

Pendampingan Digitalisasi Pembayaran dan Penguatan Visual Branding pada UMKM Ayam Geprek Sambal Gue Beda di Kota Samarinda

Puteri Aprilani*, Rita Mariati, Mariyah, Jhon Calvin Sipayung, Sahid Fajar Sidik, Yahya Adiwinata, M. Ridho Maulana

Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Mulawarman

*Email: puteriaprilani@faperta.unmul.ac.id

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a significant role in the national economy; however, they continue to face various challenges, particularly in digitalization and marketing aspects. *Ayam Geprek Sambal Gue Beda*, an MSME located in Samarinda Ulu District, encountered several problems, including limited payment methods that relied solely on cash transactions and an unattractive outlet appearance due to an outdated banner. This community service program aimed to enhance business competitiveness through the implementation of QRIS-based digital payments and the strengthening of visual branding by redesigning the business banner. The methods employed included observation, in-depth interviews, technical assistance, and documentation. The activities were carried out through several stages, namely problem identification, solution formulation, implementation, and evaluation. The results showed that QRIS was successfully implemented and could be used as a non-cash payment alternative. In addition, the installation of a new banner improved the outlet's visual appearance and attracted greater consumer attention. The program resulted in easier transaction processes, higher customer satisfaction, and an approximately 10% increase in sales turnover after the assistance program. These findings indicate that simple interventions based on digitalization and branding can provide positive impacts on MSME development.

Keywords: digital payment, QRIS, MSMEs, branding

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian nasional, namun masih menghadapi berbagai kendala dalam pengembangan usaha, khususnya pada aspek digitalisasi dan pemasaran. UMKM Ayam Geprek Sambal Gue Beda yang berlokasi di Kecamatan Samarinda Ulu menghadapi permasalahan berupa keterbatasan sistem pembayaran yang masih menggunakan transaksi tunai serta tampilan outlet yang kurang menarik akibat spanduk yang telah usang. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan daya saing usaha melalui implementasi pembayaran digital berbasis QRIS dan penguatan visual branding melalui pembaruan spanduk usaha. Metode yang digunakan meliputi observasi, wawancara mendalam, pendampingan teknis, dan dokumentasi. Tahapan kegiatan terdiri atas identifikasi masalah, perumusan solusi, implementasi, serta evaluasi hasil. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa QRIS berhasil diimplementasikan dan dapat digunakan sebagai alternatif pembayaran non tunai. Selain itu, pemasangan spanduk baru meningkatkan tampilan visual outlet sehingga lebih menarik perhatian konsumen. Dampak kegiatan ditunjukkan dengan meningkatnya kemudahan transaksi, meningkatnya kepuasan pelanggan, serta adanya peningkatan omzet sekitar 10% setelah pelaksanaan pendampingan. Kegiatan ini menunjukkan bahwa intervensi sederhana berbasis digitalisasi dan branding mampu memberikan dampak positif terhadap pengembangan UMKM.

Kata Kunci: digitalisasi pembayaran, QRIS, UMKM, branding

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Selain berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), UMKM juga berperan dalam penyerapan tenaga kerja serta pemerataan pendapatan masyarakat. Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat menuntut pelaku UMKM untuk beradaptasi agar mampu meningkatkan daya saing usaha.

Salah satu sektor yang berkembang cukup pesat adalah usaha kuliner. Tingginya persaingan pada sektor ini menyebabkan pelaku usaha dituntut untuk tidak hanya mengandalkan kualitas produk, tetapi juga meningkatkan kualitas pelayanan dan strategi pemasaran. Pemanfaatan teknologi pembayaran digital serta penguatan identitas visual usaha menjadi faktor yang dapat meningkatkan kenyamanan konsumen dan memperkuat citra usaha.

UMKM ‘Ayam Geprek Sambal Gue Beda’ milik Ibu Lisa yang berlokasi di Jalan Anggur, Kecamatan Samarinda Ulu, Kota Samarinda merupakan usaha kuliner yang memiliki potensi cukup baik. Berdasarkan hasil observasi awal ditemukan beberapa kendala yang dihadapi, yaitu sistem pembayaran yang masih menggunakan uang tunai sehingga membatasi fleksibilitas transaksi konsumen serta kondisi spanduk usaha yang sudah pudar sehingga kurang menarik perhatian pelanggan. Transformasi digital melalui implementasi *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) merupakan salah satu strategi yang dapat meningkatkan kemudahan transaksi dan mendukung perilaku masyarakat yang semakin mengarah pada transaksi non tunai. Selain itu, branding visual melalui desain spanduk yang menarik mampu meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan identitas usaha. Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas UMKM melalui pendampingan penerapan pembayaran digital berbasis QRIS dan penguatan visual branding sebagai upaya meningkatkan daya saing usaha.

METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada bulan April–Mei 2026 di UMKM Ayam ‘Geprek Sambal Gue Beda’ yang berlokasi di Jalan Anggur, Kecamatan Samarinda Ulu, Kota Samarinda. Sasaran kegiatan adalah pemilik usaha, yaitu Ibu Lisa. Metode yang digunakan ialah observasi, wawancara mendalam, pendampingan teknis, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengetahui kondisi awal usaha, sedangkan wawancara digunakan untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi mitra. Selanjutnya dilakukan pendampingan dalam implementasi solusi yang telah disepakati.

Tahapan pelaksanaan meliputi: (1) identifikasi permasalahan melalui observasi dan wawancara; (2) penyusunan solusi berdasarkan kebutuhan mitra; (3) pendampingan pembuatan dan aktivasi QRIS; (4) pembuatan desain dan pemasangan spanduk baru; dan (5) evaluasi hasil kegiatan berdasarkan perubahan kondisi usaha sebelum dan sesudah pendampingan. Evaluasi dilakukan melalui observasi langsung dan wawancara lanjutan untuk mengetahui perubahan pada sistem pembayaran, tampilan outlet, serta perkembangan omzet usaha setelah implementasi program.

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Kondisi Awal UMKM Ayam Geprek Sambal Gue

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara awal, diketahui bahwa UMKM Ayam Geprek Sambal Gue Beda yang berlokasi di Jalan Anggur, Kecamatan Samarinda Ulu, Kota Samarinda, memiliki beberapa kendala dalam pengembangan usaha. Permasalahan utama yang ditemukan meliputi keterbatasan metode pembayaran yang masih menggunakan transaksi tunai (cash only), tampilan visual outlet yang kurang menarik akibat spanduk yang sudah memudar, serta belum optimalnya pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung aktivitas usaha. Kondisi tersebut berpotensi mengurangi daya tarik konsumen dan membatasi fleksibilitas transaksi yang semakin mengarah pada sistem pembayaran non-tunai.

Perubahan perilaku konsumen pasca pandemi menunjukkan adanya peningkatan penggunaan transaksi digital dan preferensi terhadap sistem pembayaran yang lebih praktis. Menurut Bank Indonesia (2024), jumlah merchant pengguna QRIS terus mengalami peningkatan sebagai bentuk percepatan

transformasi digital nasional. Di sisi lain, identitas visual usaha menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap persepsi konsumen dan keputusan pembelian, terutama pada sektor kuliner yang memiliki tingkat persaingan tinggi (Prasetyo et al., 2023). Berdasarkan kondisi tersebut, tim pendamping bersama mitra menyepakati dua solusi prioritas yang dianggap mampu memberikan dampak langsung terhadap usaha, yaitu implementasi pembayaran digital berbasis QRIS dan penguatan visual branding melalui pembaruan desain spanduk.



Gambar 1. Observasi awal

3.2 Implementasi Pembayaran Digital Berbasis QRIS

Sebelum kegiatan pendampingan dilakukan, seluruh transaksi di UMKM Ayam Geprek Sambal Gue Beda masih dilakukan secara tunai. Kondisi tersebut sebenarnya cukup umum dijumpai pada usaha mikro yang dikelola secara mandiri. Namun, di tengah perubahan perilaku konsumen yang semakin terbiasa menggunakan pembayaran digital, keterbatasan metode pembayaran menjadi salah satu faktor yang berpotensi mengurangi kenyamanan pelanggan. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha, beberapa konsumen pernah membatalkan pembelian karena tidak membawa uang tunai dan tidak tersedia alternatif pembayaran lainnya.

Berangkat dari kondisi tersebut, pendampingan difokuskan pada penerapan sistem pembayaran berbasis QRIS. Proses implementasi dimulai dari pendampingan pendaftaran merchant, aktivasi akun, hingga simulasi penggunaan dalam transaksi sehari-hari. Pada tahap awal, pemilik usaha masih menunjukkan keraguan terhadap penggunaan sistem pembayaran digital. Kekhawatiran utama yang muncul berkaitan dengan keamanan transaksi dan cara memastikan pembayaran yang dilakukan konsumen benar-benar telah masuk ke rekening. Keraguan tersebut cukup wajar mengingat sebelumnya seluruh aktivitas transaksi dilakukan secara konvensional dan pemilik usaha belum pernah menggunakan sistem pembayaran digital.

Pendekatan yang dilakukan tidak hanya sebatas membantu proses pendaftaran, tetapi juga memberikan pendampingan secara langsung melalui simulasi transaksi. Pendampingan yang bersifat partisipatif ini membuat pemilik usaha lebih mudah memahami mekanisme pembayaran digital dan secara bertahap mulai terbiasa menggunakannya dalam aktivitas operasional sehari-hari. Setelah QRIS aktif, konsumen dapat melakukan pembayaran menggunakan berbagai platform dompet digital maupun mobile banking tanpa harus membawa uang tunai. Keberadaan QRIS tidak hanya memberikan kemudahan bagi konsumen, tetapi juga memberikan manfaat bagi pelaku usaha. Proses transaksi menjadi lebih praktis, risiko kesalahan pengembalian uang dapat diminimalkan, dan pencatatan transaksi menjadi lebih tertib. Hal ini sejalan dengan kebijakan Bank Indonesia yang menempatkan QRIS sebagai instrumen untuk mempercepat transformasi digital dan memperluas inklusi keuangan di Indonesia (Bank Indonesia, 2024). Dengan adanya sistem pembayaran yang terintegrasi, UMKM memiliki peluang yang lebih besar untuk menyesuaikan diri dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengarah pada transaksi non tunai.

Temuan selama pendampingan menunjukkan bahwa hambatan utama dalam digitalisasi UMKM sebenarnya bukan terletak pada teknologi itu sendiri, melainkan pada kesiapan sumber daya manusia dalam menerima perubahan. Hal ini menunjukkan bahwa transformasi digital pada UMKM tidak cukup

hanya melalui penyediaan teknologi, tetapi juga membutuhkan proses edukasi dan pendampingan yang berkelanjutan. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Rahmayanti et al. (2023) yang menyatakan bahwa adopsi QRIS pada UMKM mampu meningkatkan efisiensi transaksi dan kualitas pelayanan, tetapi tingkat penerimaannya sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam memahami dan mengoperasikan teknologi tersebut. Selain itu, penelitian Purwandari et al. (2022) menunjukkan bahwa digitalisasi menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM karena mampu memperbaiki kualitas layanan dan memberikan pengalaman transaksi yang lebih baik bagi konsumen. Dengan demikian, penerapan QRIS pada UMKM Ayam Geprek Sambal Gue Beda tidak hanya berfungsi sebagai alat pembayaran alternatif, tetapi juga menjadi langkah awal menuju transformasi usaha yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar.

3.3 Penguatan Visual Branding melalui Pembaruan Spanduk Usaha

Selain digitalisasi pembayaran, kegiatan pendampingan juga difokuskan pada penguatan identitas visual usaha melalui pembuatan spanduk baru yang lebih menarik dan informatif. Sebelum pendampingan dilakukan, kondisi spanduk yang telah pudar menyebabkan tampilan outlet terlihat kurang menarik dan kurang mampu membangun identitas merek secara optimal. Desain spanduk baru dibuat dengan mempertimbangkan aspek identitas merek, informasi produk, warna yang menarik perhatian, serta keterbacaan informasi oleh konsumen. Pemilihan warna merah dan kuning digunakan karena secara psikologis warna tersebut mampu meningkatkan selera makan dan menarik perhatian konsumen pada industri makanan.

Setelah pemasangan spanduk baru, tampilan outlet menjadi lebih menarik, bersih, dan profesional. Perubahan tersebut memberikan kesan positif bagi konsumen dan meningkatkan visibilitas usaha dari jalan raya. Hasil ini sejalan dengan penelitian Sari et al. (2022) yang menyatakan bahwa visual branding memiliki peran penting dalam membangun citra usaha dan meningkatkan minat beli konsumen. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Hidayat dan Nugroho (2024) menunjukkan bahwa identitas visual yang kuat dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM. Penguatan branding visual menjadi salah satu bentuk inovasi sederhana yang dapat dilakukan oleh UMKM dengan biaya relatif rendah namun memiliki dampak yang cukup signifikan terhadap persepsi pelanggan.



Gambar 2. Desain baru spanduk

Evaluasi Hasil Pendampingan

Evaluasi kegiatan dilakukan dengan membandingkan kondisi usaha sebelum dan sesudah pendampingan. Hasil evaluasi menunjukkan adanya perubahan positif pada beberapa aspek usaha sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Perbandingan Kondisi Sebelum dan Sesudah Pendampingan

Aspek	Sebelum Pendampingan	Sesudah Pendampingan
Sistem pembayaran	Tunai (Cash Only)	QRIS Aktif
Tampilan outlet	Spanduk lama dan pudar	Spanduk baru dan lebih menarik
Kemudahan transaksi	Terbatas pada pembayaran tunai	Lebih fleksibel dan praktis
Daya Tarik visual	Kurang menarik	Lebih representatif
Omzet usaha	Stabil	Meningkat 10%

Berdasarkan hasil wawancara lanjutan dengan pemilik usaha, peningkatan omzet sekitar 10% terjadi setelah implementasi QRIS dan pembaruan tampilan outlet. Peningkatan tersebut dipengaruhi oleh semakin mudahnya konsumen melakukan transaksi dan meningkatnya daya tarik visual yang mampu menarik pelanggan baru. Selain aspek ekonomi, kegiatan pendampingan juga meningkatkan kapasitas mitra dalam memanfaatkan teknologi digital dan memahami pentingnya branding usaha. Peningkatan kemampuan tersebut merupakan salah satu indikator keberhasilan program pemberdayaan masyarakat yang tidak hanya berorientasi pada peningkatan pendapatan, tetapi juga peningkatan kompetensi pelaku usaha. Temuan ini sejalan dengan penelitian Purwandari et al. (2022) yang menyatakan bahwa transformasi digital dan inovasi pemasaran memberikan kontribusi terhadap peningkatan kinerja dan daya saing UMKM. Sementara itu, Sembiring et al. (2024) menjelaskan bahwa keberhasilan pendampingan UMKM sangat dipengaruhi oleh keterlibatan aktif mitra dalam setiap tahapan kegiatan sehingga solusi yang diberikan dapat diterapkan secara berkelanjutan.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa penerapan pembayaran digital dan penguatan visual branding mampu memberikan dampak positif terhadap perkembangan UMKM Ayam Geprek Sambal Gue Beda. Intervensi sederhana yang dilakukan melalui pendekatan partisipatif terbukti mampu meningkatkan kualitas pelayanan, memperkuat identitas usaha, serta mendorong peningkatan kinerja usaha secara bertahap.

KESIMPULAN

Kegiatan pendampingan pada UMKM Ayam Geprek Sambal Gue Beda berhasil memberikan kontribusi positif dalam mendukung pengembangan usaha melalui penerapan pembayaran digital berbasis QRIS dan penguatan visual branding. Implementasi QRIS mampu meningkatkan kemudahan transaksi serta memberikan alternatif pembayaran yang lebih sesuai dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengarah pada sistem pembayaran non-tunai. Sementara itu, pembaruan spanduk usaha berhasil memperbaiki tampilan visual outlet sehingga memberikan kesan yang lebih menarik dan profesional bagi konsumen.

Pendampingan yang dilakukan tidak hanya menghasilkan perubahan pada aspek fisik dan teknologi, tetapi juga meningkatkan pemahaman dan kesiapan pemilik usaha dalam memanfaatkan inovasi sederhana untuk mendukung perkembangan bisnis. Perubahan tersebut berdampak pada meningkatnya kenyamanan konsumen, bertambahnya daya tarik usaha, serta adanya peningkatan omzet sekitar 10% setelah pelaksanaan program.

Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan bahwa intervensi yang sederhana namun tepat sasaran, melalui pendekatan pendampingan yang partisipatif dan berbasis kebutuhan mitra, dapat menjadi langkah awal yang efektif dalam mendorong transformasi dan peningkatan daya saing UMKM secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. (2024). *Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2030*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Hidayat, A., & Nugroho, S. (2024). Visual Branding Strategy and Consumer Trust in MSMEs. *International Journal of Professional Business Review*, 9(2), 1–14.

- Prasetyo, A., Widodo, E., & Sari, M. (2023). Consumer Behavior and Digital Transformation in Culinary SMEs. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(4), 100139.
- Purwandari, B., Sari, M., & Wibowo, A. (2022). Digital Transformation and Marketing Innovation on MSMEs Performance. *Sustainability*, 14(21), 14308.
- Rahmayanti, D., Putri, A., & Hidayah, N. (2023). QRIS Adoption and Financial Inclusion among MSMEs in Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(4), 100112.
- Sari, N., Rahman, M., & Kurniawan, A. (2022). The Effect of Visual Branding on Consumer Purchase Decisions in Small Businesses. *Cogent Business & Management*, 9(1), 1–13.
- Sembiring, R., Hasibuan, A., & Harahap, D. (2024). Community Empowerment and MSME Assistance for Sustainable Development. *Journal of Community Development Research*, 17(1), 44–56.