

Penguatan Branding dan Digitalisasi UMKM melalui Papan Nama Usaha, Google Maps dan QRIS di Kelurahan Mesjid Priyayi Kecamatan Kasemen Kota Serang

Vira Safitri¹, Suflani², Wahyu Kurniawan³, Sindy Tika Sulatri⁴, Grace Rosalia Lumban Gaol⁵ Nadrah⁶, Christy Desi Hasugian⁷

^{1,2,3,4,5,6,7} Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

^{1,2,3,4,5,6,7} **Universitas Bina Bangsa, Banten, Indonesia**

email: vrasafitri21@gmail.com¹, Suflani0780@gmail.com², wahyukurniawansyaputra1@gmail.com³, sindysulastri25@gmail.com⁴, gracerosalialumbangaol@gmail.com⁵, isminadrah05@gmail.com⁶, christyhsg@gmail.com⁷

Abstract

The development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) requires effective branding and digitalization strategies to increase business visibility, accessibility, and competitiveness. However, some MSMEs in Mesjid Priyayi Village, Kasemen District, Serang City, still have limited business identity, digital location information, and digital payment facilities. This community service program aimed to strengthen MSME branding and digitalization through the provision of business signboards, registration and optimization of business locations on Google Maps, and implementation of QRIS as a digital payment facility. The implementation method consisted of identifying MSME needs, designing and producing business signboards, assisting MSME owners in registering business locations on Google Maps, facilitating QRIS registration and utilization, and providing mentoring and evaluation. The results of the program indicate that the installation of business signboards strengthened the visual identity of MSMEs, Google Maps increased the accessibility and visibility of business locations, and QRIS provided MSME owners with a more practical and modern digital payment alternative. The program also increased MSME owners' awareness of the importance of branding and digital technology in supporting business development. Therefore, the integration of business identity, digital location information, and digital payment facilities can serve as a practical strategy for strengthening the competitiveness and sustainability of MSMEs in Mesjid Priyayi Village.

Keywords: *community service; MSMEs; branding; digitalization; Google Maps; QRIS*

Abstrak

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memerlukan strategi branding dan digitalisasi yang efektif untuk meningkatkan visibilitas, aksesibilitas, serta daya saing usaha. Namun, sebagian UMKM di Kelurahan Mesjid Priyayi, Kecamatan Kasemen, Kota Serang, masih memiliki keterbatasan dalam identitas usaha, informasi lokasi secara digital, dan fasilitas pembayaran digital. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat branding dan digitalisasi UMKM melalui pembuatan papan nama usaha, pendaftaran dan optimalisasi lokasi usaha pada Google Maps, serta penerapan QRIS sebagai sarana pembayaran digital. Metode pelaksanaan meliputi identifikasi kebutuhan UMKM, perancangan dan pembuatan papan nama usaha, pendampingan pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps, pendampingan pembuatan dan pemanfaatan QRIS, serta monitoring dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pemasangan papan nama mampu memperkuat identitas visual UMKM, pemanfaatan Google Maps meningkatkan kemudahan masyarakat dalam menemukan dan mengakses lokasi usaha, sedangkan penggunaan QRIS memberikan alternatif pembayaran yang lebih praktis, aman, dan sesuai dengan perkembangan transaksi digital. Kegiatan ini juga meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya branding dan pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung pengembangan usaha. Dengan demikian, integrasi identitas usaha, informasi lokasi digital, dan sistem pembayaran digital dapat menjadi strategi praktis dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM di Kelurahan Mesjid Priyayi.

Kata Kunci: pengabdian kepada masyarakat; UMKM; branding; digitalisasi; Google Maps; QRIS

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu penopang utama perekonomian Indonesia. Data yang dihimpun menunjukkan bahwa UMKM berkontribusi lebih dari 60 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional serta menyerap sekitar 97 persen tenaga kerja di Indonesia [1]. Kontribusi yang besar ini menjadikan UMKM sebagai sektor strategis yang perlu terus didorong agar mampu bertahan dan berkembang, terutama di tengah persaingan usaha yang semakin ketat dan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengarah pada transaksi berbasis digital [2].

Di sisi lain, banyak pelaku UMKM di Indonesia masih menghadapi keterbatasan mendasar dalam tiga aspek yang saling berkaitan, yaitu identitas usaha, informasi lokasi secara digital, dan fasilitas pembayaran digital. Sebagian besar UMKM belum memiliki identitas visual yang representatif sehingga sulit dikenali dan diingat oleh konsumen [3]. Ketiadaan identitas visual yang jelas turut memengaruhi daya saing usaha, karena branding yang lemah cenderung mengurangi kepercayaan konsumen dan membatasi peluang perluasan pasar [4]. Selain itu, keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi digital, seperti platform pemetaan lokasi dan sistem pembayaran nontunai, juga masih banyak ditemukan pada UMKM skala mikro dan kecil, khususnya di wilayah perdesaan dan kelurahan yang jauh dari pusat kota [5].

Kondisi tersebut juga ditemukan pada sejumlah pelaku UMKM di Kelurahan Mesjid Priyayi, Kecamatan Kasemen, Kota Serang. Berdasarkan hasil observasi awal tim pengabdian, sebagian UMKM di wilayah ini belum memiliki papan nama usaha yang memadai sehingga identitas fisik usaha kurang terlihat oleh masyarakat maupun calon pelanggan yang melintas. Lokasi usaha juga belum terdaftar atau belum optimal pada platform Google Maps, sehingga menyulitkan masyarakat luar wilayah dalam menemukan lokasi usaha secara akurat. Pada aspek transaksi, sebagian UMKM, terutama yang bergerak di bidang kuliner dan kantin sekolah, masih sepenuhnya mengandalkan pembayaran tunai dan belum menerapkan sistem pembayaran digital berbasis QRIS. Ketiga keterbatasan ini secara langsung berdampak pada rendahnya visibilitas, aksesibilitas, dan daya saing UMKM di wilayah tersebut.

Papan nama usaha memiliki peran penting sebagai identitas visual sekaligus sarana penunjuk arah lokasi UMKM. Pemasangan papan nama yang representatif terbukti mampu memperkuat identitas usaha, meningkatkan citra profesional, dan mempermudah masyarakat luar wilayah dalam menemukan lokasi usaha [6]. Penelitian pengabdian

lain juga menunjukkan bahwa desain identitas visual, termasuk logo, banner, dan papan nama, menjadi salah satu kekuatan brand yang berkontribusi langsung terhadap daya saing produk UMKM [7]. Selain aspek fisik, penguatan visual branding melalui papan nama dan signage juga dinilai efektif dalam membangun kesan pertama yang kuat kepada calon konsumen [8].

Selanjutnya, pendaftaran dan optimalisasi lokasi usaha pada Google Maps menjadi salah satu bentuk digitalisasi yang paling mudah diakses oleh pelaku UMKM. Beberapa kegiatan pengabdian di berbagai wilayah Indonesia menunjukkan bahwa pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps secara konsisten mampu meningkatkan visibilitas usaha, mempermudah konsumen dalam menemukan lokasi, serta memperkuat kredibilitas usaha melalui fitur ulasan dan rating [9], [10]. Pendampingan serupa yang dilakukan di berbagai desa dan kelurahan lain di Indonesia juga menunjukkan hasil yang konsisten, yaitu peningkatan jumlah UMKM yang terdaftar serta peningkatan pemahaman pelaku usaha dalam mengelola profil bisnis secara mandiri [11], [12]. Dengan demikian, Google Maps dapat menjadi instrumen digitalisasi sederhana namun berdampak besar terhadap perluasan jangkauan pasar UMKM [13].

Pada aspek pembayaran digital, QRIS atau Quick Response Code Indonesian Standard telah menjadi standar nasional yang mendorong transformasi pembayaran nontunai di kalangan UMKM. Berbagai kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa penerapan QRIS pada UMKM mampu mempercepat proses transaksi, meningkatkan keamanan pembayaran, serta memperluas basis konsumen yang terbiasa dengan transaksi nontunai [14]. Penggunaan QRIS juga terbukti berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan UMKM karena kemudahan transaksi yang ditawarkan [15]. Selain itu, adopsi sistem pembayaran digital seperti QRIS dinilai relevan khususnya bagi UMKM yang berhadapan langsung dengan konsumen usia muda, seperti kantin sekolah, yang cenderung lebih terbiasa dengan transaksi nontunai dibandingkan uang tunai [16], [17].

Selain tiga instrumen utama tersebut, penguatan legalitas usaha melalui Nomor Induk Berusaha (NIB) juga menjadi bagian penting dalam mendukung kredibilitas dan keberlanjutan UMKM. NIB berfungsi sebagai bukti pengakuan resmi dari pemerintah yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan mitra usaha, sekaligus membuka akses terhadap berbagai program pembinaan dan pembiayaan pemerintah [18], [19]. Dalam program pengabdian ini, penguatan legalitas usaha menjadi salah satu bentuk pendampingan tambahan yang

relevan dengan konteks digitalisasi dan branding UMKM secara menyeluruh.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa branding fisik melalui papan nama usaha, digitalisasi lokasi melalui Google Maps, dan digitalisasi pembayaran melalui QRIS merupakan tiga elemen yang saling melengkapi dalam memperkuat daya saing UMKM. Namun, sebagian besar kajian pengabdian sebelumnya cenderung membahas ketiga instrumen tersebut secara terpisah dan pada objek UMKM yang berbeda. Program pengabdian ini berupaya mengintegrasikan ketiga pendekatan tersebut secara bersamaan pada beberapa UMKM sasaran di satu wilayah yang sama, yaitu Kelurahan Mesjid Priyayi, Kecamatan Kasemen, Kota Serang, dengan penyesuaian bentuk pendampingan sesuai kebutuhan spesifik masing-masing UMKM.

Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memperkuat branding dan digitalisasi UMKM di Kelurahan Mesjid Priyayi melalui tiga pendekatan utama, yaitu pembuatan dan pemasangan papan nama usaha untuk memperkuat identitas visual, pendampingan pendaftaran dan optimalisasi lokasi usaha pada Google Maps untuk meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas, serta pendampingan pembuatan dan penerapan QRIS sebagai sarana pembayaran digital. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya branding dan pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung keberlanjutan dan daya saing usaha di era ekonomi digital.

METODE PENGABDIAN MASYARAKAT

Jenis Kegiatan dan Pendekatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif, yaitu pendekatan yang melibatkan pelaku UMKM secara aktif sebagai mitra utama dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi kebutuhan hingga evaluasi hasil pendampingan [20]. Pendekatan ini dipilih karena kebutuhan branding dan digitalisasi antar UMKM bersifat spesifik dan tidak seragam, sehingga diperlukan penyesuaian bentuk pendampingan berdasarkan kondisi riil, jenis usaha, serta kendala yang dihadapi oleh masing-masing mitra [21].

Lokasi dan Khalayak Sasaran

Kegiatan dilaksanakan di Kelurahan Mesjid Priyayi, Kecamatan Kasemen, Kota Serang, Provinsi Banten. Khalayak sasaran kegiatan ini adalah tujuh UMKM yang dipilih berdasarkan hasil observasi awal mengenai keragaman jenis usaha dan variasi kebutuhan branding maupun digitalisasi. Ketujuh

UMKM tersebut beserta jenis usaha dan bentuk pendampingan yang diterima disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. UMKM Sasaran dan Bentuk Pendampingan

No	Nama UMKM	Jenis Usaha	Bentuk Pendampingan
1	Yuli Jaya	Kue satu dan gipang	Pendaftaran Google Maps, pembuatan video promosi, pemasangan banner
2	Rengginang Murah Hati	Rengginang, emping, dan lidi-lidian	Pendaftaran Google Maps, pembuatan logo dan label kemasan, pemasangan banner
3	Banyu Biru Fress	Depot isi ulang air minum	Pengurusan NIB, pendaftaran Google Maps
4	Thumbas Gen Z	Kantin sekolah	Pembuatan dan penerapan QRIS
5	Madam Food	Kantin sekolah	Pembuatan dan penerapan QRIS
6	Seblak Prasmanan Mamah Khodijah	Seblak	Pendaftaran Google Maps
7	Bakso Mas Tendi	Bakso	Pendaftaran Google Maps

Pemetaan ini menunjukkan bahwa pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps menjadi kebutuhan yang paling merata di antara ketujuh UMKM, sementara penguatan identitas visual melalui papan nama, logo, dan label kemasan lebih difokuskan pada UMKM yang bergerak di bidang produk olahan dengan kemasan, dan penerapan QRIS diprioritaskan pada UMKM yang bertransaksi cepat dan berulang seperti kantin sekolah.

Tahapan Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini terdiri atas lima tahapan utama, yaitu identifikasi kebutuhan UMKM, perancangan dan pembuatan papan nama usaha, pendampingan pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps, pendampingan pembuatan dan pemanfaatan QRIS, serta monitoring dan evaluasi. Selain kelima tahapan tersebut, kegiatan ini juga mencakup pendampingan tambahan berupa pembuatan logo dan label kemasan, produksi video promosi, serta pengurusan legalitas usaha, yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik masing-masing mitra.

Tahap 1: Identifikasi Kebutuhan UMKM

Tahap awal dilakukan melalui observasi lapangan dan wawancara langsung dengan pelaku UMKM untuk memetakan kondisi identitas usaha, status pendaftaran lokasi digital, serta ketersediaan sistem pembayaran yang digunakan. Identifikasi ini juga mencakup penggalan kendala yang dihadapi mitra, seperti keterbatasan literasi

digital, ketiadaan papan nama, serta belum adanya legalitas usaha formal [24]. Hasil identifikasi ini menjadi dasar dalam menentukan bentuk pendampingan yang paling relevan untuk setiap UMKM sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1.

Tahap 2: Perancangan dan Pembuatan Papan Nama Usaha

Tahap ini meliputi diskusi desain bersama pemilik UMKM, penentuan ukuran dan material papan nama, proses pencetakan, hingga pemasangan di lokasi usaha. Proses perancangan mempertimbangkan nama usaha, warna, dan elemen visual yang mencerminkan karakteristik produk agar papan nama dapat berfungsi sekaligus sebagai media identitas dan promosi [7]. Pada UMKM Yuli Jaya dan Rengginang Murah Hati, tahap ini diperluas dengan pemasangan banner tempat usaha sebagai penguat identitas fisik tambahan di samping papan nama. Selain fungsi identitas, papan nama dan banner juga berperan sebagai penunjuk arah yang mempermudah calon konsumen menemukan lokasi usaha secara langsung [22].

Khusus pada UMKM Rengginang Murah Hati, penguatan identitas visual dilakukan secara lebih menyeluruh melalui pembuatan logo usaha dan desain label kemasan produk, mengingat produk yang dijual berupa makanan olahan yang dikemas dan dijual dalam bentuk kemasan siap jual. Pembuatan logo dan label kemasan bertujuan untuk membangun kesan profesional pada produk serta memudahkan konsumen mengenali dan membedakan produk dari kompetitor sejenis [3], [9].

Pada UMKM Yuli Jaya, sebagai pelengkap penguatan branding fisik, dilakukan pula produksi video promosi digital yang menampilkan proses produksi dan produk unggulan usaha. Video promosi ini dirancang untuk digunakan sebagai konten pemasaran pada media sosial guna memperluas jangkauan pasar di luar wilayah kelurahan.

Tahap 3: Pendampingan Pendaftaran Lokasi Usaha pada Google Maps

Tahap ini dilaksanakan pada lima UMKM, yaitu Yuli Jaya, Rengginang Murah Hati, Banyu Biru Fress, Seblak Prasmanan Mamah Khodijah, dan Bakso Mas Tendi. Proses pendampingan meliputi pembuatan akun Google Bisnisku, pengisian profil usaha berupa nama, kategori usaha, alamat, dan jam operasional, penempatan pin titik lokasi secara akurat, pengunggahan foto produk dan tampilan tempat usaha, hingga proses verifikasi lokasi [10], [23]. Setelah proses pendaftaran, tim pengabdian juga memberikan pengetahuan dasar mengenai pengelolaan profil bisnis secara mandiri, termasuk cara merespons ulasan pelanggan, agar mitra dapat memperbarui informasi usahanya secara

berkelanjutan tanpa bergantung pada pendampingan lanjutan [11], [12].

Tahap 4: Pendampingan Pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB)

Tahap ini secara khusus dilaksanakan pada UMKM Banyu Biru Fress sebagai usaha depot isi ulang air minum yang memerlukan jaminan legalitas dalam menjalankan operasional usahanya. Pendampingan dilakukan melalui sosialisasi mengenai pentingnya legalitas usaha, dilanjutkan dengan pendampingan teknis pendaftaran NIB melalui sistem Online Single Submission (OSS) [18], [26]. Legalitas usaha melalui NIB diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen sekaligus membuka akses terhadap program pembinaan dan bantuan pemerintah bagi UMKM [19].

Tahap 5: Pendampingan Pembuatan dan Pemanfaatan QRIS

Tahap ini dilaksanakan pada UMKM Thumbas Gen Z dan Madam Food, yang keduanya merupakan kantin sekolah dengan volume transaksi harian yang tinggi dan berulang. Pendampingan meliputi sosialisasi manfaat QRIS sebagai alat pembayaran nontunai, pendaftaran akun merchant QRIS, aktivasi kode QR, simulasi transaksi, hingga praktik langsung penggunaan QRIS dalam transaksi harian [24], [25]. Pemilihan QRIS sebagai fokus pendampingan pada kedua kantin sekolah ini didasarkan pada kebutuhan transaksi yang cepat dan aman, mengingat konsumen utama kedua usaha tersebut adalah siswa yang semakin terbiasa dengan pembayaran digital dibandingkan uang tunai [14], [17].

Tahap 6: Monitoring dan Evaluasi

Tahap akhir dilakukan melalui pemantauan langsung terhadap kondisi papan nama yang telah terpasang, status verifikasi lokasi usaha pada Google Maps, serta konsistensi penggunaan QRIS dalam transaksi harian mitra. Evaluasi dilakukan secara deskriptif kualitatif dengan membandingkan kondisi UMKM sebelum dan sesudah pendampingan, mencakup aspek identitas visual, visibilitas digital, dan kesiapan bertransaksi nontunai [24]. Selain itu, evaluasi juga menggali pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya branding dan digitalisasi usaha setelah menerima seluruh rangkaian pendampingan.

Teknik Pengumpulan Data

Data dalam kegiatan pengabdian ini dikumpulkan melalui tiga teknik, yaitu observasi lapangan untuk mengamati kondisi fisik dan digital usaha sebelum dan sesudah intervensi, wawancara semi terstruktur dengan pelaku UMKM untuk menggali kebutuhan dan tanggapan terhadap program, serta dokumentasi berupa foto dan tangkapan layar sebagai bukti pelaksanaan setiap tahapan kegiatan.

Indikator Keberhasilan

Keberhasilan kegiatan ini diukur berdasarkan beberapa indikator, yaitu terpasangnya papan nama dan banner usaha secara fisik di lokasi UMKM, terdaftar dan terverifikasinya lokasi usaha pada Google Maps, tersedianya logo dan label kemasan pada produk UMKM yang relevan, diterbitkannya Nomor Induk Berusaha bagi UMKM yang didampingi, aktifnya penggunaan QRIS dalam transaksi harian pada UMKM kantin sekolah, serta meningkatnya pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya branding dan digitalisasi usaha berdasarkan hasil wawancara evaluatif di akhir kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi UMKM Sebelum Pendampingan

Hasil identifikasi awal menunjukkan bahwa ketujuh UMKM sasaran memiliki keterbatasan yang beragam namun saling berkaitan. Yuli Jaya dan Rengginang Murah Hati belum memiliki papan nama maupun identitas visual yang representatif, sehingga usaha keduanya sulit dikenali oleh masyarakat yang belum pernah berkunjung sebelumnya. Kondisi ini sejalan dengan temuan bahwa banyak UMKM di Indonesia masih menjalankan usaha tanpa identitas visual dasar seperti logo maupun papan nama, meskipun produk yang dihasilkan memiliki kualitas dan cita rasa yang layak bersaing di pasar [3]. Rengginang Murah Hati bahkan belum memiliki label kemasan pada produknya, sehingga produk yang dijual masih dikemas secara polos tanpa identitas merek yang jelas.

Pada aspek digitalisasi lokasi, lima dari tujuh UMKM belum terdaftar pada Google Maps, yaitu Yuli Jaya, Rengginang Murah Hati, Banyu Biru Fress, Seblak Prasmanan Mamah Khodijah, dan Bakso Mas Tendi. Ketidadaan titik lokasi digital ini menyebabkan konsumen dari luar wilayah kelurahan mengalami kesulitan menemukan lokasi usaha, terutama pada usaha kuliner seperti Seblak Prasmanan Mamah Khodijah dan Bakso Mas Tendi yang mengandalkan kunjungan langsung pelanggan. Temuan ini konsisten dengan kondisi yang banyak ditemukan pada UMKM di wilayah perdesaan dan kelurahan pinggiran kota, yang sebelum dilakukan pendampingan umumnya tidak memiliki identitas lokasi digital sama sekali, sehingga konsumen baru kesulitan menemukan usaha tersebut [24].

Pada aspek legalitas, Banyu Biru Fress sebagai usaha depot isi ulang air minum belum memiliki Nomor Induk Berusaha, meskipun usaha ini telah berjalan cukup lama dan melayani kebutuhan air minum bagi masyarakat sekitar.

Ketiadaan legalitas formal ini berpotensi membatasi akses usaha terhadap program pembinaan dan bantuan pemerintah, sebagaimana ditemukan pada berbagai UMKM lain yang belum memiliki NIB [18].

Pada aspek pembayaran, Thumbas Gen Z dan Madam Food sebagai kantin sekolah masih sepenuhnya mengandalkan transaksi tunai. Kondisi ini kurang sesuai dengan karakteristik konsumen utama kedua usaha tersebut, yaitu siswa yang semakin terbiasa dengan transaksi nontunai dan sering mengalami kendala uang kembalian dalam transaksi tunai bernilai kecil dan berulang.

Hasil Pembuatan dan Pemasangan Papan Nama Usaha



Setelah pelaksanaan pendampingan, Yuli Jaya dan Rengginang Murah Hati berhasil memiliki papan nama usaha yang terpasang di lokasi masing-masing. Papan nama dirancang dengan mencantumkan nama usaha, jenis produk unggulan, serta elemen visual yang mencerminkan karakteristik produk olahan tradisional yang dijual. Pemasangan papan nama ini memberikan dampak langsung berupa peningkatan keterlihatan fisik usaha bagi masyarakat yang melintas di sekitar lokasi, sekaligus berfungsi sebagai penunjuk arah yang mempermudah pencarian lokasi usaha secara langsung [6]. Hasil ini memperkuat temuan sebelumnya bahwa keberadaan papan nama usaha mampu memperbaiki citra profesional usaha dan memperkuat branding produk lokal di mata konsumen [22].

Pada Rengginang Murah Hati, penguatan identitas visual dilakukan lebih menyeluruh melalui pembuatan logo usaha dan desain label kemasan produk untuk rengginang, emping, dan lidi-lidian yang dihasilkan. Logo yang dirancang mengangkat unsur kearifan lokal produk olahan khas daerah, sementara label kemasan memuat nama usaha, logo, dan informasi produk secara ringkas. Penerapan logo dan label kemasan ini terbukti meningkatkan kesan profesional pada produk, sehingga produk lebih mudah dibedakan

dari kompetitor sejenis di pasar dan berpotensi meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk [7], [9]. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa desain identitas visual, termasuk logo dan kemasan, merupakan salah satu kekuatan brand yang berkontribusi langsung terhadap daya tarik dan daya saing produk UMKM [3].

Sebagai pelengkap penguatan branding fisik, Yuli Jaya dan Rengginang Murah Hati juga mendapatkan pemasangan banner tempat usaha. Banner ini berfungsi sebagai media identitas tambahan yang memperkuat kesan visual usaha secara keseluruhan, terutama pada saat dilihat dari jarak yang lebih jauh dibandingkan papan nama berukuran standar. Selain itu, khusus pada Yuli Jaya, dilakukan pula produksi video promosi digital yang menampilkan proses produksi kue satu dan gipang. Video ini dirancang agar dapat digunakan sebagai konten pemasaran pada media sosial, sehingga jangkauan promosi usaha tidak hanya terbatas pada masyarakat sekitar kelurahan, tetapi juga dapat menjangkau calon konsumen di luar wilayah melalui platform digital.

Hasil Pendaftaran Lokasi Usaha pada Google Maps



Kelima UMKM yang mendapatkan pendampingan Google Maps, yaitu Yuli Jaya, Rengginang Murah Hati, Banyu Biru Fress, Seblak Prasmanan Mamah Khodijah, dan Bakso Mas Tendi, seluruhnya berhasil memiliki titik lokasi usaha yang terdaftar pada platform tersebut. Proses pendaftaran meliputi pembuatan profil bisnis, pengisian informasi nama usaha, kategori usaha, alamat, dan jam operasional, penempatan pin lokasi yang akurat, serta pengunggahan foto produk dan tampilan tempat usaha. Setelah proses verifikasi selesai, lokasi kelima UMKM tersebut dapat ditemukan melalui pencarian berbasis lokasi pada Google Maps.

Dampak dari pendaftaran ini terlihat pada peningkatan kemudahan masyarakat dalam menemukan lokasi usaha, khususnya bagi konsumen dari luar wilayah kelurahan yang sebelumnya bergantung pada petunjuk lisan atau bertanya langsung kepada warga sekitar. Hasil ini

konsisten dengan berbagai kegiatan pengabdian serupa yang menunjukkan bahwa pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps secara konsisten meningkatkan visibilitas usaha dan mempermudah konsumen menemukan lokasi secara akurat melalui fitur navigasi dan petunjuk arah [10], [23]. Selain mempermudah akses, kehadiran UMKM pada Google Maps juga membuka peluang munculnya ulasan dan rating dari pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kredibilitas usaha di mata calon konsumen baru [9], [11].

Pada Seblak Prasmanan Mamah Khodijah dan Bakso Mas Tendi, yang keduanya bergerak di bidang kuliner dengan pola kunjungan langsung pelanggan, pendaftaran Google Maps dinilai memberikan dampak yang cukup signifikan mengingat karakteristik usaha kuliner yang sangat bergantung pada kemudahan akses lokasi. Konsumen yang mencari referensi kuliner di sekitar Kecamatan Kasemen kini dapat menemukan kedua usaha tersebut melalui pencarian berbasis kata kunci maupun navigasi peta, sejalan dengan temuan bahwa optimalisasi titik lokasi di Google Maps dapat menjadi strategi pemasaran digital yang sederhana namun efektif bagi UMKM kuliner [23].

Pada Banyu Biru Fress, pendaftaran Google Maps dilakukan bersamaan dengan pendampingan legalitas usaha, sehingga usaha ini memperoleh penguatan ganda, yaitu pengakuan formal melalui NIB sekaligus identitas lokasi digital yang dapat diakses masyarakat luas. Kombinasi ini memperkuat posisi usaha sebagai depot isi ulang air minum yang legal dan mudah ditemukan oleh calon pelanggan baru di sekitar wilayah kelurahan maupun kecamatan.

Hasil Pengurusan Nomor Induk Berusaha



Pendampingan legalitas usaha pada Banyu Biru Fress berhasil menerbitkan Nomor Induk Berusaha melalui sistem Online Single Submission. Dengan diterbitkannya NIB, usaha ini kini memiliki pengakuan resmi dari pemerintah, yang berfungsi sebagai identitas legal usaha sekaligus sebagai syarat untuk mengakses berbagai program pembinaan dan bantuan yang disediakan oleh pemerintah daerah maupun pusat [19]. Hasil ini

sejalan dengan temuan bahwa penerbitan NIB memungkinkan UMKM memperoleh pengakuan resmi yang meningkatkan kepercayaan pelanggan dan mitra bisnis, serta membuka akses terhadap fasilitas pelatihan dan pendampingan usaha lanjutan [18].

Penguatan legalitas ini juga memberikan nilai tambah pada aspek keberlanjutan usaha, mengingat usaha yang telah memiliki NIB memiliki dasar hukum yang lebih kuat dalam menjalankan operasionalnya, termasuk dalam hal ini usaha pengisian ulang air minum yang berkaitan langsung dengan kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan keamanan produk yang dijual [26]. Dengan demikian, kombinasi antara legalitas usaha dan digitalisasi lokasi pada Banyu Biru Fress menjadi contoh penerapan strategi penguatan usaha yang saling melengkapi antara aspek formal dan aspek digital.

Hasil Pembuatan dan Pemanfaatan QRIS



Pendampingan QRIS pada Thumbas Gen Z dan Madam Food berhasil menghasilkan akun merchant QRIS yang aktif digunakan dalam transaksi harian di kedua kantin sekolah tersebut. Setelah proses sosialisasi, pendaftaran akun, dan simulasi transaksi, kedua UMKM tersebut mulai menerapkan QRIS sebagai alternatif pembayaran nontunai berdampingan dengan transaksi tunai yang telah berjalan sebelumnya.

Penerapan QRIS pada kedua kantin sekolah ini memberikan manfaat langsung berupa percepatan proses transaksi, terutama pada jam istirahat sekolah ketika volume transaksi berlangsung dalam waktu yang singkat dan bersamaan. Pembayaran nontunai melalui QRIS turut mengurangi kendala uang kembalian yang sebelumnya kerap terjadi pada transaksi tunai bernilai kecil. Hasil ini sejalan dengan temuan bahwa penerapan QRIS mampu mempercepat proses transaksi, meningkatkan keamanan pembayaran, serta memberikan kenyamanan tambahan bagi konsumen melalui fleksibilitas metode pembayaran yang ditawarkan [14], [16].

Selain aspek kecepatan transaksi, penerapan QRIS pada Thumbas Gen Z dan Madam Food juga relevan dengan karakteristik konsumen utama kedua usaha tersebut, yaitu siswa sekolah yang semakin terbiasa dengan pembayaran digital melalui aplikasi dompet elektronik pada gawai maupun kartu pelajar berbasis saldo digital. Ketersediaan opsi pembayaran QRIS memberikan alternatif yang lebih sesuai dengan kebiasaan transaksi generasi muda saat ini, sekaligus mendukung program pemerintah dalam mendorong inklusi keuangan dan transaksi nontunai di kalangan pelaku usaha mikro [17], [25].

Pembahasan Umum

Secara keseluruhan, hasil kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa integrasi antara penguatan identitas visual melalui papan nama, digitalisasi lokasi melalui Google Maps, dan digitalisasi pembayaran melalui QRIS memberikan dampak yang saling melengkapi terhadap penguatan branding dan daya saing UMKM di Kelurahan Mesjid Priyayi. Papan nama usaha berperan penting dalam membangun identitas fisik dan kesan pertama bagi konsumen yang melintas maupun berkunjung langsung ke lokasi usaha. Google Maps berperan dalam memperluas jangkauan informasi lokasi usaha kepada masyarakat yang berada di luar radius pengenalan langsung, sehingga meningkatkan potensi kunjungan dari konsumen baru. Sementara itu, QRIS berperan dalam memodernisasi proses transaksi agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan kebiasaan konsumen di era ekonomi digital.

Penyesuaian bentuk pendampingan berdasarkan jenis usaha, sebagaimana terlihat pada perbedaan intervensi antara UMKM produk olahan kemasan seperti Rengginang Murah Hati, UMKM jasa air minum seperti Banyu Biru Fress, dan UMKM kantin sekolah seperti Thumbas Gen Z dan Madam Food, menunjukkan bahwa strategi branding dan digitalisasi UMKM tidak dapat diterapkan secara seragam, melainkan perlu disesuaikan dengan karakteristik usaha, jenis konsumen, dan pola transaksi masing-masing mitra [21]. Pendekatan yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik ini terbukti lebih efektif dibandingkan pendekatan generik, karena setiap UMKM memperoleh solusi yang benar-benar relevan dengan kendala yang dihadapinya.

Hasil evaluasi akhir juga menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya branding dan pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung pengembangan usaha. Pelaku UMKM yang sebelumnya belum menyadari pentingnya identitas visual, digitalisasi

lokasi, maupun pembayaran nontunai, kini memiliki pemahaman dasar mengenai manfaat ketiga aspek tersebut serta kemampuan awal untuk mengelola dan memperbarui identitas usahanya secara mandiri, khususnya dalam pengelolaan profil bisnis pada Google Maps. Peningkatan pemahaman ini menjadi modal penting bagi keberlanjutan program, mengingat pendampingan yang bersifat sesaat perlu ditindaklanjuti dengan kemandirian mitra dalam jangka panjang.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa integrasi antara identitas usaha, informasi lokasi digital, dan sistem pembayaran digital merupakan strategi praktis yang dapat diterapkan secara fleksibel sesuai karakteristik usaha, dan terbukti mampu memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan daya saing serta keberlanjutan UMKM di Kelurahan Mesjid Priyayi, Kecamatan Kasemen, Kota Serang.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil memperkuat branding dan digitalisasi UMKM di Kelurahan Mesjid Priyayi, Kecamatan Kasemen, Kota Serang, melalui tiga pendekatan utama, yaitu pembuatan dan pemasangan papan nama usaha, pendampingan pendaftaran dan optimalisasi lokasi usaha pada Google Maps, serta pendampingan pembuatan dan penerapan QRIS sebagai sarana pembayaran digital. Ketiga pendekatan tersebut disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan spesifik masing-masing dari tujuh UMKM sasaran, sehingga bentuk pendampingan yang diberikan bersifat kontekstual dan relevan dengan kondisi riil setiap mitra.

Pemasangan papan nama usaha pada Yuli Jaya dan Rengginang Murah Hati terbukti mampu memperkuat identitas visual dan citra profesional kedua usaha tersebut, yang diperkuat pula melalui pembuatan logo, label kemasan, banner, dan video promosi digital sesuai kebutuhan masing-masing. Pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps, yang dilaksanakan pada lima UMKM yaitu Yuli Jaya, Rengginang Murah Hati, Banyu Biru Fress, Seblak Prasmanan Mamah Khodijah, dan Bakso Mas Tendi, berhasil meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas usaha, sehingga mempermudah masyarakat, khususnya dari luar wilayah kelurahan, dalam menemukan lokasi usaha secara akurat. Pengurusan Nomor Induk Berusaha pada Banyu Biru Fress turut memperkuat legalitas dan kredibilitas usaha di mata konsumen dan pemerintah. Sementara itu, penerapan QRIS pada Thumbas Gen Z dan Madam Food memberikan alternatif pembayaran yang lebih praktis, cepat, dan aman, sekaligus sesuai dengan kebiasaan transaksi nontunai konsumen usia sekolah.

Selain dampak fisik dan digital yang terukur pada masing-masing UMKM, kegiatan ini juga berhasil meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya branding dan pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung pengembangan dan keberlanjutan usaha. Peningkatan pemahaman ini menjadi modal penting agar pelaku UMKM dapat mengelola dan memperbarui identitas usahanya secara mandiri di masa mendatang, tanpa harus selalu bergantung pada pendampingan eksternal.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa integrasi antara penguatan identitas usaha melalui papan nama, informasi lokasi digital melalui Google Maps, dan sistem pembayaran digital melalui QRIS merupakan strategi praktis yang efektif dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM, khususnya di Kelurahan Mesjid Priyayi, Kecamatan Kasemen, Kota Serang. Pendekatan yang disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan spesifik setiap UMKM terbukti lebih tepat sasaran dibandingkan pendekatan yang bersifat seragam, sehingga model pendampingan semacam ini dapat dijadikan rujukan bagi program pengabdian serupa di wilayah lain dengan karakteristik UMKM yang beragam.

Sebagai saran untuk keberlanjutan program, diperlukan pendampingan lanjutan secara berkala guna memastikan konsistensi pemanfaatan Google Maps dan QRIS oleh mitra, serta perluasan sasaran kegiatan kepada UMKM lain di Kelurahan Mesjid Priyayi yang belum tersentuh program ini. Kolaborasi lebih lanjut dengan pemerintah kelurahan dan dinas terkait juga diperlukan untuk mendukung pengurusan legalitas usaha secara lebih luas, mengingat masih terdapat UMKM lain di wilayah tersebut yang berpotensi menghadapi kendala serupa dalam hal identitas usaha, digitalisasi lokasi, maupun sistem pembayaran digital.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. N. Bahasoan, B. Indayani, and M. S. Azis, "Digitalisasi UMKM sebagai strategi meningkatkan daya saing di era ekonomi digital," *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, vol. 18, no. 1, 2025.
- [2] R. M. R. Bakrie, S. A. Suri, A. Sahara, and V. H. Pratama, "Pengaruh kreativitas UMKM serta kontribusinya di era digitalisasi terhadap perekonomian Indonesia," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol. 16, no. 2, pp. 82-95, 2024.
- [3] M. T. Maheni DK, N. Fajrina, Susilawati, and R. D. Pramesti, "Pembuatan desain identitas visual sebagai salah satu kekuatan brand untuk mendukung daya saing produk pada Komunitas Sahabat UMKM," *Jurnal*

- Abadimas Adi Buana, vol. 7, no. 1, pp. 148-162, 2023.
- [4] A. Oktavianingrum, D. N. Hidayati, and E. R. Nawangsari, "Strategi branding membangun brand identity pada UMKM," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, vol. 4, no. 3, pp. 1829-1836, 2023.
- [5] Sukarmi, R. Kurniaty, R. Dewantara, and Ikaningtyas, "Re-evaluasi pengaturan mengenai digitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam peningkatan daya saing di era ekonomi digital," *Jurnal Magister Hukum Udayana*, 2021.
- [6] I. A. Nursanty, I. G. G. Narung, M. Wahyullah, S. Hidayat, and R. Wardani, "Pembuatan plang nama usaha sebagai upaya penguatan identitas visual pada UMKM Dodol Ibu Eli di Kecamatan Narmada, Kabupaten Lombok Barat," *Takuana: Jurnal Pendidikan, Sains, dan Humaniora*, vol. 4, no. 3, pp. 532-540, 2025.
- [7] K. A. Sary, K. M. Boer, J. F. Agustian, M. N. Sanjaya, and M. Maudi, "Perancangan visual branding untuk meningkatkan identitas dan daya saing UMKM binaan Otorita Ibu Kota Nusantara (IKN)," *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, vol. 9, no. 1, pp. 200-211, 2025.
- [8] N. A. Laurina, E. Swastuti, Nurchayati, and L. E. Yunita, "Meningkatkan daya saing UMKM melalui branding dan inovasi digital," *Dedikasi Sains dan Teknologi (DST)*, vol. 4, no. 1, pp. 7-15, 2024.
- [9] S. E. Rahmanida, R. D. Rahmawati, R. M. Nikmah, R. I. Naasyiroh, and R. Rahmawati, "Penguatan identitas dan aksesibilitas UMKM melalui digitalisasi lokasi usaha di Google Maps sebagai strategi digital dalam meningkatkan jangkauan konsumen," *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 3, no. 1, pp. 147-153, 2025.
- [10] R. A. Putri, F. N. Madina, M. B. Al Arifi, and R. Dhiasyauqi, "Pendaftaran usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Google Maps: Studi pengabdian di Jongor 1 Desa Sarimahi," *Prosiding UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, vol. 5, no. 4, pp. 1-12, 2024.
- [11] W. Qarni, I. B. Lingga, L. Syafira, B. Sembiring, A. Haryanti, and R. Lidia, "Pendampingan digital UMKM melalui pemetaan lokasi usaha berbasis Google Maps," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, vol. 3, no. 1, pp. 45-53, 2025.
- [12] D. Aulia, L. Saragih, Y. Rambe, Z. Salim, and Marzuki, "Digitalisasi UMKM melalui pendaftaran titik lokasi usaha pada Google Maps," *Jurnal BUDIMAS*, vol. 8, no. 1, pp. 1-9, 2026.
- [13] Z. H. Pradana, S. Larasati, and M. P. K. Praja, "Peningkatan visibilitas UKM dengan pemanfaatan Google Maps untuk menjangkau pelanggan lebih luas," *RENATA: Jurnal Pengabdian Masyarakat Kita Semua*, vol. 1, no. 1, pp. 1-8, 2024.
- [14] U. K. Romdonah and L. F. Rizal, "Upaya peningkatan penjualan pada UMKM Dusun 3 Desa Pamanukan melalui pendaftaran lokasi usaha di Google Maps," 2023.
- [15] A. Farhan and A. Wardani Shifa, "Penggunaan metode pembayaran QRIS pada setiap UMKM di era digital," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, vol. 4, no. 2, pp. 1198-1206, 2023.
- [16] T. Yuliati and T. Handayani, "Pendampingan penggunaan aplikasi digital QRIS sebagai alat pembayaran pada UMKM," *Community Development Journal*, vol. 2, no. 3, pp. 811-816, 2021.
- [17] N. Alifia, E. Permana, and Harnovinsah, "Analisis penggunaan QRIS terhadap peningkatan pendapatan UMKM," *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, vol. 9, no. 1, pp. 102-115, 2024.
- [18] C. Zada and Y. Sopiana, "Penggunaan e-wallet atau dompet digital sebagai alat transaksi pengganti uang tunai bagi UMKM di Kecamatan Banjarmasin Tengah," *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, vol. 4, no. 1, pp. 251-268, 2021.
- [19] S. Y. Bahri, Y. Affandy, M. Masbullah, and N. H. Shanty, "Pendampingan pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) bagi UMKM Kelurahan Kelayu Selatan Kecamatan Selong Kabupaten Lombok Timur," *Jurnal Kemitraan Masyarakat*, vol. 2, no. 4, pp. 139-152, 2025.
- [20] M. Hidayat and P. Lestari, "Pendekatan partisipatif dalam pemberdayaan masyarakat: Konsep dan implementasi pada program pengabdian UMKM," *Jurnal Pemberdayaan dan Kewirausahaan*, vol. 5, no. 2, pp. 97-108, 2022.
- [21] D. Nugroho, R. Pratiwi, and E. Handayani, "Learning by doing approach in community service: Improving MSMEs financial and digital literacy," *Indonesian Journal of Community Engagement and Empowerment*, 2023.
- [22] "Manfaat papan nama untuk bisnis," *SCM*

- Advertising Jogja, 2021. [Online]. Available: <https://www.scmadv.co.id/manfaat-papan-nama-untuk-bisnis/>
- [23] E. Hernawati, Anita, and L. Amelia, "Peran legalitas usaha dalam meningkatkan daya saing UMKM di Desa Gunung Kijang," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, vol. 4, no. 3, pp. 160-171, 2025.
- [24] F. D. W. Salsabila and F. R. Amir, "Pendampingan pembuatan legalitas usaha produk UMKM di Desa Cipicung, Kecamatan Cijeruk, Kabupaten Bogor," *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 4, no. 2, pp. 176-183, 2024.
- [25] A. Septiyah, A. N. Safira, N. Mardiansyah, and N. I. Qurrotu'aini, "Pendampingan UMKM Bakso Campur dalam pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) di Desa Kedungbendo melalui OSS," *Jurnal Pengabdian Inovatif Masyarakat*, vol. 1, no. 2, pp. 81-84, 2024.
- [26] R. A. Zen, H. P. Nento, M. T. Tunggati, I. Polidu, O. S. Masaguni, K. Z. Mamu, S. O. Suaib, and S. W. S. Moha, "Peningkatan literasi hukum dalam pengelolaan keuangan: Strategi edukasi bagi UMKM modern di Kecamatan Duingi," *Abdimas Awang Long*, vol. 8, no. 1, pp. 137-150, 2025.