

Pendampingan Pembuatan Media QRIS dan Google Maps Pada UMKM

Santi Rimadias^{1*}, Khalif Yasser Cahyandito², Raka Hibatillah³, Gerry Giovano⁴, Davon Ferdinand⁵, Yves

Sergio Lui⁶, Eugene Jose⁷

^{1*}STIE Indonesia Banking School, Indonesia

^{2,3,4,5,6,7}Universitas Multimedia Nusantara, Indonesia

*Corresponding Email: santi.rimadias@ibs.ac.id

Informasi Artikel

Diterima: 10-09-2023

Disetujui: 20-09-2023

Terbit: 11-11-2023

Abstrak

Artikel ini membahas tentang pendampingan dalam pembuatan media QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) dan pemanfaatan Google Maps untuk mendukung Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas UMKM dalam dunia digital. Proses pembuatan media QRIS menjadi fokus utama untuk mempercepat transaksi pembayaran dan mempermudah pelanggan dalam mengakses informasi produk atau layanan UMKM. Selain itu, integrasi dengan Google Maps memberikan dimensi tambahan, memungkinkan pelanggan untuk menemukan lokasi fisik UMKM dengan lebih mudah. Hasil dari pendampingan ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing UMKM di pasar digital, mendukung pertumbuhan bisnis, dan memberikan kontribusi positif terhadap ekonomi lokal.

Kata Kunci: Media QRIS, Google Maps, Warung Opa Banten

Abstract

This article discusses assistance in making QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) media and utilizing Google Maps to support Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). This approach aims to increase the visibility and accessibility of MSMEs in the digital world. The QRIS media creation process is the main focus to speed up payment transactions and make it easier for customers to access information on MSME products or services. In addition, integration with Google Maps provides an additional dimension, allowing customers to find the physical location of MSMEs more easily. The results of this assistance are expected to increase the competitiveness of MSMEs in the digital market, support business growth, and make a positive contribution to the local economy.

Keywords: QRIS Media, Google Maps, Warung Opa Banten

Cara Mengutip: Ramadias, S., et al. (2023). Pendampingan Pembuatan Media QRIS dan Google Maps Pada UMKM. Asskruie: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. Vol. 1. No. 1. Pages, 68-75.

Pendahuluan

Dalam konteks ekonomi Indonesia, UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memiliki peran yang sangat besar dalam perekonomian. UMKM berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia, menciptakan lapangan kerja, dan menyumbang hampir 56%



dari investasi bisnis serta 97% dari pekerjaan rumah tangga (Munawarah, 2023). Selain itu, UMKM juga berperan penting dalam perkembangan perekonomian nasional dan penyerapan tenaga kerja, terutama di masa pandemi (Putri, 2020).

Dalam menghadapi tantangan, UMKM di Indonesia perlu beradaptasi dengan era digital untuk memanfaatkan peluang ekonomi dan meningkatkan daya saing (Firdausya & Ompusunggu, 2023). Pemasaran online menjadi kunci penting dalam hal ini, namun banyak UMKM yang belum menguasai cara pemasaran secara online, terutama di daerah pedesaan (Supriyanto & Hana, 2020). Oleh karena itu, pemberdayaan UMKM melalui pengetahuan dan pelatihan sistem pemasaran online menjadi krusial untuk meningkatkan daya saing UMKM di era modern.

Pemerintah Indonesia memberikan dukungan kuat terhadap UMKM melalui program Bantuan Produktif Usaha Mikro (BPUM) dan bantuan dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) (Khafian & Sos, 2022). Selain itu, penerapan teknologi digital juga menjadi solusi yang penting bagi UMKM dalam menghadapi tantangan pasar.

UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia dan perlu dikembangkan karena beberapa alasan yang signifikan (Kara, 2013). Penyerapan Tenaga Kerja: UMKM memiliki peran vital dalam menyerap tenaga kerja. Data dari Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa UMKM mampu menyerap sekitar 101,7 juta orang pada tahun 2011, dan angka ini meningkat menjadi sekitar 114 juta orang. Dengan demikian, pengembangan UMKM dapat membantu mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia (Ilmi, 2021).

UMKM memiliki lokasi di berbagai tempat, termasuk di daerah yang jauh dari pusat perkembangan. Keberadaan UMKM di seluruh provinsi di Indonesia membantu memperkecil jurang ekonomi antara masyarakat yang kurang mampu dengan yang lebih mampu. Hal ini juga memungkinkan masyarakat di daerah terpencil untuk memperoleh penghidupan yang layak tanpa harus berpindah ke kota (Panjaitan, 2003).

UMKM memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, sebesar 60,5%. Dengan demikian, pengembangan UMKM dapat berpotensi untuk memberikan kontribusi yang lebih besar lagi bagi perekonomian Indonesia (Akhmad, 2015). Pengembangan UMKM juga penting karena UMKM memiliki peran penting dalam pembentukan PDB dan penyerapan tenaga kerja. Namun, UMKM masih menghadapi kendala akses keuangan. Oleh karena itu, pengembangan UMKM, termasuk dalam hal akses keuangan, menjadi krusial untuk mendukung pertumbuhan ekonomi.

Dengan memperhatikan alasan-alasan tersebut, pengembangan UMKM menjadi

sangat penting untuk mendukung pertumbuhan ekonomi, penyerapan tenaga kerja, dan pemerataan ekonomi di Indonesia. UMKM perlu senantiasa melakukan perbaikan berkelanjutan dengan beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis (Rimadiaz, 2023). Dari wawancara yang kami lakukan kepada pemilik Warung Opa, diketahui bahwa Warung Opa memiliki kendala seperti tidak tersedianya pembayaran menggunakan QRIS. Pembayaran via QRIS tentu mempermudah pemilik warung dengan mengurangi pemakaian uang kertas dan menghindari kesulitan mencari uang kembalian. Kami juga menemukan bahwa Warung Opa tidak memiliki koordinat di Google Maps, yang dimana Google Maps mempermudah konsumen untuk mencari letak tepat warung tersebut. Kami juga memutuskan untuk mengganti spanduk menu dengan design yang lebih baru dan menarik.

Selanjutnya, media informasi, seperti informasi menu yang lengkap dan detail pada UMKM seperti Warung Opa dapat menjadi sangat penting bagi pertumbuhan dan kesuksesan mereka. Dengan menganalisis tantangan yang dihadapi UMKM Warung Opa dan menerapkan perbaikan berkelanjutan, kepuasan pelanggan dan perluasan basis pelanggan dapat ditingkatkan (Kaligis & Rawis, 2023).

Kesimpulannya, implementasi pengabdian kepada masyarakat berfokus pada pendampingan dan pembuatan media promosi, QRIS dan Google Maps pada UMKM Warung Opa pada kawasan kelapa dua.

Metode Pelaksanaan

Implementasi pengabdian UMKM berupa implementasi pengabdian kepada masyarakat berfokus pada pendampingan dan pembuatan media promosi, QRIS dan Google Maps pada UMKM Warung Opa pada kawasan kelapa dua berlokasi di Jl. Kelapa Kopyor VIII, Pakulonan Bar., Kec. Klp. Dua, Kabupaten Tangerang, Banten 15810. Kegiatan tersebut dilakukan secara bertahap selama ± 2 bulan oleh tim pengabdian kepada masyarakat Universitas Multimedia Nusantara. Dalam proses pelaksanaannya metode yang digunakan melalui tahapan perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi.

Tahapan Perencanaan

1. Mengobservasi target UMKM (Warung Opa) dan mendiskusikan masalah serta kendala UMKM.
2. Melakukan peninjauan lokasi dan meminta izin kepada pemilik usaha UMKM yang dipilih (Warung Opa) terkait tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.
3. Mendiskusikan mengenai kondisi pasar, kelebihan, kekurangan maupun kendala yang

4. dihadapi oleh UMKM mulai dari ruang lingkup proses pembuatan, pemasaran hingga
5. target konsumen.
6. Menyusun dan mendiskusikan rencana pengabdian terhadap Warung Opa.
7. Menentukan waktu dan mempersiapkan langkah-langkah untuk merealisasikan proyek pengembangan UMKM nantinya.

Tahapan Pelaksanaan

1. Melakukan sosialisasi kepada pemilik usaha Warung Opa terkait lokasi, layanan, penjualan maupun konsumen yang datang pada UMKM tersebut sejak awal berdiri hingga saat ini.
2. Memberikan solusi dan pandangan melalui proses sosialisasi mengenai tujuan kegiatan pengabdian dan manfaat yang diterima oleh UMKM.
3. Menyerahkan beberapa opsi rencana realisasi pengabdian untuk dilakukan pertimbangan oleh pihak UMKM agar dapat disesuaikan dengan kondisi anggaran.
4. Menerapkan penggunaan QRIS sebagai tambahan metode pembayaran untuk meningkatkan kualitas layanan UMKM serta mengikuti perkembangan zaman.
5. Menambahkan UMKM Warung Opa dalam layanan digital Google Maps guna meningkatkan pemasaran serta digitalisasi.
6. Membuatkan dan menempatkan spanduk depan dan spanduk menu pada warung untuk meningkatkan kualitas layanan UMKM.
7. Melakukan pendampingan terkait pembuatan dan penggunaan QRIS dan Google Maps secara detail.
8. Mengedukasi penggunaan metode pembayaran QRIS pada UMKM, agar dapat mengerti penggunaan QRIS.

Tahapan Evaluasi

Dalam mengukur proses kesesuaian rencana dengan hasil yang dicapai, para anggota tim melakukan monitoring terhadap pemahaman pelaku usaha terkait realisasi hasil pengabdian kepada masyarakat melalui observasi secara langsung pada UMKM untuk melihat langsung hasil yang dicapai dengan adanya pembaruan metode pembayaran QRIS dan layanan online Google Maps pada Warung Opa yang mengusung konsep digital. Observasi perkembangan dilakukan secara berkala agar perkembangan benar-benar terlihat.

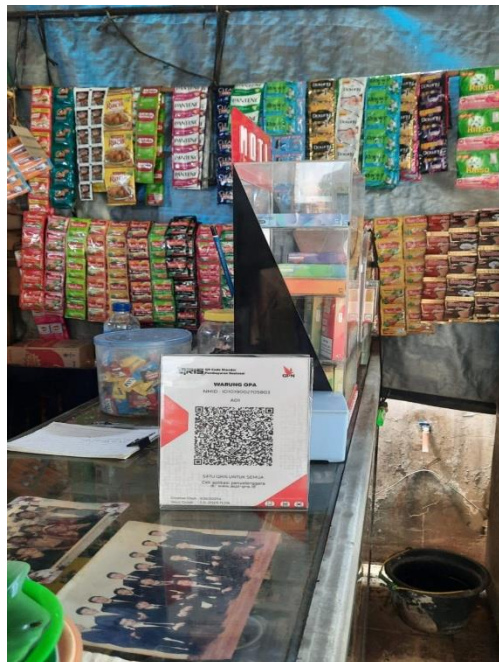
Hasil dan Pembahasan

Pada bagian pembahasan ini, kami akan membahas hasil dan dampak dari Proyek yang telah kami lakukan yaitu berupa pembuatan spanduk, penambahan lokasi usaha pada google maps, dan implementasi QRIS dalam konteks pemberdayaan masyarakat.



Gambar 1. Pemasangan Spanduk

Efektivitas Penggunaan Spanduk sebagai Media Informasi menunjukkan bahwa pembuatan spanduk memberikan kontribusi signifikan dalam memberikan informasi tentang keterangan Warung Opa. Desain yang menarik dan juga menu yang tertera pada spanduk menjadi efektif untuk mendatangkan pelanggan baru.

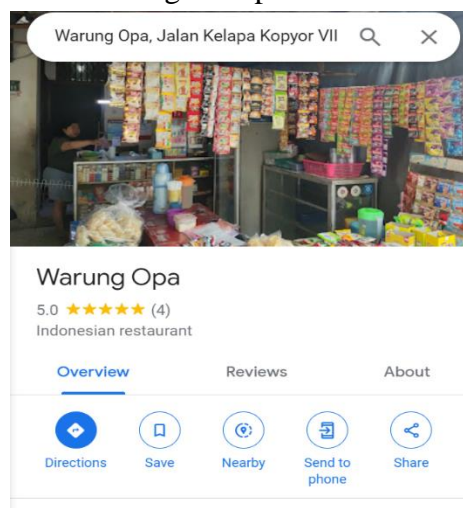


Gambar 2. Pemasangan metode pembayaran QRIS

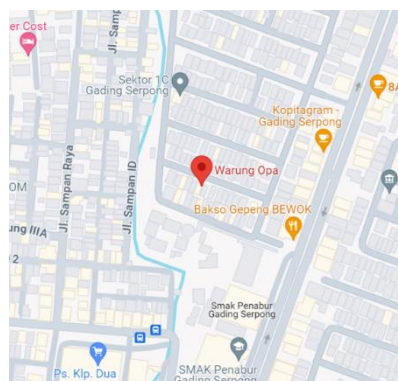
Terjadi peningkatan nyata dalam keefektifan implementasi QRIS yang berguna untuk

Memudahkan pelanggan dalam melakukan transaksi dan juga memudahkan Warung Opa dalam melihat pemasukan. Selain itu, implementasi QRIS turut memberikan dampak positif pada sektor ekonomi lokal dengan memfasilitasi transaksi digital dan mendukung pelaku usaha kecil. Konsumen dapat dengan mudah mengakses lokasi Warung Opa melalui gadget mereka, para pelanggan dengan mudah dan cepat melakukan pembayaran menggunakan QRIS ketika secara kebetulan ada yang lupa membawa ATM. Ini menciptakan lingkungan yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Kami menyimpulkan bahwa pembuatan spanduk yang menarik dan QRIS dapat menjadi hal yang efektif untuk pengembangan dan pemberdayaan masyarakat.

Dalam era digital seperti sekarang, kehadiran bisnis di dunia maya sangat penting untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing. Salah satu alat yang dapat dimanfaatkan untuk hal ini adalah Google Maps. Google Maps tidak hanya berfungsi sebagai peta digital, tetapi juga sebagai platform yang memungkinkan pemilik warung untuk mempromosikan usahanya dan memudahkan pelanggan dalam mencari lokasi. Tulisan ini akan membahas secara singkat mengenai pembuatan dan manfaat Google Maps untuk usaha warung.



Gambar 3. Overview Google Maps Warung Opa



Gambar 4. Lokasi Warung Opa pada Google Maps

Proses pembuatan akun Google Maps untuk warung dapat dimulai dengan mendaftar ke layanan Google My Business. Setelah pendaftaran, pemilik warung dapat mengisi informasi lengkap mengenai bisnisnya, seperti alamat, nomor telepon, jam operasional, dan deskripsi singkat. Menambahkan foto-foto menarik juga dapat meningkatkan daya tarik warung di mata calon pelanggan.

Manfaat bagi Pemilik Warung Opa:

- a. Google Maps memberikan platform untuk mempromosikan warung secara gratis. Informasi yang tercantum, seperti ulasan pelanggan, foto, dan jam operasional, dapat membantu menarik perhatian calon pelanggan.
- b. Dengan adanya Google Maps, warung dapat lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan di internet. Pemilik warung dapat memanfaatkan fitur penilaian dan ulasan untuk membangun reputasi positif.
- c. Pemilik warung dapat memperbarui informasi seperti jam operasional, menu, dan promo khusus dengan cepat. Hal ini memastikan bahwa informasi yang diberikan kepada pelanggan selalu akurat.

Pemanfaatan Google Maps untuk usaha warung tidak hanya mempermudah pencarian lokasi tetapi juga dapat meningkatkan promosi dan visibilitas. Dengan memanfaatkan platform ini secara optimal, pemilik warung dapat mencapai lebih banyak pelanggan potensial dan meningkatkan keberhasilan bisnis mereka di era digital ini.

Kesimpulan

Pengabdian yang dilaksanakan kepada “Warung Opa” yang berlokasi di kawasan Jl. Kelapa Kopyor VIII, Pakulonan Bar., Kec. Klp. Dua, Kabupaten Tangerang, Banten 15810, secara keseluruhan tergolong berhasil direalisasikan baik yang terkait dengan pendampingan dan pembuatan media promosi, QRIS dan Google Maps pada UMKM Warung Opa pada kawasan kelapa dua. Pemilik usaha memiliki antusiasme dalam memahami teknologi dan mengembangkan usahanya. Selain itu, pemilik usaha juga merasa senang karena mendapat bantuan dari pihak tim dalam mengembangkan dan merancang usahanya untuk waktu kedepannya.

Referensi

- Akhmad, K. A. (2015). Pemanfaatan media sosial bagi pengembangan pemasaran UMKM (Studi deskriptif kualitatif pada distro di Kota Surakarta). *Dutacom*, 9(1), 43–43.
- Firdausya, L. Z., & Ompusunggu, D. P. (2023). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di era digital abad 21. *Tali Jagad Journal*, 1(1), 14–18.
- Ilmi, N. A. N. (2021). Peran UMKM Dalam Mengurangi Tingkat Pengangguran Masyarakat dan Strategi UMKM Ditengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 18(1), 96–107.
- Kaligis, N. J., & Rawis, J. A. (2023). Pemberdayaan Pedagang Kreatif Lapangan. PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.
- Kara, M. (2013). Kontribusi Pembiayaan Perbankan Syariah Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Makasar. *Asy-Syir'ah: Jurnal Ilmu Syari'ah Dan Hukum*, 47(1).
- Khafian, N., & Sos, S. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Implementasi Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Nomor 02 Tahun 2021 Tentang Bantuan Produktif Usaha Mikro (BPUM) di Provinsi DKI Jakarta.
- Munawarah, S. A. (2023). Dinamika Ekonomi Pedagang Oprokan Pakaian Pasar Klewer masa Krisis Ekonomi di Surakarta Tahun 1997-2004.
- Panjaitan, M. (2003). Melawan Ketidakadilan Untuk Menghapus Kemiskinan Struktural. *Sociae Polites*, 5(19).
- Putri, S. (2020). Kontribusi UMKM terhadap Pendapatan Masyarakat Ponorogo: Analisis Ekonomi Islam tentang Strategi Bertahan di Masa Pandemi Covid-19. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 4(2), 147–162.
- Rimadias, S. (2023). Faktor penentu kelangsungan hidup UMKM di Indonesia pasca pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v6i1.579>
- Supriyanto, A., & Hana, K. F. (2020). Strategi Pengembangan Desa Digital Untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(2), 199–216.