

Pendampingan Digitalisasi UMKM melalui QRIS dan Google Maps di Desa Gading Sari

Wirdati Irma¹, Muhammad Abdul Rohid², Alda Azzahra Fadila³, Salsa Adristi Sabila⁴, Mustika Widuri Bulan⁵, Laura Wahyu⁶, Muhammad Ijtihadurridah⁷, Satria Wibowo⁸, Putri Salsa Billa⁹, Nada Cinta¹⁰, Muhammad Ikhsan Hendri¹¹, Azri Nur Habibi AL¹²

Fakultas MIPA dan Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Riau, Indonesia¹

Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Muhammadiyah Riau, Indonesia²

Program Studi Farmasi, Universitas Muhammadiyah Riau, Indonesia³

Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Muhammadiyah Riau, Indonesia⁴

Program Studi Kimia, Universitas Muhammadiyah Riau, Indonesia⁵

Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Riau, Indonesia⁶

Program Studi Teknik Informatika, Universitas Muhammadiyah Riau, Indonesia⁷

Program Studi Sistem Informasi, Universitas Muhammadiyah Riau, Indonesia⁸

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Riau, Indonesia⁹

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Muhammadiyah Riau, Indonesia¹⁰

Program Studi Teknik Kimia, Universitas Muhammadiyah Riau, Indonesia¹¹

Program Studi Teknik Industri, Universitas Muhammadiyah Riau, Indonesia¹²

230602027@student.umri.ac.id

Kata Kunci:

UMKM, QRIS, Google Maps, Digitalisasi Usaha, Pembayaran Digital, Pendampingan

Abstrak

Digitalisasi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di wilayah perdesaan tidak hanya berkaitan dengan promosi, namun juga dengan kemudahan transaksi dan keterlihatan lokasi usaha. Kegiatan pengabdian ini bertujuan mendampingi pelaku UMKM di Desa Gading Sari, Kecamatan Tapung, Kabupaten Kampar, dalam memanfaatkan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) sebagai alternatif pembayaran nontunai dan Google Maps sebagai sarana penguatan keberadaan usaha secara digital. Kegiatan dilaksanakan dalam rangka Kuliah Kerja Nyata Kelompok 139 Universitas Muhammadiyah Riau pada 27 Juli–5 September 2026 dengan pendekatan deskriptif-partisipatif. Tahapan meliputi observasi dan identifikasi kebutuhan, komunikasi dengan pelaku usaha, persiapan data, pendampingan pembuatan QRIS, pendaftaran dan pemeriksaan informasi usaha pada Google Maps, edukasi penggunaan, dokumentasi, serta evaluasi berbasis luaran. Hasil kegiatan menunjukkan tersedianya alternatif pembayaran digital bagi mitra yang didampingi dan terbentuknya jejak lokasi usaha pada Google Maps melalui informasi nama, kategori, titik lokasi, alamat, dan kontak yang dikonfirmasi bersama pemilik. Dokumentasi kegiatan mencatat penyerahan QR kepada salah satu pelaku UMKM pada 22 Agustus 2026. Evaluasi belum mencakup pengukuran omzet, jumlah transaksi, analitik kunjungan Google Maps, atau pre-test dan post-test, sehingga keberhasilan program difafsirkan pada tingkat proses, luaran digital, dan keterlibatan mitra. Pendampingan langsung menjadi langkah awal yang realistis untuk memperkuat kesiapan digital UMKM perdesaan.

Abstract

Digitalization of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in rural areas involves not only promotion but also payment convenience and business discoverability. This community service program aimed to assist MSME owners in Gading Sari Village, Tapung District, Kampar Regency, in adopting the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) as a cashless payment option and Google Maps as a tool for strengthening their digital business presence. The program was implemented as part of the Community Service Program (KKN) of Group 139, Universitas Muhammadiyah Riau, from 27 July to 5 September 2026 using a descriptive-participatory approach. The stages included field observation and needs identification, communication with business owners, data preparation, QRIS registration assistance, registration and verification of business information on Google Maps, user guidance, documentation, and output-based evaluation. The program produced cashless payment access for assisted partners and established location-based digital footprints containing verified business names, categories, addresses, map points, and contact information. Activity documentation recorded the handover of a QR payment display to one MSME owner on 22 August 2026. Sales, transaction volumes, Google Maps analytics, and standardized pre-test/post-test outcomes were not measured; therefore, effectiveness is interpreted in terms of implementation processes, digital outputs, and partner participation. Direct mentoring provides a practical starting point for strengthening the digital readiness of rural MSMEs.

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah merupakan bagian penting dari aktivitas ekonomi masyarakat desa karena berhubungan langsung dengan sumber pendapatan, perdagangan lokal, dan pengelolaan potensi setempat. Di Desa Gading Sari, Kecamatan Tapung, Kabupaten Kampar, kehidupan ekonomi masyarakat berkembang melalui pertanian, perkebunan, peternakan, perikanan, perdagangan, dan UMKM. Hasil observasi KKN menunjukkan bahwa peluang pengembangan usaha lokal perlu diikuti dengan kemampuan memanfaatkan teknologi digital, terutama untuk memperluas akses informasi usaha dan mempermudah transaksi. Kebutuhan serupa juga ditemukan pada kegiatan pemberdayaan UMKM di wilayah Riau, termasuk Siak dan Bengkalis, yang menempatkan peningkatan keterampilan digital sebagai bagian dari penguatan ekonomi masyarakat (Yasir et al., 2024; Susanti et al., 2024).

Digitalisasi UMKM tidak selalu harus dimulai dari sistem yang kompleks. Pada skala usaha mikro, langkah yang paling relevan sering kali justru berupa penguatan identitas usaha, ketersediaan informasi yang mudah ditemukan, penggunaan media digital yang sederhana, dan pengenalan alat transaksi yang sesuai dengan kebiasaan konsumen. Pendampingan branding dan pemasaran digital telah digunakan untuk memperkuat daya saing serta kesiapan promosi UMKM (Aulia et al., 2024; Perwitasari et al., 2024). Pelatihan dan pendampingan juga dinilai lebih bermanfaat ketika tidak berhenti pada penyampaian konsep, tetapi menghasilkan keterampilan atau aset digital yang dapat langsung digunakan oleh mitra (Pradipta et al., 2023; Wahyuni et al., 2023; Wijono, 2022). Rummyeni et al. (2025) dan Sikana dan Mubarak (2024) menunjukkan bahwa peningkatan literasi digital perlu dikaitkan dengan praktik pengelolaan media dan pemasaran yang dapat diteruskan oleh pelaku usaha.

Salah satu kebutuhan dasar usaha lokal adalah keterlihatan lokasi. Pelanggan perlu mengetahui nama usaha, jenis produk atau layanan, alamat, titik lokasi, akses menuju tempat usaha, kontak, dan informasi pendukung lain sebelum memutuskan berkunjung. Google Maps dapat menjadi pintu masuk digitalisasi karena menghubungkan informasi bisnis dengan lokasi geografis. Insani et al. (2022) menunjukkan penggunaan Google Maps sebagai alternatif media promosi UMKM, sedangkan Rindiyaning et al. (2023) menekankan manfaatnya sebagai media pencarian dan promosi berbasis lokasi. Pendampingan serupa dilakukan melalui pendataan dan pendaftaran usaha pada Google Maps di berbagai wilayah, antara lain Desa Lueng Tanoh Tho (Mailiza et al., 2025), Kampung Kemuning Muda di Kabupaten Siak (Nasfianti et al., 2026), dan Desa Sam Sam di Kabupaten Siak (Hidayat et al., 2026). Temuan-temuan tersebut memperlihatkan bahwa penguatan lokasi digital merupakan intervensi yang relatif sederhana, tetapi relevan bagi usaha yang masih bergantung pada jangkauan konsumen di sekitar wilayahnya.

Google Maps juga dapat ditempatkan sebagai bagian dari strategi pemasaran digital yang lebih luas. Kelengkapan informasi usaha membantu konsumen memahami keberadaan bisnis sebelum melakukan kontak atau kunjungan. Pendampingan pada UMKM di berbagai daerah memperlihatkan pemanfaatan Google Maps untuk penguatan akses konsumen, identitas usaha, dan promosi digital (Qarni et al., 2025; Sari et al., 2025; Safitri et al., 2026). Ramdhani Sucipto et al. (2025) menempatkan Google Maps bersama media digital lain sebagai bagian dari peningkatan literasi digital UMKM. Mardhiyaturrositaningsih dan Zamzami (2025) juga menunjukkan bahwa pendampingan berbasis praktik dapat menghasilkan aset promosi dan titik lokasi yang dapat dikelola kembali oleh pemilik usaha setelah program pengabdian selesai.

Selain mudah ditemukan, UMKM juga perlu menyediakan pilihan transaksi yang sesuai dengan perkembangan kebiasaan pembayaran konsumen. QRIS menyediakan satu standar kode QR untuk transaksi pembayaran digital dan dapat menjadi sarana masuk bagi pelaku usaha ke ekosistem pembayaran nontunai. Pada konteks UMKM, kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, literasi teknologi, dan dukungan infrastruktur menjadi faktor penting dalam proses adopsi pembayaran digital. Ekaputra et al. (2024) menemukan bahwa keunggulan relatif dan kemudahan QRIS mendorong adopsi pada sebagian UMKM, sedangkan keterbatasan pemahaman teknologi dan akses internet dapat menjadi hambatan. Dalam kegiatan pengabdian, Aisyah et al. (2023) menggunakan pendampingan penggunaan QRIS sebagai upaya meningkatkan kesiapan transaksi pelaku UMKM.

Menggabungkan QRIS dan Google Maps memiliki logika intervensi yang saling melengkapi. Google Maps menjawab kebutuhan agar usaha lebih mudah ditemukan dan informasinya lebih terstruktur, sedangkan QRIS menjawab kebutuhan penyediaan alternatif transaksi nontunai. Model semacam ini telah diterapkan dalam beberapa pengabdian, misalnya melalui integrasi QRIS, Google Maps, dan literasi teknologi (Nugroho et al., 2023), pendampingan QRIS dan pendaftaran lokasi pada Google Maps (Nikmah & Wafa, 2025), serta pemanfaatan kedua platform pada UMKM di Pekanbaru (Alfajri et al., 2026). Sa'Idah et al. (2026) juga menggunakan observasi, pelatihan teknis, pendampingan, dan evaluasi untuk mengintegrasikan QRIS dengan

Google Maps sebagai upaya peningkatan akses pasar. Kesamaan pendekatan tersebut menunjukkan bahwa intervensi digital dasar lebih kuat ketika menyentuh dua sisi sekaligus, yaitu akses konsumen terhadap lokasi usaha dan akses konsumen terhadap metode pembayaran.

Berdasarkan observasi dan identifikasi kebutuhan selama KKN Kelompok 139 Universitas Muhammadiyah Riau, pemanfaatan teknologi digital pada pelaku UMKM Desa Gading Sari masih perlu diperkuat. Program kerja kemudian diarahkan pada pendampingan pembuatan QRIS serta pendaftaran usaha pada Google Maps. Pemilihan kedua bentuk intervensi ini sejalan dengan tema KKN yang menekankan edukasi, inovasi, digitalisasi, transformasi UMKM, kesejahteraan, dan keberlanjutan. Program tidak dirancang untuk menguji pengaruh teknologi terhadap omzet secara eksperimental, melainkan untuk membantu pelaku usaha memperoleh sarana digital yang dapat langsung digunakan dan dipelajari melalui praktik.

Kegiatan pengabdian ini bertujuan mendeskripsikan pelaksanaan dan capaian pendampingan digitalisasi UMKM melalui QRIS dan Google Maps di Desa Gading Sari. Secara khusus, kegiatan diarahkan untuk: (1) membantu pelaku UMKM memahami fungsi dasar QRIS dan memperoleh alternatif pembayaran nontunai; (2) membantu pendaftaran serta penataan informasi lokasi usaha pada Google Maps; dan (3) membangun kemampuan awal mitra untuk menggunakan serta mengelola sarana digital tersebut secara mandiri. Artikel ini menekankan capaian yang dapat diverifikasi dari proses dan luaran kegiatan serta membatasi interpretasi dampak pada data yang memang tersedia selama pelaksanaan KKN.

METODE

Kegiatan dilaksanakan di Desa Gading Sari, Kecamatan Tapung, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau, dalam periode KKN 27 Juli sampai 5 September 2026. Sasaran kegiatan adalah pelaku UMKM desa yang teridentifikasi membutuhkan penguatan transaksi digital dan keterlihatan lokasi usaha serta bersedia mengikuti proses pendampingan. Pendekatan yang digunakan bersifat deskriptif-partisipatif dengan mahasiswa berperan sebagai fasilitator, sementara informasi usaha dan keputusan mengenai data yang akan ditampilkan dikonfirmasi bersama pemilik usaha. Pendekatan pendampingan langsung dipilih karena kegiatan digitalisasi membutuhkan praktik pada perangkat dan akun yang digunakan oleh mitra, bukan hanya penyampaian materi. Pola partisipatif dan praktik langsung juga digunakan dalam pengabdian digital UMKM oleh Mailiza et al. (2025), Pradipta et al. (2023), dan Mardhiyaturrositaningsih dan Zamzami (2025).

Data kegiatan diperoleh melalui observasi lapangan, komunikasi dan konfirmasi dengan pemilik usaha, pengecekan informasi usaha, dokumentasi foto, serta catatan pelaksanaan KKN. Informasi yang disiapkan untuk pendaftaran Google Maps mencakup nama usaha, kategori, alamat atau titik lokasi, nomor kontak, dan informasi pendukung yang tersedia. Pada QRIS, pendampingan mengikuti persyaratan dan prosedur penyedia layanan yang digunakan mitra. Tim tidak mengambil alih pengelolaan usaha; pendampingan diarahkan agar pemilik memahami fungsi sarana yang dibuat dan dapat melanjutkan penggunaannya setelah KKN berakhir.

Evaluasi dilakukan berbasis proses dan luaran. Indikator utama tidak berupa perubahan omzet, karena kegiatan tidak memiliki desain pengukuran penjualan sebelum-sesudah. Keberhasilan dinilai dari terselenggaranya tahapan pendampingan, tersedianya QR pembayaran bagi mitra yang menyelesaikan proses, terdapatnya atau terajukannya informasi usaha pada Google Maps sesuai kondisi lapangan, pemeriksaan kembali kesesuaian informasi, keterlibatan pemilik selama proses, dan penyerahan hasil pendampingan. Pendekatan ini dipilih untuk mencegah klaim dampak ekonomi yang tidak didukung data transaksi atau analitik platform.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Dan Indikator Evaluasi

Tahap	Kegiatan Utama	Indikator yang Diamati
1	Observasi dan identifikasi kebutuhan UMKM	Kebutuhan transaksi digital dan informasi lokasi usaha teridentifikasi.
2	Koordinasi serta persiapan data	Pemilik memahami tujuan; data usaha dikonfirmasi bersama mitra.
3	Pendampingan QRIS	Proses pembuatan dilakukan sesuai prosedur; QR pembayaran disiapkan/diterima mitra.
4	Pendaftaran Google Maps	Nama, kategori, alamat/titik lokasi, kontak, dan informasi usaha dimasukkan serta diperiksa.
5	Edukasi, penyerahan, dan evaluasi	Mitra menerima hasil pendampingan dan memperoleh penjelasan penggunaan serta pengelolaan lanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Kebutuhan Digital UMKM

Tahap awal dilakukan melalui pengamatan kondisi usaha dan komunikasi dengan pelaku UMKM. Fokus identifikasi diarahkan pada dua kebutuhan yang dapat ditangani selama periode KKN, yaitu tersedianya pilihan

pembayaran nontunai dan keterlihatan lokasi usaha secara digital. Kebutuhan ini sejalan dengan gambaran ekonomi Desa Gading Sari yang memiliki kegiatan perdagangan dan UMKM di tengah dominasi aktivitas pertanian serta perkebunan. Intervensi dipilih karena dapat menghasilkan luaran yang langsung digunakan pelaku usaha tanpa memerlukan investasi teknologi yang kompleks.

Pada tahap ini, mahasiswa tidak hanya mencatat informasi, tetapi juga menjelaskan manfaat dan konsekuensi penggunaan sarana digital. Pemilik usaha dilibatkan untuk menentukan data yang benar mengenai nama usaha, jenis atau kategori usaha, titik lokasi, alamat, nomor kontak, dan informasi lain yang relevan. Keterlibatan pemilik penting karena keberlanjutan akun dan informasi digital bergantung pada kemampuan pelaku usaha memperbarui data setelah pendampingan selesai. Pendekatan semacam ini konsisten dengan kegiatan Nasfianti et al. (2026), Hidayat et al. (2026), dan Sari et al. (2025) yang menempatkan pendataan serta verifikasi informasi sebagai bagian penting dari digitalisasi lokasi UMKM.

Pendampingan Pembuatan dan Penggunaan QRIS

Pendampingan QRIS dilakukan setelah pelaku usaha memahami tujuan program dan data yang diperlukan telah disiapkan. Tim membantu proses pembuatan sesuai prosedur yang berlaku pada penyedia layanan yang digunakan mitra serta memberikan penjelasan mengenai penggunaan QR sebagai alternatif pembayaran. Fokus edukasi mencakup cara menerima pembayaran, memastikan transaksi tercatat pada aplikasi atau layanan terkait, dan pentingnya menjaga akses akun yang digunakan untuk pengelolaan transaksi. Posisi mahasiswa adalah memfasilitasi proses teknis dan transfer pengetahuan, bukan menjadi pengelola transaksi mitra.

Luaran yang dapat diverifikasi dari kegiatan adalah adanya QR pembayaran yang diserahkan kepada pelaku UMKM yang telah menyelesaikan proses pendampingan. Catatan kegiatan KKN mendokumentasikan penyerahan QR UMKM pada 22 Agustus 2026. Capaian ini relevan dengan pengabdian Aisyah et al. (2023) yang menempatkan pendampingan penggunaan QRIS sebagai bentuk peningkatan kesiapan transaksi digital. Studi Ekaputra et al. (2024) menunjukkan bahwa kemudahan dan manfaat yang dirasakan dapat mendorong adopsi QRIS, tetapi literasi teknologi dan kondisi infrastruktur tetap perlu diperhatikan. Karena kegiatan di Desa Gading Sari tidak mencatat riwayat transaksi sebelum dan sesudah secara sistematis, artikel ini tidak menyatakan bahwa QRIS telah meningkatkan omzet atau frekuensi transaksi.



Gambar 1. Penyerahan QR kepada salah satu pelaku UMKM, 22 Agustus 2026 (Dokumentasi KKN Kelompok 139)

Hasil pendampingan ini juga dapat dibandingkan dengan program yang mengintegrasikan QRIS dan Google Maps. Nugroho et al. (2023), Nikmah dan Wafa (2025), serta Alfajri et al. (2026) menunjukkan bahwa kedua instrumen tersebut dapat diterapkan secara bersamaan untuk membangun kesiapan transaksi dan keberadaan usaha di ruang digital. Pada Desa Gading Sari, nilai utama program terletak pada tersedianya sarana transaksi dan pengalaman praktik bagi pelaku usaha. Dampak finansial jangka panjang masih memerlukan pemantauan terpisah menggunakan data transaksi yang konsisten.

Pendaftaran dan Penguatan Informasi Usaha pada Google Maps

Pendampingan Google Maps dilakukan dengan memasukkan informasi usaha berdasarkan data yang diberikan pemilik, menentukan titik lokasi yang sesuai, serta melakukan pengecekan kembali terhadap informasi yang ditampilkan atau diajukan. Informasi dasar yang diprioritaskan adalah nama usaha, kategori, alamat atau titik lokasi, dan kontak. Tahapan ini penting karena kesalahan titik atau informasi dapat

mengurangi fungsi Google Maps sebagai sarana pencarian usaha. Pemilik juga diberikan penjelasan bahwa informasi usaha perlu diperbarui apabila terjadi perubahan lokasi, nomor kontak, jam layanan, atau identitas usaha.

Capaian program berupa terbentuknya jejak lokasi digital yang membuat informasi usaha lebih mudah diakses melalui pencarian berbasis lokasi. Hasil ini sejalan dengan Insani et al. (2022) dan Rindiyaning et al. (2023) yang menunjukkan relevansi Google Maps sebagai media promosi dan pencarian lokasi bagi UMKM. Mailiza et al. (2025) menekankan pendaftaran lokasi sebagai pintu masuk digitalisasi usaha, sedangkan Qarni et al. (2025) dan Safitri et al. (2026) menempatkan optimalisasi Google Maps sebagai bagian dari penguatan pemasaran lokal. Ramdhani Sucipto et al. (2025) juga memperlihatkan pentingnya literasi pengelolaan platform agar manfaat tidak berhenti pada pembuatan akun atau titik lokasi.

Tabel 2. Capaian Program Digitalisasi Umkm

Komponen	Capaian Terverifikasi	Batas Interpretasi
QRIS	Pendampingan pembuatan dan penggunaan; QR pembayaran diserahkan kepada mitra yang menyelesaikan proses.	Tidak tersedia pengukuran jumlah/nominal transaksi sebelum dan sesudah program.
Google Maps	Informasi usaha dan titik lokasi didaftarkan/diajukan serta diperiksa bersama pemilik.	Tidak tersedia data analitik penayangan, pencarian, panggilan, rute, atau kunjungan pelanggan.
Literasi digital	Pemilik terlibat dalam konfirmasi data dan memperoleh penjelasan penggunaan serta pengelolaan.	Tidak dilakukan pre-test dan post-test terstandar.
Keberlanjutan	Mitra memiliki aset digital yang dapat digunakan dan diperbarui setelah KKN selesai.	Keberlanjutan penggunaan memerlukan pemantauan setelah periode KKN.

Integrasi Luaran, Partisipasi Mitra, dan Keberlanjutan

Integrasi QRIS dan Google Maps menghasilkan dua fungsi yang berbeda tetapi saling mendukung. QRIS berkaitan dengan fase transaksi, sedangkan Google Maps berkaitan dengan fase pencarian dan akses informasi sebelum transaksi. Pola ini juga terlihat pada pengabdian Sa'Idah et al. (2026) yang menggabungkan pembayaran digital dan optimalisasi lokasi untuk memperkuat akses pasar. Pada tingkat program KKN, integrasi tersebut relevan karena dapat dilaksanakan melalui perangkat yang sudah akrab bagi pelaku usaha dan menghasilkan keluaran yang langsung terlihat.

Partisipasi mitra menjadi aspek penting karena pendaftaran dan penggunaan sarana digital membutuhkan data yang valid serta akses yang berada pada kendali pemilik usaha. Proses konfirmasi data, penjelasan manfaat, praktik penggunaan, dan penyerahan hasil merupakan upaya untuk mengurangi ketergantungan mitra kepada tim KKN. Aulia et al. (2024) dan Perwitasari et al. (2024) menekankan bahwa penguatan kapasitas digital UMKM perlu dihubungkan dengan kemampuan pelaku dalam mengelola identitas dan pemasaran usahanya. Dalam konteks yang lebih luas, Rummyeni et al. (2025), Sikana dan Mubarak (2024), serta Wahyuni et al. (2023) menunjukkan bahwa pendampingan berkelanjutan diperlukan agar keterampilan digital tidak berhenti pada tahap pengenalan.

Keberlanjutan program dapat diarahkan pada tiga langkah. Pertama, pemilik usaha perlu memeriksa akun dan informasi Google Maps secara berkala agar lokasi, kontak, dan data usaha tetap akurat. Kedua, QRIS perlu benar-benar digunakan dalam transaksi sehari-hari sehingga pemilik terbiasa memantau penerimaan dan menyelesaikan kendala teknis secara mandiri. Ketiga, pemerintah desa atau kelompok pelaku usaha dapat mengembangkan pendataan UMKM yang lebih terstruktur untuk memudahkan pendampingan lanjutan. Yasir et al. (2024) dan Susanti et al. (2024) memperlihatkan bahwa program digitalisasi di wilayah Riau akan lebih kuat bila ditempatkan sebagai bagian dari pengembangan kapasitas ekonomi masyarakat, bukan sebagai kegiatan teknis satu kali.

Keterbatasan kegiatan terutama berada pada aspek evaluasi. Program belum menggunakan instrumen pre-test dan post-test yang terstandar, belum mencatat analitik Google Maps, serta belum mengumpulkan data jumlah dan nominal transaksi QRIS atau omzet usaha secara longitudinal. Karena itu, temuan tidak dapat digunakan untuk menyimpulkan hubungan kausal antara pendampingan dan peningkatan pendapatan. Kekuatan kegiatan justru terletak pada luaran yang dapat diverifikasi, keterlibatan langsung mitra, dan kesesuaian intervensi dengan kebutuhan praktis yang ditemukan di lapangan. Model evaluasi yang lebih kuat pada kegiatan berikutnya dapat menggabungkan indikator proses dengan data platform dan catatan transaksi tanpa mengabaikan privasi pelaku usaha.

KESIMPULAN

Kegiatan pendampingan digitalisasi UMKM melalui QRIS dan Google Maps di Desa Gading Sari telah dilaksanakan sebagai salah satu program kerja KKN Kelompok 139 Universitas Muhammadiyah Riau.

Program berangkat dari kebutuhan praktis pelaku usaha untuk memiliki alternatif pembayaran nontunai dan informasi lokasi yang lebih mudah ditemukan melalui media digital. Pelaksanaan dilakukan secara deskriptif-partisipatif melalui observasi, identifikasi kebutuhan, komunikasi dengan pemilik, persiapan data, pendampingan pembuatan QRIS, pendaftaran serta pemeriksaan informasi Google Maps, edukasi penggunaan, dokumentasi, dan evaluasi berbasis luaran. Hasil yang dapat dipastikan dari kegiatan adalah tersedianya sarana QR pembayaran pada mitra yang menyelesaikan proses pendampingan, adanya pendaftaran atau pengajuan informasi usaha pada Google Maps, serta keterlibatan pelaku usaha dalam mengonfirmasi data dan memahami penggunaan dasar sarana digital tersebut. Dokumentasi KKN juga mencatat penyerahan QR kepada salah satu pelaku UMKM pada 22 Agustus 2026. Dengan demikian, program telah membangun fondasi digital pada dua titik penting perjalanan konsumen, yaitu menemukan usaha dan melakukan pembayaran.

Meskipun demikian, keberhasilan program tidak dapat ditafsirkan sebagai peningkatan omzet atau penjualan karena kegiatan belum mengumpulkan data transaksi, analitik Google Maps, maupun pengukuran literasi digital dengan pre-test dan post-test. Keterbatasan tersebut perlu menjadi perhatian pada kegiatan pengabdian berikutnya. Disarankan agar pendampingan lanjutan memasukkan pencatatan kondisi awal, indikator penggunaan QRIS, statistik interaksi pada profil Google Maps, serta evaluasi kemampuan pemilik dalam memperbarui informasi secara mandiri. Pemerintah desa juga dapat menyusun basis data UMKM sederhana yang memuat status legalitas, media promosi, metode pembayaran, dan keberadaan lokasi digital sehingga kebutuhan pendampingan dapat dipetakan secara lebih sistematis. Bagi pelaku UMKM, penggunaan QRIS dan Google Maps sebaiknya diteruskan sebagai bagian dari kebiasaan operasional, bukan hanya luaran KKN. Pemilik perlu menjaga akurasi informasi usaha, memantau transaksi, memperbarui konten pendukung, dan meminta bantuan penyedia layanan apabila menemukan masalah teknis. Dengan penguatan monitoring dan pendampingan yang berkelanjutan, fondasi digital yang telah dibangun dapat dikembangkan menjadi strategi pemasaran dan pengelolaan usaha yang lebih matang.

Ucapan Terima Kasih

Tim KKN Kelompok 139 Universitas Muhammadiyah Riau menyampaikan terima kasih kepada Pemerintah Desa Gading Sari, pelaku UMKM yang bersedia menjadi mitra pendampingan, masyarakat Desa Gading Sari, serta Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Muhammadiyah Riau atas dukungan selama pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata. Apresiasi juga disampaikan kepada seluruh pihak yang membantu koordinasi, penyediaan informasi, dokumentasi, dan keberlanjutan kegiatan di lapangan.

DAFTAR REFERENSI

- Aisyah, S., Sepfiani, P., Putri, L. P., Gunawan, D. I., & Nararya, H. L. (2023). Pendampingan penggunaan QRIS pada UMKM upaya peningkatan produktivitas UMKM di Kota Medan. *Nusantara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 142–151. <https://doi.org/10.55606/nusantara.v3i1.614>
- Alfajri, M. R., Novalino, M. R., Ahyan, M. K., Hidayatullah, M. S., Martha, D. A., & Badri, M. (2026). Pemanfaatan QRIS dan Google Maps pada UMKM Ampara di Pekanbaru. *Massa APJIKI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(1), 41–50. <https://doi.org/10.25008/massa.v4i1.245>
- Aulia, E., Zawawi, Z., & Warmana, G. O. (2024). Pemanfaatan branding digital marketing sebagai upaya meningkatkan kualitas dan daya saing produk UMKM Penjaringan Sari. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 994–999. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2413>
- Ekaputra, P. S., Ciptosari, F., & Halim, T. (2024). Adopsi teknologi pembayaran digital QRIS di kalangan UMKM Labuan Bajo: Tantangan dan peluang. *Jurnal Akademisi Vokasi*, 3(2), 1–13. <https://doi.org/10.63604/javok.v3i2.138>
- Hidayat, S., Hajar, A., Nur, S., Rianti, M., & Agustang. (2026). Pemberdayaan UMKM melalui program digitalisasi lokasi dan pembuatan banner menggunakan media Canva di Desa Sam Sam. *JDISTIRA: Jurnal Pengabdian Inovasi dan Teknologi Kepada Masyarakat*, 6(1), 325–331. <https://doi.org/10.58794/jdt.v6i1.1823>
- Insani, S. F., Syahrial, Y., & Putra, A. P. (2022). Optimalisasi aplikasi Google Maps sebagai alternatif media promosi pada UMKM di Shelter Taman Sriwedari. *Warta LPM*, 25(1), 44–56. <https://doi.org/10.23917/warta.v25i1.596>
- Mailiza, R., Hidayani, P., Nuriyani, Sinurat, S., Marlisa, D., Putra, A., Warahmah, D. M., & Aswadi. (2025). Implementasi Google Maps sebagai media digitalisasi pemasaran UMKM di Desa Lueng Tanoh Tho. *Mitra Abdimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 108–114.
- Mardhiyaturrositaningsih, & Zamzami, M. F. (2025). Pendampingan digitalisasi UMKM: Pembuatan promosi digital melalui media sosial dan Google Maps di Desa Jetak Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang.

- Bantenese: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(2), 165–175. <https://doi.org/10.30656/ps2pm.v7i2.11338>
- Nasfianti, I., Hidayat, R. I., Damayanti, F., Alfirah, A., Yunisa, T., Mutiara, A., Syarkiah, A., Wardani, J. A., Yin, M., Zafirah, R., Ramadani, N. S., & Fatria, S. S. (2026). Pendataan dan pendaftaran UMKM Kampung Kemuning Muda ke Google Maps. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 5(2), 1490–1497. <https://doi.org/10.59025/znn07n14>
- Nikmah, Z., & Wafa, Z. (2025). Implementasi QRIS dan pendaftaran lokasi Google Maps untuk mendukung digitalisasi transaksi UMKM Warung Alfarizqi. *ABDIMAS EKODIKSOSIORA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Ekonomi, Pendidikan, dan Sosial Humaniora*, 5(2), 244–249.
- Nugroho, P. A., Sriwijaya, S. B., Kristianti, T., Apriyanti, R., Amalia, L., Amanda, A., Putri, R. M. A., Putri, J. A., Aulia, N., & Amaliah, A. (2023). Penerapan sistem digitalisasi UMKM melalui QRIS, Google Maps, dan literasi teknologi masyarakat: Pengabdian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 2(1), 346–349. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v2i1.5886>
- Perwitasari, I. D., Hendrawan, J., Sitepu, F., & Anggraini, W. (2024). Pendampingan dan penguatan usaha mikro kecil menengah melalui branding dan digitalisasi marketing. *JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 134–141. <https://doi.org/10.47065/jpm.v5i2.2214>
- Pradipta, D. D., Arifah, N., Nida, N., Amalia, F., Taqwa, K., Maulidan, F., Seftarita, C., Ikhsan, Srinita, & Handayani, M. (2023). Pelatihan digital marketing UMKM: Peningkatan pemasaran masa pemulihan pandemi. *Jurnal Pengabdian Aceh*, 3(2), 189–196. <https://doi.org/10.63168/jpa.v3i2.225>
- Qarni, W., Lingga, I. B., Sembiring, L. S. B., Harahap, A. H., & Lidia, R. (2025). Pemanfaatan aplikasi Google Maps sebagai bentuk digitalisasi pemasaran pada UMKM Warung Seblak Prasmanan Nadira di Desa Kutarayut. *SEWAGATI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 4(4), 262–270. <https://doi.org/10.56910/sewagati.v4i4.3388>
- 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>
- Rindiyan, Nuzuli, A. K., & Oktaviana, W. (2023). Penggunaan aplikasi Google Maps sebagai media promosi UMKM di Nagari Batang Arah Tapan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 2(1), 246–250. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v2i1.155>
- Rumyeni, Angela, S., Mustaqimmah, N., Bagasari, L. A., & Rimayanti, N. (2025). Meningkatkan daya saing UMKM dengan strategi digital marketing. *MENARA RIAU*, 19(1), 23–32. <https://doi.org/10.24014/menara.v19i1.33420>
- Sa'Idah, A. I., Tafrijiyanto, A. W., Rizky, Y. A., Salsabila, N., Fitriana, R., & Farliana, N. (2026). Digitalisasi UMKM melalui implementasi QRIS dan optimalisasi Google Maps sebagai upaya peningkatan akses pasar di Desa Jawisari. *Inspira: Jurnal Pengabdian Masyarakat (JPM)*, 2(1), 20–31.
- Safitri, R., Purbasari, W., Rini, E. P., Anggraeni, N. A., Tarwoto, Krismonika, O., & Purnomo, J. (2026). Penerapan optimasi Google Maps untuk memaksimalkan pemasaran usaha UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 9(2), 251–258. <https://doi.org/10.30591/japhb.v9i2.10342>
- Sari, D. P. P., Oktarianda, E. P., Amrullah, R., Hazihis, S., Irawan, R., Cahyani, S., Astrella, M. S., Nadila, A., Sumarni, M., Luthfie, H., Egal, Rahayu, N. S., & Imelda, D. (2025). Strategi digital marketing UMKM: Branding, akses konsumen, dan promosi melalui Google Maps. *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 510–516. <https://doi.org/10.54951/comsep.v6i3.1129>
- Sikana, N. A. M., & Mubarak, M. H. (2024). Optimalisasi digital marketing melalui media sosial dalam memperkuat branding pada UMKM Surya Jaya Demak. *Jurnal Abdimas Kartika Wijayakusuma*, 5(1), 23–37. <https://doi.org/10.26874/jakw.v5i1.338>
- Susanti, R., Syaputra, I., Lestari, F. N., Muflihatun, U., Ziza, B., Amjad, M. A., Aksa, R., Suci, A. T. W., Nursal, D. B., Pratama, A. S., Afrianza, A., Kurniasih, C., & Triadi, R. M. (2024). Pengembangan UMKM berbasis digitalisasi Desa Sungai Nibung, Kecamatan Siak Kecil, Bengkalis. *Abdimas Indonesian Journal*, 4(2), 297–304. <https://doi.org/10.59525/aij.v4i2.451>
- Wahyuni, I. I., Rochmatulloh, F., Romadhon, M., Jinan, M. T., Dewi, D. U., Sandi, R. A., Safitri, N. D., Erningtiyas, U., Bara, V. P., & Puspita, A. D. (2023). Penerapan digital marketing sebagai strategi pengembangan UMKM Sono Sablon. *Jumat Informatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 93–97. <https://doi.org/10.32764/abdimasif.v4i2.3376>
- Wijono, D. (2022). Webinar digital marketing dan pendampingan digital marketing melalui sosial media untuk

UMKM. *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 2(2), 131–138.
<https://doi.org/10.55606/kreatif.v2i2.2863>

Yasir, Nurkhalizah, Azahra, D., Maysarah, D., Wulandari, S., Putri, N. A., Maulidza, N., Sihombing, O. F. R., Iskandar, S. T., Harfiansyah, S., Habibi, Riswadani, K., & Hafis, A. M. (2024). Pemberdayaan masyarakat melalui pemasaran digital produk UMKM di Desa Bandar Pedada Kabupaten Siak. *PARAHITA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(2), 52–64. <https://doi.org/10.25008/by6x5008>