

Implementasi Qris, Inovasi Alat Pemotongan, dan Strategi Promosi Digital untuk Peningkatan Kapasitas Usaha KWT Kerupuk Nasi di Desa Windunegara Kecamatan Wangon

Fika Rifqiatunnisa¹⁾, Aura Meva Ramadhani²⁾, Adisti Emalia Putri³⁾, Valan Aziz Pratama⁴⁾, Muhammad Rafi Prayoga⁵⁾, Krisna Kristianto⁶⁾, Harsuti^{7*)}

^{1,2,3,4,5,6}Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Wijayakusuma, Purwokerto Jl. Beji Karangsalam No. 25, Purwokerto, Kabupaten Banyumas Jawa Tengah, Indonesia

email : harsuti234@gmail.com; fikarifqiatunnisaa@gmail.com; adistiemalia@gmail.com; aurameva4@gmail.com; valanpratama6@gmail.com rafiprayoga3010@gmail.com; kkristianto100@gmail.com

ABSTRACT

The Moroasih Rice Cracker Women Farmers Group (MSMEs) in Windunegara Village, Wangon District, is a micro-enterprise that plays a vital role in strengthening the household economy and utilizing local food potential. However, this business still faces various obstacles, including a cash payment system, limited and inefficient cracker cutting tools, and marketing that has not yet utilized digital media optimally. This community service activity aims to increase the business capacity of the Moroasih MSMEs through the implementation of the QRIS digital payment system, innovation in rice cracker cutting tools, and digital promotional assistance through social media and Google Maps. Implementation methods include outreach, training, direct assistance, and the provision of production tools. The results of the activity show that the implementation of QRIS simplifies transactions and increases neatness of production results, and digital promotion expands the business's marketing reach. This activity has a positive impact on increasing business capacity and the readiness of the Moroasih MSMEs to face business competition in the digital era

Keywords: MSMEs, QRIS, Digitalization, Digital Promotion, Production Tool Innovation

ABSTRAK

Kelompok Wanita Tani (KWT) Kerupuk Nasi Moroasih di Desa Windunegara Kecamatan Wangon merupakan pelaku usaha mikro yang berperan penting dalam penguatan ekonomi rumah tangga dan pemanfaatan potensi pangan local. Namun demikian, usaha ini masih menghadapi berbagai kendala, antara lain sistem pembayaran yang masih tunai, keterbatasan alat pemotong kerupuk yang belum efisien, serta pemasaran yang belum memanfaatkan media digital secara optimal. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas usaha KWT Moroasih melalui implementasi system pembayaran digital QRIS, inovasi alat pemotongan kerupuk nasi, serta pendampingan promosi digital melalui media sosial dan Google Maps. Metode pelaksanaan meliputi sosialisasi, pelatihan, pendampingan langsung, dan pemberian alat produksi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penerapan QRIS mempermudah transaksi dan meningkatkan kepercayaan konsumen, penggunaan alat pemotongan baru meningkatkan efisiensi dan kerapian hasil produksi, serta promosi digital memperluas jangkauan pemasaran usaha. Kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas usaha dan kesiapan KWT Moroasih dalam menghadapi persaingan usaha di era digital.

Kata Kunci: UMKM, QRIS, Digitalisasi, Promosi Digital, Inovasi Alat Produksi

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam aktivitas ekonomi masyarakat, khususnya pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Transformasi digital mendorong UMKM untuk beradaptasi dengan sistem yang lebih modern guna meningkatkan efisiensi usaha, transparansi transaksi, serta daya saing di pasar. UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional karena mampu menyerap tenaga kerja, meningkatkan

pendapatan masyarakat, dan menjadi penopang ekonomi lokal, terutama di wilayah pedesaan. Oleh karena itu, penguatan kapasitas UMKM melalui pemanfaatan teknologi menjadi kebutuhan penting dalam mendukung keberlanjutan usaha (Jati *et al.*, 2022). Dalam konteks pemberdayaan UMKM berbasis komunitas, pendampingan yang terintegrasi menjadi faktor kunci keberhasilan pengembangan usaha. UMKM, khususnya yang bergerak di bidang pangan olahan, masih menghadapi berbagai kendala seperti keterbatasan manajemen usaha, proses produksi yang sederhana, serta pemasaran yang belum optimal. Melalui pendampingan yang berkelanjutan, UMKM dapat meningkatkan kapasitas produksi, kualitas produk, dan kemampuan pengelolaan usaha, sehingga mendorong keberlanjutan dan kemandirian ekonomi pelaku UMKM (Jati *et al.*, 2022)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, khususnya dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta memperkuat perekonomian lokal, terutama di wilayah pedesaan. UMKM juga terbukti mampu bertahan dalam berbagai kondisi krisis ekonomi karena fleksibilitas usaha dan pemanfaatan sumber daya lokal. Dalam konteks pemberdayaan ekonomi masyarakat, Kelompok Wanita Tani (KWT) menjadi salah satu penggerak utama usaha berbasis pangan lokal yang berkontribusi pada penguatan ekonomi rumah tangga dan ketahanan pangan desa. Hal ini sejalan dengan penelitian (Lestari *et al.*, 2022) Jurnal Pengabdian Masyarakat yang menyatakan bahwa UMKM desa memiliki potensi besar untuk berkembang apabila didukung oleh pemanfaatan teknologi dan penguatan kelembagaan usaha.

Perkembangan teknologi digital mendorong perubahan dalam pengelolaan usaha, termasuk pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia. UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penopang ekonomi lokal, tetapi juga sebagai sarana pemberdayaan masyarakat desa, khususnya kelompok usaha berbasis komunitas seperti Kelompok Wanita Tani (KWT). Melalui aktivitas produksi dan pemasaran hasil olahan pangan, KWT berkontribusi dalam meningkatkan pendapatan rumah tangga dan kemandirian ekonomi anggotanya. (Purnomo & Zumaeroh, 2024) dalam Wikuacity: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat menjelaskan bahwa UMKM yang dikelola oleh KWT memiliki potensi besar untuk berkembang apabila didukung melalui pendampingan yang berkelanjutan, terutama dalam aspek produksi, manajemen usaha, dan pemasaran. Pendampingan tersebut terbukti mampu meningkatkan kapasitas usaha, memperluas jangkauan pemasaran, serta mendorong keberlanjutan UMKM berbasis pertanian dan pangan lokal, sehingga berdampak langsung pada peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat desa (Purnomo & Zumaeroh, 2024)

Selain aspek pembayaran, permasalahan produksi masih menjadi kendala utama bagi UMKM pangan tradisional. Banyak pelaku UMKM yang masih menggunakan peralatan produksi manual sehingga berdampak pada rendahnya efisiensi kerja, keterbatasan kapasitas produksi, serta ketidakkonsistenan kualitas produk. Inovasi alat produksi sederhana dan tepat guna menjadi solusi penting dalam meningkatkan produktivitas dan kualitas hasil produksi. (Fawwaz *et al.*, 2024) dalam Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat menyatakan bahwa penggunaan alat pemotong yang lebih modern dan dapat diatur ketebalannya mampu meningkatkan keseragaman produk, mempercepat proses produksi, serta meningkatkan daya saing UMKM pangan.

Di sisi lain, perkembangan teknologi informasi menuntut UMKM untuk mengubah strategi pemasaran dari konvensional menjadi berbasis digital. Pemanfaatan media sosial, Google Maps, serta media promosi digital lainnya terbukti mampu meningkatkan visibilitas usaha, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat citra usaha di mata konsumen (Ni'mah *et al.*, 2025). Sementara itu, (Lestari *et al.*, 2022) Jurnal Pengabdian Masyarakat menegaskan bahwa pencantuman lokasi usaha UMKM pada Google Maps mampu meningkatkan kemudahan akses informasi dan kepercayaan konsumen terhadap keberadaan usaha.

KWT Kerupuk Nasi Moroasih di Desa Windunegara Kecamatan Wangon merupakan salah satu UMKM berbasis pangan lokal yang memiliki potensi besar untuk berkembang, namun masih menghadapi berbagai kendala, seperti sistem pembayaran yang masih tunai, penggunaan alat pemotong kerupuk yang masih manual, serta pemasaran yang belum memanfaatkan media digital secara optimal. Kondisi tersebut menyebabkan kapasitas usaha dan daya saing produk belum berkembang secara maksimal. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini

difokuskan pada implementasi QRIS, inovasi alat pemotong kerupuk nasi, serta pendampingan promosi digital sebagai upaya terpadu untuk meningkatkan kapasitas usaha, efisiensi operasional, dan keberlanjutan KWT Kerupuk Nasi Moroasih di era digital, sebagaimana didukung oleh penelitian (Lado & Nugraeni, 2025) dalam Jurnal Abdimas Nusantara yang menekankan pentingnya integrasi digitalisasi pembayaran dan promosi bagi penguatan UMKM. Purnomo *et al.*, (2023) menjelaskan bahwa pendampingan UMKM melalui inovasi produk, pelabelan, dan diversifikasi mampu meningkatkan daya saing usaha. Diversifikasi produk menjadi strategi penting bagi UMKM untuk menyesuaikan diri dengan kebutuhan dan selera konsumen yang semakin beragam. Melalui pengembangan variasi rasa, bentuk, dan ukuran produk, UMKM dapat memperluas pangsa pasar serta meningkatkan nilai jual produknya. Hasil pengabdian tersebut menunjukkan bahwa setelah dilakukan pendampingan, UMKM mengalami peningkatan penjualan dan keuntungan, serta mulai menerapkan pemasaran secara daring. Berdasarkan kondisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa pendampingan UMKM secara berkelanjutan sangat diperlukan untuk meningkatkan kapasitas produksi, kualitas produk, serta kemampuan pemasaran pelaku usaha. Upaya pendampingan yang terintegrasi diharapkan mampu mendorong UMKM berbasis pangan lokal untuk berkembang secara berkelanjutan dan berkontribusi lebih besar terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat.

METODE

LOKASI PENELITIAN

Kegiatan pengabdian Masyarakat dilaksanakan di Desa Windunegara, Kecamatan Wangon, Kabupaten Banyumas, Provinsi Jawa Tengah. Kegiatan ini merupakan pengabdian kepada masyarakat dengan pendekatan partisipatif, yaitu melibatkan pelaku UMKM secara aktif dalam seluruh tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi masalah hingga evaluasi hasil. Pendekatan ini dipilih karena dinilai efektif dalam meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan kemandirian pelaku UMKM dalam mengelola usahanya secara berkelanjutan (Jati *et al.*, 2022).

PENDEKATAN PELAKSANAAN

Khalayak sasaran kegiatan ini adalah Kelompok Wanita Tani (KWT) Kerupuk Nasi Moro Asih yang beranggotakan 20 orang ibu rumah tangga. Terdapat lima permasalahan utama yang dihadapi mitra, yaitu system pembayaran yang masih berbasis tunai, Lokasi usaha yang belum terdaftar di Google Maps belum adanya benner promosi, keterbatasan alat pemotong kerupuk nasi yang masih manual serta kurangnya pemanfaatan media sosial untuk promosi digital. Untuk menjawab permasalahan tersebut, tim pelaksana melakukan serangkaian kegiatan berupa pelatihan dan pendampingan implementasi QRIS, pembuatan profil usaha di Google Maps, design dan pemasangan benner promosi, hibah serta pelatihan penggunaan alat pemotong kerupuk nasi, serta pendampingan strategi promosi digital melalui Instagram, Facebook, dan Whaatsap Business.

Selain itu, kegiatan juga mencakup pelatihan diversifikasi produk pangan lokal sebagai Upaya meningkatkan nilai tambah hasil pertanian desa. Anggota KWT dilibatkan dalam praktik pembuatan olahan kerupuk nasi, sehingga mereka memperoleh keterampilan baru yang dapat memperluas peluang usaha. Seluruh rangkaian kegiatan dirancang secara partisipatif, dengan melibatkan mitra dalam setiap tahap mulai dari perisapan, pelatihan, hingga evaluasi. Melalui pendekatan ini, diharapkan mitra tidak hanya memperoleh keterampilan teknis, tapi juga mampu mengembangkan kapasitas manajerial dan strategi pemasaran yang lebih modern. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya menyelesaikan permasalahan jangka pendek, tapi juga memberikan pondasi bagi keberlanjutan usaha KWT Kerupuk Nasi Moroasih di masa mendatang.

TAHAPAN PELAKSANAAN

1. Persiapan
Persiapan tempat, bahan pelatihan, alat bantu produksi, dan media promosi
2. Pelatihan dan Pengolahan Data
 - a. Pemaparan tentang pentingnya digitalisasi UMKM

- b. Pelatihan penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran
- c. Pembuatan akun Google Maps dan penandaan lokasi usaha
- d. Pendampingan promosi digital melalui Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business (Rimadias *et al.*, 2023)
3. Pembuatan Media Promosi
 - a. Diskusi desain banner bersama anggota KWT
 - b. Pembuatan banner berisi nama usaha, produk, kontak, dan slogan
 - c. Pemasangan banner di lokasi strategis (rumah produksi, sekolah mitra, toko konsinyasi) (Fitri *et al.*, 2025)
4. Inovasi Alat Produksi
 - a. Identifikasi alat produksi yang belum efisien
 - b. Modifikasi alat pemotong kerupuk nasi agar lebih cepat dan seragam
 - c. Pelatihan penggunaan alat baru dan perawatan sederhana (Fitri *et al.*, 2025)
5. Promosi Produk
 - a. Pemaparan tentang potensi lokal dan peluang diversifikasi
 - b. Diskusi pengembangan varian rasa kerupuk nasi (pedas, gurih, rempah)
 - c. Pendampingan pengemasan menarik dan pemasaran digital
 - d. Evaluasi respon pasar terhadap produk baru (Rimadias *et al.*, 2023)

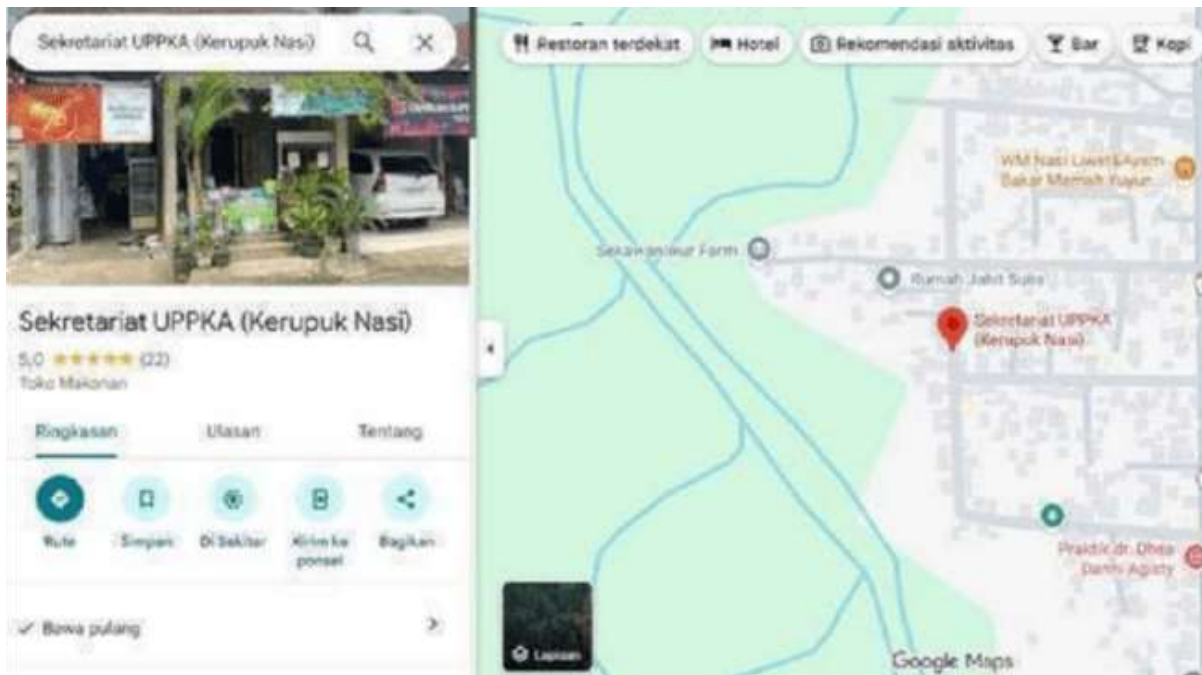
HASIL DAN PEMBAHASAN

Masalah yang dihadapi oleh mitra usaha adalah belum tersedianya fasilitas pembayaran non-tunai berupa QRIS, sehingga seluruh transaksi masih dilakukan secara tunai. Kondisi ini menyebabkan proses pembayaran menjadi lebih lama, sering terkendala uang kembalian, serta berisiko terjadi kesalahan dalam pencatatan keuangan. Selain itu, beberapa pelanggan, khususnya dari kalangan muda, mulai menanyakan metode pembayaran digital. Sebagai solusi, tim melakukan pendampingan dan membantu pembuatan akun QRIS untuk usaha mitra agar transaksi menjadi lebih cepat, praktis, dan tertib, sesuai dengan penelitian yang menyatakan bahwa implementasi QRIS dapat meningkatkan efisiensi transaksi dan persepsi keandalan usaha di mata konsumen (Fawwaz *et al.*, 2024). Pendampingan implementasi QRIS ini memberikan dampak positif yang nyata bagi mitra usaha. Setelah akun QRIS berhasil dibuat dan digunakan, proses transaksi menjadi lebih cepat dan praktis, serta mengurangi kendala terkait uang kembalian. Selain itu, pencatatan keuangan menjadi lebih tertib karena setiap transaksi tercatat secara digital. Hal ini sejalan dengan penelitian (Lindriani *et al.*, 2025) yang menunjukkan bahwa penerapan QRIS pada UMKM mampu meningkatkan efisiensi pembayaran sekaligus memperkuat kepercayaan konsumen terhadap usaha. Temuan serupa juga diungkapkan oleh (Naqiya *et al.*, 2025) bahwa pemanfaatan teknologi pembayaran digital tidak hanya mempercepat proses transaksi, tetapi juga memperluas akses pasar UMKM karena konsumen merasa lebih nyaman dengan metode pembayaran modern. Dengan demikian, penggunaan QRIS menjadi salah satu strategi penting dalam mendukung keberlanjutan usaha mitra di era digital.



Gambar 1. Pembuatan QRIS

Masalah kedua yang dihadapi oleh mitra usaha adalah belum terdافتarnya lokasi UPPKA Kerupuk Nasi Moroasih pada Google Maps, sehingga konsumen, khususnya pelanggan baru, mengalami kesulitan dalam menemukan lokasi produksi. Selama ini, kunjungan pelanggan hanya mengandalkan informasi dari mulut ke mulut atau petunjuk lisan dari warga sekitar, yang dinilai kurang efektif dan berpotensi menimbulkan kebingungan, terutama bagi konsumen dari luar wilayah desa. Kondisi tersebut juga menyulitkan calon pelanggan maupun mitra usaha untuk memverifikasi titik lokasi usaha, jam operasional, serta keberadaan usaha secara pasti, sehingga dapat menurunkan tingkat kepercayaan terhadap profesionalitas usaha. Selain itu, ketiadaan lokasi usaha pada peta digital menyebabkan UPPKA Kerupuk Nasi Moroasih tidak muncul dalam pencarian berbasis lokasi, baik melalui mesin pencari maupun aplikasi navigasi, yang pada akhirnya membatasi visibilitas usaha dan peluang perluasan pasar. Padahal, di era digital saat ini, keberadaan UMKM pada peta digital menjadi salah satu indikator penting dalam mendukung promosi usaha dan kemudahan akses informasi bagi konsumen. Sebagai upaya perbaikan, tim pengabdian melakukan pendampingan dalam pembuatan dan verifikasi lokasi usaha UPPKA Kerupuk Nasi Moroasih pada Google Maps, meliputi pengisian profil usaha, penentuan titik koordinat lokasi, pengunggahan foto, serta pencantuman informasi jam operasional dan kontak. Kehadiran usaha pada Google Maps diharapkan dapat memudahkan akses konsumen, meningkatkan kepercayaan terhadap eksistensi usaha, serta mendukung strategi promosi digital secara berkelanjutan, sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa pencantuman UMKM pada peta digital berperan penting dalam meningkatkan efektivitas promosi dan kepercayaan konsumen terhadap usaha (Lestari *et al.*, 2022).



Gambar 2. Pembuatan Google Maps

Masalah ketiga yang dihadapi oleh mitra usaha adalah belum adanya banner sebagai media promosi dan identitas fisik usaha, sehingga keberadaan lokasi usaha kurang terlihat dan sulit dikenali oleh masyarakat sekitar maupun konsumen baru. Ketidadaan banner menyebabkan pelanggan tidak memperoleh penanda visual yang jelas saat berada di sekitar lokasi usaha, sehingga sebagian besar kunjungan masih bergantung pada informasi dari mulut ke mulut atau petunjuk lisan dari warga sekitar. Kondisi ini berdampak pada lemahnya identitas usaha di ruang fisik serta mengurangi daya tarik visual usaha di mata konsumen, khususnya bagi pelanggan baru yang belum familiar dengan produk maupun lokasi produksi. Selain itu, tidak adanya banner juga membuat usaha kurang memiliki ciri pembeda dibandingkan dengan usaha sejenis di lingkungan sekitar, sehingga peluang untuk menarik perhatian calon konsumen menjadi terbatas. Padahal, identitas visual yang jelas melalui media

promosi fisik merupakan salah satu unsur penting dalam membangun citra usaha dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap profesionalitas pelaku UMKM. Sebagai solusi atas permasalahan tersebut, tim pengabdian membantu merancang dan membuat banner usaha yang memuat nama usaha, jenis produk utama, serta informasi pendukung lainnya, seperti logo dan kontak usaha, dengan desain yang sederhana namun mudah dibaca dan menarik secara visual. Banner kemudian dipasang pada lokasi yang strategis dan mudah terlihat oleh masyarakat maupun pengguna jalan, sehingga dapat berfungsi sebagai penanda lokasi sekaligus media promosi. Pemasangan banner ini diharapkan dapat memperkuat identitas usaha UPPKA Kerupuk Nasi Moroasih, meningkatkan visibilitas dan daya tarik visual usaha, serta memberikan kesan profesional dan terpercaya kepada konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa penggunaan media promosi fisik seperti banner dengan desain yang efektif berperan penting dalam memperkuat identitas merek, meningkatkan kesadaran konsumen, serta mendukung kegiatan pemasaran UMKM secara berkelanjutan (Sandra, 2024).



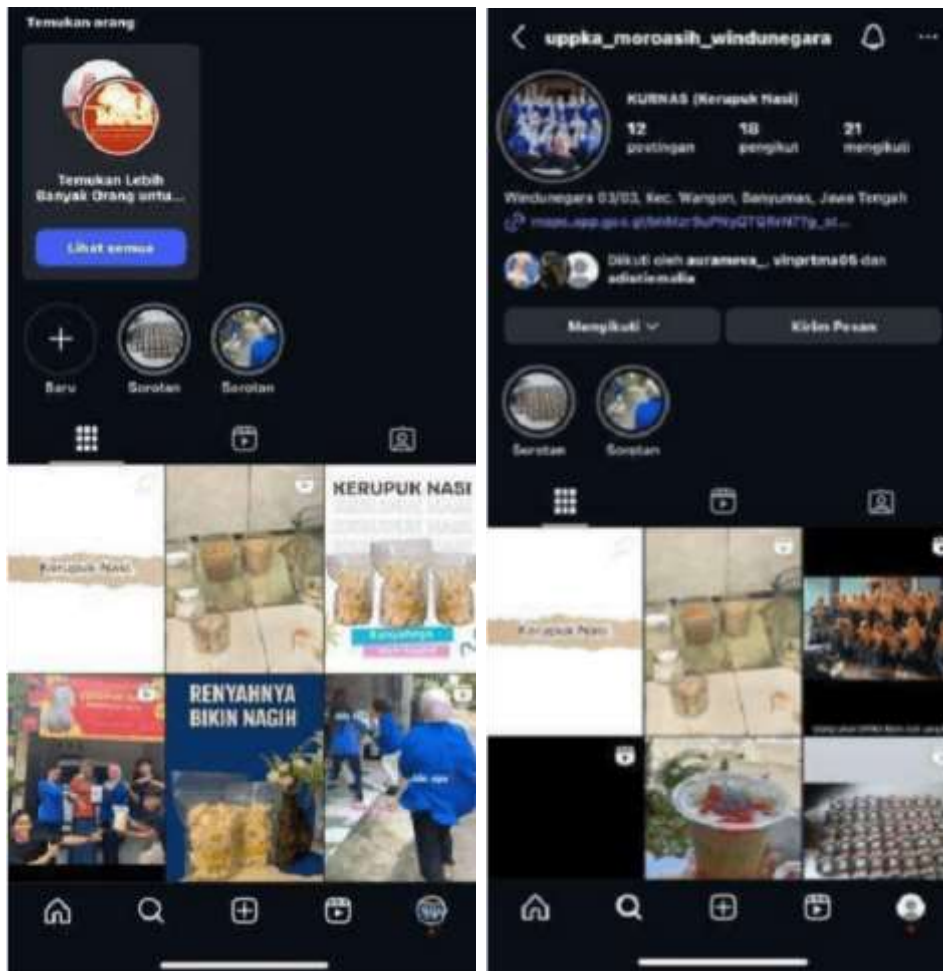
Gambar 3. Pembuatan Banner

Masalah keempat yang dihadapi oleh mitra usaha adalah alat pemotong bahan baku yang masih digunakan secara manual, sehingga proses produksi membutuhkan waktu lebih lama dan kapasitas produksi menjadi terbatas. Penggunaan alat manual juga menyebabkan hasil potongan tidak seragam, baik dari segi ketebalan maupun ukuran, yang berdampak pada kualitas produk akhir. Ketidakteraturan ketebalan potongan memengaruhi proses pengeringan dan hasil produk saat digoreng, sehingga tekstur dan tampilan produk menjadi kurang konsisten. Kondisi ini dapat menurunkan persepsi kualitas dan kepuasan konsumen. Sebagai solusi, tim membantu penyediaan alat pemotong yang lebih efisien dengan pengatur ketebalan, disertai pendampingan penggunaan dan penetapan standar potongan agar proses produksi menjadi lebih cepat, hasil lebih seragam, dan kualitas produk meningkat. Upaya ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa inovasi alat pemotong sederhana mampu meningkatkan efisiensi kerja, keseragaman hasil, serta kapasitas produksi pada UMKM pangan (Fawwaz *et al.*, 2024)



Gambar 4. Hibah Alat Produksi

Masalah kelima yang dihadapi oleh mitra usaha adalah kurangnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, sehingga informasi mengenai produk belum tersampaikan secara luas kepada calon konsumen. Selama ini, media sosial usaha belum dikelola secara optimal, ditandai dengan minimnya unggahan konten, belum adanya penyampaian informasi produk dan harga secara jelas, serta rendahnya interaksi dengan konsumen. Kondisi tersebut menyebabkan tingkat kesadaran masyarakat terhadap usaha masih rendah dan peluang peningkatan penjualan melalui media sosial belum dimanfaatkan secara maksimal. Sebagai solusi, tim memberikan pendampingan dalam pengelolaan promosi melalui media sosial, mulai dari pembuatan konten sederhana, penyusunan jadwal unggahan rutin, hingga pengenalan cara berinteraksi dengan konsumen secara online. Upaya ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa promosi melalui media sosial pada UMKM mampu meningkatkan jangkauan pemasaran, memperluas akses informasi produk, serta membantu menarik minat konsumen secara lebih efektif (Malius *et al.*, 2025). Pendampingan pengelolaan media sosial ini terbukti memberikan dampak positif bagi mitra usaha. Setelah dilakukan pelatihan, mitra mulai mampu membuat konten sederhana yang menampilkan produk, harga, dan informasi kontak secara lebih jelas. Selain itu, penyusunan jadwal unggahan rutin membantu menjaga konsistensi promosi sehingga konsumen lebih mudah mengenali produk. Interaksi dengan konsumen melalui fitur komentar dan pesan di media sosial juga meningkat, yang berdampak pada bertambahnya minat beli. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Putri *et al.*, 2023) yang menunjukkan bahwa sosialisasi pemanfaatan media sosial sebagai media promosi UMKM mampu memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk. Temuan serupa juga diungkapkan oleh (Puspita *et al.*, 2023), bahwa pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi dan pemasaran dapat memperkuat branding usaha serta mendukung peningkatan penjualan UMKM secara berkelanjutan.



Gambar 5. Pembuatan Media Sosial dan Konten

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan bersama mitra UMKM memberikan berbagai dampak positif yang nyata. Persiapan yang matang berupa penyediaan tempat, bahan pelatihan, alat bantu produksi, dan media promosi membuat seluruh rangkaian kegiatan berjalan lebih terstruktur dan efisien. Pelatihan dan pengolahan data yang mencakup pemaparan pentingnya digitalisasi usaha, penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran, pembuatan akun Google Maps, serta pendampingan promosi digital melalui Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business telah meningkatkan literasi digital mitra, memudahkan transaksi, memperluas jangkauan pemasaran, dan memperkuat interaksi dengan konsumen. Hal ini tercermin dari meningkatnya jumlah transaksi digital sebesar 35% dalam dua bulan setelah pelatihan, serta komentar konsumen yang menyatakan bahwa “pembayaran jadi lebih mudah dan cepat dengan QRIS.”

Pembuatan media promosi berupa diskusi desain banner, pembuatan banner berisi identitas usaha, serta pemasangan di lokasi strategis berdampak pada meningkatnya branding dan visibilitas usaha sehingga informasi produk lebih mudah diakses masyarakat. Konsumen yang ditemui di lokasi pemasangan banner menyebutkan bahwa “produk jadi lebih mudah dikenali karena ada informasi jelas di banner.” Inovasi alat produksi melalui identifikasi peralatan yang belum efisien, modifikasi alat pemotong kerupuk nasi agar lebih cepat dan seragam, serta pelatihan penggunaan dan perawatan sederhana telah meningkatkan kapasitas produksi hingga 40% dan menghasilkan kualitas produk yang lebih konsisten.

Pada aspek promosi produk, kegiatan pemaparan potensi lokal, diskusi pengembangan varian rasa kerupuk nasi, pendampingan pengemasan menarik, serta evaluasi respon pasar terhadap produk baru berhasil mendorong diversifikasi produk, memperkuat daya saing, dan memberikan dasar pengembangan usaha yang lebih berkelanjutan. Respon konsumen terhadap varian rasa baru cukup positif, dengan 70% menyatakan lebih menyukai kerupuk rasa pedas dan rempah dibandingkan varian

lama. Secara keseluruhan, rangkaian kegiatan ini berkontribusi pada peningkatan produktivitas, penguatan branding, perluasan pasar, serta kemandirian ekonomi lokal yang mendukung keberlanjutan usaha mitra.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah disampaikan, UPPKA Kerupuk Nasi Moroasih sebelumnya masih menghadapi sejumlah kendala, antara lain belum tersedianya pembayaran non-tunai, Lokasi usaha yang kurang mudah ditemukan, identitas usaha yang belum jelas, proses produksi yang belum efisien, serta promosi media sosial yang belum dimanfaatkan secara optimal. Kondisi tersebut berpengaruh terhadap kelancaran pelayanan, kemudahan akses konsumen, konsistensi kualitas produk, dan luasnya jangkauan pemasaran. Melalui kegiatan pendampingan, berbagai kendala tersebut mulai teratasi dengan diterapkannya QRIS, terdaftarnya Lokasi usaha di Goggle Maps, tersedianya banner usaha, penggunaan alat pemotong yang lebih efektif, serta peningkatan pemahaman dalam pengelolaan promosi digital. secara keseluruhan, pendampingan ini memberikan dampak positif dalam meningkatkan kinerja usaha, memperkuat citra usaha, serta mendukung keberlangsungan dan pengembangan UPPKA Moroasih ke depan

SARAN

Berdasarkan hasil pendampingan yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran untuk mendukung keberlanjutan dan pengembangan UPPKA Kerupuk Nasi Moroasih ke depan. Pertama, mitra usaha perlu menjaga konsistensi dalam pemanfaatan QRIS sebagai metode pembayaran agar pencatatan keuangan tetap tertib dan transaksi lebih efisien. Kedua, pengelolaan akun Google Maps dan media sosial harus dilakukan secara berkelanjutan dengan pembaruan informasi, unggahan konten rutin, serta interaksi aktif dengan konsumen untuk memperkuat branding dan memperluas jangkauan pemasaran. Ketiga, pemeliharaan alat produksi yang telah dimodifikasi perlu diperhatikan agar efisiensi kerja tetap terjaga dan kualitas produk konsisten. Keempat, diversifikasi produk melalui pengembangan varian rasa dan kemasan menarik sebaiknya terus dilakukan untuk menyesuaikan dengan selera konsumen dan meningkatkan daya saing. Terakhir, mitra usaha disarankan menjalin kerja sama dengan pihak sekolah, toko konsinyasi, maupun komunitas lokal sebagai strategi memperluas jaringan distribusi dan memperkuat posisi usaha di pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Fawwaz, K. M., Larasati, A., Afridasari, M. F., Pramudya, H. D., Khotimah, K., & Putranto, A. N. (2024). Inovasi Adjustable Fruit Slicer Untuk Menunjang. *Jurnal Graha Pengabdian* 6(4), 286–295.
- Fitri, M., Zahra, A., Faujiyah, F., Yuniarti, T., & Rizal, M. A. (2025). Rancang Ulang Tata Letak Ruang Produksi yang Efisien pada UMKM Makanan Pendahuluan Metode Pelaksanaan. *Journal of Scientific Community Service*, 01(01), 1–10.
- Jati, D., Purnomo, S. D., & Retnowati, D. (2022). Minat Petani Jagung Dalam Pembentukan Kelompok Tani Corn Farmers Interest in Establishing Farmer Groups in Sokawera Village , Somagede , Banyumas. *EKONOMIKAWAN : Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 22(2), 139–149.
- Lado, V. E., & Nugraeni. (2025). Digitalisasi Branding dan Pembayaran Pada UMKM
- Lestari, A. S., Wahyuningsih, N., Maharani, N., Sanjaya, L., & Putra, A. P. (2022). Penggunaan Aplikasi Google Maps dan Imooji Sebagai Media Promosi UMKM Desa Tiyaran Aplikasi Google Maps dan Imooji Sebagai Media Promosi

- UMKM Desa Tiyan. *DIKMAS : Jurnal Pengabdian Masyarakat.*, 02(3), 887–894.
- Lindriani, T., Marlianti, S., Lestari, T., Afriyanti, N., & Yustati, H. (2025). Pendampingan Penggunaan Aplikasi Digital Qris Sebagai Alat Pembayaran dan Pengembangan Promosi Secara Digital pada UMKM Reni Allshop. *Jurnal Pengabdian Cendekia*, 1(2), 219–225.
- Malius, A., Kurnia, S., Parza, Y., Irawan, T., Ricki, P., & Vethy, A. (2025). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Terhadap UMKM Di RT 24 Kelurahan Pematang Gubernur Kota Bengkulu. *Jurnal Dehasen Untuk Negeri*, 4(1), 97–100.
- Naqiya, A. Z., Rozi, F., & Apriza, T. (2025). Inovasi Pembayaran Digital : Implementasi QRIS Sebagai Metode Pembayaran Non-Tunai Pada UMKM di Kota Kalianda wawancara terstruktur dan penyuluhan langsung kepada pelaku UMKM . *Jurnal Abdi Masyarakat Saburai (JAMS)*, 6(1), 102–106.
- Ni'mah, S. S., Afdol, M., Kartika, Z. Z. M. G., & Khoiri. (2025). Digitalisasi dan literasi pembayaran non-tunai melalui sosialisasi qris pada umkm di desa tambojung tenggina. *JURNAL MEDIA AKADEMIK (JMA)*, 3(7), 1–9.
- Purnomo, S. D., & Retnowati. (2023). Pengolahan Kulit Lumpia Dan Pangsit Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah “ AW SNACK .” *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 02(02), 100–104.
- Purnomo, S. D., & Zumaeroh. (2024). Pendampingan umkm dalam mendukung keberlanjutan usaha pertanian pada kelompok wanita tani cempaka. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 03(01), 44–52.
- Puspita, I. L., Ariningrum, H., Sariningsih, E., Alansori, A., Setia, T., & Dewi, W. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi dan Pemasaran Bagi UMKM Kemiri Kelurahan Sumber Agung Bandar Lampung. *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 60–65.
- Putri, R. E., Wasito, M., & Lestari, A. N. (2023). Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Produk UMKM Desa Suka Damai. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 4(3), 667–675.
- Rimadias, S., Cahyandito, K. Y., Hibatilllah, R., Giovano, G., Ferdinand, D., Lui, S., Jose, E., Nusantara, U. M., Artikel, I., Maps, G., & Banten, W. O. (2023). Pendampingan Pembuatan Media QRIS dan Google Maps Pada UMKM. *Asskruie: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 68–75.
- Sandra, Y. M. (2024). Optimalisasi pengembangan umkm desa retes melalui efektivitas desain banner dan logo. *Jurnal Abdimas Bencoolen (JAB)*, 2(1), 22–28.
- Warung Lesehan Syadan Melalui Media Sosial dan Qris. *Jurnal Pendidikan Tambusa*, 9(2), 23421–23427.