



## **PENDAMPINGAN DIGITALISASI IDENTITAS USAHA DAN SISTEM PEMBAYARAN QRIS PADA UMKM NAONG TENDA GEBANG BANGKALAN**

**Moh. Rizky Abdillah<sup>1</sup>, Sudarmiatin<sup>2</sup>, Yuli Soesetio<sup>3</sup>**  
Universitas Negeri Malang<sup>1,2,3</sup>

Email Korespondensi: [moh.rizky.2504138@students.um.ac.id](mailto:moh.rizky.2504138@students.um.ac.id)<sup>✉</sup>

### **Info Artikel**

#### **Histori Artikel:**

##### **Masuk:**

11 Mei 2026

##### **Diterima:**

09 Juni 2026

##### **Diterbitkan:**

15 Juni 2026

#### **Kata Kunci:**

Digitalisasi UMKM;  
Google Business Profile;  
QRIS;  
Identitas Usaha;  
Pembayaran Digital.

### **ABSTRAK**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan visibilitas digital dan modernisasi sistem transaksi pada UMKM Naong Tenda Gebang di Kabupaten Bangkalan melalui pendampingan implementasi Google Business Profile dan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). Permasalahan yang dihadapi mitra meliputi belum terdaftarnya lokasi usaha pada Google Maps sehingga menyulitkan pelanggan dalam menemukan lokasi usaha, serta penggunaan sistem pembayaran tunai yang belum terdokumentasi secara sistematis. Metode pelaksanaan dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara, studi literatur, serta pendampingan teknis kepada pemilik usaha. Kegiatan pendampingan meliputi pendaftaran dan verifikasi Google Business Profile serta implementasi sistem pembayaran QRIS. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra berhasil memiliki profil usaha yang terverifikasi pada Google Business Profile sehingga informasi dan lokasi usaha dapat diakses secara daring melalui Google Maps. Selain itu, penerapan QRIS memungkinkan transaksi non-tunai yang lebih praktis serta membantu pencatatan transaksi menjadi lebih teratur dan transparan. Program ini memberikan manfaat berupa peningkatan aksesibilitas usaha, kemudahan transaksi, serta penguatan tata kelola usaha yang lebih profesional. Dengan demikian, digitalisasi identitas usaha dan sistem pembayaran dapat mendukung peningkatan daya saing UMKM dalam menghadapi perkembangan ekonomi digital.

*This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.*



## **PENDAHULUAN**

Di era transformasi ekonomi saat ini, digitalisasi telah menjadi pilar utama bagi keberlanjutan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia untuk tetap kompetitif di pasar global (Prapanca et al., 2022). Secara makro, adopsi teknologi informasi bukan lagi sekadar tren, melainkan kebutuhan mendesak bagi pelaku usaha guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional (Hardilawati, 2020). Penulis mengamati bahwa elemen kunci dalam ekosistem digital kontemporer adalah integrasi antara identitas bisnis berbasis lokasi dan sistem pembayaran elektronik yang mampu menciptakan transparansi transaksi (Lestari et al., 2021). Konsumen modern saat ini cenderung memprioritaskan penyedia jasa yang memiliki visibilitas digital yang jelas serta menawarkan kemudahan transaksi non-tunai yang praktis dan aman (Abdullah et al., 2012).

Namun, pada realitanya, banyak UMKM di daerah yang masih menghadapi kendala dalam melakukan transisi digital tersebut. Sektor jasa perlengkapan acara atau vendor terop dekorasi merupakan bidang bisnis yang sangat bergantung pada akurasi lokasi logistik, sehingga ketiadaan profil digital dapat menghambat efisiensi kerja (Sucipto et al., 2025). Selain masalah aksesibilitas, rendahnya literasi digital dalam aspek finansial seringkali menyebabkan pelaku usaha kehilangan potensi pendapatan dari segmen pasar yang lebih luas (Sholihin & Sudarmiatin, 2024). Fenomena ini juga tercermin secara nyata pada UMKM Naong Tenda Gebang di Kabupaten Bangkalan. Meskipun

memiliki kapasitas operasional yang besar dengan melayani lebih dari 200 pelanggan per tahun, usahanya masih terkendala oleh belum terdaptarnya alamat resmi di Google Maps serta belum tersedianya sistem pembayaran digital berbasis QRIS (Ok et al., 2025).

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan untuk meningkatkan visibilitas digital UMKM Naong Tenda Gebang melalui pendaftaran dan optimalisasi Google Business Profile, mengimplementasikan sistem pembayaran QRIS sebagai sarana transaksi non-tunai, serta memperkuat tata kelola usaha yang lebih profesional dan adaptif terhadap perkembangan ekonomi digital. Melalui pendampingan yang bersifat aplikatif, diharapkan mitra mampu meningkatkan aksesibilitas layanan, efisiensi transaksi, dan daya saing usaha secara berkelanjutan (Moleong, 2017).

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra, kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan visibilitas digital UMKM Naong Tenda Gebang melalui optimalisasi Google Business Profile, mengimplementasikan sistem pembayaran QRIS sebagai sarana transaksi non-tunai, serta memperkuat tata kelola usaha yang lebih profesional dan adaptif terhadap perkembangan ekonomi digital (Sari et al., 2024). Dengan menyinergikan kualitas produk fisik dan profesionalisme administrasi digital ini, penulis yakin Naong Tenda Gebang dapat meningkatkan skala usahanya dan menjadi standar baru bagi vendor terop lokal di wilayah Bangkalan.

## **METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui observasi lapangan, wawancara, studi literatur, serta pendampingan teknis kepada mitra. Pendekatan ini digunakan untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi mitra dan merumuskan solusi digitalisasi yang sesuai dengan kebutuhan usaha (Moleong, 2017). Kegiatan pengabdian dilaksanakan melalui lima tahapan utama. Tahap pertama adalah identifikasi kebutuhan mitra melalui observasi lapangan dan wawancara dengan pemilik usaha. Tahap kedua adalah pendaftaran dan verifikasi Google Business Profile untuk membangun identitas digital usaha. Tahap ketiga adalah implementasi sistem pembayaran QRIS melalui proses registrasi dan aktivasi layanan. Tahap keempat adalah pendampingan penggunaan Google Business Profile dan QRIS agar mitra mampu mengoperasikan sistem secara mandiri. Tahap terakhir adalah evaluasi hasil kegiatan untuk menilai keberhasilan program berdasarkan indikator yang telah ditetapkan (Creswell, 2019). Data primer tersebut diperkuat dengan teknik wawancara mendalam melalui diskusi terstruktur bersama pemilik usaha untuk menggali riwayat bisnis serta tantangan dalam melayani lebih dari 200 pelanggan per tahun.

Selain data lapangan, penulis juga mengumpulkan berbagai referensi ilmiah melalui portal jurnal digital sebagai instrumen studi literatur untuk memvalidasi urgensi digitalisasi sistem pembayaran QRIS dan Google Maps berdasarkan temuan penelitian terdahulu yang relevan (Rahmawati et al., 2025). Seluruh data yang telah terkumpul kemudian dianalisis secara kualitatif melalui tiga tahapan sistematis, yang dimulai dari organisasi data dengan mengelompokkan hasil observasi berdasarkan masalah identitas dan pembayaran. Selanjutnya, dilakukan interpretasi untuk menghubungkan temuan lapangan dengan teori manajerial digital, hingga akhirnya dilakukan penarikan kesimpulan guna merumuskan solusi praktis yang dapat diterapkan secara langsung oleh mitra untuk meningkatkan daya saing usaha.

Keberhasilan kegiatan diukur berdasarkan beberapa indikator, yaitu: (1) profil usaha berhasil terdaftar dan terverifikasi pada Google Business Profile; (2) lokasi usaha dapat diakses melalui Google Maps; (3) sistem pembayaran QRIS berhasil diimplementasikan dan dapat digunakan untuk transaksi; (4) mitra mampu mengoperasikan Google Business Profile dan QRIS secara mandiri; dan (5) terjadi perubahan pola transaksi dari pembayaran tunai menuju pembayaran digital.

### Diagram Alur Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian



**Gambar 1.** Diagram Alur Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Mitra

Naong Tenda Gebang merupakan unit usaha yang bergerak di sektor jasa vendor dekorasi dan perlengkapan acara yang berlokasi strategis di Kmp. Gupot, Desa Gebang, Bangkalan. Sebagai salah satu pemain utama di wilayah tersebut, mitra memiliki kapasitas operasional yang signifikan, didukung oleh 15 orang karyawan tetap dan mampu melayani lebih dari 200 pelanggan setiap tahunnya melalui kolaborasi lintas vendor. Meskipun memiliki rekam jejak yang kuat secara fisik, hasil observasi menunjukkan adanya kesenjangan digital yang lebar antara kapasitas operasional dengan manajemen administratif, yang menjadi penghambat utama dalam eskalasi bisnis ke segmen pasar yang lebih luas.

**Tabel 1.** Kondisi Mitra Sebelum dan Sesudah Pendampingan

Aspek	Sebelum Pendampingan	Sesudah Pendampingan
Google Business Profile	Belum tersedia	Terdaftar dan terverifikasi
Google Maps	Lokasi usaha belum teridentifikasi	Lokasi usaha dapat ditemukan
Sistem pembayaran	Tunai	Tunai dan QRIS
Dokumentasi transaksi	Manual	Terdokumentasi secara digital
Kemampuan penggunaan teknologi	Terbatas	Mampu mengoperasikan GBP dan QRIS

### Pelaksanaan Pendampingan

Berdasarkan hasil observasi lapangan dan studi literatur, pendampingan dilakukan melalui pendekatan bimbingan teknis yang berfokus pada tiga pilar utama, yaitu:

## Transformasi Aksesibilitas melalui Google Business Profile

Masalah utama yang ditemukan adalah sulitnya aksesibilitas fisik gudang bagi mitra dan pelanggan baru. Penulis melakukan pendaftaran dan verifikasi pada Google Business Profile. Hal ini didukung oleh penelitian Aushafina & Wikartika (2023) yang menekankan bahwa visibilitas pada Google Maps merupakan instrumen krusial bagi UMKM untuk membangun kepercayaan dan memudahkan jangkauan konsumen.



Gambar 2. Google Maps

Penulis melakukan pendaftaran dan verifikasi profil bisnis pada platform Google Business Profile. Langkah ini tidak hanya sekadar meletakkan titik pada peta, tetapi juga membangun "identitas digital" yang memberikan kredibilitas instan. Secara teoretis, visibilitas pada Google Maps merupakan instrumen krusial bagi UMKM untuk membangun kepercayaan (trust) dan memudahkan jangkauan konsumen secara organik. Pasca verifikasi, data menunjukkan adanya interaksi pelanggan yang terekam secara sistematis, yang membuktikan bahwa keterbukaan informasi lokasi berkorelasi langsung dengan kemudahan akses pasar. Sebelum kegiatan pendampingan dilakukan, lokasi usaha Naong Tenda Gebang belum terdaftar pada Google Maps sehingga pelanggan baru harus memperoleh petunjuk lokasi secara manual dari pemilik usaha. Setelah dilakukan pendaftaran dan verifikasi Google Business Profile, informasi usaha dan lokasi dapat diakses secara daring melalui Google Maps. Perubahan ini menunjukkan peningkatan aksesibilitas usaha serta mendukung kemudahan pelanggan dalam menemukan lokasi usaha.

## Implementasi QRIS sebagai Standarisasi Transaksi Modern

Peralihan dari sistem tunai ke digital dilakukan melalui implementasi QRIS. Menurut Sari et al, (2024), penggunaan QRIS meningkatkan akuntabilitas finansial dan memberikan kenyamanan transaksi bagi pelanggan di era ekonomi digital. Dengan QRIS, Naong Tenda Gebang kini memiliki rekaman transaksi yang lebih sistematis untuk keperluan evaluasi manajerial.



Gambar 3. Pembayaran Melalui Qris

Melalui penerapan kode QR yang terstandardisasi secara nasional ini, Naong Tenda Gebang kini memiliki basis data transaksi yang lebih rapi dan sistematis. Kehadiran sistem pembayaran digital ini memungkinkan pemilik usaha untuk memantau arus kas masuk secara real-time, yang pada gilirannya mempermudah proses evaluasi manajerial bulanan. Digitalisasi sistem pembayaran ini juga memberikan citra profesional pada unit usaha, sehingga mampu bersaing dengan vendor besar lainnya di wilayah Bangkalan. Sebelum implementasi QRIS, seluruh transaksi dilakukan secara tunai sehingga proses pencatatan transaksi masih dilakukan secara sederhana. Setelah QRIS diterapkan, mitra memiliki alternatif pembayaran non-tunai yang lebih praktis dan terdokumentasi secara otomatis melalui sistem penyedia layanan pembayaran. Kondisi ini memberikan kemudahan bagi pemilik usaha dalam melakukan pemantauan transaksi dan meningkatkan transparansi pengelolaan keuangan usaha.

## **PEMBAHASAN**

Implementasi digitalisasi pada Naong Tenda Gebang membuktikan bahwa teknologi berperan vital dalam efisiensi operasional dan penguatan daya saing. Kehadiran titik lokasi pada Google Business Profile secara langsung mempermudah koordinasi logistik bagi 15 karyawan, sehingga risiko keterlambatan distribusi alat tenda dapat diminimalisir. Visibilitas digital semacam ini bukan hanya soal kemudahan navigasi, tetapi merupakan strategi penting untuk membangun kepercayaan pelanggan baru di pasar yang kompetitif.

Selain aspek lokasi, penggunaan sistem pembayaran QRIS menjadi langkah strategis dalam memodernisasi tata kelola keuangan usaha. Transisi dari sistem tunai ke digital memungkinkan pemilik usaha memantau arus kas secara real-time dan menciptakan rekam jejak finansial yang lebih akurat. Digitalisasi transaksi ini meningkatkan akuntabilitas manajerial yang menjadi fondasi utama bagi keberlanjutan UMKM di era ekonomi digital yang serba cepat.

Secara keseluruhan, sinergi antara identitas digital yang jelas dan sistem pembayaran yang modern telah mengubah Naong Tenda Gebang menjadi unit usaha yang lebih profesional. Pendampingan ini menunjukkan bahwa hambatan literasi teknologi dapat diatasi melalui bimbingan teknis yang aplikatif untuk meningkatkan efektivitas kerja harian. Langkah transformasi ini sangat penting agar UMKM lokal tetap relevan dan mampu bersaing dengan vendor skala besar melalui manajemen yang lebih adaptif dan transparan.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa seluruh indikator keberhasilan kegiatan telah tercapai. Profil usaha berhasil terverifikasi pada Google Business Profile sehingga lokasi usaha dapat ditemukan melalui Google Maps. Selain itu, sistem pembayaran QRIS telah aktif dan dapat digunakan dalam transaksi usaha. Mitra juga menunjukkan kemampuan dalam mengelola informasi usaha serta menggunakan sistem pembayaran digital secara mandiri. Temuan ini menunjukkan bahwa kegiatan pendampingan tidak hanya menghasilkan output berupa aktivasi platform digital, tetapi juga meningkatkan kapasitas mitra dalam memanfaatkan teknologi untuk mendukung operasional usaha.

## **PENUTUP**

Kegiatan pendampingan digitalisasi pada UMKM Naong Tenda Gebang berhasil meningkatkan identitas digital usaha dan modernisasi sistem transaksi. Melalui pendaftaran dan verifikasi Google Business Profile, lokasi serta informasi usaha dapat diakses secara lebih mudah melalui Google Maps. Selain itu, implementasi QRIS memberikan alternatif pembayaran non-tunai yang lebih praktis, transparan, dan terdokumentasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra telah mampu memanfaatkan kedua platform digital tersebut untuk mendukung operasional usaha secara lebih profesional.

Sebagai tindak lanjut, mitra perlu melakukan pembaruan informasi usaha secara berkala pada Google Business Profile, mengoptimalkan fitur promosi dan ulasan pelanggan, serta meningkatkan pemanfaatan QRIS dalam transaksi sehari-hari. Pendampingan lanjutan juga dapat diarahkan pada

pengembangan pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan daya saing usaha secara berkelanjutan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak UMKM Naong Tenda Gebang di Kabupaten Bangkalan yang telah memberikan kesempatan, dukungan, serta kerja sama selama kegiatan pengabdian berlangsung. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada dosen pengampu mata kuliah Pengembangan Wawasan Manajerial, yaitu Sudarmiatin dan Yuli Soesetio atas arahan, bimbingan, dan masukan yang diberikan selama proses penyusunan artikel ini. Selain itu, penulis turut mengapresiasi semua pihak yang telah membantu pelaksanaan kegiatan sehingga pengabdian ini dapat berjalan dengan baik dan memberikan manfaat bagi pengembangan UMKM di era digital.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A., Hort, K., Abidin, A. Z., & Amin, F. M. (2012). How much does it cost to achieve coverage targets for primary healthcare services? A costing model from Aceh, Indonesia. *The International Journal of Health Planning and Management*, 27(3), 226–245. <https://doi.org/10.1002/hpm.2099>
- Aushafina, N. H., & Wikartika, I. (2023). Pendampingan digitalisasi marketing Desa Kebondalem melalui aplikasi Google Maps: Upaya meningkatkan pengembangan UMKM. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 4(3), 477–483. <https://doi.org/10.35870/jpni.v4i3.366>
- Creswell, J. W. (2019). *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hardilawati, W. L. (2020). Strategi bertahan UMKM di tengah pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, 10.
- Lestari, R. I., Santoso, D., & Indarto, I. (2021). Meningkatkan literasi keuangan digital pada pelaku UMKM melalui sosialisasi gerakan nasional nontunai. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 4(3), 378. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v4i3.10947>
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ok, A. H., Parulian, U., Lismawarni, L., Husna, T. A., & Andriani, P. (2025). Penguatan branding UMKM desa melalui digitalisasi pemetaan Google Maps pada program KKN. *EDU SOCIETY: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 1918–1924. <https://jurnal.permapendis-sumut.org/index.php/edusociety/article/view/1655/1375>
- Prapanca, D., Sriyono, S., & Biduri, S. (2022). Kinerja UMKM melalui penguatan kelembagaan dan digital marketing saat pandemi Covid-19. *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 6(02). <https://doi.org/10.22219/skie.v6i02.20493>
- Rahmanida, S. E., Rahmawati, R. D., Nikmah, R. M., Naasyiroh, R. I., & Rahmawati, R. (2025). Penguatan Identitas dan Aksesibilitas UMKM melalui Digitalisasi Lokasi Usaha di Google Maps sebagai Strategi Digital dalam Meningkatkan Jangkauan Konsumen. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 147–153. <https://doi.org/10.30762/welfare.v3i1.2177>
- Sari, M., Rani, M., Kurniasih, P., & Jannah, S. R. (2024). Potensi QRIS dalam meningkatkan daya saing UMKM. *PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 1(2), 637–643. <https://doi.org/10.62710/4z9xnr54>
- Sholihin, U., & Sudarmiatin, S. (2024). Meningkatkan keunggulan bersaing UMKM melalui digital marketing. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(2), 157–170. <https://doi.org/10.54066/jurma.v2i2.1856>
- Ramdhani Sucipto, K. R. ., Aras, R. A. ., Salam, M. F. ., Rahmawati, A. ., Afrizal, Y. H. ., & Rijal, S. . (2025). UMKM Go Digital: Peningkatan Literasi Digital UMKM Kota Makassar Pemanfaatan Google Maps dan Media Sosial. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 6(3), 3731–3737. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v6i3.6633>