

PENDAMPINGAN UMKM DESA BOJONGSOANG KABUPATEN BANDUNG MELALUI INOVASI QRIS, MAPS DAN BRANDING UNTUK MENINGKATKAN EKONOMI MASYARAKAT

Raisya Putra Pratama¹, Khisma Virnanda Anwar², Shevia Berliana Afgestina³, Sheila Hafsari⁴,
Muhammad Ibtida Mubarok⁵, Fadilla Octaviani⁶

^{1, 4}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Langlangbuana

¹raisyaputra0725@gmail.com, ⁴hafarisheila@gmail.com

²Fakultas Hukum, Universitas Langlangbuana

²khisvirnanda@gmail.com

³Fakultas Teknik, Universitas Langlangbuana

³afgestinashevia@gmail.com

⁵Fakultas Keguruan dan Pendidikan, Universitas Langlangbuana

⁵ibtidamuhhammad@gmail.com

⁶Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Langlangbuana

⁶fadillaoctaviani@gmail.com

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are crucial for local economic growth, especially in rural areas, yet many face challenges in digital adaptation, marketing, and branding. This community service program in Bojongsoang Village, Bandung Regency, aimed to strengthen MSME capacity through QRIS (digital payments), MAPS (business mapping), and branding innovation. Using a participatory approach across preparation, implementation, output, and evaluation stages, activities included digital payment training, mapping MSME locations, and developing tailored branding strategies. The program increased MSMEs' confidence in QRIS, expanded market reach, and improved business identity, enhancing efficiency, consumer trust, and competitiveness. This highlights that digital innovation combined with participatory engagement can effectively empower rural MSMEs and support sustainable local economic development.

Keywords: QRIS, MAPS, branding, MSMEs, economic empowerment

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran penting dalam pertumbuhan ekonomi lokal, khususnya di wilayah pedesaan, namun masih menghadapi kendala dalam adaptasi digital, pemasaran, dan branding. Program pengabdian masyarakat di Desa Bojongsoang, Kabupaten Bandung, bertujuan memperkuat kapasitas UMKM melalui QRIS, MAPS, dan inovasi branding. Dengan metode partisipatif yang melibatkan pelaku UMKM melalui tahap persiapan, pelaksanaan, output, dan evaluasi, kegiatan meliputi pelatihan pembayaran digital, pemetaan lokasi UMKM, dan pengembangan strategi branding sederhana namun efektif. Hasilnya menunjukkan UMKM lebih percaya diri menggunakan QRIS, memperoleh jangkauan pasar lebih luas, dan memperkuat identitas usaha, sehingga efisiensi, kepercayaan konsumen, dan daya saing meningkat. Program ini menegaskan bahwa inovasi digital dengan pendekatan partisipatif dapat memberdayakan UMKM pedesaan dan mendukung pembangunan ekonomi berkelanjutan.

Kata kunci: QRIS, MAPS, branding, UMKM, pemberdayaan ekonomi

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian Indonesia karena mampu

p-ISSN 2715-1123, e-ISSN 2715-1131

menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar serta berkontribusi signifikan terhadap produk domestik bruto. Namun, perkembangan UMKM di tingkat desa

url: http://lpm.unla.ac.id/ojs/index.php/tribhakti

masih menghadapi berbagai hambatan, terutama terkait dengan keterbatasan pemanfaatan teknologi digital, keterampilan pemasaran, dan pengelolaan identitas merek. Kondisi tersebut juga terjadi pada UMKM di Desa Bojongsoang, Kabupaten Bandung, yang memiliki potensi usaha cukup beragam, namun sebagian besar pelaku usaha masih menjalankan aktivitas bisnis secara konvensional dan belum terhubung secara optimal dengan ekosistem digital.

Urgensi pendampingan UMKM di Desa Bojongsoang didorong oleh kebutuhan untuk meningkatkan daya saing usaha melalui adaptasi teknologi keuangan, pemetaan digital, dan strategi branding. Penggunaan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) menjadi solusi untuk memudahkan transaksi non-tunai, sementara pemetaan digital (MAPS) berfungsi memperluas jangkauan pasar dan mempermudah konsumen dalam menemukan lokasi usaha. Selain itu, branding yang tepat dapat memperkuat identitas produk dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Ketiga inovasi ini diyakini mampu menjadi langkah strategis dalam mempercepat transformasi digital UMKM serta meningkatkan perekonomian masyarakat desa.

Tujuan dari kegiatan pendampingan ini adalah untuk memperkuat kapasitas UMKM Desa Bojongsoang melalui penguasaan teknologi pembayaran digital, pemanfaatan pemetaan online, dan pengembangan strategi branding yang sesuai dengan karakteristik usaha lokal. Rencana pemecahan masalah dilakukan melalui pendekatan partisipatif yang melibatkan pelaku UMKM secara langsung dalam setiap tahap kegiatan, mulai dari persiapan, pelaksanaan, hingga evaluasi.

Berdasarkan kajian literatur, digitalisasi UMKM terbukti berperan dalam meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, serta mendukung keberlanjutan usaha (Aaker, 1991; Chambers, 2006; Bank Indonesia, 2022). Oleh karena itu, program pendampingan ini dirancang untuk menjawab tantangan yang dihadapi UMKM Desa Bojongsoang dengan

menawarkan solusi praktis yang selaras dengan kebutuhan lokal sekaligus relevan dengan perkembangan ekonomi digital di Indonesia.

METODE

Kegiatan pendampingan UMKM Desa Bojongsoang dirancang menggunakan pendekatan partisipatif yang menempatkan pelaku usaha sebagai subjek utama, bukan sekadar penerima manfaat. Rancangan ini disusun agar setiap tahap kegiatan mampu menjawab kebutuhan nyata UMKM sekaligus memberikan pengalaman belajar yang aplikatif. Khalayak sasaran dipilih secara purposive melalui koordinasi dengan pemerintah desa dan hasil observasi lapangan, dengan kriteria pelaku usaha yang masih menghadapi keterbatasan dalam transaksi digital, belum memanfaatkan pemetaan lokasi secara online, serta belum memiliki strategi branding yang jelas. Dengan pemilihan sasaran ini, kegiatan diharapkan fokus pada kelompok UMKM yang membutuhkan intervensi nyata untuk meningkatkan daya saing.

Bahan dan alat yang digunakan meliputi perangkat digital seperti telepon pintar, aplikasi QRIS untuk pembayaran non-tunai, aplikasi pemetaan berbasis Google Maps, serta perangkat lunak desain sederhana untuk mendukung branding usaha. Modul pelatihan disusun dalam bentuk panduan praktis sehingga mudah dipahami oleh peserta dengan latar belakang pendidikan dan pengalaman yang beragam. Desain kegiatan diarahkan pada capaian kinerja yang terukur, yaitu meningkatnya jumlah UMKM yang aktif menggunakan QRIS, bertambahnya titik lokasi usaha yang tercantum pada Maps, serta munculnya identitas visual sederhana yang mampu memperkuat branding produk lokal.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara bertahap melalui sosialisasi, pelatihan, pendampingan praktik langsung, dan evaluasi. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, serta kuesioner sebelum dan sesudah kegiatan. Data kuantitatif dikumpulkan melalui pencatatan jumlah pengguna QRIS dan

usaha yang berhasil dipetakan, sedangkan data kualitatif diperoleh dari testimoni, diskusi kelompok, dan penilaian pengalaman peserta. Analisis dilakukan secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif untuk menggambarkan perubahan signifikan yang terjadi pada UMKM mitra. Melalui pendekatan ini, metode pendampingan tidak hanya menghasilkan output yang nyata, tetapi juga memberikan pembelajaran berkelanjutan yang dapat direplikasi di wilayah lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan UMKM Desa Bojongsoang Kabupaten Bandung melalui inovasi QRIS, MAPS, dan branding memberikan hasil yang cukup signifikan dalam peningkatan kapasitas usaha serta penguatan ekonomi masyarakat. Pendampingan ini tidak hanya memperkenalkan teknologi dan strategi baru, tetapi juga mendorong pelaku usaha agar lebih adaptif terhadap perkembangan digitalisasi dan kebutuhan pasar.

Implementasi QRIS menunjukkan peningkatan pemahaman pelaku UMKM dalam penggunaan sistem pembayaran digital. Dari hasil pendampingan, sebagian besar peserta yang sebelumnya belum pernah menggunakan metode pembayaran non-tunai berhasil mengintegrasikan QRIS ke dalam transaksi usahanya. Hal ini berdampak pada meningkatnya fleksibilitas pembayaran dan potensi perluasan pasar konsumen. Temuan ini mendukung laporan Bank Indonesia (2022) bahwa digitalisasi pembayaran memperluas akses konsumen sekaligus meningkatkan efisiensi transaksi.

Hasil pendampingan melalui MAPS menghasilkan peta potensi UMKM di Desa Bojongsoang yang memuat data sebaran usaha, jenis produk, dan lokasi strategis. Pemetaan ini memperlihatkan bahwa mayoritas usaha bergerak di sektor kuliner dan kerajinan rumah tangga. Informasi ini menjadi dasar pengambilan keputusan dalam strategi pemasaran dan pengembangan usaha. Sejalan dengan Chambers (2006), pemetaan partisipatif mampu memberdayakan komunitas agar

lebih memahami kekuatan dan potensi lokal.

Dari sisi branding, para pelaku UMKM memperoleh keterampilan dalam membangun identitas produk melalui desain kemasan, logo, dan strategi komunikasi visual. Beberapa produk yang sebelumnya dipasarkan dengan kemasan sederhana kini tampil lebih profesional dan menarik. Hal ini meningkatkan nilai tambah produk serta memperkuat posisi UMKM dalam persaingan pasar. Sebagaimana dikemukakan Aaker (1991), branding yang kuat dapat meningkatkan ekuitas merek dan loyalitas konsumen.

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini difokuskan pada pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah sasaran dengan tujuan utama meningkatkan kapasitas dan daya saing mereka melalui pemanfaatan teknologi digital dan pengembangan identitas produk. Program ini menitikberatkan pendampingan pada tiga aspek penting, yaitu sistem pembayaran digital QRIS, pemetaan usaha melalui MAPS, serta pembaruan branding produk untuk meningkatkan nilai jual dan pengenalan merek di pasar lokal maupun online.

Pada aspek pertama, yaitu QRIS sebagai sistem pembayaran digital, kondisi awal menunjukkan bahwa sekitar 60% pelaku UMKM belum mengenal QRIS. Hal ini mengindikasikan masih minimnya pemahaman dan penggunaan teknologi pembayaran digital yang menjadi tren penting dalam perdagangan modern. Untuk itu, kegiatan pendampingan dilakukan dengan mengadakan pelatihan intensif mengenai penggunaan QRIS. Materi pelatihan meliputi cara mengunduh aplikasi, proses pendaftaran, hingga simulasi transaksi menggunakan QRIS. Pendekatan ini dilakukan secara langsung dan partisipatif, sehingga pelaku UMKM mendapatkan pengalaman praktis dan mampu mengatasi hambatan teknis yang muncul saat implementasi. Setelah pendampingan, sebanyak 85% peserta mulai menggunakan QRIS dalam transaksi sehari-hari. Hal ini menjadi indikator keberhasilan karena menunjukkan peningkatan adopsi

teknologi secara signifikan. Dampak yang terlihat sangat positif, yaitu transaksi menjadi lebih efisien karena mengurangi kebutuhan penggunaan uang tunai, serta menarik minat konsumen, terutama generasi muda yang cenderung lebih nyaman dengan pembayaran digital. Peningkatan ini juga membantu pelaku UMKM dalam memperluas jangkauan pasar mereka dan meningkatkan transparansi transaksi, yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan konsumen.

Aspek kedua dari pengabdian ini adalah MAPS, yaitu pemetaan digital UMKM yang bertujuan mengumpulkan data sebaran usaha secara akurat dan sistematis. Pada kondisi awal, tidak terdapat data yang lengkap mengenai lokasi dan sektor usaha UMKM di wilayah tersebut. Ketidakadaan data ini menyulitkan dalam merancang strategi pengembangan yang efektif, serta membatasi visibilitas usaha bagi konsumen maupun pihak-pihak yang ingin melakukan kerja sama. Oleh karena itu, tim pendamping melakukan proses pemetaan dengan melibatkan langsung pelaku UMKM untuk mengidentifikasi dan mendokumentasikan lokasi serta kategori usaha mereka. Data yang terkumpul kemudian diolah menjadi peta digital yang memuat informasi potensi UMKM berdasarkan sektor usaha. Peta ini tidak hanya menjadi alat pendataan, tetapi juga sarana promosi yang dapat diakses oleh masyarakat luas melalui platform digital. Setelah pendampingan, terbentuklah peta potensi UMKM yang memuat data lengkap sesuai sektor usaha. Dampak nyata yang dirasakan adalah kemudahan dalam mengidentifikasi produk unggulan dan merumuskan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. UMKM yang sebelumnya tersebar dan kurang dikenal kini dapat lebih mudah ditemukan oleh konsumen, membuka peluang pasar baru, dan memperkuat jaringan bisnis di tingkat lokal maupun regional.

Aspek ketiga yang menjadi fokus adalah branding, yang berhubungan dengan identitas produk UMKM. Kondisi awal di lapangan menunjukkan bahwa kemasan produk masih sangat sederhana dan belum

memiliki logo yang konsisten, sehingga kurang mampu menarik perhatian konsumen dan membangun citra produk yang kuat. Branding yang kurang berkembang menjadi salah satu penghambat utama dalam memperluas pasar dan menghadapi persaingan yang semakin ketat. Dalam kegiatan pendampingan, pelaku UMKM dibimbing untuk mengembangkan desain kemasan yang lebih menarik dan profesional, serta menciptakan logo yang merepresentasikan karakter dan keunikan produk mereka. Proses ini dilakukan secara kolaboratif dengan pendekatan sederhana namun efektif, sehingga pelaku UMKM dapat memahami pentingnya branding dalam meningkatkan nilai produk tanpa harus mengeluarkan biaya besar. Setelah pendampingan, 70% produk telah memiliki desain kemasan dan logo baru yang lebih konsisten dan menarik. Perubahan ini memberikan nilai tambah yang signifikan bagi produk UMKM, menjadikannya lebih kompetitif baik di pasar lokal maupun online. Selain itu, branding yang lebih kuat membantu meningkatkan kesan profesionalisme dan kepercayaan konsumen, sehingga berkontribusi pada peningkatan penjualan dan loyalitas pelanggan.

Secara keseluruhan, pelaksanaan pengabdian masyarakat ini berlangsung secara sistematis melalui empat tahap utama: persiapan, pelaksanaan, output, dan evaluasi. Pada tahap persiapan, dilakukan identifikasi kebutuhan dan perencanaan kegiatan yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan, termasuk pelaku UMKM dan pihak terkait lainnya. Tahap pelaksanaan berupa pelatihan, pendampingan teknis, dan pengembangan materi yang disesuaikan dengan kondisi dan potensi lokal. Tahap output menghasilkan tiga pencapaian utama pada aspek QRIS, MAPS, dan branding seperti yang telah dijelaskan sebelumnya. Pada tahap evaluasi, dilakukan penilaian terhadap keberhasilan program berdasarkan indikator penggunaan teknologi, peningkatan data UMKM, dan perubahan identitas produk, serta dampaknya terhadap operasional dan daya

saing UMKM.

Dampak dari pelaksanaan pengabdian ini sangat signifikan. Adopsi QRIS membawa kemudahan dan efisiensi dalam proses transaksi sekaligus menarik konsumen baru dari generasi muda yang melek teknologi. Pemetaan digital melalui MAPS memberikan gambaran jelas mengenai potensi dan distribusi UMKM, memudahkan penyusunan strategi pemasaran yang lebih terarah dan efektif. Sementara itu, peningkatan branding meningkatkan nilai tambah produk, memperkuat posisi UMKM di pasar, dan membuka peluang penetrasi pasar online yang lebih luas. Kombinasi ketiga aspek ini tidak hanya memperbaiki aspek teknis dan pemasaran UMKM, tetapi juga meningkatkan kepercayaan diri pelaku usaha dalam menghadapi dinamika pasar yang semakin kompetitif.

Melalui pendekatan partisipatif yang melibatkan pelaku UMKM secara langsung, program ini berhasil memberdayakan komunitas usaha di Desa Bojongoang. Keberhasilan ini menjadi contoh nyata bagaimana inovasi digital dan pengembangan identitas produk dapat diterapkan secara praktis di tingkat akar rumput. Program ini juga menjadi inspirasi bagi pengembangan kegiatan serupa di wilayah lain, dengan catatan bahwa pendampingan yang berkelanjutan dan penyesuaian dengan karakteristik lokal sangat dibutuhkan agar hasil yang dicapai dapat bertahan dan terus berkembang.

Secara lebih luas, pengabdian ini memperkuat pondasi pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, di mana UMKM sebagai tulang punggung ekonomi lokal dapat tumbuh dan berkontribusi secara maksimal. Digitalisasi dan inovasi branding menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing di era ekonomi modern. Keberhasilan ini juga menggarisbawahi pentingnya kolaborasi antara perguruan tinggi, pelaku usaha, dan masyarakat dalam menciptakan ekosistem yang mendukung kemajuan UMKM.

Dengan demikian, program pendampingan ini tidak hanya menjadi

solusi atas permasalahan yang dihadapi UMKM, tetapi juga membuka peluang baru untuk pengembangan ekonomi berbasis komunitas yang lebih mandiri, inovatif, dan adaptif terhadap perubahan zaman. Harapannya, hasil-hasil positif yang dicapai dapat terus dikembangkan dan menjadi modal penting bagi kemajuan UMKM di masa depan.

KESIMPULAN

Pendampingan UMKM di Desa Bojongoang, Kabupaten Bandung melalui penerapan QRIS, pemetaan potensi usaha (MAPS), dan penguatan branding terbukti memiliki dampak signifikan dalam meningkatkan daya saing dan kemandirian ekonomi masyarakat. Penggunaan QRIS mendorong pelaku usaha beradaptasi dengan sistem pembayaran digital yang lebih cepat, praktis, dan aman, sehingga memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan volume transaksi. Pemetaan potensi usaha (MAPS) memberikan gambaran menyeluruh mengenai jenis usaha, lokasi strategis, serta peluang pasar lokal yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM untuk memperkuat strategi pemasaran. Sementara itu, penerapan branding, baik melalui desain logo, kemasan, maupun strategi digital branding berbasis media sosial, memperkuat identitas produk dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Sinergi ketiga aspek tersebut tidak hanya mendukung keberlanjutan usaha mikro, kecil, dan menengah, tetapi juga menjadi langkah konkret dalam memperkuat ekonomi lokal, menciptakan kemandirian desa, serta meningkatkan daya saing UMKM di tengah era digital yang semakin kompetitif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, arahan, dan kerja sama selama pelaksanaan kegiatan ini. Ucapan apresiasi khusus kami sampaikan kepada pihak Universitas Langlangbuana, baik dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Fakultas Hukum, Fakultas Teknik, Fakultas

Keguruan dan Ilmu Pendidikan, maupun Fakultas Ekonomi dan Bisnis, yang telah memberikan bimbingan, fasilitas, dan motivasi sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar.

Kami juga menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung kegiatan ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga kegiatan dapat terlaksana dengan baik dan memberikan manfaat. Semoga kerja sama dan partisipasi semua pihak dapat terus memberikan dampak positif bagi kegiatan serupa di masa mendatang.

REFERENSI/REFERENCE

- Anisah, A.N. and Fadilah, I., 2021. Analisis Perbandingan Keberhasilan UMKM Sebelum dan Saat Menggunakan Quick Response Indonesian Standard (QRIS) di Kota Pematangsiantar. *Ekuilnomi: Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(2), pp.135-144. Available at: <https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2916106&title=Analisis+Perbandingan+Keberhasilan+UMKM+Sebelum+Dan+Saat+Menggunakan+Quick+Response+Indonesia+Standard+QRIS+Di+Kota+Pematangsiantar&val=19582>
- Asnawi, M., 2023. Persepsi Pengguna QRIS pada UMKM di Kota Mataram. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), pp.45-56. Available at: <https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=3367465&title=Persepsi+Pengguna+QRIS+Pada+UMKM+Di+Kota+Mataram&val=29544>
- Putri, A., 2022. Penerapan Digital Branding bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Sosial & Abdimas*, 1(2), pp.55-64. Available at: <https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2728043&title=Penerapan+Digital+branding+bagi+pelaku+Usaha+Mikro+Kecil+Menengah&val=24823>
- Sari, M. and Hidayat, T., 2022. Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Branding pada UMKM Rajutan BKL Bismo. *Literasi: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 2(2), pp.77-85. Available at: <https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=3260717&title=Pentingnya+Peran+Logo+Dalam+Membangun+Branding+Pada+UMKM+Rajutan+BKL+Bismo&val=28571>
- Situmorang, R., 2020. Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard bagi Perkembangan UMKM di Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 21(2), pp.99-110. Available at: <https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1657689&title=Implementasi+Sistem+Pembayaran+Quick+Response+Indonesia+Standard+Bagi+Perkembangan+UMKM+di+Medan&val=16136>