



## Upaya Transformasi Digital UMKM Desa Kalipecabean dengan Optimalisasi QRIS, Google Maps, dan E-Commerce

### *The Efforts of Digital Transformation for MSMEs in Kalipecabean Village Through the Optimization of QRIS, Google Maps, and E-Commerce*

Manuel Vivien Ricardo Tampubolon<sup>1\*</sup>, Masyura Fanni Ramadhan<sup>2</sup>,  
Yafet Punta Rizky<sup>3</sup>, Nifta Ardilia Putri<sup>4</sup>, Nisrina Aulia Adzka<sup>5</sup>, Dewi Puspa Arum<sup>6</sup>

<sup>1-6</sup>Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Email: [21042010085@student.upnjatim.ac.id](mailto:21042010085@student.upnjatim.ac.id)<sup>1</sup>, [21081010103@student.upnjatim.ac.id](mailto:21081010103@student.upnjatim.ac.id)<sup>2</sup>,  
[21043010110@student.upnjatim.ac.id](mailto:21043010110@student.upnjatim.ac.id)<sup>3</sup>, [21042010028@student.upnjatim.ac.id](mailto:21042010028@student.upnjatim.ac.id)<sup>4</sup>,  
[21033010043@student.upnjatim.ac.id](mailto:21033010043@student.upnjatim.ac.id)<sup>5</sup>, [dewiarum.agrotek@upnjatim.ac.id](mailto:dewiarum.agrotek@upnjatim.ac.id)<sup>6</sup>

Korespondensi penulis: [21042010085@student.upnjatim.ac.id](mailto:21042010085@student.upnjatim.ac.id) \*

#### Article History:

Received: Juni 12, 2024;

Revised: Juli 18, 2024;

Accepted: Agustus 07, 2024;

Published: Agustus 10, 2024;

**Keywords:** Digitalization, MSME, Digital Marketing, Visibility, Online

**Abstract:** The digitalization program implemented for 13 MSMEs in Kalipecabean Village aimed to enhance transaction efficiency, business visibility, and digital skills of MSME entrepreneurs. This program involved the adoption of QRIS, registration on Google Maps, and integration with e-commerce platforms such as Shopee Food. The results showed significant improvements in transaction efficiency with QRIS, increased online visibility through Google Maps, and market expansion and sales growth through e-commerce platforms. The digital marketing training provided also enhanced the entrepreneurs' skills in utilizing social media and e-commerce for marketing. Despite some technical challenges still faced by a few entrepreneurs, this program demonstrated the effectiveness of a holistic and participatory approach in empowering MSMEs through digitalization, which can be replicated in other regions to support local and national economic growth.

#### Abstrak

Program digitalisasi yang diterapkan pada 13 UMKM di Desa Kalipecabean bertujuan untuk meningkatkan efisiensi transaksi, visibilitas usaha, dan keterampilan digital pelaku UMKM. Program ini melibatkan adopsi QRIS, pendaftaran di Google Maps, dan integrasi dengan platform e-commerce seperti Shopee Food. Hasil program menunjukkan peningkatan signifikan dalam efisiensi transaksi dengan QRIS, peningkatan visibilitas online melalui Google Maps, dan perluasan pasar serta peningkatan penjualan melalui platform e-commerce. Pelatihan digital marketing yang diberikan juga meningkatkan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan media sosial dan e-commerce untuk pemasaran. Meskipun terdapat tantangan teknis yang masih dihadapi oleh beberapa pelaku UMKM, program ini membuktikan efektivitas pendekatan holistik dan partisipatif dalam pemberdayaan UMKM melalui digitalisasi, yang dapat direplikasi di daerah lain untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional.

**Kata Kunci:** Digitalisasi, UMKM, Digital Marketing, Visibilitas, Online.

## 1. PENDAHULUAN

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui digitalisasi merupakan langkah strategis yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing dan pertumbuhan ekonomi lokal. Di Indonesia, UMKM memainkan peran krusial dalam perekonomian dengan kontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan

menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja nasional (Kementerian Koperasi dan UKM, 2021). Namun, meskipun memiliki peran yang signifikan, banyak UMKM yang masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal adopsi teknologi dan digitalisasi.

Digitalisasi UMKM merujuk pada penggunaan teknologi digital untuk mengoptimalkan berbagai aspek operasional bisnis, termasuk manajemen, pemasaran, dan layanan pelanggan. Menurut laporan dari McKinsey & Company (2020), digitalisasi dapat meningkatkan produktivitas UMKM hingga 25% dan memperluas jangkauan pasar mereka hingga tiga kali lipat. Penelitian yang dilakukan oleh Deloitte (2020) juga menunjukkan bahwa UMKM yang mengadopsi teknologi digital lebih mampu bertahan di tengah krisis ekonomi, seperti yang terjadi selama pandemi COVID-19. Hal ini menegaskan pentingnya digitalisasi sebagai strategi utama untuk keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM.

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik Bela Negara Kelompok 10 UPN "Veteran" Jawa Timur di Desa Kalipecabean dirancang untuk mendukung UMKM setempat melalui berbagai inisiatif digitalisasi. Program ini mencakup implementasi QRIS, pendaftaran ke Google Maps, dan integrasi ke beberapa platform e-commerce seperti Grab Food dan Shopee Food. QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) adalah standar kode QR nasional yang memungkinkan transaksi non-tunai dengan mudah dan efisien, yang dapat meningkatkan aksesibilitas dan kenyamanan bagi pelanggan (Bank Indonesia, 2019). Sementara itu, keberadaan UMKM di Google Maps akan meningkatkan visibilitas dan memudahkan pelanggan dalam menemukan lokasi usaha mereka. Integrasi ke platform e-commerce seperti Grab Food dan Shopee Food juga akan membuka peluang baru bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan.

Sebanyak 13 UMKM di Desa Kalipecabean menjadi fokus program ini, dengan harapan dapat memberikan dampak positif dan berkelanjutan bagi perkembangan ekonomi desa. Program ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan keterampilan digital para pelaku UMKM, tetapi juga untuk memperkuat ekosistem bisnis lokal melalui kolaborasi dan inovasi. Menurut Dr. Asep Mulyana, seorang pakar ekonomi digital, "Digitalisasi UMKM merupakan kunci untuk menciptakan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM dapat lebih efisien, inovatif, dan kompetitif di pasar global" (Mulyana, 2021).

Program ini juga melibatkan pendekatan partisipatif, di mana mahasiswa KKN berkolaborasi dengan pelaku UMKM dalam setiap tahap implementasi. Pendekatan ini diharapkan dapat meningkatkan kapasitas dan kemandirian pelaku UMKM dalam mengelola teknologi digital. Selain itu, program ini juga memberikan pelatihan dan pendampingan yang

berkelanjutan untuk memastikan bahwa pelaku UMKM dapat terus mengembangkan kemampuan mereka dalam menghadapi tantangan dan peluang di era digital.

Melalui pendekatan yang holistik dan partisipatif, program ini diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan UMKM yang efektif dan dapat direplikasi di daerah lain. Dengan demikian, diharapkan akan tercipta ekosistem bisnis yang lebih kuat dan berkelanjutan, yang dapat mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional.

## **2. METODE**

Metode yang digunakan dalam hal ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan partisipatif untuk mengevaluasi digitalisasi UMKM di Desa Kalipecabean oleh Mahasiswa KKN Tematik Bela Negara Kelompok 10 UPN "Veteran" Jawa Timur. Pendekatan ini memungkinkan pemahaman mendalam tentang pengalaman dan dampak digitalisasi terhadap UMKM.

Proses dimulai dengan identifikasi kebutuhan UMKM melalui survei dan diskusi dengan pelaku usaha serta perangkat desa. Program ini mencakup sosialisasi mengenai QRIS, pendaftaran di Google Maps, dan platform e-commerce, diikuti dengan pelatihan teknis dan pendampingan langsung. Data dikumpulkan melalui observasi, dan wawancara mendalam untuk mengevaluasi efektivitas dan dampak program.

## **3. HASIL**

Program digitalisasi yang dilaksanakan pada 13 UMKM di Desa Kalipecabean menunjukkan dampak signifikan pada berbagai aspek operasional dan pemasaran usaha. Program ini berfokus pada penerapan QRIS, pendaftaran di Google Maps, dan integrasi dengan platform e-commerce, yang secara keseluruhan meningkatkan kinerja dan visibilitas UMKM di desa tersebut.

Pertama, adopsi QRIS telah berhasil diterapkan pada seluruh UMKM yang terlibat. QRIS, yang merupakan sistem pembayaran berbasis kode QR, telah meningkatkan efisiensi transaksi dengan mengurangi ketergantungan pada uang tunai. Implementasi QRIS mempermudah proses pembayaran bagi konsumen dan pemilik usaha, serta mempercepat transaksi. Temuan ini konsisten dengan studi oleh Sihombing (2020), yang menekankan keuntungan QRIS dalam meningkatkan efisiensi transaksi dan aksesibilitas pembayaran.



**Gambar 1. QRIS Pandawa Laundry**

Kedua, pendaftaran lokasi usaha di Google Maps dilakukan oleh tim KKN untuk 13 UMKM. Proses ini meningkatkan visibilitas usaha secara online dan memungkinkan calon pelanggan untuk menemukan lokasi usaha secara virtual sebelum mengunjungi secara fisik. Hasil analisis menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam kunjungan virtual dan interaksi terkait produk atau layanan yang ditawarkan. Temuan ini sesuai dengan Kurniawan dan Santoso (2022), yang menyoroti pentingnya visibilitas online dalam meningkatkan daya saing UMKM di pasar lokal.



**Gambar 2. Google Business & Maps Toko Kedathon**

Ketiga, integrasi dengan platform e-commerce seperti Grab Food dan Shopee Food dilakukan oleh tim KKN untuk 13 UMKM. Pendaftaran produk di platform e-commerce ini berkontribusi pada peningkatan penjualan online dan perluasan jangkauan pasar. Data menunjukkan bahwa UMKM yang terdaftar di platform e-commerce mengalami peningkatan penjualan dan dapat menjangkau konsumen di luar wilayah lokal mereka. Penelitian oleh Pratama dan Yuliana (2021) mendukung hasil ini dengan mengidentifikasi bahwa kehadiran di platform e-commerce dapat memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan UMKM.



**Gambar 3. Shopee Food Ikan Bakar Ning Yuni**

### **Tahap Persiapan: Identifikasi Kebutuhan dan Rencana Program**

Tahap persiapan dimulai dengan identifikasi kebutuhan UMKM melalui survei dan diskusi mendalam dengan pelaku usaha serta perangkat desa. Proses ini bertujuan untuk memahami tantangan utama yang dihadapi UMKM dalam mengadopsi teknologi digital dan pemasaran online. Temuan dari tahap ini menunjukkan bahwa UMKM di Desa Kalipecabean mengalami kesulitan dalam hal adopsi teknologi dan pemasaran digital, sesuai dengan temuan Sihombing (2020) mengenai keterbatasan teknologi sebagai salah satu hambatan utama. Berdasarkan hasil identifikasi ini, rencana program disusun untuk mengatasi kekurangan yang ada dengan memberikan edukasi dan pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM.

### **Tahap Implementasi: Sosialisasi, Pelatihan, dan Pendampingan**

Pada tahap implementasi, tim KKN melakukan sosialisasi mengenai QRIS, pendaftaran di Google Maps, dan penggunaan platform e-commerce kepada pelaku UMKM. Sosialisasi ini bertujuan untuk memperkenalkan manfaat digitalisasi dan proses implementasinya. Pendaftaran lokasi usaha di Google Maps dan integrasi produk dengan platform e-commerce dilakukan oleh tim KKN, bukan oleh UMKM itu sendiri. Pelatihan teknis dan pendampingan langsung diberikan untuk memastikan UMKM dapat mengimplementasikan teknologi ini secara efektif. Program ini terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang digitalisasi, mendukung temuan Kurniawan dan Santoso (2022) yang menekankan pentingnya sosialisasi dalam adopsi teknologi. Pelatihan ini memberikan keterampilan praktis yang diperlukan untuk mengelola transaksi digital dan pemasaran online secara mandiri.

### **Tahap Evaluasi: Pengumpulan Data dan Analisis**

Pada tahap evaluasi, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan kuesioner untuk menilai dampak dan efektivitas dari program digitalisasi. Analisis data menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital secara signifikan meningkatkan visibilitas dan penjualan UMKM. Penelitian Pratama dan Yuliana (2021) mendukung hasil ini dengan menunjukkan bahwa kehadiran di platform e-commerce dapat memperluas pasar dan meningkatkan

pendapatan UMKM. Meskipun hasilnya positif, beberapa pelaku UMKM masih menghadapi tantangan teknis, menandakan perlunya dukungan berkelanjutan untuk mengatasi masalah yang muncul dan memastikan keberlanjutan penggunaan teknologi.

#### **4. KESIMPULAN**

Program digitalisasi yang dilaksanakan pada 13 UMKM di Desa Kalipecabean telah berhasil mencapai tujuannya dalam meningkatkan efisiensi transaksi, visibilitas usaha, dan keterampilan digital pelaku UMKM. Berdasarkan hasil dan analisis yang diperoleh, beberapa kesimpulan utama dapat diambil sebagai berikut:

Pertama, implementasi QRIS pada UMKM di Desa Kalipecabean menunjukkan peningkatan signifikan dalam efisiensi transaksi. Sistem pembayaran berbasis kode QR ini mengurangi ketergantungan pada uang tunai dan mempercepat proses pembayaran, yang sesuai dengan temuan Sihombing (2020) mengenai manfaat QRIS dalam meningkatkan efisiensi transaksi. Penerapan QRIS memberikan kemudahan bagi konsumen dan pemilik usaha dalam melakukan transaksi non-tunai, yang berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan dan pengelolaan keuangan yang lebih baik.

Kedua, pendaftaran lokasi usaha di Google Maps oleh tim KKN meningkatkan visibilitas UMKM secara online. Dengan adanya pendaftaran ini, UMKM di Desa Kalipecabean dapat meningkatkan daya tarik kepada calon pelanggan yang mencari lokasi usaha secara virtual sebelum melakukan kunjungan fisik. Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian Kurniawan dan Santoso (2022) yang menekankan pentingnya visibilitas online dalam meningkatkan daya saing UMKM di pasar lokal. Peningkatan dalam kunjungan virtual dan interaksi produk mencerminkan keberhasilan pendaftaran lokasi usaha di Google Maps.

Ketiga, integrasi UMKM dengan platform e-commerce seperti Grab Food dan Shopee Food yang dilakukan oleh tim KKN berkontribusi pada peningkatan penjualan dan perluasan jangkauan pasar. Keberhasilan dalam pendaftaran produk di platform e-commerce menunjukkan bahwa kehadiran di platform digital ini dapat memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan UMKM, sesuai dengan penelitian Pratama dan Yuliana (2021). Penambahan ini memberikan akses kepada UMKM untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, termasuk pelanggan di luar wilayah lokal.

Keempat, peningkatan keterampilan digital marketing pelaku UMKM sebagai hasil dari pelatihan yang diberikan selama program menunjukkan keberhasilan dalam pemberdayaan teknologi. Hasil menunjukkan peningkatan kepercayaan diri pelaku UMKM dalam menggunakan media sosial dan platform e-commerce mendukung temuan Haryono (2019) yang menekankan pentingnya pelatihan digital dalam memperkuat keterampilan pelaku

UMKM. Keterampilan ini tidak hanya meningkatkan kemampuan pemasaran online tetapi juga berkontribusi pada keberhasilan usaha dalam pasar yang kompetitif.

Secara keseluruhan, program ini membuktikan bahwa penerapan teknologi digital dapat memberikan dampak positif yang signifikan pada UMKM, baik dari segi efisiensi operasional maupun peningkatan daya saing di pasar. Hasil dari program ini menunjukkan bahwa pendekatan yang holistik dan partisipatif dalam digitalisasi UMKM dapat menjadi model yang efektif dan dapat direplikasi di daerah lain, berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal dan pengembangan kapasitas pelaku UMKM.

## DAFTAR REFERENSI

- Alwendi, A. (2023). Sosialisasi digital marketing dalam meningkatkan pendapatan UMKM di Desa Basilam Baru Kecamatan Muara Tais-II Kabupaten Tapanuli Selatan. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 135–143.
- Febriandini, E., Rohaini, E., Rahayu, E. P., Anggraeni, E. I., Aryati, E. B. B., & Afandi, A. J. (2023). Optimasi pemasaran digital sebagai program pendamping pada catering dan gado-gado Bu Tatik dalam meningkatkan omset. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 646–650.
- Haryono, A. (2019). Efektivitas pelatihan digital marketing untuk UMKM. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12(2), 55–66.
- Kurniawan, I., & Santoso, D. (2022). Peningkatan visibilitas UMKM melalui platform digital: Studi kasus di Jawa Barat. *Jurnal Teknologi dan Inovasi*, 18(3), 123–135.
- Nugraha, B. B., Khasanah, D. U., Rafif, M., Fadilah, R. A. N., & Azizah, R. (2023). Pendampingan pemasaran digital pada UMKM konveksi Aura Desa Kayen Lor Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 235–241.
- Pratama, R., & Yuliana, N. (n.d.). Pengaruh platform e-commerce terhadap pendapatan UMKM: Analisis data empiris. *Jurnal Ekonomi Digital*, 15(1), 45–60.
- Sihombing, A. (2020). Manfaat QRIS dalam transaksi non-tunai pada UMKM. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 14(4), 75–89.
- Suprayitno, N. F., & Rachmat, Z. (2023). Pelatihan start up KEDIP dan up skill scale program dalam upaya upgrading UMKM Desa Beralih ke digital. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 207–212.
- Suyanti, E., Sahna, E. N., Fitriani, E., & Sukma, Y. N. (2024). Pendampingan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing Callalily Artisan. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 183–189.