

IMPLEMENTASI SISTEM PEMBAYARAN QRIS DAN PENGUATAN IDENTITAS PRODUK MELALUI LABELING DI DESA BELEGA

I Made Diarta¹⁾, Putu Pradiva Putra Salain²⁾, Ni Putu Trisna Dewi Yantari³⁾, I
L.K. Indi Pratiwi⁴⁾

^{1,2,3,4)}Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: madediarta@unmas.ac.id

ABSTRAK

Transformasi digital pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi kebutuhan mendesak di tengah perkembangan ekonomi berbasis teknologi, namun masih terdapat kesenjangan dalam aspek branding produk dan adopsi sistem pembayaran digital di tingkat desa. Kondisi ini ditemukan pada UMKM di Desa Belega, khususnya pada Bakery "Moon Cakes" yang belum memiliki identitas visual produk, serta usaha "Key Clean" yang masih menggunakan sistem pembayaran tunai. Penelitian pengabdian ini bertujuan untuk mengimplementasikan penguatan identitas produk melalui labeling serta penerapan sistem pembayaran digital berbasis QRIS guna meningkatkan daya saing dan efisiensi usaha. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif dengan model pendampingan langsung (participatory action approach) melalui tahapan observasi, perancangan solusi, implementasi, edukasi, dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penerapan labeling mampu meningkatkan nilai estetika, profesionalitas, dan daya kenal produk Moon Cakes, sedangkan implementasi QRIS pada Key Clean meningkatkan efisiensi transaksi dan kemudahan pencatatan keuangan. Secara keseluruhan, program ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas digital dan branding UMKM. Implikasi dari kegiatan ini menunjukkan bahwa integrasi strategi branding dan digitalisasi transaksi dapat menjadi model pengembangan UMKM yang adaptif dan berkelanjutan di era ekonomi digital.

Kata Kunci: UMKM, QRIS, branding produk, labeling, digitalisasi usaha

ANALISIS SITUASI

Desa Belega, yang terletak di Kecamatan Blahbatuh, Kabupaten Gianyar, merupakan wilayah dengan karakteristik ekonomi yang dinamis, yang ditopang oleh aktivitas industri kreatif dan kuliner rumahan berbasis masyarakat lokal. Kehadiran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di desa ini berperan sebagai sumber pendapatan utama keluarga, serta sebagai penggerak ekonomi desa yang adaptif terhadap peluang pasar. Namun, di tengah percepatan transformasi digital yang semakin masif, para pelaku UMKM di Desa Belega masih menghadapi tantangan dalam mengadopsi teknologi, khususnya terkait penguatan identitas produk dan sistem pembayaran digital. Padahal, digitalisasi UMKM terbukti mampu meningkatkan daya saing usaha melalui perluasan akses pasar dan efisiensi transaksi (Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, 2022). Kondisi riil di lapangan

menunjukkan adanya dua unit usaha potensial yang masih memerlukan pendampingan intensif. Mitra pertama adalah Bakery “Moon Cakes”, sebuah usaha kuliner rumahan milik Kak Wulan di Jalan Padat Karya yang telah berdiri sejak tahun 2022. Dari segi kualitas rasa, produk Moon Cakes seperti brownies, muffin, dan berbagai roti-rotian telah memiliki standar yang sangat baik. Namun, keunggulan produk ini belum didukung oleh identitas visual yang memadai. Produk masih dikemas menggunakan plastik mika bening tanpa label atau merek, sehingga menimbulkan “kekosongan identitas” di mata konsumen. Dalam perspektif pemasaran, kemasan dan labeling merupakan elemen penting dalam membangun brand awareness dan persepsi kualitas produk (Kotler & Keller, 2016). Tanpa adanya identitas yang jelas, produk berisiko dipersepsikan sebagai produk generik, yang pada akhirnya membatasi potensi peningkatan nilai jual serta akses ke pasar yang lebih luas, seperti toko modern maupun pusat oleh-oleh (Lestari, 2025). Melalui pendekatan strategi branding, diharapkan UMKM dapat lebih mandiri dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jaringan pasar mereka. Pelatihan pengemasan dan labeling produk bertujuan untuk meningkatkan kemampuan manajemen pemasaran bagi pelaku usaha guna meningkatkan daya saing dan memperluas pasar secara berkelanjutan (Triwibowo, F. D., dkk. 2025).

Mitra kedua adalah “Key Clean”, sebuah unit usaha penyedia kebutuhan bahan kimia (chemical) laundry di Jalan Sahadewa yang mulai beroperasi sejak tahun 2025. Meskipun tergolong usaha baru, Key Clean telah berhasil mengisi ceruk pasar laundry rumahan di sekitar Desa Belega dengan harga produk berkisar antara Rp50.000 hingga Rp80.000. Permasalahan utama yang dihadapi adalah keterbatasan sistem pembayaran yang masih sepenuhnya berbasis tunai (cash). Kondisi ini menunjukkan adanya rigiditas dalam sistem transaksi yang kurang sejalan dengan tren preferensi konsumen saat ini yang cenderung mengarah pada pembayaran digital. Implementasi sistem pembayaran berbasis QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) dinilai mampu meningkatkan efisiensi transaksi, transparansi keuangan, serta kenyamanan pelanggan (Bank Indonesia, 2023). Selain itu, penggunaan pembayaran digital juga dapat membantu pelaku usaha dalam pencatatan keuangan yang lebih sistematis dan akurat (Nurfani et al., 2025). Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, permasalahan utama dalam program pengabdian ini terfokus pada dua aspek penting, yaitu bagaimana merancang dan mengimplementasikan identitas visual yang profesional pada kemasan produk Moon Cakes guna meningkatkan kepercayaan konsumen serta daya saing produk, dan bagaimana mengintegrasikan sistem pembayaran digital berbasis QRIS pada operasional usaha Key Clean agar tercipta efisiensi transaksi serta mampu beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengarah pada penggunaan pembayaran non-tunai (Ekaputra, 2024).



Gambar 1. Produk Moon Bakery dan Key Clean

PERUMUSAN MASALAH

Berikut perumusan masalah dalam analisis situasi pada aspek penguatan branding dan digitalisasi transaksi UMKM di Desa Belega:

1. Bagaimana merancang dan mengimplementasikan identitas visual yang profesional pada kemasan Moon Cakes untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan daya saing produk?
2. Bagaimana mengintegrasikan sistem pembayaran digital berbasis QRIS pada operasional Key Clean guna menciptakan efisiensi transaksi dan adaptasi terhadap perilaku konsumen modern?

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berikut solusi yang diberikan berdasarkan perumusan masalah pada kegiatan membantu penguatan branding dan digitalisasi pembayaran UMKM di Desa Belega:

1. Penguatan Branding Visual: Memberikan pendampingan dalam pembuatan identitas merek yang kuat melalui pencetakan stiker label. Stiker ini mencakup logo dan nama usaha agar produk memiliki nilai jual estetik dan lebih mudah dikenali oleh calon pelanggan baru.
2. Implementasi Financial Technology (Fintech): Melakukan pendampingan teknis pendaftaran akun QRIS bagi Key Clean, memastikan pemilik usaha memiliki infrastruktur pembayaran yang relevan dengan tren transaksi non-tunai saat ini.

METODE PELAKSANAAN

Berikut metode pelaksanaan yang digunakan dalam kegiatan membantu penguatan branding dan digitalisasi pembayaran UMKM di Desa Belega:

1. Tahap Observasi dan Identifikasi Masalah
2. Tahap Perancangan Solusi
3. Tahap Implementasi Program
4. Tahap Pendampingan
5. Tahap Evaluasi

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Secara umum, seluruh rangkaian kegiatan yang telah direncanakan dapat terlaksana dengan baik sesuai dengan tahapan dan waktu yang telah ditentukan. Berdasarkan tahapan metode pelaksanaan yang telah dilakukan, kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Belega menunjukkan hasil ketercapaian yang cukup optimal, terutama dalam aspek penguatan identitas produk dan penerapan sistem pembayaran digital pada mitra UMKM. Pada mitra Bakery “Moon Cakes”, ketercapaian utama terlihat pada keberhasilan implementasi labeling produk melalui penggunaan stiker logo. Fajriyah (2025) Produk yang sebelumnya dikemas tanpa identitas kini telah memiliki label yang mencerminkan merek usaha, sehingga mampu meningkatkan nilai estetika dan profesionalitas tampilan produk.



Gambar 2. Penyerahan stiker logo

Sementara itu, pada mitra “Key Clean”, ketercapaian kegiatan ditunjukkan melalui keberhasilan implementasi sistem pembayaran digital berbasis QRIS. Mitra yang sebelumnya hanya menggunakan sistem pembayaran tunai kini telah memiliki alternatif pembayaran non-tunai yang lebih praktis dan efisien.



Gambar 3. Penyerahan QRIS

Penggunaan metode pembayaran non-tunai seperti QRIS tidak hanya memudahkan proses transaksi, tetapi juga berfungsi sebagai alat rekam jejak keuangan yang transparan bagi pelaku usaha mikro (Purwaningsih, N. M., dkk. 2024). Selain itu, dapat membantu mitra dalam pencatatan keuangan yang lebih terstruktur (Siddiqi et al., 2025). Mitra juga menunjukkan antusiasme dalam memanfaatkan sistem ini

sebagai bagian dari pengembangan usaha ke arah digital.

Partisipasi masyarakat dalam kegiatan pengabdian ini, khususnya dari mitra UMKM, menunjukkan keterlibatan yang aktif dan kooperatif dalam setiap tahapan pelaksanaan program. Keterlibatan ini menjadi salah satu faktor penting yang mendukung keberhasilan kegiatan, karena pendekatan yang digunakan bersifat partisipatif, di mana mitra tidak hanya menjadi objek, tetapi juga subjek dalam proses pelaksanaan kegiatan. Hal ini sejalan dengan konsep participatory action research yang menekankan keterlibatan aktif masyarakat dalam setiap tahapan kegiatan untuk menghasilkan solusi yang berkelanjutan (Wijaya et al., 2024). Keterlibatan mitra dalam proses perancangan hingga implementasi program membuat mereka tidak hanya sebagai penerima manfaat, tetapi juga sebagai pelaku utama dalam perubahan yang terjadi.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan ini menguatkan bahwa kombinasi antara penguatan branding produk dan digitalisasi transaksi merupakan strategi yang relevan dalam pengembangan UMKM di era ekonomi digital. Meskipun intervensi yang dilakukan masih dalam skala sederhana, dampak yang dihasilkan menunjukkan adanya peningkatan kapasitas usaha serta kesiapan mitra dalam menghadapi perubahan pasar. Dengan demikian, program ini tidak hanya memberikan solusi jangka pendek, tetapi juga membuka peluang bagi pengembangan usaha yang lebih berkelanjutan di masa depan.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Belega dengan tema kewirausahaan, dapat disimpulkan bahwa program implementasi sistem pembayaran QRIS dan penguatan identitas produk melalui labeling telah berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif bagi mitra UMKM. Kegiatan ini mampu menjawab permasalahan utama yang dihadapi mitra, yaitu kurangnya identitas visual produk pada Bakery “Moon Cakes” serta keterbatasan sistem pembayaran non-tunai pada usaha “Key Clean”. Melalui pendekatan partisipatif dan pendampingan langsung, program ini tidak hanya menghasilkan output berupa stiker label dan sistem QRIS, tetapi juga meningkatkan pemahaman mitra terhadap pentingnya branding produk dan digitalisasi transaksi. Produk Moon Cakes yang sebelumnya tidak memiliki identitas kini menjadi lebih profesional dan mudah dikenali, sedangkan Key Clean telah mampu beradaptasi dengan sistem pembayaran digital yang lebih efisien dan modern. Selain itu, keterlibatan aktif mitra dalam setiap tahapan kegiatan menjadi faktor pendukung utama keberhasilan program. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian yang berbasis kebutuhan riil masyarakat dan melibatkan partisipasi langsung memiliki potensi keberlanjutan yang baik.

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilaksanakan, disarankan agar mitra UMKM dapat secara konsisten menerapkan penggunaan label pada setiap produk yang dipasarkan serta memanfaatkan sistem pembayaran QRIS dalam setiap transaksi.

Konsistensi ini penting untuk memperkuat identitas usaha, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta mendukung profesionalitas dalam pengelolaan usaha. Selain itu, mitra juga diharapkan dapat terus mengembangkan aspek branding produk, seperti memperbaiki desain kemasan, menambahkan informasi produk yang lebih lengkap, serta memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi guna memperluas jangkauan pasar

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. (2023). QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard): Sistem pembayaran digital untuk UMKM. Jakarta: Bank Indonesia.
- Ekaputra, P. S., Ciptosari, F., & Halim, T. (2024). Adopsi teknologi pembayaran digital QRIS di Kalangan UMKM Labuan Bajo: Tantangan dan peluang. *Jurnal Akademisi Vokasi*, 3(2), 1-13.
- Fajriyah, D., Vindiana, A. P., PO, A. R., & Tampuboloni, E. S. (2025). Analisis pengaruh variasi produk, desain kemasan, kebersihan, dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada UMKM Tamaaman Cake. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 8(3), 1145-1154.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2022). *Perkembangan UMKM dalam mendukung ekonomi digital Indonesia*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lestari, P. (2025). *Pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen kaki lima di Pasar Batahan* (Doctoral dissertation, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan).
- Nurfani, N., Suhaety, Y., & Zakaria, I. (2025). Dampak penggunaan teknologi akuntansi berbasis digital terhadap efisiensi pengelolaan keuangan usaha mikro, kecil dan menengah. *Advances in Management & Financial Reporting*, 3(3), 649-663.
- Purwaningsih, N. M., dkk. (2024). Sosialisasi dan Implementasi Sistem Pembayaran QRIS untuk Meningkatkan Efektivitas Transaksi pada UMKM di Kabupaten Gianyar. *Jurnal Abdi Dharma Masyarakat (JADMA)*, 5(2).
- Siddiqi, M. F., Masruro, U., Azizah, D. U., & Syifaiyah, Y. (2025). Pendampingan teknologi digital dengan pengembangan sistem pembayaran QRIS sebagai solusi praktis bagi pelaku UMKM Kota Probolinggo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 4(2), 1101-1108.
- Triwibowo, F. D., dkk. (2025). Pendampingan Promosi Digital dan Labeling UMKM di Desa Wisata. *Jurnal Abdi Dharma Masyarakat (JADMA)*, 6(1), 24-31.
- Wijaya, D. P., Yazid, A. S., Heksaputra, D., Wicaksana, R. S., & Dewi, P. F. (2024). Implementasi Aplikasi Digital Trash Management di TPS3R Go-Sari dengan Metode Participatory Action Research. *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama*, 24(2), 121-132.