



ABDI CENDEKIA:
JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
Volume 5 Nomor 4 Tahun 2026 Halaman 4336-4342
<https://zia-research.com/index.php/abdicendekia>



Pemberdayaan UMKM Desa Timbang Lawan melalui Digitalisasi Usaha Berbasis QRIS, Google Maps, dan Penyusunan Menu

Usni Majida Hasibuan¹, Noor Azizah², Salwa Pito Siregar³,
Elida Sari Hasibuan⁴, Mutia Dea⁵, Ilham Siregar⁶

^{1,2,3,4,5,6} Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

Email : usnimajida11@gmail.com¹, noorazizah@gmail.com²,
salwasiregar168@gmail.com³, hasibuanelidasari@gmail.com⁴,
mutia2019sc@gmail.com⁵, ilhammsiregar00@gmail.com⁶

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini dilaksanakan sebagai upaya pemberdayaan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Timbang Lawan, Pulo Pisang, melalui pemanfaatan teknologi digital yang sederhana dan mudah diterapkan. Permasalahan yang ditemukan di lapangan meliputi keterbatasan pemanfaatan media digital untuk memperkenalkan lokasi usaha, belum optimalnya penggunaan pembayaran non-tunai, serta belum tersedianya menu usaha yang disajikan secara lebih informatif dan menarik. Kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif melalui observasi awal, identifikasi kebutuhan, edukasi, praktik langsung, pendampingan, dan evaluasi sederhana. Intervensi utama meliputi pendampingan pembuatan dan pemanfaatan QRIS, pendaftaran atau penataan lokasi usaha pada *Google Maps*/Profil Bisnis, serta penyusunan menu yang memuat nama produk, pilihan produk, dan informasi harga secara lebih terstruktur. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa digitalisasi sederhana dapat meningkatkan kesiapan pelaku UMKM dalam memberikan informasi usaha kepada konsumen, menyediakan alternatif pembayaran non-tunai, dan menampilkan produk secara lebih profesional. Pendampingan secara langsung juga membantu pelaku usaha memahami bahwa digitalisasi tidak selalu memerlukan teknologi yang kompleks, tetapi dapat dimulai dari alat yang dekat dengan aktivitas usaha sehari-hari. Kegiatan ini memberikan kontribusi praktis bagi penguatan kapasitas UMKM desa sekaligus menjadi model pemberdayaan berbasis KKN yang dapat dikembangkan secara berkelanjutan.

Kata kunci: Digitalisasi UMKM, QRIS, *Google Maps*, Menu Usaha, Pemberdayaan Masyarakat, KKN.

Empowering MSMEs in Timbang Lawan Village through Business Digitalization Based on QRIS, Google Maps, and Menu Development

Abstract

This community service activity through the Community Service Program (Kuliah Kerja Nyata/KKN) was implemented to empower Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Timbang Lawan Village, Pulo Pisang, through simple and accessible digital technologies. The main problems identified in the field included limited use of digital media to introduce business locations, suboptimal adoption of cashless payments, and the absence of informative and attractive business menus. The activity employed a participatory approach consisting of initial observation, needs identification, education, hands-on practice, mentoring, and simple evaluation. The main interventions included assistance in creating and

using QRIS, registering or improving business locations through Google Maps/Business Profile, and developing structured business menus containing product names, product choices, and price information. The results indicate that simple digitalization can improve MSME actors' readiness to provide business information to customers, offer cashless payment options, and present products more professionally. Direct mentoring also helped business owners understand that digitalization does not always require complex technology and can begin with tools closely connected to daily business activities. This activity provides practical support for strengthening village MSME capacity and offers a KKN-based empowerment model that can be developed sustainably.

Keywords: MSME Digitalization, QRIS, Google Maps, Business Menu, Community Empowerment, KKN.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan bagian penting dari aktivitas ekonomi masyarakat karena mampu menyediakan barang dan jasa, menciptakan sumber pendapatan, serta membuka kesempatan kerja pada tingkat lokal. Perkembangan teknologi digital kemudian menghadirkan peluang baru bagi UMKM untuk memperluas cara berinteraksi dengan konsumen. Digitalisasi tidak hanya berkaitan dengan pemasaran melalui media sosial, tetapi juga mencakup kemudahan konsumen menemukan lokasi usaha, melakukan pembayaran, memperoleh informasi produk, dan berkomunikasi dengan pelaku usaha. Dalam konteks UMKM desa, penggunaan teknologi yang sederhana dan sesuai kebutuhan menjadi pendekatan yang lebih realistis dibandingkan penerapan teknologi yang kompleks.

Bank Indonesia menempatkan QRIS sebagai standar QR Code pembayaran yang ditujukan untuk membuat transaksi menjadi lebih cepat, mudah, murah, aman, dan andal. QRIS juga diarahkan sebagai salah satu pintu masuk UMKM ke dalam ekosistem digital. Pada 2025, Bank Indonesia melaporkan bahwa QRIS telah menjangkau puluhan juta pengguna dan merchant, dengan mayoritas merchant berasal dari UMKM. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pembayaran digital semakin relevan untuk usaha skala mikro dan kecil, termasuk usaha yang beroperasi di lingkungan perdesaan.

Selain pembayaran, keberadaan informasi lokasi usaha secara digital menjadi penting karena konsumen semakin terbiasa mencari tempat usaha melalui mesin pencarian dan aplikasi peta. Google menjelaskan bahwa Profil Bisnis yang telah ditambahkan dan diverifikasi dapat membantu pelanggan menemukan bisnis pada Google Search dan Google Maps. Informasi yang lengkap dan akurat seperti alamat, jam operasional, foto, serta kontak juga membantu konsumen memperoleh gambaran mengenai usaha sebelum datang secara langsung. Dengan demikian, pemetaan lokasi usaha bukan sekadar penanda alamat, tetapi bagian dari upaya membangun visibilitas usaha di ruang digital.

Desa Timbang Lawan, khususnya wilayah Pulo Pisang, memiliki aktivitas ekonomi masyarakat yang dapat dikembangkan melalui penguatan kapasitas pelaku UMKM. Kajian pengabdian sebelumnya di Desa Timbang Lawan Dusun VIII menunjukkan bahwa pemetaan lokasi UMKM melalui Google Maps menjadi salah satu bentuk intervensi digital yang relevan untuk meningkatkan aksesibilitas pasar. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa persoalan visibilitas usaha di tingkat desa dapat ditangani melalui pendampingan yang praktis dan langsung kepada pelaku usaha (Pasaribu et al., 2024). Program KKN ini dikembangkan lebih lanjut dengan tidak hanya menekankan pemetaan lokasi, tetapi juga menggabungkan pembayaran digital melalui QRIS dan penyusunan menu usaha.

Permasalahan yang ditemukan dalam kegiatan lapangan berkaitan dengan belum optimalnya pemanfaatan teknologi untuk mendukung kegiatan usaha sehari-hari. Sebagian pelaku usaha masih mengandalkan interaksi langsung dengan pelanggan, transaksi tunai, dan penyampaian informasi produk secara lisan. Kondisi tersebut bukan berarti pelaku usaha tidak memiliki potensi untuk berkembang, melainkan menunjukkan adanya kebutuhan

terhadap edukasi dan pendampingan yang sederhana, kontekstual, serta dapat langsung dipraktikkan. Oleh sebab itu, kegiatan KKN diarahkan pada pemberdayaan, bukan sekadar pembuatan akun atau perangkat digital.

Pembuatan menu usaha juga ditempatkan sebagai bagian dari digitalisasi karena informasi produk yang jelas dapat membantu konsumen mengetahui pilihan barang atau makanan yang tersedia, harga, dan karakteristik produk. Menu yang disusun secara rapi dapat digunakan dalam bentuk cetak maupun digital, sehingga dapat mendukung komunikasi pemasaran. Dalam kegiatan ini, aspek kreativitas digunakan untuk membantu pelaku UMKM menyajikan produk dengan informasi yang lebih terstruktur dan menarik tanpa mengubah karakter usaha yang telah dimiliki.

Sejumlah kegiatan pengabdian sebelumnya memperlihatkan bahwa kombinasi QRIS, Google Maps, dan literasi teknologi dapat menjadi bentuk intervensi yang efektif untuk meningkatkan kesiapan digital UMKM. Khassanah et al. (2024) menunjukkan bahwa implementasi platform digital dapat diarahkan sesuai kebutuhan UMKM, sedangkan Amaliah et al. (2025) melaporkan bahwa pendampingan digitalisasi melalui QRIS dan Google Maps memberikan dukungan terhadap aksesibilitas dan pemasaran UMKM. Penelitian pengabdian terbaru juga memperlihatkan bahwa pendekatan partisipatif melalui observasi, sosialisasi, pelatihan teknis, pendampingan, dan evaluasi sesuai digunakan untuk digitalisasi UMKM desa.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM di Desa Timbang Lawan, Pulo Pisang, dalam memanfaatkan teknologi digital melalui tiga kegiatan utama, yaitu pendampingan pembuatan QRIS, penataan atau pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps, dan penyusunan menu usaha. Kegiatan ini diharapkan tidak hanya menghasilkan perangkat digital, tetapi juga meningkatkan pemahaman pelaku usaha sehingga mereka mampu melanjutkan pengelolaan media digital secara mandiri setelah program KKN berakhir.

METODE

Kegiatan pengabdian dilaksanakan melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Timbang Lawan, Pulo Pisang. Pendekatan yang digunakan adalah partisipatif-deskriptif, yaitu pelaku UMKM dilibatkan secara langsung dalam proses identifikasi masalah, penentuan kebutuhan, praktik penggunaan perangkat digital, dan evaluasi hasil kegiatan. Pendekatan ini dipilih agar solusi yang diberikan sesuai dengan kemampuan dan kondisi usaha mitra.

Pelaksanaan kegiatan terdiri atas lima tahap, yaitu (1) observasi dan identifikasi kebutuhan; (2) sosialisasi dan edukasi digitalisasi UMKM; (3) praktik dan pendampingan teknis; (4) penyusunan materi pendukung usaha berupa menu; dan (5) evaluasi serta tindak lanjut. Data kegiatan diperoleh melalui observasi lapangan, wawancara informal dengan pelaku usaha, dokumentasi, dan pengamatan terhadap kemampuan peserta dalam mengikuti praktik. Analisis dilakukan secara deskriptif dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah pendampingan.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Tahap	Kegiatan	Bentuk Pendampingan	Luaran
1	Observasi dan identifikasi kebutuhan	Kunjungan dan diskusi dengan pelaku UMKM	Peta kebutuhan digitalisasi
2	Edukasi digitalisasi	Penjelasan manfaat QRIS, Google Maps, dan menu usaha	Pemahaman dasar pelaku usaha
3	Praktik QRIS dan Google Maps	Pendampingan langkah demi langkah menggunakan perangkat yang tersedia	QRIS dan/atau lokasi usaha digital
4	Penyusunan menu usaha	Pemilihan informasi produk, harga, foto, dan tata letak	Menu usaha yang lebih informatif

5	Evaluasi dan tindak lanjut	Uji penggunaan dan diskusi kendala	Rencana pengelolaan mandiri
---	----------------------------	------------------------------------	-----------------------------

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Identifikasi Kondisi Awal UMKM

Hasil observasi menunjukkan bahwa kegiatan usaha masyarakat di lokasi pengabdian masih sangat bergantung pada hubungan langsung antara penjual dan pembeli. Informasi mengenai produk, harga, dan lokasi usaha lebih banyak disampaikan melalui komunikasi lisan atau rekomendasi dari pelanggan. Kondisi ini cukup efektif untuk pasar sekitar, tetapi menjadi keterbatasan ketika pelaku usaha ingin menjangkau konsumen baru yang belum mengenal lokasi maupun produk yang ditawarkan.

Pada aspek pembayaran, transaksi tunai masih menjadi pilihan yang umum digunakan. Keterbatasan ini berpotensi membuat pelaku usaha kehilangan sebagian konsumen yang terbiasa menggunakan pembayaran digital. Di sisi lain, pelaku usaha belum seluruhnya memahami prosedur dan manfaat penggunaan QRIS. Oleh karena itu, pendampingan tidak hanya diarahkan pada pembuatan QRIS, tetapi juga pada pemahaman mengenai fungsi, cara menampilkan, dan cara memastikan pembayaran diterima dengan benar.

Pada aspek visibilitas lokasi, keberadaan usaha yang belum tertata pada Google Maps membuat konsumen dari luar lingkungan sekitar lebih sulit memperoleh petunjuk lokasi. Google menyatakan bahwa informasi usaha yang lengkap dan terverifikasi membantu bisnis ditemukan pada Search dan Maps. Hal ini memperkuat alasan pemetaan lokasi dijadikan salah satu komponen utama dalam kegiatan pengabdian.

Permasalahan berikutnya berkaitan dengan penyajian informasi produk. Produk yang sebenarnya memiliki potensi untuk dipasarkan dengan lebih luas belum selalu didukung oleh menu yang rapi. Informasi yang tidak terstruktur dapat membuat konsumen harus bertanya satu per satu mengenai pilihan produk dan harga. Oleh karena itu, penyusunan menu diposisikan sebagai intervensi sederhana yang menggabungkan unsur edukasi, kreativitas, dan pemasaran.

2. Edukasi dan Pendampingan Pembuatan QRIS

Pendampingan QRIS diawali dengan edukasi mengenai konsep pembayaran digital dan manfaatnya bagi usaha mikro. Pelaku UMKM diberikan pemahaman bahwa QRIS merupakan standar pembayaran berbasis QR yang memungkinkan satu kode digunakan untuk menerima pembayaran dari berbagai instrumen pembayaran yang kompatibel. Bank Indonesia menjelaskan bahwa QRIS dirancang agar transaksi ritel menjadi cepat, mudah, murah, aman, dan andal serta dapat mendukung inklusi ekonomi dan keuangan.

Setelah edukasi, peserta diarahkan untuk memahami persyaratan dan alur pendaftaran melalui penyedia jasa pembayaran yang sesuai. Tim KKN membantu pada bagian teknis yang menjadi kendala, seperti pengisian data, penggunaan perangkat, dan penempatan kode QR agar mudah terlihat oleh pelanggan. Pendampingan dilakukan secara langsung karena sebagian pelaku usaha lebih mudah memahami langkah digital apabila melihat contoh dan langsung mempraktikkannya.

Hasil kegiatan memperlihatkan adanya peningkatan pemahaman praktis mengenai pembayaran non-tunai. Pelaku usaha mulai memahami bahwa QRIS dapat ditempatkan pada area transaksi dan perlu dijaga agar kode mudah dipindai. Edukasi juga menekankan pentingnya melakukan pengecekan nominal dan status transaksi sebelum barang diserahkan. Dengan demikian, QRIS tidak hanya dipandang sebagai simbol digitalisasi, tetapi sebagai bagian dari prosedur pelayanan usaha.

3. Digitalisasi Lokasi Usaha melalui Google Maps

Kegiatan berikutnya adalah pendampingan penataan lokasi usaha pada Google Maps/Profil Bisnis. Tahapan dimulai dari pengumpulan informasi dasar usaha, seperti nama

usaha, alamat atau titik lokasi, nomor kontak, jam operasional, kategori usaha, dan foto. Informasi tersebut kemudian digunakan untuk membuat atau memperbaiki profil usaha sehingga lebih mudah dikenali oleh calon konsumen.

Google menjelaskan bahwa setelah Profil Bisnis ditambahkan dan diverifikasi, pelanggan dapat menemukan bisnis melalui Google Search dan Maps. Google juga menekankan pentingnya informasi yang lengkap, benar, dan terbaru untuk membantu visibilitas dalam pencarian lokal. Temuan tersebut relevan dengan kondisi UMKM di wilayah pengabdian karena informasi lokasi yang akurat dapat mengurangi hambatan konsumen dalam menemukan usaha.

Program ini memiliki keterkaitan kuat dengan kegiatan pengabdian sebelumnya di Desa Timbang Lawan. Pasaribu et al. (2024) melaporkan bahwa pemetaan lokasi UMKM melalui Google Maps di Desa Timbang Lawan Dusun VIII diarahkan untuk meningkatkan aksesibilitas pasar. Kegiatan yang dilaksanakan pada program KKN ini memperluas fokus tersebut dengan mengintegrasikan lokasi digital dengan pembayaran QRIS dan penyajian informasi produk.

Selain membantu konsumen, kegiatan ini juga memperkenalkan kepada pelaku UMKM konsep pengelolaan identitas usaha di ruang digital. Pelaku usaha didorong untuk menjaga konsistensi nama usaha, lokasi, kontak, jam operasional, dan foto. Pengelolaan tersebut penting karena profil digital bukan sekadar dibuat sekali, tetapi perlu diperbarui apabila terjadi perubahan informasi.

4. Penyusunan Menu sebagai Media Informasi dan Kreativitas UMKM

Penyusunan menu dilakukan untuk membantu pelaku UMKM menampilkan produk secara lebih sistematis. Informasi yang disusun meliputi nama produk, variasi atau pilihan, harga, serta elemen visual yang relevan. Tim KKN mendampingi pemilik usaha dalam memilih informasi yang benar-benar dibutuhkan konsumen sehingga menu tidak terlalu padat tetapi tetap informatif.

Menu yang dihasilkan dapat digunakan dalam beberapa bentuk, baik dicetak maupun dibagikan melalui media digital. Dalam konteks digitalisasi, menu dapat menjadi materi pendukung yang memperkuat informasi pada profil usaha dan media komunikasi pelanggan. Google juga menyediakan kemampuan bagi bisnis tertentu untuk menampilkan informasi produk atau menu melalui Profil Bisnis, sehingga penyusunan informasi produk secara terstruktur memiliki manfaat lintas media.

Aspek kreativitas terlihat dari proses pemilihan tata letak, penggunaan foto produk, penonjolan nama produk, serta penyusunan harga agar mudah dibaca. Pendekatan ini menunjukkan bahwa pemberdayaan UMKM tidak berhenti pada adopsi teknologi, tetapi juga mencakup kemampuan mengemas informasi usaha agar lebih menarik. Dengan demikian, edukasi dan kreativitas menjadi dua unsur yang saling mendukung dalam proses digitalisasi.

5. Integrasi QRIS, Google Maps, dan Menu dalam Pemberdayaan UMKM

Ketiga intervensi yang dilakukan memiliki fungsi yang saling melengkapi. Google Maps berfungsi memperkuat keterjangkauan informasi lokasi; menu membantu konsumen memahami produk dan harga; sedangkan QRIS memberikan alternatif pembayaran non-tunai. Jika ketiga komponen tersebut dikelola secara konsisten, pelaku usaha memiliki fondasi sederhana untuk membangun kehadiran digital yang lebih utuh.

Temuan kegiatan ini sejalan dengan berbagai program pengabdian yang menggunakan digitalisasi sebagai instrumen pemberdayaan UMKM. Amaliah et al. (2025) menunjukkan bahwa pendampingan QRIS dan Google Maps dapat menjadi bagian dari program KKN untuk meningkatkan aksesibilitas dan pemasaran UMKM. Khassanah et al. (2024) juga menunjukkan bahwa digitalisasi dapat diterapkan secara bertahap sesuai kebutuhan masing-masing pelaku usaha. Sementara itu, Syukur et al. (2025) menempatkan QRIS, Google Maps, dan media promosi sebagai bagian yang dapat diintegrasikan dalam pengembangan UMKM desa.

Keunggulan pendekatan dalam kegiatan ini terletak pada sifatnya yang praktis. Pelaku UMKM tidak diarahkan untuk menggunakan banyak aplikasi sekaligus, tetapi dibantu memilih teknologi yang langsung berkaitan dengan kebutuhan usaha. Pendekatan semacam ini penting karena tingkat literasi digital, kepemilikan perangkat, kualitas jaringan internet, dan kebiasaan transaksi setiap pelaku usaha dapat berbeda.

Namun demikian, digitalisasi belum dapat dianggap selesai setelah akun atau QRIS berhasil dibuat. Keberlanjutan membutuhkan kemampuan pelaku usaha untuk memperbarui informasi, menjaga perangkat dan akun, memeriksa transaksi, serta menyesuaikan menu dengan perubahan produk dan harga. Karena itu, keberhasilan pemberdayaan dalam jangka panjang lebih tepat diukur dari kemampuan pelaku usaha mempertahankan dan menggunakan hasil pendampingan secara mandiri.

Tabel 2. Ringkasan Hasil Pemberdayaan UMKM

Aspek	Kondisi Awal	Intervensi KKN	Perubahan yang Diharapkan
Pembayaran	Dominan tunai	Edukasi dan pendampingan QRIS	Tersedia alternatif pembayaran non-tunai
Lokasi usaha	Informasi lokasi terbatas	Pendaftaran/penataan Google Maps	Usaha lebih mudah ditemukan secara digital
Informasi produk	Disampaikan secara lisan/tidak terstruktur	Penyusunan menu	Produk dan harga lebih mudah dipahami
Literasi digital	Pemanfaatan teknologi belum optimal	Praktik langsung dan pendampingan	Meningkatnya kepercayaan diri menggunakan teknologi

6. Kendala dan Strategi Keberlanjutan

Selama pelaksanaan, tantangan utama digitalisasi UMKM berkaitan dengan variasi kemampuan menggunakan perangkat, kebiasaan transaksi tunai, keterbatasan waktu pemilik usaha, dan kemungkinan kendala jaringan internet. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa teknologi harus diperkenalkan melalui bahasa yang sederhana dan latihan yang berulang. Tim KKN tidak hanya memberikan instruksi, tetapi juga membiarkan pelaku usaha mencoba sendiri agar terbentuk pengalaman praktis.

Strategi keberlanjutan diarahkan pada pembiasaan. Pelaku UMKM perlu memeriksa informasi Google Maps secara berkala, memperbarui jam operasional dan foto jika diperlukan, menjaga QRIS tetap terlihat pada area transaksi, serta memperbarui menu ketika harga atau produk berubah. Pemerintah desa atau pendamping UMKM dapat melanjutkan edukasi secara berkala sehingga pelaku usaha tidak kembali pada pola pengelolaan konvensional setelah kegiatan KKN selesai.

Secara lebih luas, kegiatan ini menunjukkan bahwa pemberdayaan berbasis digital perlu ditempatkan sebagai proses peningkatan kapasitas. Teknologi menjadi alat, sedangkan tujuan utamanya adalah meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola informasi, melayani konsumen, dan memperluas akses pasar. Dengan perspektif tersebut, digitalisasi dapat menjadi bagian dari strategi penguatan ekonomi masyarakat desa.

SIMPULAN

Kegiatan pemberdayaan UMKM melalui program KKN di Desa Timbang Lawan, Pulo Pisang, menunjukkan bahwa digitalisasi sederhana dapat diterapkan sebagai strategi penguatan kapasitas pelaku usaha. Pendampingan pembuatan dan pemanfaatan QRIS memberikan alternatif pembayaran non-tunai; penataan lokasi usaha melalui Google Maps meningkatkan kesiapan usaha untuk ditemukan secara digital; sedangkan penyusunan menu membantu pelaku usaha menyajikan produk dan harga secara lebih terstruktur dan menarik. Integrasi ketiga kegiatan tersebut memperlihatkan bahwa digitalisasi UMKM tidak

harus dimulai dari teknologi yang kompleks, tetapi dapat diawali dari kebutuhan paling dekat dengan kegiatan operasional. Agar dampaknya berkelanjutan, pelaku UMKM perlu terus memperbarui informasi usaha, menggunakan QRIS secara konsisten, memperbarui menu, dan meningkatkan literasi digital secara bertahap. Pendampingan lanjutan dari pemerintah desa, perguruan tinggi, dan pihak terkait juga diperlukan untuk memperkuat kemandirian pelaku UMKM dalam mengelola kehadiran digitalnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amaliah, A., Rivaldy, B., Amanda, A., Apriyanti, R., & Amalia, L. (2025). Penerapan sistem digitalisasi UMKM melalui QRIS, Google Maps, dan literasi teknologi masyarakat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(2), 10499–10505. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.3446>
- Bank Indonesia. (2025). QRIS Jelajah Indonesia 2025 dorong digitalisasi dengan wisata budaya. Bank Indonesia.
- Bank Indonesia. (2025). Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). Bank Indonesia.
- Google Business Profile. (2026). Menambahkan atau mengklaim Profil Bisnis. Google Support.
- Khassanah, A. U., Arrosyid, I., Widyastuti, L. A., Muna, N. H., Palupi, G. K., & Zuliyati, I. C. (2024). Pengembangan UMKM desa melalui digitalisasi: Studi implementasi QRIS, Shopee, dan Shopee Food. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(6).
- Pasaribu, F. H. R., Zai, S. H. D., Zahra, P., Jaelani, A., Zulfria, I., & Nurbaiti. (2024). Digitalisasi UMKM melalui pemetaan lokasi di Google Maps: Upaya peningkatan aksesibilitas pasar dalam program KKN di Desa Timbang Lawan, Dusun VIII. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(3). <https://doi.org/10.55606/jpmi.v3i3.6300>
- Syukur, H. W., Ardani, Suprianto, J., Fauzi, R., Alfani, A., Ningsih, R., & Latif, A. (2025). Sosialisasi dan implementasi ekonomi kreatif dan digitalisasi UMKM Desa Karangharja melalui integrasi QRIS, geotagging Google Map kios, dan banner promosi dalam program KKN. *JGEN: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(4). <https://doi.org/10.60126/jgen.v3i4.1202>
- Ulla, M. K., Azizun, S. T., Virda, S. A., Amalia, N. R., & Chamid, A. A. (2025). Digitalisasi UMKM dengan optimalisasi Google Maps dan QRIS di Kelurahan Sunggingan. *SANDIMAS: Seminar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(2). <https://doi.org/10.24176/sandimas.v2i2.1525>
- Sari, D. S. (2025). The influence of service quality on customer satisfaction in SMEs – In Samosir. *International Journal of Management, Economic and Accounting*.
- Suranto, S., Marimin, A., Kusuma, I. L., & Pratiwi, D. N. (2024). *Evaluation of service quality to increase customer satisfaction at UMKM restaurant YOI*. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAAR)*.
- Uzhma, N. A., Sulaiman, E., & Sumardi, B. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada Barber Shop D’Rio di Bandung. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 12(3), 71–80.