Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi dan Bisnis Digital (JPMEBD)
Publisher : Yayasan Nuraini Ibrahim Mandiri
e-ISSN : 3046-8329
Volume / Issue / Year/ Page : Vol. 3 No. 3 (2026): September / Hal 527-537

MODERNISASI PEMASARAN UMKM DESA PENGGUNG MELALUI INTEGRASI PETA DIGITAL,QRIS, DAN KATALOG USAHA BERBASIS KECERDASAN BUATAN

Roffi'ah Arrwa Larasati [1], Cindi Arsida Putri [2], Moch. Fatjar Subkhan [3], Sherly Feftavia Pratiwi [4], Ardyan Firdausi Mustoffa [5]
[1,5] Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Indonesia
[1]rofiarla1834@gmail.com , [2]cindiarsida@gmail.com, [3] mochfatjars@gmail.com
[4]sherlyffta@gmail.com , [5]ardian@umpo.ac.id

Info Artikel

Pengajuan : 24-08-2026
Peninjauan : 30-08-2026
Revisi : 15-09-2026
Diterima : 25-09-2026
Diterbitkan : 30-09-2026

Kata Kunci:
Digitalisasi UMKM, Kecerdasan Buatan, Pemasaran Digital, QRIS, UMKM.

Abstrak

Pengabdian ini bertujuan meningkatkan kesiapan dan keterampilan digital 15 pelaku UMKM di Dusun Pagersari, Desa Penggung, melalui modernisasi pemasaran dengan integrasi peta digital, media sosial, katalog usaha berbasis kecerdasan buatan, dan pembayaran digital QRIS. Metode pengabdian yang digunakan adalah pendampingan langsung melalui tahapan observasi dan penentuan sasaran, sosialisasi program, pendampingan teknis, implementasi dan distribusi aset digital, serta monitoring dan evaluasi, dengan praktik langsung dalam pendaftaran lokasi usaha di Google Maps, pembuatan konten Instagram dan TikTok, penyusunan katalog menggunakan ChatGPT dan Gemini AI, serta pendaftaran QRIS melalui GoPay Merchant. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa seluruh 15 UMKM (100%) berhasil memiliki titik lokasi Google Maps, akun Instagram dan TikTok beserta konten awal, serta katalog usaha berbasis AI, sedangkan 5 UMKM (33,3%) berhasil mengaktifkan QRIS. Secara keseluruhan, capaian program mencapai 50 dari 60 target keluaran atau 83,3%, dengan kendala utama pada adopsi QRIS berupa kekhawatiran pelaku usaha terhadap keamanan data pribadi. Simpulan pengabdian menunjukkan bahwa pendampingan terpadu mampu membentuk identitas dan kanal pemasaran digital UMKM secara efektif, tetapi diperlukan pendampingan lanjutan terkait keamanan data, manfaat QRIS, dan keterampilan penyusunan prompt AI secara mandiri untuk memperkuat keberlanjutan digitalisasi UMKM.

How to Cite : *Larasati, R. A., Putri, C. A., Subkhan, M. F., Pratiwi, S. F., & Mustoffa, A. F. (2026). Modernisasi pemasaran UMKM Desa Penggung melalui integrasi peta digital, QRIS, dan katalog usaha berbasis kecerdasan buatan. Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi dan Bisnis Digital (JPMEBD), 3(3), 527–537. https://doi.org/10.70248/jpmebd.v3i3.4772*

DOI : *https://doi.org/10.70248/jpmebd.v3i3.4772*
This is an open access article under https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/
Copyright© 2026 by Author. Published by Yayasan Nuraini Ibrahim Mandiri

PENDAHULUAN

Saat ini, transformasi digital sangatlah penting bagi UMKM, hal ini dipengaruhi oleh perubahan perilaku konsumen, mulai penyebaran informasi produk, komunikasi pemasaran, serta cara mereka bertransaksi yang semakin bergantung pada kanal digital(Dwi Saleha et al., 2026) . Menurut penelitian, keberhasilan transformasi digital di UMKM tidak hanya bergantung pada adanya teknologi; itu juga bergantung pada kemampuan belajar, kesiapan organisasi, persepsi akan manfaat, dan kemudahan penggunaan teknologi(Escoz Barragan & Becker, 2025; Sagala & Őri, 2024) . Media sosial dapat digunakan untuk memperluas interaksi dengan konsumen terutama dalam kinerja UMKM, namun tetap saja masih terdapat tantangan dan persepsi dalam pengadopsiannya(Diyaul Auliyah et al., 2025; Shifaneyra Aliya Sabella Effendi, 2026).

Di desa Penggung khususnya di Dusun Pagersari, memiliki UMKM yang berpotensi di pasar lokal yang sebagian besar pemasarannya masih secara

Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi dan Bisnis Digital (JPMEBD)
Publisher : Yayasan Nuraini Ibrahim Mandiri
e-ISSN : 3046-8329
Volume / Issue / Year/ Page : Vol. 3 No. 3 (2026): September / Hal 527-537

konvensional. Hal ini dapat dilihat dari beberapa UMKM yang lokasinya belum bisa diakses dari Google Maps, promosi yang hanya melalui mulut ke mulut, serta transaksi yang hanya bisa dilakukan secara cash. Secara tidak langsung kondisi tersebut memperlihatkan kontrasnya keberadaan usaha di tingkat lokal dan akses digital yang dapat digunakan untuk memperkenalkan usaha ke pelanggan dengan jangkauan yang lebih luas(Rahmawati et al., 2025) . Temuan tersebut sejalan dengan penelitian mengenai UMKM di Indonesia yang menunjukkan bahwa literasi digital berkorelasi positif dengan transformasi digital(Sa et al., 2026).

Pembayaran digital telah berkembang menjadi bagian dari ekosistem bisnis, tidak hanya sebagai metode pemasaran(Darmawati, 2026) . Menurut Bank Indonesia, QRIS adalah kode QR standar nasional yang dimaksudkan untuk memungkinkan transaksi yang lebih cepat, mudah, murah, aman, dan andal(Audia et al., 2025). Pada tahun 2024, transaksi QRIS mencapai 6,24 miliar transaksi, dan 92,6% berasal dari UMKM(Wahyuning Putri & Prabowo, 2025) . Namun, adopsi teknologi tidak terjadi secara otomatis. Studi tentang penggunaan teknologi digital dan QRIS menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, kemudahan, kemampuan diri, kepercayaan, dan persepsi risiko sangat penting bagi pelaku usaha dalam membuat keputusan(Inayatus Sa et al., 2026; Rama Wahyu Sampurno, 2025).

Pemanfaatan kecerdasan buatan membuka banyak peluang untuk modernisasi pemasaran, terutama untuk membantu UMKM yang memiliki keterbatasan sumber daya untuk membuat konten visual dan teks untuk promosi(Rahmatul Azizah et al., 2025). Menurut penelitian yang dilakukan tentang AI pada UMKM, adopsi AI masih menghadapi kendala seperti pengetahuan, sumber daya, infrastruktur, dan kesiapan organisasi(Santoso et al., 2022). Oleh karena itu, AI digunakan dalam kegiatan ini tidak sebagai pengganti bisnis, sebaliknya, AI digunakan sebagai alat bantu dengan membantu dalam penulisan prompt dan pengambilan foto produk(Oldemeyer et al., 2025). Berdasarkan kondisi lapangan, kegiatan ini dirancang sebagai pendampingan terintegrasi yang menghubungkan identitas bisnis, akses lokasi, promosi digital, katalog berbasis AI, dan pembayaran nontunai (Limanta & Harjanti, 2026a; Martinelli & Tunisini, 2024). Kebaruan kegiatan terletak pada penggabungan katalog berbasis AI dengan Google Maps, media sosial, dan QRIS dalam satu rangkaian pendampingan pada UMKM pedesaan(Balqis et al., 2024; Escoz Barragan & Becker, 2025).

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kesiapan dan keterampilan digital dari lima belas UMKM sasaran serta menemukan tantangan yang muncul untuk adopsi teknologi selama pendampingan(Bisnis et al., 2024; Yulya Ammi Hapsari et al., 2024). Dalam pelaksanaannya program ini menngunakan pendekatan pendampingan langsung yang memastikan bahwa pelaku UMKM tidak anya mendapatkan informasi melainkan juga mendapat aset digital bagi usahanya.

METODE KEGIATAN

Tahap obsevasi dan Penentuan Sasaran

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan melalui beberapa tahap yang berbeda yang melibatkan langsung pelaku UMKM di Desa Penggung Kecamatan Nawangan Kabupaten Pacitan yang fokus titik utamanya ada di Dusun Pagersari, yang dilaksanakan pada hari pertama. Dimulai dengan survei dan observasi dengan mengunjungi dan mewawancarai langsung para pelaku UMKM,yang bertujuan untuk memahami jenis usaha, produk atau jasa yang ditawakan, strategi pemasaran yang digunakan serta sejauh mana palaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital. Berdasarkan hasil observasi, ditemukan 15 UMKM yang aktif yang seluruhnya akan

Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi dan Bisnis Digital (JPMEBD)
Publisher : Yayasan Nuraini Ibrahim Mandiri
e-ISSN : 3046-8329
Volume / Issue / Year/ Page : Vol. 3 No. 3 (2026): September / Hal 527-537

dilibatkan menjadi sasaran kegiatan. Penetapan sasaran didasari oleh 3 faktor yaitu lokasi usaha yang terletak di Dukuh Pagersari, usaha yang aktif, serta pelaku usaha yang bersedia melakukan pendampingan. Tidak ada pemilihan peserta dari populasi dikarenakan ke-15 UMKM seluruhnya menjadi sasaran kegiatan.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Sosialisasi Program

Di hari yang sama setelah observasi, kegiatan dilanjutkan dengan sosialisasi yang berfokus pada keutamaan mendaftarkan lokasi usaha di Google Maps, manfaat media sosial untuk pemasaran, pemanfaatan AI terutama dalam membuat katalog usaha, serta pengenalan QRIS sebagai sarana transaksi digital yang modern.

Pendampingan Teknis

Langkah selanjutnya setelah sosialisasi dilakukan pendampingan teknis diantaranya: (1) mendaftarkan lokasi bisnis di Google Maps (2) peserta mengikuti latihan pembuatan konten di Instagram dan TikTok (3) membuat katalog bisnis menggunakan ChatGPT dan Gemini AI dengan latihan penulisan prompt dan pengambilan foto produk (4) pendaftarkan QRIS melalui GoPay Merchant. Setiap langkah pendampingan dilakukan melalui praktik langsung agar seluruh pelaku UMKM dapat memahami proses dan menggunakan layanan digital secara mandiri.

Implementasi dan Distribusi Barcode Qris dan Katalog Usaha

Pada hari kedua dilakukan pembagian barcode QRIS dan katalog usaha kepada pelaku UMKM. Pada tahap ini pelaku usaha diharapkan dapat memanfaatkan dan menerapkan hasil edukasi pembayaran dengan QRIS secara langsung sebagai alat transaksi digital.

Monitoring dan Evaluasi

Setelah menyelesaikan pendampingan di hari pertama tahap selanjutnya merupakan monitoring dan evaluasi yang dilakukan malalui wawancara serta melihat pada pencapaian pelaku usaha setelah pendampingan program. Keberhasilan program Secara kuantitatif, penilaian dihitung berdasarkan berapa banyak UMKM yang berhasil menerapkan setiap tahap pendampingan yaitu mendaftarkan lokasi bisnis di Google Maps, berhasil memiliki konten di Instagram dan TikTok, membuat katalog bisnis menggunakan ChatGPT dan Gemini AI ,dan pendaftarkan QRIS. Secara kualitatif, keberhasilan program dinilai dari pemahaman, kemampuan dalam praktik, serta respon pelaku UMKM dalam pemanfaatan teknologi digital setelah melaksanakan pendampingan.

Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi dan Bisnis Digital (JPMEBD)
Publisher : Yayasan Nuraini Ibrahim Mandiri
e-ISSN : 3046-8329
Volume / Issue / Year/ Page : Vol. 3 No. 3 (2026): September / Hal 527-537

HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Kondisi Awal dan Capaian Program

Observasi awal menunjukkan bahwa 15 UMKM sasaran di Dusun Pagersari masih menjalankan pemasaran secara konvensional. Promosi bertumpu pada mulut ke mulut, transaksi didominasi tunai, dan sebagian besar usaha belum terdaftar pada Google Maps (Gambar 1.2). Kondisi tersebut menjadi dasar pemilihan intervensi yang praktis dan bertahap, yaitu identitas lokasi, kanal media sosial, katalog, dan opsi pembayaran nontunai dalam satu rangkaian pendampingan. Pendekatan bertahap ini sejalan dengan telaah sistematis yang menyarankan UMKM memulai digitalisasi secara inkremental sesuai kondisi dasar dan keterbatasannya, disertai pembelajaran berkelanjutan (Angraini et al., 2024).



Gambar 2. Pendataan dan wawancara awal dengan pelaku UMKM di Dusun Pagersari, Desa Penggung, untuk memetakan kondisi pemasaran dan kesiapan digital sebelum intervensi

Capaian program pada empat indikator keluaran dirangkum pada Tabel 1.1 Persentase capaian dihitung dengan membagi jumlah UMKM yang mencapai indikator dengan 15 UMKM sasaran, dikalikan 100%. Dengan bobot yang sama untuk setiap indikator, capaian keseluruhan program adalah 50 dari 60 capaian yang ditargetkan (15 UMKM × 4 indikator), atau 83,3%. Tiga indikator pertama tercapai penuh, sehingga seluruh selisih capaian berasal dari indikator QRIS. Uraian tiap indikator disajikan pada subbagian berikut.

Table 1.
Kondisi awal dan capaian akhir pada empat indikator keluaran (n = 15 UMKM)

Indikator keluaran	Kondisi awal	Capaian akhir	Persentase
Titik lokasi Google Maps	Sebagian besar belum terdaftar	15 UMKM	100%
Akun media sosial (Instagram dan TikTok) dengan konten awal	Belum dimiliki	15 UMKM	100%
Katalog usaha berbasis AI	Belum ada katalog usaha yang tersusun	15 UMKM	100%
QRIS aktif	Transaksi didominasi tunai	5 UMKM	33,3%
Capaian keseluruhan (rata-rata empat indikator)		**50 dari 60**	**83,3%**

Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi dan Bisnis Digital (JPMEBD)
Publisher : Yayasan Nuraini Ibrahim Mandiri
e-ISSN : 3046-8329
Volume / Issue / Year/ Page : Vol. 3 No. 3 (2026): September / Hal 527-537

Sosialisasi, Akses Lokasi, dan Media Sosial

Sosialisasi memperoleh respons positif, terutama pada materi pembuatan konten media sosial(Hendrik & Sihura, 2025). Respons ini menunjukkan bahwa pelaku usaha melihat manfaat langsung dari kanal yang dapat menampilkan produk, dan konsisten dengan temuan bahwa media sosial berperan dalam citra dan daya saing UMKM serta berhubungan dengan kinerja UMKM di Indonesia(Nugroho et al., 2023; Syukur et al., 2025). Namun, antusiasme dalam pelatihan belum berarti kesiapan mengadopsi seluruh teknologi, sebagaimana terlihat pada tahap QRIS di bawah. Pada indikator akses lokasi, seluruh 15 UMKM (100%) berhasil memiliki titik lokasi Google Maps sehingga usaha yang sebelumnya sulit ditemukan kini dapat dicari secara daring. Kelengkapan dan akurasi informasi usaha menentukan peluang muncul pada pencarian local(Nugroho et al., 2023), dan pendaftaran lokasi usaha pada kegiatan pengabdian lain dilaporkan meningkatkan visibilitas usaha(Nasution et al., 2025). Pada indikator media sosial, 15 UMKM (100%) kini memiliki akun Instagram dan TikTok beserta konten awal, padahal sebelumnya belum memiliki akun tersebut. Capaian ini menunjukkan terbentuknya kanal promosi digital, bukan bukti peningkatan penjualan, karena kegiatan tidak mengumpulkan data penjualan sebelum dan sesudah pendampingan.

Katalog Usaha Berbasis AI

Pada indikator katalog, seluruh 15 UMKM (100%) menghasilkan katalog usaha dengan bantuan ChatGPT dan Gemini melalui pendampingan penulisan prompt dan pengambilan gambar produk (Gambar 1.3). Integrasi katalog berbasis AI ini membedakan kegiatan dari program pendampingan sebelumnya yang berfokus pada QRIS dan Google Maps(Muhammad Ridwan et al., 2025) . Meskipun demikian, capaian 100% merupakan capaian keluaran yang dihasilkan melalui pendampingan. Sebagian besar pelaku usaha masih kesulitan merumuskan prompt secara mandiri, antara lain kurang tepat menjelaskan gaya visual dan kata kunci produk yang diinginkan, serta cenderung menyerahkan penyusunan prompt kepada mahasiswa pendamping. Kesulitan ini menunjukkan bahwa keterbatasan pengetahuan menjadi kendala utama pemanfaatan AI, sejalan dengan telaah sistematis yang menempatkan kurangnya pengetahuan sebagai salah satu hambatan paling umum adopsi AI pada UMKM(Oldemeyer et al., 2025) . AI dalam kegiatan ini karenanya berfungsi sebagai alat bantu yang efektif bila disertai pendampingan, dan pelatihan prompt mandiri perlu diprioritaskan pada program lanjutan.

Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi dan Bisnis Digital (JPMEBD)
Publisher : Yayasan Nuraini Ibrahim Mandiri
e-ISSN : 3046-8329
Volume / Issue / Year/ Page : Vol. 3 No. 3 (2026): September / Hal 527-537



Gambar 3. Pendampingan pelaku UMKM menyusun prompt AI dan mengambil foto produk untuk pembuatan katalog secara langsung di lokasi usaha

Aktivasi QRIS dan Resistensi Adopsi Teknologi

Berbeda dengan tiga indikator sebelumnya, indikator QRIS tidak mencapai seluruh sasaran. Hanya 5 dari 15 UMKM (33,3%) melanjutkan pendaftaran melalui gopay Merchant hingga QRIS aktif . Sedangkan 10 UMKM (66,7%) berhenti pada tahap katalog. Berdasarkan wawancara singkat selama pendampingan, alasan yang dikemukakan adalah kekhawatiran menyerahkan data pribadi berupa NIK dan nomor rekening yang dipersyaratkan untuk verifikasi dan pencairan dana merchant. Pola ini sejalan dengan laporan bahwa penerapan QRIS pada usaha kecil perdesaan terhambat literasi digital yang rendah dan keraguan meninggalkan pembayaran konvensional (Heryani et al., 2025).

Ditinjau dari teori resistensi inovasi, penolakan ini lebih tepat dibaca sebagai hambatan adopsi daripada ketidakmampuan teknis(Fu et al., 2024). membedakan hambatan fungsional (penggunaan, nilai, dan risiko) dan hambatan psikologis (tradisi dan citra). Kekhawatiran terhadap NIK dan nomor rekening termasuk hambatan risiko, yaitu ketidakpastian atas keamanan data pribadi bila usaha dihubungkan dengan sistem pembayaran digital. Temuan ini konsisten dengan studi pada pedagang pasar tradisional di Indonesia yang menemukan hambatan risiko terkait keamanan dan privasi pada pembayaran digital(Hendrik & Sihura, 2025), serta studi pada UMKM Indonesia yang menunjukkan bahwa persepsi risiko dan kontrol perilaku memengaruhi resistensi terhadap adopsi teknologi(Sagala & Őri, 2024). Dominasi transaksi tunai pada kondisi awal juga kemungkinan berperan sebagai hambatan tradisi (Heryani et al., 2025). Namun, kegiatan ini tidak mengukur faktor tersebut secara terpisah sehingga peran hambatan tradisi masih berupa dugaan.

Dari sudut pandang Technology Acceptance Model (TAM), keputusan 10 UMKM untuk meninggalkan tahap katalog menunjukkan bahwa keuntungan yang dirasakan dari penggunaan QRIS belum cukup kuat untuk mendorong adopsi penuh. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Eko Wahyu Nugrahadi, 2022) yang menemukan bahwa persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan memengaruhi niat untuk menggunakan QRIS pada UMKM di Indonesia. Selain itu, penelitian (Shidiq Azqar & Kamal, 2025) menemukan bahwa persepsi kurangnya manfaat dan faktor pengaruh sosial menjadi faktor penting yang memengaruhi digitalisasi UMKM melalui QRIS.

Penelitian terbaru oleh (Limanta & Harjanti, 2026) juga menemukan bahwa persepsi kurangnya manfaat dan faktor pengaruh sosial memengaruhi resistensi

Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi dan Bisnis Digital (JPMEBD)
Publisher : Yayasan Nuraini Ibrahim Mandiri
e-ISSN : 3046-8329
Volume / Issue / Year/ Page : Vol. 3 No. 3 (2026): September / Hal 527-537

UMKM terhadap adopsi QRIS. Namun, kesulitan dengan penggunaan teknologi tidak menjadi faktor utama. Berdasarkan temuan wawancara singkat yang dilakukan dalam kegiatan ini, kontribusi masing-masing komponen belum dapat diukur secara independen. Oleh karena itu, tantangan yang dihadapi oleh sepuluh UMKM tersebut dapat diatasi dengan lebih tepat dengan memberikan pengetahuan tentang keuntungan nyata dari QRIS, meningkatkan kepercayaan terhadap keamanan transaksi digital, dan mendorong UMKM yang telah menggunakan QRIS untuk menjadi contoh positif bagi pelaku usaha lainnya.

Implementasi, Distribusi, dan Monitoring Hasil

Pada hari kedua, katalog usaha dibagikan kepada seluruh 15 UMKM dan barcode QRIS kepada 5 UMKM yang berhasil mengaktifkannya, disertai penjelasan penggunaan barcode dan alur pencairan dana (Gambar 1.4). Dibandingkan kondisi awal, perubahan yang teramati adalah tersedianya identitas usaha digital (lokasi, media sosial, dan katalog) pada seluruh sasaran serta kanal pembayaran nontunai pada sepertiga sasaran. Kesenjangan ini menunjukkan bahwa perubahan kesiapan digital tidak seragam: pembentukan identitas dan kanal promosi lebih mudah diterima daripada perubahan praktik transaksi yang menyentuh kepercayaan dan keamanan data pribadi. Monitoring pada akhir kegiatan menunjukkan bahwa sebagian UMKM mulai aktif mengunggah produk di media sosial dan UMKM yang telah memiliki QRIS mulai menawarkannya kepada konsumen. Hal ini merupakan indikasi awal pemanfaatan. Namun, kegiatan belum mengumpulkan data frekuensi transaksi QRIS, jangkauan konten, maupun omzet, sehingga keberhasilan program dibatasi pada capaian keluaran dan perubahan kesiapan yang teramati, bukan dampak ekonomi terukur. Keterbatasan ini menjadi dasar rekomendasi monitoring lanjutan pada bagian Kesimpulan.



Gambar 4. Pembagian Katalog usaha dan barcode QRIS kepada pelaku UMKM

KESIMPULAN

Pendampingan terpadu pada 15 UMKM di Dusun Pagersari mencapai tujuannya, yaitu membentuk identitas dan kanal promosi digital pelaku usaha, dengan tingkat keberhasilan keseluruhan 83,3% terhadap target empat indikator keluaran. Pendampingan langsung berhasil membangun identitas lokasi, media sosial, dan katalog pada seluruh sasaran, tetapi belum cukup mengatasi resistensi terhadap QRIS yang

bersumber terutama dari kekhawatiran keamanan data pribadi, bukan dari keterbatasan keterampilan teknis. Program lanjutan disarankan memprioritaskan edukasi keamanan data dan manfaat QRIS, pelatihan penyusunan *prompt* AI secara mandiri, serta monitoring berkala terhadap pemanfaatan aktual dan dampak ekonomi seperti omzet dan frekuensi transaksi. Pemerintah Desa Penggung disarankan berperan sebagai fasilitator pendampingan digital berkelanjutan, menghadirkan penyedia layanan pembayaran untuk sosialisasi keamanan data, dan menjadikan hasil program ini sebagai data awal pemetaan kebutuhan digitalisasi UMKM di tingkat desa.

Pernyataan mengenai Penggunaan Kecerdasan Buatan (AI)

AI digunakan dalam penyusunan naskah ini. Penulis menggunakan perangkat kecerdasan buatan semata-mata untuk membantu perbaikan bahasa, pemeriksaan tata bahasa, serta penyuntingan demi kejelasan dan keterbacaan. Penulis tetap bertanggung jawab penuh atas akurasi, orisinalitas, integritas, dan konten akademis naskah tersebut. Seluruh konten yang dibantu oleh AI telah ditinjau dan diverifikasi oleh penulis sebelum naskah diserahkan. AI digunakan dalam penyusunan naskah ini. Penulis menggunakan perangkat kecerdasan buatan semata-mata untuk membantu perbaikan bahasa, pemeriksaan tata bahasa, serta penyuntingan demi kejelasan dan keterbacaan. Penulis tetap bertanggung jawab penuh atas akurasi, orisinalitas, integritas, dan konten akademis naskah tersebut. Seluruh konten yang dibantu oleh AI telah ditinjau dan diverifikasi oleh penulis sebelum naskah diserahkan.

Konflik kepentingan

Penulis menyatakan bahwa tidak terdapat konflik kepentingan, baik yang bersifat finansial, profesional, maupun pribadi, yang dapat memengaruhi pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, pengolahan data, penyusunan naskah, maupun publikasi artikel ini. Seluruh kegiatan dilaksanakan secara objektif berdasarkan hasil observasi dan pendampingan yang dilakukan di Desa Penggung. Penulis juga memastikan bahwa tidak ada pihak tertentu yang memberikan tekanan atau pengaruh terhadap hasil dan kesimpulan yang disajikan dalam artikel ini.

Kontribusi penulis

Seluruh penulis telah berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dan penyusunan artikel ini. Roffi'ah Arrwa Larasati berperan dalam koordinasi kegiatan, perencanaan program, dan penyusunan artikel. Moch Fatjar Subkhan berkontribusi dalam pengumpulan data, pendampingan digitalisasi UMKM, pengolahan informasi, serta penulisan artikel. Cindi Arsida Putri terlibat dalam pelaksanaan kegiatan lapangan, dokumentasi kegiatan, dan pengumpulan data. Sherly Feftavia Pratiwi berperan dalam penyusunan materi sosialisasi, pendampingan pelaku UMKM, serta validasi data kegiatan. Ardyan Firdausi Mustoffa berkontribusi dalam supervisi, pengarahan akademik, validasi kegiatan, serta peninjauan akhir artikel. Seluruh penulis telah membaca dan menyetujui versi final artikel ini.

Ucapan terima kasih

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Pemerintah Desa Penggung, Kecamatan Nawangan, Kabupaten Pacitan atas dukungan, kerja sama, serta fasilitas yang diberikan selama pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada para pelaku UMKM Desa Penggung yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan pendampingan, sosialisasi, dan implementasi

strategi pemasaran digital. Selain itu, penulis mengapresiasi Universitas Muhammadiyah Ponorogo melalui Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang telah memberikan kesempatan, dukungan akademik, serta pendampingan sehingga kegiatan modernisasi pemasaran UMKM melalui penguatan identitas usaha dan akses digital ini dapat terlaksana dengan baik. Semoga hasil kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi pengembangan UMKM dan perekonomian masyarakat Desa Penggung.

DAFTAR PUSTAKA

Angraini, D., Riady, Y., Pratama, A., Sadria, A., Bahasa Inggris, P., Sultan Thaha Saifuddin Jambi, U., & Jambi, K. (2024). Transformasi Digital Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Indonesia: Sebuah Tinjauan Sistematis. In *Eklektik : Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan* (Vol. 7, Number 2).

Audia, D., Andini, N. R., & Ananda, S. (2025). Implementasi Digital Marketing pada UMKM Kerupuk Kemplang Palembang untuk Meningkatkan Penjualan dan Brand Awareness. *Jurnal Kemitraan Dan Pengabdian*, *1*(2), 64–77. https://doi.org/10.65358/jurnamitra.v1i2.64

Balqis, I. Z., Safitri, H., & Hariyanto, D. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Sistem QRIS Terhadap Pendapatan UMKM di Pontianak. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, *8*(3), 342–353. https://doi.org/10.18196/rabin.v8i3.22615

Bisnis, J. M., Aprilia, A., & Vendy, V. (2024). *Determinan Penggunaan Sistem Pembayaran QRIS pada UMKM di Kota Surabaya*. *13*(2), 153–163.

Darmawati, A. N. H. G. B. P. A. S. R. E. (2026). Program Pendampingan Digital Marketing untuk Peningkatan UMKM di Kelurahan Air Putih. *TAFANI Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *5*.

Diyaul Auliyah, A., Fadila Firdaus Umar, A., Putri Yudha Yanti, D., Masyithoh Elly, D., & Hidayati, S. L. (2025). *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan Penguatan kapasitas digital UMKM melalui marketplace, media sosial, dan QRIS untuk ekonomi berkelanjutan*.

Dwi Saleha, Nikmah Sari Hasibuan, Nikmah Sari Hasibuan, Yayah Ikhda Nevia, Iin Wijayanti, & Khusnatul Zulfa Wafirotin. (2026). Pemberdayaan UMKM Melalui Digitalisasi Pembayaran dan Pemasaran Berbasis QRIS dan Media Sosial. *Mejuajua: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, *5*(3), 743–751. https://doi.org/10.52622/mejuajuajabdimas.v5i3.376

Eko Wahyu Nugrahadi. (2022). *Understanding the technology acceptance model in the QRIS usage: Evidence from SMEs in Indonesia*.

Escoz Barragan, K., & Becker, F. S. R. (2025). Keeping pace with the digital transformation — exploring the digital orientation of SMEs. *Small Business Economics*, *64*(3), 1361–1385. https://doi.org/10.1007/s11187-024-00947-7

Fu, C. J., Silalahi, A. D. K., Yang, L. W., & Eunike, I. J. (2024). Advancing SME performance: a novel application of the technological-organizational-environment framework in social media marketing adoption. *Cogent Business and Management*, *11*(1). https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2360509

Hendrik, O. :, & Sihura, K. (2025). *peran media sosial dalam strategi pemasaran umkm di era digital*. *13*(1), 703–706. https://doi.org/10.37081/ed.v13i1.6897

Heryani, H., Fajar Zulkarnain, A., Ridha Yanti, N., Studi Teknologi Industri Pertanian, P., Pertanian, F., Lambung Mangkurat, U., Selatan, K., Mangkurat, L., Studi Kesehatan

Masyarakat, P., Sains dan Teknologi, F., & Cahaya Bangsa, U. (2025). *Transfer Teknologi Dan Edukasi Dalam Upaya Peningkatan Kualitas SDM UMKM Mendukung SDGs Technology Transfer and Education to Improve the Quality of MSME Human Resources Supporting the SDGs*. https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v9i3

Inayatus Sa, A., Wildan Tafrijiyanto, A., Andrea Rizky, Y., 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 kepada masyarakat)*.

Limanta, D., & Harjanti, D. (2026a). Understanding MSMEs' Resistance to QRIS Adoption: The Role of Perceived Usefulness and Social Influence in a Standardized Digital Payment System. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, *3*(1), 1–10. https://doi.org/10.9744/jremb.3.1.1-10

Limanta, D., & Harjanti, D. (2026b). Understanding MSMEs' Resistance to QRIS Adoption: The Role of Perceived Usefulness and Social Influence in a Standardized Digital Payment System. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, *3*(1), 1–10. https://doi.org/10.9744/jremb.3.1.1-10

Martinelli, E. M., & Tunisini, A. (2024). Digitalization in Italian SMEs: the transformation of marketing channels. *Italian Journal of Marketing*, *2024*(4), 445–474. https://doi.org/10.1007/s43039-024-00099-2

Muhammad Ridwan, Yenti Arsini, Randianto Alfandi, Siska Melida Saragih, Titi Atifah Zahra Maha, & Vemi Fadila Sari. (2025). Pemberdayaan Pelaku Usaha Melalui Digitalisasi UMKM Berbasis QRIS dan Google Maps di Desa Batu Karang. *jurnal pengabdian masyarakat indonesia*, *4*(2), 483–493. https://doi.org/10.55606/jpmi.v4i2.6515

Nasution, R. H., Silva, F. S., Harahap, U. Y., Azaddin, T. Z. A., & Nasution, Y. R. (2025). Digitalisasi UMKM Gula Merah Melalui Pemanfaatan Google Maps di Desa Pematang Serai, Kabupaten Langkat. *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *5*(1), 230–240. https://doi.org/10.32877/nr.v5i1.3424

Nugroho, P. A., Sriwijaya, S. B., Kristianti, T., Apriyanti, R., Amalia, L., Amanda, A., Monica, R., Putri, A., Putri, J. A., Aulia, N., & Amaliah, A. (2023). Penerapan Sistem Digitalisasi UMKM Melalui QRIS, Google Maps, dan Literasi Teknologi Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, *2*(1), 346–349. https://doi.org/10.31004/jerkin.v2i1.5886

Oldemeyer, L., Jede, A., & Teuteberg, F. (2025). Investigation of artificial intelligence in SMEs: a systematic review of the state of the art and the main implementation challenges. *Management Review Quarterly*, *75*(2), 1185–1227. https://doi.org/10.1007/s11301-024-00405-4

Rahmatul Azizah, A., Aprilia, P., Mulia Rahman, L., Setiawan, A., & Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda, U. (2025). *Digitalisasi Marketing Umkm Melalui Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran* (Vol. 1, Number 1). https://journalweb.org/ojs/index.php/brilliantsociety/index

Rahmawati, R. D., Nikmah, R. M., Naasyiroh, R. I., Rahmawati, R., Rahmanida, S. E., & Kediri, I. (2025). Restiana Dwi Rahmawati et al| Penguatan Identitas dan Aksesibilitas UMKM … Penguatan Identitas dan Aksesibilitas UMKM melalui Digitalisasi Lokasi Usaha di Google Maps sebagai Strategi Digital dalam Meningkatkan Jangkauan Konsumen. In *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat* (Vol. 3, Number 1). https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare

Rama Wahyu Sampurno, E. Y. S. A. Q. A. L. M. B. (2025). Peningkatan Visiblitas Usaha

Mikro Kecil Menengah Melalui Optimasi Google Maps dan Pendaftaran QRIS: Best Practice di Desa Besuki Kabupaten Tulungagung. *Journal of Dedication Based on Local Wisdom*.

Sa, M., Rachmawati, F., Melati Awinda Cholis, B., Kristiandari, A., Ilmu Sosial, F., dan Politik, B., & Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, U. (2026). *PENINGKATAN INKLUSI DIGITAL UMKM MELALUI PENDAMPINGAN PEMBUATAN QRIS DAN GOOGLE MAPS DI SWK PANGGON MANGAN KELURUHAN KEBRAON* (Vol. 7, Number 1).

Sagala, G. H., & Őri, D. (2024). Toward SMEs digital transformation success: a systematic literature review. *Information Systems and E-Business Management*, *22*(4), 667–719. https://doi.org/10.1007/s10257-024-00682-2

Santoso, D. R., Handayani, P. W., & Azzahro, F. (2022). The Resistance to Adopting Online Marketplace: The Influence of Perceived Risk and Behavioral Control of Small and Medium Enterprises in Indonesia. In *CommIT Journal* (Vol. 16, Number 1).

Shidiq Azqar, R., & Kamal, I. (2025). Analysis of Factors Affecting the Digitalisation of UMKM in Using QRIS (Study on Culinary Businesses in Bandung City). *International Journal of Economics, Accounting, and Management*, *1*(5).

Shifaneyra Aliya Sabella Effendi, R. I. A. F. T. A. W. I. H. H. R. N. N. F. A. H. (2026). Pendampingan Digitalisasi UMKM Lokal Melalui Penerapan QRIS dan Google Maps Sebagai Upaya Pemberdayaan UMKM di Desa Jebugan, Kecamatan Klaten Utara. *AKSI KITA JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, *Vol.2, No.4*.

Syukur, H. W., Ardani, A., 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 Universitas Pelita Bangsa Tahun 2025. *JGEN : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *3*(4), 685–695. https://doi.org/10.60126/jgen.v3i4.1202

Wahyuning Putri, M., & Prabowo, B. (2025). *Implementasi Program Digitalisasi UMKM Melalui Media Pembuatan QRIS dan Google Maps di Desa Kemiri Kabupaten Sidoarjo*. https://jsinabis.upnjatim.ac.id/index.php/jsinabis

Yulya Ammi Hapsari, Putri Apriyanti, Aldi Hermiyanto, & Fahrur Rozi. (2024). Analisa Peran UMKM Terhadap Perkembangan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, *2*(4), 53–62. https://doi.org/10.59024/jumek.v2i4.464