

TRANSFORMASI DIGITAL WARUNG NASI PADANG GADANG BARU DI CONDONGCATUR YOGYAKARTA

Sakyr Billa Depari^{1*}, Diana Airawaty²

^{1,2}Universitas Mercubuana Yogyakarta

sakyrabilladepari2006@gmail.com¹ diana@mercubuana-yogya.ac.id²

Received: 03-06-2026

Revised: 10-06-2026

Approved: 23-06-2026

ABSTRAK

Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan transformasi digital pada Warung Nasi Padang Gadang Baru di Condongcatur Yogyakarta melalui optimalisasi media sosial Instagram sebagai sarana promosi dan implementasi sistem pembayaran digital QRIS guna meningkatkan daya saing usaha kuliner tradisional di era digital. Metode pengabdian yang digunakan adalah pendekatan praktik kerja lapangan melalui tahapan observasi, wawancara, pelatihan, pendampingan, implementasi, dan evaluasi dengan pendekatan deskriptif kuantitatif dan kualitatif menggunakan instrumen pre-test dan post-test serta observasi perubahan perilaku usaha. Hasil pengabdian menunjukkan adanya peningkatan kemampuan digital mitra yang signifikan, ditandai dengan meningkatnya skor pemahaman pemasaran digital dari 2,4 menjadi 4,3 serta pemahaman penggunaan QRIS dari 2,1 menjadi 4,5, terbentuknya akun Instagram bisnis yang aktif digunakan, serta penerapan QRIS yang menghasilkan rata-rata 15–20 transaksi non-tunai per minggu. Simpulan dari kegiatan ini adalah bahwa transformasi digital melalui pemanfaatan Instagram dan QRIS efektif dalam meningkatkan literasi digital, memperluas jangkauan promosi, serta meningkatkan efisiensi transaksi dan daya saing UMKM kuliner, sehingga diperlukan pendampingan berkelanjutan agar pengelolaan digital dapat berjalan optimal dan konsisten.

Kata Kunci: *Condongcatur, Digitalisasi UMKM, Instagram, Transformasi Digital*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan terhadap pola bisnis dan perilaku konsumen pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia. Digitalisasi menjadi salah satu strategi penting bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Pemanfaatan media sosial dan sistem pembayaran digital menjadi bentuk transformasi digital yang paling mudah diterapkan oleh pelaku usaha skala mikro karena relatif sederhana, murah, dan mampu menjangkau konsumen secara luas (Habibullah & Airawaty, 2024)(Airawaty, 2025). Sektor kuliner merupakan salah satu sektor UMKM yang berkembang pesat di Indonesia. Persaingan usaha kuliner yang semakin tinggi menuntut pelaku usaha untuk mampu mengikuti perkembangan teknologi dan pola konsumsi masyarakat yang cenderung mengandalkan layanan digital. Konsumen saat ini tidak hanya mempertimbangkan kualitas makanan, tetapi juga kemudahan memperoleh informasi produk serta kemudahan dalam melakukan transaksi pembayaran. Oleh karena itu, penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dan penggunaan sistem pembayaran digital seperti QRIS menjadi kebutuhan penting dalam pengembangan usaha kuliner (Ramadhan & Maulana, 2026).

Warung Nasi Padang Gadang Baru yang berada di Condongcatur merupakan salah satu UMKM kuliner tradisional yang memiliki potensi usaha cukup baik. Lokasi usaha yang berada di kawasan padat mahasiswa dan masyarakat produktif memberikan peluang besar untuk pengembangan pasar melalui pemanfaatan teknologi digital. Namun demikian, proses promosi usaha masih dilakukan secara konvensional dari mulut ke mulut dan belum memiliki media sosial sebagai sarana pemasaran digital.

Selain itu, sistem pembayaran yang digunakan masih didominasi transaksi tunai sehingga belum mampu memenuhi kebutuhan konsumen yang mulai terbiasa menggunakan pembayaran non tunai (Lado, 2025). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masih banyak UMKM yang menghadapi keterbatasan literasi digital dan pemanfaatan teknologi dalam kegiatan usaha sehari-hari (Airawaty, 2025). Kondisi tersebut menyebabkan jangkauan promosi usaha menjadi terbatas dan pelayanan transaksi belum sepenuhnya mengikuti perkembangan kebutuhan masyarakat digital. Padahal, penggunaan media sosial seperti Instagram dapat membantu pelaku UMKM dalam memperkenalkan produk, membangun interaksi dengan konsumen, serta meningkatkan daya tarik visual usaha kuliner. Pemanfaatan media sosial dinilai mampu memperluas pangsa pasar UMKM dan membantu pelaku usaha menyesuaikan strategi pemasaran dengan perkembangan perilaku konsumen digital (Ananda Fitri, 2024). Instagram menjadi salah satu platform yang efektif digunakan pada sektor kuliner karena mampu menampilkan visual produk secara menarik dan mudah diakses masyarakat luas (Aflah Ramadiansyah & Indah Pratiwi, 2024).

Selain media sosial, penggunaan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) juga menjadi bagian penting dalam transformasi digital UMKM. Sistem pembayaran digital ini memberikan kemudahan transaksi, meningkatkan efisiensi pembayaran, serta mendukung terciptanya sistem pembayaran yang lebih praktis dan aman. Penggunaan QRIS dinilai mampu meningkatkan kenyamanan konsumen dan mendukung adaptasi UMKM terhadap perkembangan ekonomi digital di Indonesia (Listiyono et al., 2024). Penelitian dan kegiatan pengabdian sebelumnya menunjukkan bahwa implementasi QRIS pada UMKM mampu meningkatkan efisiensi transaksi dan mendorong inklusi keuangan pelaku usaha. Pendampingan penggunaan QRIS juga membantu meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terhadap teknologi pembayaran digital serta mengurangi ketergantungan terhadap transaksi tunai. Selain itu, keberhasilan digitalisasi pembayaran melalui QRIS dipengaruhi oleh adanya pendampingan intensif dan peningkatan literasi digital pada pelaku usaha (Utami, 2025).

Permasalahan utama yang dihadapi Warung Nasi Padang Gadang Baru meliputi belum adanya akun media sosial sebagai sarana promosi digital serta belum tersedianya sistem pembayaran digital berbasis QRIS. Keterbatasan tersebut menghambat upaya pengembangan usaha dan mengurangi peluang menjangkau konsumen yang lebih luas, khususnya generasi muda yang aktif menggunakan media sosial dan transaksi non tunai. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pendampingan transformasi digital melalui pembuatan akun Instagram bisnis dan implementasi sistem pembayaran QRIS. Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah membantu Warung Nasi Padang Gadang Baru dalam melakukan transformasi digital melalui optimalisasi media sosial Instagram sebagai sarana promosi usaha dan penerapan QRIS sebagai sistem pembayaran digital. Kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan visibilitas usaha, mempermudah transaksi konsumen, serta meningkatkan daya saing UMKM kuliner tradisional di era digital (Dina et al., 2025).

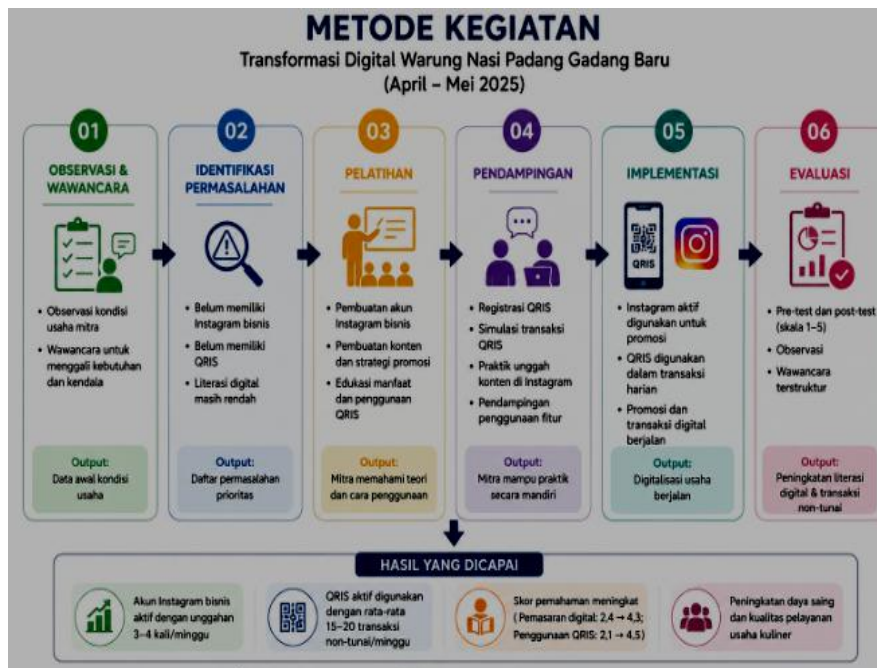
Kajian literatur menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh positif terhadap perkembangan UMKM, terutama dalam meningkatkan promosi, interaksi konsumen, dan loyalitas pelanggan. Optimalisasi media sosial dapat menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing dan keberhasilan UMKM di era digital (Habibullah &

Airawaty, 2024) Penelitian lain juga menyebutkan bahwa pemasaran digital memberikan peluang bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien dibandingkan metode promosi konvensional (Yusnita et al., 2025).

Beberapa kegiatan pendampingan digitalisasi UMKM sebelumnya menunjukkan bahwa implementasi media sosial dan pembayaran digital mampu meningkatkan pemahaman teknologi pelaku usaha serta memperkuat adaptasi UMKM terhadap perkembangan ekonomi digital. Namun demikian, masih banyak UMKM tradisional skala kecil yang belum memiliki kemampuan dan pendampingan dalam mengimplementasikan teknologi digital secara optimal (Margi Sidoretno et al., 2022). Oleh sebab itu, kegiatan pengabdian ini dilakukan sebagai bentuk pendampingan praktis dalam mendukung transformasi digital UMKM kuliner tradisional agar lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar modern.

METODE KEGIATAN

Metode kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini meliputi observasi lapangan, wawancara, pelatihan, serta pendampingan implementasi transformasi digital pada Warung Nasi Padang Gadang Baru yang berlokasi di Condongcatur, Yogyakarta. Kegiatan ini difokuskan pada optimalisasi media sosial Instagram sebagai sarana promosi digital dan penerapan sistem pembayaran digital menggunakan QRIS untuk meningkatkan kualitas pelayanan serta daya saing usaha kuliner.



Gambar 1. Metode Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu survei awal, pelatihan dan pendampingan, implementasi program, serta evaluasi kegiatan. Pendekatan pendampingan dipilih karena dinilai efektif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM terhadap penggunaan teknologi digital secara langsung.

- 1) Tahap pertama yaitu survei awal

Survei awal yang dilakukan melalui observasi langsung ke lokasi usaha dan wawancara dengan pemilik usaha. Kegiatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi kondisi usaha, kebutuhan digitalisasi, serta kendala yang dihadapi dalam proses pemasaran dan transaksi pembayaran. Berdasarkan hasil observasi, diketahui bahwa sistem promosi masih dilakukan secara konvensional dari mulut ke mulut dan transaksi pembayaran masih didominasi penggunaan uang tunai.

2) Tahap kedua yaitu pelatihan

Kegiatan ini meliputi pembuatan akun Instagram bisnis, pengenalan fitur-fitur Instagram sebagai media promosi, pelatihan pembuatan konten sederhana berupa foto produk dan caption promosi, serta edukasi strategi pemasaran digital. Pelatihan media sosial dilakukan melalui praktik langsung agar pelaku usaha lebih mudah memahami penggunaan media digital dalam kegiatan pemasaran (Habibullah & Airawaty, 2024).

3) Tahap ketiga yaitu pendampingan

Selain optimalisasi media sosial, kegiatan pendampingan juga dilakukan dalam proses pembuatan QRIS sebagai metode pembayaran digital. Tahapan ini meliputi registrasi QRIS, pemasangan kode QRIS pada lokasi usaha, serta simulasi transaksi pembayaran non tunai kepada pemilik usaha. Implementasi QRIS bertujuan untuk mempermudah proses transaksi dan meningkatkan pelayanan kepada konsumen. Penggunaan QRIS dinilai mampu meningkatkan efisiensi transaksi dan membantu UMKM beradaptasi dengan perkembangan ekonomi digital (Utami, 2025).

4) Tahap keempat yaitu implementasi

Implementasi dilakukan dengan mengaktifkan akun Instagram usaha dan menerapkan penggunaan QRIS secara langsung pada kegiatan operasional Warung Nasi Padang Gadang Baru. Pada tahap ini, dilakukan pendampingan secara langsung untuk memastikan pemilik usaha mampu mengoperasikan media sosial dan sistem pembayaran digital secara mandiri.

5) Tahap terakhir adalah evaluasi kegiatan

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui tingkat keberhasilan program PKL melalui pengamatan terhadap perubahan pemahaman dan kemampuan mitra dalam menggunakan teknologi digital. Pengukuran keberhasilan kegiatan dilakukan secara deskriptif kualitatif melalui observasi dan wawancara sebelum dan sesudah kegiatan dilaksanakan.

Evaluasi kegiatan dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Pengukuran peningkatan pemahaman mitra dilakukan melalui pre-test dan post-test menggunakan skala Likert 1–5 yang mengukur pemahaman mengenai pemasaran digital melalui Instagram dan penggunaan QRIS. Selain itu, dilakukan wawancara terstruktur untuk mengetahui tingkat kepercayaan diri dan kemampuan mitra dalam mengoperasikan media sosial serta sistem pembayaran digital secara mandiri.

Data hasil evaluasi dianalisis secara deskriptif dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah pendampingan. Indikator keberhasilan program ditetapkan sebagai berikut:

1. Mitra memiliki akun Instagram bisnis yang aktif dan digunakan untuk promosi usaha.

2. Mitra mampu mengunggah konten promosi secara mandiri minimal 3 kali setiap minggu selama masa pendampingan.
3. Sistem pembayaran QRIS berhasil diterapkan dan digunakan dalam kegiatan transaksi usaha.
4. Skor pemahaman pemasaran digital meningkat minimal 30% berdasarkan hasil perbandingan pre-test dan post-test.
5. Skor pemahaman penggunaan QRIS meningkat minimal 30% berdasarkan hasil perbandingan pre-test dan post-test.
6. Jumlah transaksi non-tunai mencapai minimal 10 transaksi per minggu setelah implementasi QRIS.
7. Mitra mampu melakukan proses unggah konten Instagram dan menerima pembayaran QRIS tanpa pendampingan pada akhir program.

Keberhasilan program juga diukur dari perubahan sikap dan adaptasi pelaku UMKM terhadap penggunaan teknologi digital dalam kegiatan usaha sehari-hari. Selain itu, aspek sosial dan ekonomi diukur melalui meningkatnya kemudahan transaksi, pelayanan kepada pelanggan, serta potensi peningkatan jumlah konsumen setelah implementasi digitalisasi usaha dilakukan.

HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada Warung Nasi Padang Gadang Baru di Condongcatur, Yogyakarta dilaksanakan sebagai bentuk implementasi transformasi digital usaha melalui pemanfaatan media sosial Instagram dan sistem pembayaran digital QRIS. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu usaha kuliner tradisional agar mampu mengikuti perkembangan teknologi digital serta meningkatkan kualitas promosi dan pelayanan kepada konsumen. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan observasi lapangan dan wawancara langsung dengan pemilik usaha untuk mengetahui kondisi usaha sebelum dilakukan transformasi digital. Berdasarkan hasil observasi, diketahui bahwa sistem pemasaran usaha masih dilakukan secara konvensional melalui promosi dari mulut ke mulut dan pelanggan tetap di sekitar lokasi usaha. Selain itu, sistem pembayaran masih menggunakan transaksi tunai sehingga belum mendukung kebutuhan masyarakat yang mulai terbiasa menggunakan pembayaran digital. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital pada Warung Nasi Padang Gadang Baru masih belum optimal. Padahal, lokasi usaha yang berada di kawasan Condongcatur memiliki potensi pasar yang cukup besar karena berada di lingkungan mahasiswa dan masyarakat produktif yang aktif menggunakan media sosial dan pembayaran digital dalam aktivitas sehari-hari. Oleh karena itu, kegiatan PKL difokuskan pada implementasi digitalisasi usaha agar mampu meningkatkan visibilitas usaha dan kualitas pelayanan kepada pelanggan.

Tahap selanjutnya adalah implementasi media sosial Instagram sebagai sarana promosi digital usaha. Kegiatan yang dilakukan meliputi pembuatan akun Instagram bisnis, pengaturan profil usaha, pengunggahan foto produk makanan, penambahan informasi lokasi usaha, serta pembuatan caption promosi sederhana. Selain itu, dilakukan pendampingan kepada pemilik usaha mengenai penggunaan fitur Instagram seperti story, hashtag, dan reels untuk meningkatkan jangkauan promosi. Penggunaan Instagram sebagai media promosi memberikan dampak positif terhadap tampilan dan visibilitas usaha. Setelah akun Instagram dibuat, Warung Nasi Padang Gadang Baru mulai memiliki media promosi digital yang dapat digunakan untuk memperkenalkan

menu makanan, informasi harga, dan lokasi usaha kepada masyarakat luas. Menurut (Habibullah & Airawaty, 2024), penggunaan media sosial mampu meningkatkan efektivitas promosi dan memperluas jangkauan pemasaran UMKM. Hasil implementasi menunjukkan bahwa pemilik usaha mulai aktif mengunggah konten berupa foto menu makanan dan promosi harian pada akun Instagram bisnis yang telah dibuat. Keberadaan media sosial membantu usaha menjadi lebih mudah ditemukan oleh konsumen, khususnya mahasiswa dan masyarakat sekitar yang aktif menggunakan media sosial sebagai sumber informasi kuliner. Selain itu, penggunaan Instagram juga memberikan citra usaha yang lebih modern dan mengikuti perkembangan teknologi digital.

Selain implementasi media sosial, kegiatan PKL juga membantu penerapan sistem pembayaran digital menggunakan QRIS. Kegiatan ini dilakukan melalui proses registrasi QRIS, pemasangan kode QRIS pada lokasi usaha, serta simulasi penggunaan pembayaran digital kepada pemilik usaha. Dengan adanya QRIS, pelanggan dapat melakukan pembayaran non tunai menggunakan aplikasi dompet digital maupun mobile banking. Penggunaan QRIS memberikan kemudahan transaksi bagi pelanggan dan membantu usaha mengikuti perkembangan sistem pembayaran digital di Indonesia. Penggunaan QRIS juga meningkatkan efisiensi transaksi karena proses pembayaran menjadi lebih cepat dan praktis. Menurut (Utami, 2025), penggunaan QRIS mampu membantu UMKM beradaptasi dengan perkembangan ekonomi digital dan meningkatkan kualitas pelayanan usaha. Berdasarkan hasil implementasi kegiatan, transformasi digital pada Warung Nasi Padang Gadang Baru menunjukkan hasil yang positif. Hal tersebut terlihat dari terbentuknya akun Instagram bisnis yang aktif digunakan sebagai media promosi serta tersedianya sistem pembayaran digital QRIS yang mulai digunakan dalam transaksi usaha sehari-hari. Selain itu, pemilik usaha juga mengalami peningkatan pemahaman dalam penggunaan media sosial dan transaksi digital setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan secara langsung.

Dari aspek sosial, kegiatan PKL ini membantu meningkatkan kesadaran pemilik usaha terhadap pentingnya penggunaan teknologi digital dalam pengembangan usaha. Pemilik usaha menjadi lebih terbuka terhadap inovasi digital dan mulai memahami bahwa media sosial dapat digunakan sebagai sarana promosi yang efektif untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Penggunaan pembayaran digital juga membantu usaha mengikuti perubahan perilaku masyarakat yang mulai terbiasa menggunakan transaksi non tunai. Dari aspek ekonomi, penggunaan Instagram dan QRIS memberikan peluang peningkatan jumlah konsumen karena usaha menjadi lebih mudah dikenal masyarakat dan transaksi menjadi lebih praktis. Penggunaan media sosial membantu memperluas jangkauan promosi tanpa membutuhkan biaya besar, sedangkan penggunaan QRIS meningkatkan kenyamanan pelanggan saat melakukan pembayaran. Kondisi tersebut berpotensi meningkatkan kualitas pelayanan dan daya saing usaha dalam jangka panjang. Meskipun demikian, pelaksanaan kegiatan masih menghadapi beberapa kendala. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan kemampuan teknologi pada pemilik usaha, terutama dalam pengelolaan konten media sosial secara konsisten. Selain itu, sebagian pelanggan masih terbiasa menggunakan transaksi tunai sehingga penggunaan QRIS belum sepenuhnya optimal pada tahap awal implementasi. Namun demikian, melalui pendampingan yang dilakukan secara bertahap, kendala tersebut dapat diminimalkan. Pemilik usaha mulai memahami pentingnya konsistensi dalam penggunaan media sosial dan manfaat pembayaran digital dalam meningkatkan

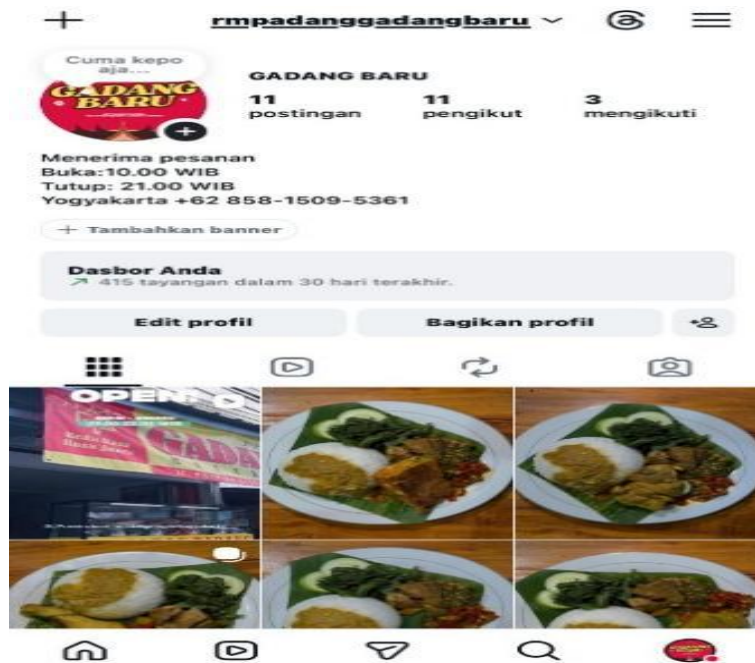
pelayanan usaha. Ke depan, akun Instagram usaha dapat dikembangkan melalui pembuatan konten yang lebih menarik seperti video promosi, informasi menu harian, dan penggunaan fitur reels agar jangkauan promosi menjadi lebih luas.

Selain itu, penggunaan QRIS juga memiliki peluang pengembangan melalui integrasi dengan layanan pemesanan makanan daring sehingga pemasaran usaha dapat menjangkau konsumen di luar wilayah sekitar usaha. Pengembangan tersebut diharapkan mampu membantu Warung Nasi Padang Gadang Baru menjadi usaha kuliner yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi digital. Sebagai hasil akhir kegiatan PKL, Warung Nasi Padang Gadang Baru telah memiliki media promosi digital berupa akun Instagram bisnis dan sistem pembayaran digital QRIS yang mendukung operasional usaha. Kegiatan ini diharapkan dapat membantu usaha menjadi lebih modern, meningkatkan kualitas pelayanan, serta memperkuat daya saing UMKM kuliner tradisional di era digital. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan kemampuan digital mitra setelah pelaksanaan program. Skor rata-rata pemahaman pemasaran digital meningkat dari 2,4 pada saat pre-test menjadi 4,3 pada saat post-test. Sementara itu, pemahaman mengenai penggunaan QRIS meningkat dari 2,1 menjadi 4,5. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan yang diberikan mampu meningkatkan literasi digital mitra secara signifikan. Selain peningkatan pemahaman, implementasi QRIS juga berdampak pada perubahan perilaku transaksi pelanggan. Sebelum program dilaksanakan, seluruh transaksi dilakukan secara tunai. Setelah QRIS diterapkan, tercatat rata-rata 15–20 transaksi non-tunai per minggu. Temuan ini menunjukkan bahwa konsumen mulai menerima penggunaan pembayaran digital karena dianggap lebih praktis, cepat, dan aman.

Peningkatan penggunaan Instagram dan QRIS sejalan dengan teori transformasi digital UMKM yang menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi digital dapat meningkatkan visibilitas usaha, memperluas akses pasar, dan meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan. Dengan demikian, transformasi digital tidak hanya menghasilkan perubahan pada aspek teknologi, tetapi juga berdampak terhadap peningkatan kapasitas sumber daya manusia pelaku usaha.

Tabel 1.
Capaian Program

Target Program	Indikator	Capaian
Digital Marketing	Akun Instagram Bisnis	Tercapai
Literasi Digital	Skor pemahaman $\geq 30\%$	Tercapai
Digital Payment	QRIS aktif digunakan	Tercapai
Transaksi Non-Tunai	≥ 10 transaksi/minggu	Tercapai
Kemandirian Mitra	Upload konten mandiri	Tercapai



Gambar 1. Tampilan akun Instagram bisnis Warung Nasi Padang Gadang Baru



Gambar 2. Tampilan kode QRIS Warung Nasi Padang Gadang Baru



Tabel 2
Hasil Evaluasi Program

Indikator	Sebelum	Sesudah
Akun Instagram Bisnis	Belum ada	Aktif digunakan
Frekuensi unggahan promosi	0 kali/minggu	3-4 kali/minggu
Pemahaman pemasaran digital	2,4	4,3
Pemahaman penggunaan QRIS	2,1	4,5
Ketersediaan QRIS	Belum tersedia	Tersedia dan aktif
Transaksi non-tunai	0 transaksi/minggu	15-20 transaksi/minggu

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada Warung Nasi Padang Gadang Baru di Condongcatur Yogyakarta, dapat disimpulkan bahwa program transformasi digital melalui pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana promosi dan implementasi sistem pembayaran digital QRIS terbukti efektif dalam meningkatkan literasi digital, efisiensi transaksi, serta daya saing usaha. Hal ini ditunjukkan dengan keberhasilan mitra dalam membentuk dan mengaktifkan akun Instagram bisnis yang digunakan secara rutin untuk promosi, peningkatan pemahaman pemasaran digital dari skor 2,4 menjadi 4,3, serta peningkatan pemahaman penggunaan QRIS dari 2,1 menjadi 4,5. Selain itu, penerapan QRIS juga mendorong perubahan perilaku transaksi pelanggan dengan munculnya rata-rata 15-20 transaksi non-tunai per minggu yang sebelumnya tidak ada sama sekali. Dengan demikian, transformasi digital tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis pelaku usaha dalam mengelola media sosial dan sistem pembayaran digital, tetapi juga berdampak pada perluasan jangkauan pasar, peningkatan kualitas pelayanan, serta penguatan daya saing UMKM kuliner tradisional di era digital, meskipun tetap diperlukan pendampingan berkelanjutan agar implementasi digital dapat berjalan optimal dan konsisten dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Aflah Ramadiansyah, S., & Indah Pratiwi, N. (2024). Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Alat Promosi Produk UMKM di Desa Sibang Gede Abiansemal Bali. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2), 2694–2701. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.3330>
- Airawaty, D. (2025). Digitalisasi UMKM: Meningkatkan Daya Saing Melalui Transformasi Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(2), 13999–14003. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.4404>
- Ananda Fitri, D. A. (2024). Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Efektivitas Pemasaran Umkm Rumah Jamu Argomulyo. *Jurnal Budimas(E-Issn 2715-8926)*, 06(02), 1–8. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/JAIM/article/view/13720/5409>
- Dina, F. A., Utami, N., Putri Deraika, A., & Elsa Rizkia, A. (2025). Akselerasi Pembayaran Digital Umkm Melalui Implementasi Qris: Action Research Pada Pasar Tradisional Di Jakarta Utara. *JJPIMI: Jurnal Pengabdian Inovasi Masyarakat Indonesia*, 4(2b), 310–319. <https://doi.org/10.29303/cdv1rn29>
- Habibullah, & Airawaty, D. (2024). Jurnal Pelayanan Masyarakat Volume. 1, No. 4, Desember 2024. *Jurnal Pelayanan Masyarakat*, (4).
- Lado, V. E. (2025). Digitalisasi Branding dan Pembayaran Pada UMKM Warung Lesehan Syadan Melalui Media Sosial dan Qris. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9, 23421–23427. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/30339/20039>
- Listiyono, H., Sunardi, S., Wahyudi, E. N., & Diartono, D. A. (2024). Dinamika Implementasi QRIS: Meninjau Peluang dan Tantangan bagi UMKM Indonesia. *IKRA-ITH Informatika : Jurnal Komputer Dan Informatika*, 8(2), 120–126. <https://doi.org/10.37817/ikraith-informatika.v8i2.2967>
- Margi Sidoretno, W., Wardaniati, I., Pratiwi, Y., & Shinta Lestari, S. (2022). Devote: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global Optimalisasi Penggunaan Instagram Sebagai Upaya Umkm Naik Kelas Di Desa Kubang Jaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 1(2), 195–198. www.Cnnindonesia.Com
- Ramadhan, R., & Maulana, H. N. (2026). *Strategi Pemasaran Digital pada UMKM Kuliner : Tinjauan Literatur Pemanfaatan Media Sosial di Indonesia*. 2(1), 205–214. <https://doi.org/10.64845/optimanus.v2i1>
- Utami, N. (2025). Adopsi Pembayaran Digital melalui QRIS dan Dampaknya terhadap Kinerja Finansial UMKM. *Jurnal Transaksi (Atma Jaya)*, 9(2), 1–13.
- Yusnita, N., Hendana, D., Sulistiyo, A., & Permana, H. (2025). Pengembangan Platform E-commerce dan Konten Media Sosial untuk Memperluas Jangkauan Pemasaran UMKM Keripik Pisang (Tiens Banana Chips) di Kabupaten Subang. *Jurnal Pengabdian Tangerang Selatan : JURANTAS*, 2(3), 200–210.