habenula, H. N., Mazidah, H., & Ummah, C. T. (2026). *Pendampingan Pemasaran Digital Berbasis Kebutuhan*. 10(1), 1174–1186.
- Erwita, M. A. (2021). *Peningkatan Daya Saing Pelaku Umkm di Surabaya Bidang Kuliner , Kerajinan Tangan, dan Jasa Melalui Pemasaran Digital*. 4(1), 40–47
- Firmansyah, E. A., dkk. (2025). *Penguatan Kapasitas UMKM melalui Pendampingan Legalitas Usaha dan Digital Marketing*. Muria Jurnal Layanan Masyarakat. <https://doi.org/10.24176/mjlm.v7i2.15976>
- Garcia, N. P., Losada, M., Auza, D. P., & Cruz, M. P. (2024). Reviews, trust, and customer experience in online marketplaces: the case of Mercado Libre Colombia. *Frontiers in Communication*, 9, 1–14. doi:<https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1460321>
- Google. (2020). Diambil kembali dari Google digital garage: Fundamentals of digital maerketing: <https://learndigital.withgoogle.com/digitalgarage>
- Google. (2025). *Improve your local ranking on Google*. Google Business Profile Help. <https://support.google.com/business/answer/7091>
- Iskandar, I. (2025). Strategi optimalisasi Google My Business (GMB) dalam meningkatkan daya saing digital UMKM di Kelurahan Kampung Baru Kota Medan. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 8(1), 197–205. <https://ojs pustek.org/index.php/SJR/article/view/1830>
- Khairina Natsir, N. B. (2023). Penggunaan QRIS sebagai ALat Pembayaran Digital untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM. *Jurnal Serina Abdimas*, 1(3), 1154–1157.
- Mardikaningsih, R., & Riski, M. (2026). Daya saing UMKM di ShopeeFood: Bagaimana Rating da Review Mememngaruhi Keputusan Pembelian pada Restoran Non-Franchise. *Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi*, 5(1), 657–676. doi:<https://doi.org/10.30640/jumma45.v5i1.5957>
- Martiyanti, D., Achmad, G. N., Rahmawati, A., Purwadi, & Wasil, M. (2026). *Strengthening the Capacity of Micro Enterprises Through Google Business Profile-Based Digitalisation Strategies*. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 7(1), 33–41. <https://doi.org/10.33394/jpu.v7i1.19059>
- Maryani, I., Aji, S., & Linawati, S. (2022). Pelatihan optimalisasi WhatsApp Business untuk akselerasi pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Abdimas Ekonomi dan Bisnis*, 2(2), 153–159. <https://doi.org/10.31294/abdiekbis.v2i2.1648>
- Medika.co.id, R. (2025, Desember 25). *Cara Daftar QRIS di DANA untuk UMKM: Panduan Lengkap untuk Pedagang dan UMKM*. Retrieved from rsannamedika: <https://rsannamedika.co.id/cara-daftar-qris-di-dana-untuk-umkm-panduan-lengkap-untuk-pedagang-dan-umkm/>
- Mei, N., Sagita, P., Yulia, S., Janaldo, W., & Soesetio, Y. (2026). *Faedah : Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia Pengembangan Wawasan Manajerial , Pendampingan UMKM “ Rumah Makan Padang Sari Bundo ” Development of Managerial Insights , MSMEs Assistance " Padang Sari Bundo Restaurant " Usaha Mikro , Kecil , dan Menengah (UMKM)*
- Nazuwani Putri Deli, A. F. (2024). Implementasi QRIS dalam Meningkatkan Efisiensi Transaksi UMKM di Kota Takengon: Analisis Dampak dan

- Tantangan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 4(2), 1-12. doi:<https://doi.org/10.36908/jimpa.v4i2.446>
- Putri, N. A., & Kusumasari, I. R. (2025). *Jurnal Sinabis*. 1, 1348-1355.
- Rahmalia, N. (2026, January 27). *Cara Daftar QRIS DANA Resmi: Syarat, Biaya, & Cara Aktivasinya*. Retrieved from paper id: <https://www.paper.id/blog/pembayaran-digital/cara-daftar-qr-is-dana/>
- Ratnanda, N. D., Agnesia, T., Tulzannah, C. W., dan Asyifa, E. R. 2026. "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital (QRIS) dan Pengelolaan Keuangan Digital terhadap Efisiensi Operasional UMKM." *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Review*, Vol. 6 No. 1, hlm. 1-9.
- Simanjuntak, B., Putri, A. P., & Syahidah, A. W. (2024). Efisiensi penggunaan *Quick Response Code Indonesia Standard* (QRIS) dalam mendukung penjualan di era digital. *Media Hukum Indonesia (MHI)*, 2(4), 332-340. doi:<https://doi.org/10.5281/zenodo.14192809>
- Siti Aisyah, N. R. (2023). Implementasi Teknologi Financial dalam QRIS sebagai Sistem Pembayaran Digital pada Sektor UMKM di Kota Binjai. *KARYA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 102-106.
- Ikriesmawati, S., Sholiha, I., & Hardiyanti, S. (2023). Pendampingan Pemanfaatan Gogle Maps da Whatsapp Bisnis Sebagai Media Digital Bagi UMKM di Kelurahan Se bani Kota Pasuruan. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 3(3). doi:<https://doi.org/10.33379/icom.v3i3.3139>
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 12(2), 87-95.
- Rachmawati, N. R., Nugroho, I. T., Nurlita, S., Putra, A. A., & Sholahudin, M. I. (2026). Peningkatan Kapasitas UMKM Melalui Sosialisasi Digital Marketing dan Optimalisasi Media Bisnis di Desa Pasirnangka. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (ABDIRA)*, 6(2).
- Ratnanda, N. D., Agnesia, T., Tulzannah, C. W., & Asyifa, E. R. (2026). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital (QRIS) dan Pengelolaan Keuangan Digital Terhadap Efisiensi Operasional UMKM. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi Review*, 6(1). doi:<https://doi.org/10.53697/emba.v6i1.3807>
- Saputra, M. A., Rantisi, H. T., & Haidar Fawwaz, M. K. (2026). Transormasi Digital UMKM dan Ketahanan Ekonomi Lokal: Analisis Adopsi Fintech, Literasi Digital, dan Daya Saing Usaha Mikro di Era Pasca Pandemi Indonesia 2023-2025. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 5(2), 2719-2727. doi:10.31004/riggs.v5i2.8883
- Septi, S. D., & Ariescy, R. R. (2024). Pemanfaatan Google Maps Untuk Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Seblak 55 Kelurahan Rungkut Menanggal. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2). doi:<https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.2365>
- Wiralestari, W., Arisandi, D., Sari, M. P., & Yulia, N. (2024). Pemanfaatan Google Business Profile sebagai strategi digital marketing dalam meningkatkan visibilitas dan daya saing UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Kewirausahaan*, 5(2), 115-124.