

Digitalisasi Usaha Pada Pelaku UMKM dan IKM Melalui Google Bisnis dan Aktivasi QRIS di Kelurahan Limpomajang, Kabupaten Wajo

Siardin Andi Djemma¹, Nurman Dai Basri², Baso Muhammad Yassir³, Muh. Zhali⁴

^{1,2,3,4}Institut Ilmu Hukum dan Ekonomi Lamaddukelleng

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu bentuk implementasi dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yang mencakup pendidikan, penelitian, dan pengabdian. Artikel ini membahas kegiatan Digitalisasi UMKM dan IKM di Kelurahan Limpomajang, Kecamatan Majauleng, Kabupaten Wajo. Kegiatan difokuskan pada pembuatan Google Profil Bisnis dan aktivasi QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) bagi pelaku usaha sebagai langkah awal menuju digitalisasi. Program ini bertujuan meningkatkan visibilitas usaha agar mudah ditemukan konsumen melalui Google Maps serta menyediakan sistem pembayaran non-tunai yang lebih praktis. Hasil kegiatan menunjukkan adanya dampak positif, yaitu meningkatnya jangkauan pasar dan kemudahan transaksi, meskipun masih terdapat kendala berupa keterbatasan pengetahuan digital, akses internet, dan kebiasaan konsumen yang lebih banyak menggunakan uang tunai. Dengan demikian, digitalisasi sederhana ini menjadi langkah efektif dalam memperkuat daya saing UMKM dan IKM di tingkat lokal.

Kata Kunci: digitalisasi, UMKM, IKM, Google Profil Bisnis, QRIS

Abstract

Community service is one form of implementation of the Tri Dharma of Higher Education, which includes education, research, and community service. This article discusses the digitalization of MSMEs and SMEs in Limpomajang Village, Majauleng District, Wajo Regency. The activities focused on creating Google Business Profiles and activating QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) for business actors as the first step towards digitalization. This program aims to increase business visibility so that consumers can easily find it through Google Maps and provide a more practical non-cash payment system. The results of the activities showed a positive impact, namely increased market reach and ease of transactions, although there are still obstacles such as limited digital knowledge, internet access, and consumer habits that prefer to use cash. Thus, this simple digitalization is an effective step in strengthening the competitiveness of MSMEs and SMEs at the local level.

Keywords: digitalization, MSMEs, small industries, Google Business Profile, QRIS

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta Industri Kecil dan Menengah (IKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang sekitar 60% dari PDB

nasional dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia (Kemenkop UKM, 2022). Namun, dalam era digital ini, banyak pelaku UMKM dan IKM yang masih kesulitan dalam memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan usaha mereka. Oleh karena itu, sosialisasi mengenai pembuatan Google Profil Bisnis dan aktivasi QRIS menjadi sangat penting untuk meningkatkan daya saing mereka.

Google Profil Bisnis adalah alat yang memungkinkan pemilik usaha untuk mengelola informasi bisnis mereka secara online, termasuk alamat, nomor telepon, jam operasional, dan ulasan pelanggan. Dengan memiliki profil yang baik di Google, bisnis dapat lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan. Menurut survei dari Google, sekitar 76% orang yang mencari informasi tentang bisnis lokal mengunjungi lokasi tersebut dalam waktu 24 jam (Google, 2021). Hal ini menunjukkan betapa pentingnya kehadiran online bagi UMKM dan IKM.

Di sisi lain, QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) adalah sistem pembayaran yang memudahkan transaksi digital. Dengan QRIS, pelaku UMKM dan IKM dapat menerima pembayaran dari berbagai aplikasi dompet digital hanya dengan menggunakan satu kode QR. Data dari Bank Indonesia menunjukkan bahwa penggunaan QRIS meningkat pesat, dengan jumlah transaksi mencapai lebih dari 100 juta pada tahun 2022, dan diproyeksikan akan terus meningkat (Bank Indonesia, 2023). Oleh karena itu, sosialisasi mengenai QRIS juga sangat penting untuk mempermudah transaksi dan meningkatkan omzet pelaku UMKM dan IKM.

Kelurahan Limpomajang, Kecamatan Majauleng, Kabupaten Wajo merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi ekonomi yang cukup besar, terutama melalui Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta Industri Kecil Menengah (IKM). Sektor ini menjadi salah satu tulang punggung perekonomian masyarakat, namun pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan usaha masih belum maksimal.

Berdasarkan hasil observasi awal, sebagian besar pelaku UMKM dan IKM di Kelurahan Limpomajang masih menjalankan usaha dengan cara konvensional, baik dalam pemasaran, pencatatan keuangan, maupun distribusi produk. Hal ini berdampak pada keterbatasan jangkauan pasar dan kurangnya daya saing dibandingkan pelaku usaha lain yang sudah memanfaatkan platform digital.

Olehnya melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan melaksanakan program Digitalisasi UMKM dan IKM di Kelurahan Limpomajang yang mengedukasi mengenai strategi pemasaran digital, penggunaan media sosial, pembuatan toko online, hingga pengelolaan keuangan berbasis aplikasi.

Penerapan digitalisasi pada UMKM dan IKM melalui kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat meningkatkan kapasitas pelaku usaha lokal dalam mengelola dan memasarkan produk secara lebih efektif. Dengan demikian, usaha yang dijalankan tidak hanya mampu bertahan dalam persaingan lokal, tetapi juga berpeluang menembus pasar yang lebih luas. Program digitalisasi UMKM dan IKM ini menjadi wujud nyata kontribusi dalam mendukung pembangunan ekonomi masyarakat melalui pemanfaatan teknologi.

Selain itu, sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, pemerintah mendorong penguatan UMKM dan IKM sebagai salah satu pilar utama perekonomian nasional. Digitalisasi merupakan salah satu strategi kunci untuk meningkatkan daya saing dan memperluas akses pasar. Oleh karena itu, artikel ini dimaksudkan untuk menjelaskan pelaksanaan program digitalisasi UMKM dan IKM di Kelurahan Limpomajang, Kecamatan Majauleng, Kabupaten Wajo, sekaligus sebagai upaya penguatan kapasitas usaha lokal berbasis teknologi.

Melalui jurnal ini, penulis akan membahas pentingnya sosialisasi pembuatan Google Profil Bisnis dan aktivasi QRIS bagi pelaku UMKM dan IKM. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana kedua alat ini dapat digunakan untuk meningkatkan visibilitas dan efisiensi bisnis.

Dengan pemahaman yang lebih baik tentang Google Profil Bisnis dan QRIS yang diikuti pembuatannya, diharapkan pelaku UMKM dan IKM dapat memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif.

METODE

Kegiatan sosialisasi digitalisasi UMKM dan IKM di Kelurahan Limpomajang, Kecamatan Majauleng, Kabupaten Wajo dilaksanakan selama 11-16 Agustus 2025.

Metode sosialisasi dilakukan dengan pendekatan aksi langsung (*action research*) di lapangan. Program ini berfokus pada implementasi digitalisasi usaha melalui pembuatan Google Profil Bisnis dan penyediaan layanan pembayaran non-tunai berbasis QRIS bagi pelaku UMKM dan IKM.



Gambar 1. Identifikasi dan Pendataan Pelaku Usaha

Metode yang digunakan lebih menekankan pada praktik nyata dengan pendampingan berkelanjutan, agar pelaku usaha dapat langsung merasakan manfaat dari digitalisasi. Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi dan Pendataan Pelaku Usaha: Pendataan terhadap pelaku UMKM dan IKM di Kelurahan Limpomajang yang belum memiliki profil usaha digital maupun akses pembayaran non-tunai.
2. Pembuatan Google Profil Bisnis: membantu pelaku usaha membuat akun Google Profil Bisnis, meliputi nama usaha, alamat, titik lokasi, foto, kontak, dan jam operasional.
3. Registrasi dan Aktivasi QRIS: membantu pelaku usaha untuk memiliki QRIS sebagai sarana pembayaran digital, mulai dari pendaftaran hingga aktivasi.
4. Pendampingan dan Pemantauan: tetap mendampingi pelaku usaha dalam memperbarui informasi usaha, promosi produk, dan penggunaan QRIS.
5. Evaluasi Sementara: dilakukan wawancara singkat untuk mengetahui manfaat langsung dari digitalisasi dan kendala yang dihadapi.

Pengumpulan data kegiatan dilakukan melalui observasi langsung, dokumentasi

foto, dan wawancara singkat. Analisis hasil dilakukan secara deskriptif untuk memberikan gambaran nyata mengenai perubahan yang terjadi setelah UMKM dan IKM memanfaatkan Google Profil Bisnis dan QRIS.

PEMBAHASAN

Kegiatan Digitalisasi UMKM dan IKM di Kelurahan Limpomajang menunjukkan hasil yang cukup signifikan. Program ini mendapat respons positif dari pelaku usaha karena langsung membantu mereka masuk ke ekosistem digital.

Pembuatan Google Profil Bisnis

Pembuatan Google Profil Bisnis adalah langkah pertama yang harus dilakukan oleh pelaku UMKM dan IKM untuk meningkatkan kehadiran online mereka. Proses pembuatan profil ini relatif mudah dan dapat dilakukan secara gratis. Pelaku usaha hanya perlu mengunjungi situs Google Bisnis dan mengikuti langkah-langkah yang telah disediakan. Menurut data dari Google, usaha yang memiliki profil bisnis di Google dapat meningkatkan kemungkinan untuk ditemukan oleh pelanggan hingga 50% (Google, 2021).

Pembuatan Google Profil Bisnis: sebanyak 14 UMKM dan IKM berhasil dibuatkan akun Google Profil Bisnis yang menampilkan informasi lengkap usaha mereka. Usaha masyarakat lebih mudah ditemukan di Google Maps, sehingga meningkatkan potensi konsumen baru.

Langkah pertama dalam pembuatan profil adalah mengklaim atau membuat listing bisnis. Pelaku usaha perlu memasukkan informasi dasar seperti nama bisnis, alamat, nomor telepon, dan kategori bisnis. Informasi yang akurat dan lengkap sangat penting karena akan membantu calon pelanggan menemukan bisnis dengan mudah. Selain itu, pelaku usaha juga disarankan untuk mengunggah foto-foto yang menarik dan relevan dengan bisnis mereka, karena konten visual dapat meningkatkan ketertarikan pelanggan.

Setelah profil dibuat, penting untuk memperbarui informasi secara berkala. Misalnya, jika ada perubahan jam operasional atau penambahan produk baru, informasi tersebut harus segera diperbarui di profil. Menurut penelitian dari *BrightLocal*, sekitar 60% konsumen mengatakan bahwa mereka akan mengabaikan bisnis yang memiliki informasi yang tidak akurat (BrightLocal, 2022). Oleh karena itu, pelaku UMKM dan IKM harus proaktif dalam mengelola profil mereka.

Selain itu, pelaku usaha juga harus memperhatikan ulasan pelanggan. Ulasan positif dapat meningkatkan reputasi bisnis, sedangkan ulasan negatif perlu ditanggapi dengan baik. Menurut data dari Podium, sekitar 93% konsumen membaca ulasan sebelum memutuskan untuk membeli dari suatu bisnis (Podium, 2021). Oleh karena itu, penting bagi pelaku UMKM dan IKM untuk aktif meminta ulasan dari pelanggan dan meresponsnya dengan baik.

Dengan memanfaatkan Google Profil Bisnis, pelaku UMKM dan IKM dapat meningkatkan visibilitas mereka dan menarik lebih banyak pelanggan. Dalam bagian selanjutnya, penulis akan membahas tentang aktivasi QRIS dan manfaatnya bagi pelaku UMKM dan IKM.

Aktivasi QRIS

Aktivasi QRIS merupakan langkah strategis bagi pelaku UMKM dan IKM untuk mempermudah proses transaksi. QRIS memungkinkan pelaku usaha untuk menerima pembayaran dari berbagai aplikasi dompet digital dengan satu kode QR. Hal ini tentu

sangat menguntungkan, terutama di era di mana pembayaran digital semakin populer. Laporan Statistik QRIS dari Bank Indonesia tahun 2023 menunjukkan pertumbuhan pesat, dengan nilai transaksi mencapai Rp229,96 triliun, tumbuh 130,01% dibandingkan tahun sebelumnya. Pada tahun tersebut, terdapat 45,78 juta pengguna QRIS dan 30,41 juta merchant, yang mayoritas adalah UMKM. Pertumbuhan ini menegaskan peran QRIS sebagai sistem pembayaran digital yang semakin dominan dalam mendukung aktivitas ekonomi di Indonesia, sejalan dengan upaya BI untuk digitalisasi transaksi keuangan. (Bank Indonesia, 2023).

Proses aktivasi QRIS juga relatif mudah dan tidak memerlukan biaya yang besar. Pelaku usaha dapat mendaftar melalui penyedia layanan pembayaran yang telah bekerja sama dengan Bank Indonesia. Setelah mendaftar, pelaku usaha akan mendapatkan kode QR yang dapat dipasang di lokasi usaha atau dibagikan secara digital. Dengan adanya QRIS, pelaku UMKM dan IKM Pelaku UMKM dan IKM tidak perlu lagi membeli mesin EDC atau perangkat pembayaran fisik lainnya yang memerlukan biaya investasi besar, sehingga dapat menghemat waktu dan biaya operasional (Simanjuntak, 2024).

Salah satu contoh sukses dari aktivasi QRIS adalah sebuah kedai kopi di Jakarta yang berhasil meningkatkan omzetnya hingga 30% setelah menggunakan QRIS. Pelanggan merasa lebih nyaman melakukan pembayaran tanpa uang tunai, dan kedai tersebut juga mendapatkan banyak pelanggan baru yang lebih memilih metode pembayaran digital. Hal ini menunjukkan bahwa QRIS tidak hanya mempermudah transaksi, tetapi juga dapat menarik lebih banyak pelanggan (Kompas, 2023).

Selain itu, QRIS juga memberikan keuntungan dalam hal keamanan. Transaksi digital cenderung lebih aman dibandingkan dengan transaksi tunai, karena risiko pencurian dan kehilangan uang tunai dapat diminimalisir. Menurut laporan dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) bahwa tingkat penetrasi internet di Indonesia tahun 2025 telah mencapai 80,66% dari 229 juta jiwa penduduk. (APJII, 2025). Oleh karena itu, QRIS menjadi solusi yang tepat bagi pelaku UMKM dan IKM dalam menghadapi tantangan keamanan transaksi.

Dengan mengaktifkan QRIS, pelaku UMKM dan IKM dapat meningkatkan efisiensi dan keamanan dalam proses transaksi. Dalam bagian selanjutnya, penulis akan membahas tentang tantangan dan solusi dalam sosialisasi pembuatan Google Profil Bisnis dan aktivasi QRIS.

Respons Pelaku Usaha

Pelaku usaha menyambut baik program ini, meskipun ada kendala seperti keterbatasan jaringan internet, pengetahuan digital yang minim, dan kebiasaan konsumen menggunakan uang tunai.

Pembahasan menunjukkan bahwa digitalisasi sederhana melalui Google Profil Bisnis dan QRIS mampu memberikan dampak nyata bagi UMKM dan IKM. Aksi nyata ini lebih efektif dibandingkan sekadar sosialisasi, karena langsung dirasakan manfaatnya oleh pelaku usaha.

Tantangan Dalam Sosialisasi

Meskipun sosialisasi pembuatan Google Profil Bisnis dan aktivasi QRIS memiliki banyak manfaat, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi dalam proses tersebut. Salah satu tantangan utama adalah rendahnya tingkat literasi digital di kalangan pelaku UMKM dan IKM. Menurut survei dari We Are Social, hanya sekitar 40% pelaku UMKM

yang memiliki pengetahuan dasar tentang teknologi digital (We Are Social, 2023). Hal ini menjadi hambatan besar dalam mengadopsi alat-alat digital seperti Google Profil Bisnis dan QRIS.

Selain itu, banyak pelaku UMKM dan IKM yang merasa ragu untuk beralih ke sistem digital karena kurangnya pemahaman tentang manfaat yang bisa didapat. Mereka sering kali lebih nyaman dengan metode tradisional yang telah mereka gunakan selama bertahun-tahun. Sebuah studi oleh McKinsey menunjukkan bahwa 70% pelaku usaha kecil yang tidak menggunakan teknologi digital merasa tidak memiliki waktu untuk belajar (McKinsey, 2022). Oleh karena itu, perlu ada pendekatan yang lebih persuasif dalam sosialisasi ini.

Tantangan lainnya adalah keterbatasan akses internet di beberapa daerah, terutama di wilayah pedesaan. Survei yang dirilis oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dan Badan Aksesibilitas Telekomunikasi dan Informasi (BAKTI) Kominfo ini menunjukkan peningkatan yang signifikan, namun masih ada 17,4% masyarakat di daerah tersebut yang belum memiliki akses internet karena berbagai faktor, seperti tidak punya gawai, wilayahnya belum memiliki sambungan internet, atau tidak tahu cara menggunakannya (APJII, 2024). Hal ini membuat sosialisasi dan implementasi Google Profil Bisnis dan QRIS menjadi sulit, karena tanpa akses internet yang memadai, pelaku usaha tidak dapat memanfaatkan kedua alat ini secara optimal.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, diperlukan kolaborasi antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan sektor swasta. Pemerintah dapat mengadakan pelatihan dan workshop untuk meningkatkan literasi digital di kalangan pelaku UMKM dan IKM. Selain itu, penyedia layanan internet juga dapat berkontribusi dengan menyediakan akses internet yang lebih baik di daerah-daerah yang masih kekurangan.

Dengan mengatasi tantangan-tantangan tersebut, sosialisasi pembuatan Google Profil Bisnis dan aktivasi QRIS dapat berjalan lebih efektif dan memberikan dampak yang signifikan bagi pelaku UMKM dan IKM. Dalam bagian selanjutnya, penulis akan membahas tentang strategi sosialisasi yang efektif.

SIMPULAN

Program Digitalisasi UMKM dan IKM di Kelurahan Limpomajang, Kecamatan Majauleng, Kabupaten Wajo, melalui pembuatan Google Profil Bisnis dan aktivasi QRIS terbukti memberikan dampak positif. Google Profil Bisnis mempermudah konsumen menemukan lokasi usaha, sementara QRIS memberikan kemudahan transaksi. Program ini menunjukkan bahwa digitalisasi sederhana dapat memperkuat daya saing UMKM dan IKM di tingkat lokal.

Namun, tantangan seperti keterbatasan pengetahuan digital, akses internet, dan kebiasaan konsumen masih perlu diperhatikan. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan berkelanjutan dan dukungan dari berbagai pihak agar digitalisasi UMKM dan IKM dapat berkembang secara optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2025). *Survei Internet APJII 2025: Laporan Penetrasi Internet di Indonesia*. Diakses dari <https://survei.apjii.or.id/>.
- APJII. (2024). *Survei Internet APJII 2024: Laporan Penetrasi Internet di Daerah Tertinggal Tahun 2024*. Diakses dari <https://survei.apjii.or.id/>.

- Bank Indonesia. (2021). *QRIS: Quick Response Code Indonesian Standard*. Diakses dari <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/kanal-layanan/qrisk/default.aspx>
- Bank Indonesia. (2023). *Laporan Kebijakan Moneter - Triwulan II 2023*. Diakses dari [https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/Pages/Laporan-Kebijakan-Moneter-Triwulan-II-2023.aspx#:~:text=Nilai%20transaksi%20Uang%20Elektronik%20\(UE,titipan%20C%20dan%20Ekspedisi%20Rupiah%20Berdaulat.](https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/Pages/Laporan-Kebijakan-Moneter-Triwulan-II-2023.aspx#:~:text=Nilai%20transaksi%20Uang%20Elektronik%20(UE,titipan%20C%20dan%20Ekspedisi%20Rupiah%20Berdaulat.)
- BrightLocal. (2022). *Local Consumer Review Survey*. Diakses dari <https://www.brightlocal.com/research/local-consumer-review-survey-2022/>.
- Google Business Profile Help. (2025). *Manage your business profile on Google*. Diakses dari <https://support.google.com/business/answer/3403100?hl=en>.
- Google. (2021). *Google My Business: The Importance of Online Presence*.
- HBR. (2023). *The Impact of Structured Training Programs*. *Harvard Business Review*.
- Kompas. (2023). *Manfaat Digitalisasi Pasar Melalui QRIS bagi UMKM*. Diakses dari <https://money.kompas.com/read/2023/08/03/094426626/manfaat-digitalisasi-pasar-melalui-qrisk-bagi-umkm?page=all>.
- McKinsey. (2022). *The State of Small Business in Indonesia*.
- Podium. (2021). *What is the Importance of Online Reviews & How to Get More?* Diakses dari <https://www.podium.com/article/online-reviews>.
- Simanjuntak, B., dkk. (2024). Efisiensi Penggunaan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Dalam Mendukung Penjualan Di Era Digital. *Media Hukum Indonesia*, 2(4), 332-340. Diakses dari <https://ojs.daarulhuda.or.id/index.php/MHI/article/view/886>.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- We Are Social. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. Diakses dari <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/>