



## Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

<https://journal.unwira.ac.id/index.php/BERBAKTI>

### PENERAPAN SISTEM INOVASI PEMBAYARAN DIGITAL DAN PENGELOLAAN OPERASIONAL PADA PELAKU UMKM

I Ketut Setia Sapta<sup>1</sup>, Ni Made Satya Utami<sup>2\*</sup>, Yenny Verawati<sup>3</sup>, Ni Komang Ayu Putri Dwiyanti<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Universitas Mahasaraswati Denpasar, Indonesia

e-mail: [satyakesawa@unmas.c.id](mailto:satyakesawa@unmas.c.id)<sup>2\*</sup>

Dikirim : 10 Februari 2025, Direvisi : 20 April 2025, Diterima: 02 Mei 2025

#### ABSTRAK

Toko serba ada saat ini menghadapi beberapa masalah utama, yaitu ketidakpraktisan sistem pembayaran tunai, kekurangan pamflet iklan yang informatif, dan pengelolaan stok yang kurang optimal. Tujuan pengabdian masyarakat untuk meningkatkan efisiensi operasional dan kepuasan konsumen melalui penerapan sistem pembayaran digital, desain pamflet iklan yang menarik, dan peningkatan efisiensi operasional. Metode pengabdian yang dilakukan oleh tim PKM yaitu 1) Mengidentifikasi masalah melalui *observasi* dan wawancara untuk menganalisis masalah; 2) Perancangan solusi yang diberikan adalah dengan melakukan perencanaan strategi melalui pelatihan *QRIS*, pembuatan pamflet dan strategi penataan barang; 3). Implementasi kegiatan; 4). Evaluasi kegiatan dilakukan melalui umpan balik dari karyawan dan konsumen untuk menilai dampak dari perubahan yang diterapkan. Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa: 1). dari 30 pelanggan yang diwawancarai, menunjukkan 85% umpan balik yang diberikan oleh responden memberikan pernyataan bahwa dengan menggunakan *QRIS* transaksi merasa lebih aman dan cepat. Serta ketika karyawan belum mendapatkan pelatihan digital hanya 20% pelanggan yang menggunakan pembayaran non tunai, namun setelah adanya pemberian pelatihan karyawan maka adanya peningkatan transaksi digital mencapai 60% dalam 1 bulan berdasarkan catatan toko. 2) dengan adanya pendistribusian pamflet 200 lembar disekitar Lokasi toko, berdasarkan survey yang dilakukan pada 70% pelanggan mereka mengetahui promo produk baru melalui pamflet. Dengan melakukan penyebaran pamflet dapat terjadinya peningkatan sebesar 30% pelanggan baru dalam 2 minggu, yang awalnya rata-rata pengunjung hanya 50 pelanggan/hari kemudian meningkat menjadi 65 pengunjung/hari. 3). melalui penataan kelola stock barang yang lebih teratur maka dapat mengurangi pencarian stock barang oleh karyawan yang dari 10 menit menjadi 3 menit per permintaan pelanggan, karyawan dapat mengetahui laporan stock mingguan yang kedaluarsa dengan cepat yaitu 15% produk yang kedaluarsa bilamana dilakukan manajemen stock secara berkala. Program ini berhasil meningkatkan efisiensi operasional dan kepuasan konsumen di Toko Putra Mas.

**Kata kunci:** Efisiensi operasional; pamflet iklan; qris; toko putra mas

#### ABSTRACT

Convenience stores currently face several major problems, namely the impracticality of the cash payment system, the lack of informative advertising pamphlets, and sub-optimal stock management. The objective of the community service to improve operational efficiency and customer satisfaction through the implementation of a digital payment system, attractive advertising pamphlet design, and increased operational efficiency. The community service method carried out by the PKM team are 1) Identifying problems through observation and interviews to analyze the problem; 2) The solution design provided is by strategy planning through *QRIS* training, pamphlet making, and goods arrangement strategy; 3). and structuring strategies for goods; 3). Implementation of activities; 4). Evaluation of activities is carried out through feedback from employees and



consumers to assess the impact of the changes implemented. of the changes implemented. The results of this activity show that: 1). of 30 customers interviewed, showed 85% of the feedback given by the respondents gave statements that by using QRIS transactions feel safer and faster. And when employees have not received digital training training, only 20% of customers use non-cash payments, but after the provision of employee training, there is an increase in transactions. after the provision of employee training, there was an increase in digital transactions digital transactions reached 60% in 1 month based on store records. 2) with the distribution of 200 pamphlets around the store location, based on surveys survey conducted on 70% of customers they know new product promos through pamphlets. By distributing pamphlets, there can be an increase of 30% of new customers in 2 weeks, which initially averaged only 50 customers / day then increased to only 50 customers / day then increased to 65 visitors / day. 3). through a more organized arrangement of stock management, it can reduce the search for stock items by employees from 10 minutes to 10 minutes. searching for stock items by employees from 10 minutes to 3 minutes per customer request. customers, employees can find out weekly stock reports that expire quickly, namely 15% of expired products. quickly, namely 15% of products that expire when stock management is carried out periodically. stock management on a regular basis. This program has successfully improved operational efficiency and customer satisfaction at Toko Putra Mas.

**Keywords:** Operational efficiency; advertising pamphlets; qris; toko putra mas

## 1. PENDAHULUAN

Perubahan gaya hidup masyarakat, terutama setelah pandemi mendorong lahirnya trend baru dalam dunia Bisnis. Konsumen lebih memilih layanan yang cepat, praktis, dan berbasis teknologi seperti layanan digital dan produk berbasis aplikasi. Dengan adanya perkembangan bisnis yang dinamis serta dipengaruhi oleh tren sosial, ekonomi, akan menekankan adanya gagasan inovatif dan kreatif untuk menciptakan suatu hal yang baru dan lebih baik. Sehingga dalam trend baru bisnis melalui perkembangan teknologi digital telah mengubah gambaran semua faktor eksternal dan internal yang dapat membantu perusahaan memahami persaingan, peluang, dan ancaman untuk mengembangkan strategi yang lebih efektif. Triansyah et al., (2023), Adanya transformasi digital menjadi suatu keharusan untuk meningkatkan efisiensi, memperluas pasar, dan meningkatkan daya saing. Beberapa tren digital yang relevan bagi UMKM meliputi: (1). Untuk memudahkan pelaku umkm melakukan transaksi non tunai dan untuk mempercepat proses pembayaran perlu menyediakan pembayaran digital seperti *QRIS*, *E-Wallet*, dll. (2). Pelaku UMKM yang melakukan pemasaran digital dengan aktif mengoperasikan sosial media atau *marketplace* mereka akan dapat menjangkau pelanggan lebih luas dengan biaya terjangkau. (3). Pelaku UMKM juga penting melakukan manajemen operasional berbasis digital seperti penggunaan aplikasi kasir, inventori dan analisis data untuk efisiensi operasional. Menurut penelitian yang dilakukan Sariani & Utami (2021), menunjukkan bahwa penerapan sistem informasi manajemen (SIM) dapat meningkatkan strategi pemasaran dan pengelolaan toko, sehingga UMKM dapat bersaing dengan kompetitor.

Walaupun perubahan digitalisasi dapat mempengaruhi bisnis namun salah satu pelaku UMKM Toko Putra Mas masih menghadapi kendala dalam penerapan digitalisasi karena: (1). Adanya keterbatasan pengetahuan dan SDM yaitu pemilik dan karyawan belum memahami teknologi baru seperti QRIS atau manajemen digital, (2). Adanya kompetitor yang lebih adaptif terhadap teknologi membuat pelaku UMKM tradisional tertinggal dan adanya persaingan dengan bisnis sejenis. (3). Ketika pelaku UMKM akan berinvestasi diawal untuk membeli peralatan digital seperti *scanner QR*, *software* manajemen, bisa menjadi suatu hambatan karena akan ada biaya dan infrastruktur. Dengan adanya permasalahan diatas Toko Putra Mas merupakan contoh nyata UMKM yang menghadapi tantangan digitalisasi karena: (1). Karyawan mereka belum sepenuhnya paham sehingga mengalami kesulitan untuk beradaptasi dalam bertransaksi penggunaan *QRIS*; sehingga menyebabkan ketidakefisienan saat melayani pelanggan. (2). Adanya persaingan dengan toko lain atau ada toko serba ada lainnya yang sudah memanfaatkan pemasaran digital seperti memberikan promo via Instagram/ WhatsApp sehingga membuat Toko Putra Mas kehilangan pelanggan. (3). Toko Putra Mas dalam melakukan pencatatan stock barang dan transaksi masih secara konvensional, atau melakukan manajemen operasional masih manual sehingga akan berisiko *human error* dan dengan adanya kurangnya data akan dapat mengurangi dalam pengambilan keputusan yang strategis.

Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM), memegang peranan penting dalam mendukung pemberdayaan UMKM dan dapat membantu mengatasi kendala serta memberikan solusi kepada pelaku UMKM dengan pendekatan: (1). Memberikan pelatihan dan pendampingan teknologi digital dalam hal penggunaan *QRIS*, aplikasi kasir digital seperti *Moka POS* atau *Gofood* dan pemasaran *online*. (2). Membantu menyusun strategi bisnis berbasis analisis *SWOT* (Kuswibowo et al., 2024), untuk meningkatkan daya saing dengan cara melakukan pendampingan manajemen bisnis. (3). Membantu pelaku UMKM mendapatkan edukasi literasi keuangan digital dan memastikan pemilik UMKM memahami transaksi digital dan keamanannya. Melalui PKM, dosen dan mahasiswa dapat menerapkan tiga Indikator Kinerja Utama (IKU), seperti: (1) Pemberian pengalaman praktis bagi mahasiswa melalui kolaborasi dengan UMKM, (2) Keterlibatan dosen dalam kegiatan di luar kampus untuk memperkuat relevansi keilmuan dengan kebutuhan riil industri, serta (3) Pendayagunaan hasil riset untuk solusi permasalahan UMKM (Dikti & Kebudayaan, 2021). Dengan demikian, PKM menjadi jembatan antara akademisi dan pelaku usaha dalam meningkatkan produktivitas dan inovasi UMKM, dan dengan adanya intervensi ini, Toko Putra Mas dapat melakukan transformasi digital secara bertahap, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan bersaing lebih efektif di era digital.

Sejak adanya perubahan gaya hidup masyarakat diawal tahun 2022 dengan kehidupan new normal, perubahan sosial masyarakat secara umum terjadi dengan adanya proses pergeseran atau berubahnya tatanan/struktur di dalam masyarakat, yang meliputi pola pikir, sikap serta kehidupan sosialnya untuk mendapatkan penghidupan yang lebih baik (Goa, 2017). Di masa kehidupan new normal hampir semua masyarakat menggunakan media sosial yang bisa mengakses jaringan internet tanpa biaya yang besar dan dapat dilakukan sendiri dengan mudah. Perubahan kehidupan sosial dapat juga akibat faktor teknologi (Cahyono, 2016). Teknologi membantu dan memberikan kemudahan dalam berbagai aspek kehidupan manusia dan meningkatkan produktivitas, tetapi juga menimbulkan persoalan atau dampak bagi kebudayaan itu sendiri (Yoga, 2019). Pemilihan teknologi digital ini dilakukan karena adanya perubahan yang pesat akan kebutuhan teknologi yang disebabkan oleh pesatnya perkembangan teknologi dan gaya hidup masyarakat (Asofa & Sholihah, 2024). Pertumbuhan ekonomi digital diwujudkan dalam sistem pembayaran non tunai dimana hal tersebut merupakan implementasi antara teknologi dan informasi (Ardana et al., 2023). Metode pembayaran yang dilakukan dengan *financial technology* adalah munculnya *cashless society* (Kadek et al., 2022). Mengikuti berbagai perkembangan teknologi dalam penggunaan *cashless* menjadi salah satu alasan pelaku UMKM menerapkan *QRIS* dalam pembayaran non tunai (Pratama et al., 2023).

Saat ini dengan pesatnya perkembangan teknologi digital banyak masyarakat yang menginginkan sistem pembayaran yang lebih praktis dan efisien, seperti *QRIS* (*Quick Response Code Indonesian Standard*) adalah sistem pembayaran berbasis kode *QR* yang distandarisasi di Indonesia. Sistem ini membantu penggunanya untuk melakukan transaksi non-tunai dengan menggunakan satu jenis kode *QR* yang dapat dibaca oleh berbagai aplikasi pembayaran. *QRIS* mengintegrasikan berbagai metode pembayaran dalam satu platform, sehingga konsumen tidak perlu membawa uang tunai atau kartu pembayaran yang berbeda-beda. Dengan *QRIS*, pelaku usaha dan konsumen dapat melakukan transaksi dengan lebih cepat dan aman, mengurangi risiko kehilangan uang tunai dan meningkatkan kenyamanan berbelanja. Bank Indonesia mendorong penggunaan *QRIS* untuk mempercepat penggunaan pembayaran digital dan mendukung inklusi keuangan di seluruh lapisan masyarakat (Saputra et al., 2024).

Salah satu strategi penjualan yang harus dilakukan dengan membuat pamflet iklan berfungsi sebagai alat komunikasi yang menyampaikan informasi penting tentang produk, promosi, dan diskon kepada konsumen. Untuk menjalankan bisnis penting dilakukan komunikasi bisnis karena merupakan garis penting dalam perusahaan. Keberhasilan bisnis tergantung pada kemandirian komunikasi bisnis, sehingga dapat disebut sebagai urat nadi bisnis (Elvira et al., 2024). Dalam teori komunikasi pemasaran menyatakan bahwa informasi yang jelas dan menarik dapat meningkatkan kesadaran konsumen dan mendorong keputusan pembelian. Dengan membuat pamflet yang informatif dan visual menarik dapat menarik perhatian konsumen dan meningkatkan minat beli mereka (Sariwaty et al., 2019). Berdasarkan hasil *observasi* dan wawancara dengan pemilik usaha mereka belum maksimal menggunakan Pamflet iklan dan melakukan promosi secara digital

sehingga penurunan pendapatan ekonomi pada usaha pun menurun untuk itu perlu dilakukan sistem digitalisasi berbasis teknologi menuju UMKM naik kelas (Utami et al., 2023).

Di sisi lain, pengelolaan operasional mencakup perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian proses bisnis sehari-hari untuk meningkatkan produktivitas dan kepuasan konsumen pun penting dilakukan. Beberapa aspek penting dari pengelolaan operasional meliputi pengelolaan stok, penataan produk, dan pengendalian kualitas. Penataan produk yang baik dan pemantauan barang kedaluwarsa sangat penting untuk menghindari kerugian (Utami & Maharani, 2024), dan dengan dilakukan penataan yang baik maka dapat memastikan pengalaman belanja konsumen yang memuaskan. Namun, seringkali karyawan menghadapi kesulitan dalam menangani berbagai tugas yang dilakukan secara sekaligus, seperti melayani konsumen dan menata stok yang dapat berdampak pada pelayanan kepada masyarakat yang lagi berbelanja kurang optimal (Hanif et al., 2023).

Selama bertahun-tahun, Toko Putra Mas telah berhasil mempertahankan keberadaannya dan terus berkembang, sehingga menjadi toko yang andal bagi masyarakat sekitar. Meskipun telah berkembang, Toko Putra Mas mengalami permasalahan dalam sistem pembayaran tunai yang kurang efisien, keterbatasan dalam pamflet iklan, dan masalah dalam pengelolaan stok. Permasalahan ini mempengaruhi kepuasan konsumen dan efektivitas operasional. Banyak konsumen mengeluhkan ketidakpraktisan dan ketidaknyamanan sistem pembayaran tunai yang ada saat ini. Mereka lebih memilih metode pembayaran digital seperti *QRIS*, yang menawarkan kemudahan, keamanan, dan efisiensi yang lebih tinggi dalam transaksi. Selain itu, tidak adanya pamflet iklan yang informatif menjadikan konsumen tidak mendapatkan informasi mengenai produk dan promosi yang tersedia. Serta, penataan barang di Toko Putra Mas juga kurang optimal. Karyawan seringkali kewalahan dalam mengatur produk baru sambil tetap melayani konsumen, yang mengakibatkan produk tidak tertata rapi sesuai kategori, stok tidak terpantau dengan baik, dan barang kedaluwarsa tidak segera ditarik dari rak, sehingga penerapan ekonomi digital dalam upaya meningkatkan pelayanan penting dilakukan (Utami et al., 2023).

Adanya permasalahan tersebut, tim pengabdian memberikan solusi kepada *owner* Toko Putra mas, dan sepakat bekerja sama untuk melakukan pelatihan digitalisasi sistem pembayaran agar karyawan mampu menggunakan sistem pembayaran *QRIS* untuk meningkatkan kemudahan dan keamanan transaksi, serta memberikan pelatihan kepada karyawan untuk memastikan proses transaksi digital berjalan dengan lancar (Natsir et al., 2023). Selain itu dilakukan pendampingan pembuatan pamflet iklan yang menarik Karyawan dapat mendesain pamflet iklan yang menarik menggunakan aplikasi seperti *Canva* dan mendistribusikannya secara efektif di toko serta melalui media sosial untuk meningkatkan informasi mengenai produk dan promosi (Muktafi & Fauzi, 2024). Serta proses bimbingan kepada karyawan untuk mampu melakukan penataan barang dengan lebih terorganisir, seperti mengatur produk sesuai kategori, memantau stok secara rutin, dan memastikan barang kedaluwarsa segera ditarik. Penataan produk juga akan dilakukan agar produk baru lebih mudah diakses oleh konsumen. Selain itu, memberikan panduan bagi karyawan dalam pengelolaan stok dan tata letak barang untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan belanja di Toko Putra Mas (Septiana, 2023)

Tujuan dari pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Tim PKM bersama karyawan adalah karyawan dapat meningkatkan pemahaman tentang manajemen operasional, manajemen bisnis, yang menjadi strategi penting dalam suatu usaha. Karyawan diberikan pelatihan dan pendampingan agar mereka memiliki pengetahuan, keterampilan teknis dalam penggunaan sistem pembayaran *QRIS* untuk peningkatan pelayanan kepada konsumen. Selain itu diharapkan juga karyawan dapat membuat pamflet iklan secara mandiri dan dapat melakukan promosi secara berkelanjutan. Karyawan dapat melakukan penataan terhadap stok barang agar lebih teratur dan sesuai dengan kriteria tempat barang yang akan dipajang.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Toko Putra Mas yang berlokasi di Jl. Swamandala Utama No.9D, Padangsambian Kaja, Denpasar. Untuk mengidentifikasi permasalahan utama, tim PKM melakukan observasi dan wawancara langsung kepada pihak manajemen dan karyawan berjumlah 23 orang. Beberapa isu yang ditemukan antara lain ketidaknyamanan konsumen dalam

pembayaran tunai, pengelolaan media sosial yang belum optimal, serta kurangnya informasi produk melalui pamflet iklan. Melalui pendekatan metode yang tepat, kegiatan ini bertujuan memberikan solusi atas permasalahan tersebut. Hasilnya diharapkan dapat meningkatkan efisiensi operasional toko serta kenyamanan pelanggan.

Tim PKM menganalisis adanya SDM atau karyawan yang kurang memahami tentang penggunaan aplikasi *QRIS*, dan minimnya pelaku bisnis promosi melalui pamflet, serta adanya kesulitan melakukan pengelolaan stock barang. Data dari observasi dan wawancara digunakan untuk mengidentifikasi akar permasalahan serta kebutuhan toko. Hasil analisis ini kemudian menjadi landasan dalam merancang solusi yang tepat dan terukur. Berdasarkan analisis, Tim PKM menyusun strategi dengan menerapkan pembayaran *QRIS* untuk transaksi digital, mendesain pamflet promosi yang menarik, dan memperbaiki sistem penataan barang. Langkah ini bertujuan meningkatkan efisiensi pembayaran, memperluas jangkauan promosi, dan memudahkan pengelolaan inventaris toko. Pada tahap implementasi, tim memberikan pelatihan *QRIS* kepada karyawan, mendistribusikan pamflet promosi secara efektif, serta menata ulang produk berdasarkan kategori dan masa kedaluwarsa. Dengan demikian, diharapkan toko dapat beroperasi lebih efisien dan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan.

Untuk mengevaluasi keberhasilan program seperti implementasi *QRIS*, pamflet iklan, dan penataan barang, Tim PKM menggunakan dua metode utama. Tahap pertama melakukan survey kepuasan pelanggan yang bertujuan untuk membantu mengukur persepsi pelanggan secara kuantitatif dan kualitatif. Langkah pelaksanaannya (a) dengan menentukan tujuan survey seperti mengukur bagaimana kepuasan pelanggan terhadap kemudahan pembayaran yang dilakukan dengan menggunakan *QRIS*, adanya kejelasan informasi di pamflet, serta bagaimana kenyamanan penataan barang. (b). Membuat pertanyaan yang relevan dengan menggunakan skala likert (1= Sangat Tidak Puas dan 5= Sangat Puas) untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan seperti seberapa puaskah pelanggan dengan penggunaan *QRIS* di Toko Putra Mas?, Apakah pamflet iklan membantu pelanggan memahami promo yang diberikan oleh Toko Putra Mas?, seberapa mudah pelanggan menemukan barang setelah penataan ulang?, kemudian (c). Melakukan pemilihan metode distribusi survey dengan menggunakan *Google form*, *WhatsApp*, *email* secara *online*, sedangkan secara *offline* dapat melakukan penyebaran kertas survey di kasir toko. (d) Melakukan analisis data dengan menghitung rata-rata skor kepuasan untuk setiap aspek (*QRIS*, *pamflet*, penataan), membandingkan hasil sebelum dan setelah program untuk melihat adanya peningkatan, melakukan identifikasi tren kepada pelanggan yang menyatakan 80% pelanggan puas dengan penggunaan *QRIS*.

Tahap kedua adalah melakukan wawancara secara terstruktur kepada pelanggan secara mendalam dengan karyawan/pelanggan untuk mendapatkan umpan balik secara mendetail, dengan langkah pelaksanaan seperti: (a) menyiapkan pertanyaan secara terstruktur kepada pelanggan, apakah ada kendala utama saat menggunakan *QRIS*? dan bagaimana pendapat pelanggan tentang desain pamflet iklan Toko Putra Mas. Pertanyaan struktur kepada karyawan yaitu apakah penataan barang baru memudahkan kerja karyawan? Serta apa tantangan dalam mengedukasi pelanggan tentang *QRIS*?. (b) melakukan pemilihan responden dilakukan kepada pelanggan secara acak atau pelanggan tetap. Ketika pertanyaan yang diberikan kepada karyawan adalah tim yang terlibat langsung yaitu Kasir, atau yang mengelola *merchandiser*. (c) melakukan wawancara dengan cara mencatat secara detail jawaban yang diberikan, dengan menggunakan rekaman yang diizinkan untuk menganalisis secara mendalam. (d) melakukan analisis kualitatif yaitu mengelompokkan jawaban ke dalam tema bagaimana kemudahan *QRIS* atau keluhan mengenai Pamflet. Serta mencari pola terkait adanya banyak pelanggan yang mengeluh penggunaan *QRIS* yang lambat.

Dengan melakukan kombinasi kedua metode yaitu survey dan wawancara, akan memberikan data statistik yang bisa diukur, serta menjelaskan mengapa suatu program berhasil/gagal. Sehingga dapat dievaluasi dari hasil survey yang didapat 85% pelanggan puas dalam hal penggunaan *QRIS*, tetapi melalui wawancara mengungkap dengan adanya keluhan sinyal lemah. Terkait pamflet skor kepuasan rendah (3/5), wawancara menunjukkan desain kurang menarik. Dalam hal penataan barang, kepuasan peningkatan pelayanan kepada pelanggan meningkat + 20%, karyawan menyatakan dengan adanya konfirmasi pelanggan bahwa dapat

meningkatkan efisiensi. Untuk hasil evaluasi yang lebih akurat maka pastikan responden mewakili demografi pelanggan dengan sampling yang tepat. Melakukan perbandingan data sebelum/setelah program. Melakukan tindak lanjut dengan menggunakan hasil untuk perbaikan misalnya perbaikan desain pamflet atau mengoptimisasi *QRIS*.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tim PKM telah mengidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi oleh Toko Putra Mas. Selanjutnya, tim melakukan pengumpulan data melalui observasi langsung dan wawancara dengan pemilik toko. Setelah data terkumpul, tim menganalisis penyebab dari permasalahan yang ditemukan. Berdasarkan hasil analisis, tim merumuskan solusi yang tepat untuk meningkatkan kinerja Toko Putra Mas. Solusi tersebut kemudian diimplementasikan secara bertahap dengan melibatkan pemilik toko. Terakhir, tim melakukan evaluasi untuk memastikan bahwa solusi yang diberikan memberikan hasil yang efektif. Berikut dibawah ini dijelaskan mengenai tahapan yang dilakukan seperti:

Tahap *observasi* dan menganalisis permasalahan, Tim PKM melakukan kunjungan langsung ke wilayah Toko Putra Mas. Dengan melakukan *observasi* Tim PKM dapat melakukan pengumpulan data, dengan datang kelapangan dan melihat secara langsung serta mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang tempat, waktu, peristiwa, untuk menentukan faktor layak yang didukung melalui wawancara (Sugiyono, 2016). Tujuan *observasi* untuk memahami secara langsung permasalahan yang ada, seperti adanya permasalahan keterbatasan pengetahuan karyawan tentang penggunaan *QRIS*, dan minimnya strategi promosi melalui pamflet iklan yang dilakukan oleh perusahaan, serta adanya kesulitan karyawan dalam mengatur stok barang. Data yang diperoleh dari *observasi* dan wawancara digunakan untuk menganalisis akar permasalahan dan kebutuhan spesifik toko. Sehingga hasil dari *observasi* ini dapat dianalisis untuk dijadikan dasar merumuskan solusi yang tepat.



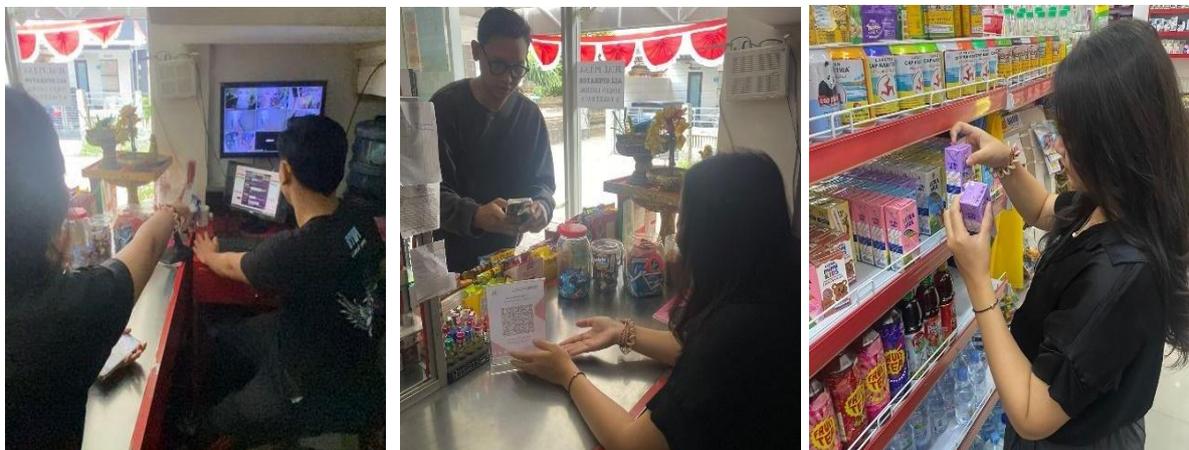
Gambar 1. Tempat Pelaksanaan Kegiatan.

Tahap Perencanaan Strategi dengan menggunakan metode pendekatan *Partisipation Research Action (PRA)* untuk berdiskusi dengan direktur dan karyawan mengungkapkan permasalahan yang dihadapi serta mencari solusi yang paling sesuai. Berdasarkan informasi permasalahan yang terjadi adanya terkait ketidaknyamanan konsumen melakukan pembayaran tunai karena saat ini kebanyakan masyarakat jarang membawa uang tunai untuk menghindari terjadinya kehilangan, maka lebih dominan cenderung melakukan penggunaan *cash less*, selain itu ditemukan permasalahan bahwa kurangnya pamflet iklan, serta penataan barang yang kurang terorganisir. Oleh karena hal tersebut Tim PKM memberikan solusi untuk mengatasi permasalahan, menyampaikan bahwa dalam melakukan transaksi pembelian, konsumen sebaiknya menggunakan pembayaran dengan melakukan penerapan sistem inovasi digital dengan penggunaan *QRIS* untuk menunjang kenyamanan konsumen yang tidak membawa uang *cash*. Kegiatan diskusi dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Kegiatan PRA bersama karyawan Toko Putra Mas

Tahap Implementasi, selanjutnya Tim PKM melaksanakan rencana dengan memberikan edukasi karyawan tentang *QRIS*, melakukan pembuatan pamflet iklan yang didesain dengan menggunakan aplikasi *Canva* secara efektif dan melakukan pendistribusian baik di toko maupun melalui media sosial untuk meningkatkan informasi tentang produk dan promosi, kemudian membantu menata produk sesuai kategori yang dilakukan secara lebih terstruktur, serta memastikan stok dan barang kedaluwarsa terkelola dengan baik. Dibawah ini gambar kegiatan implementasi tim dengan karyawan Toko.



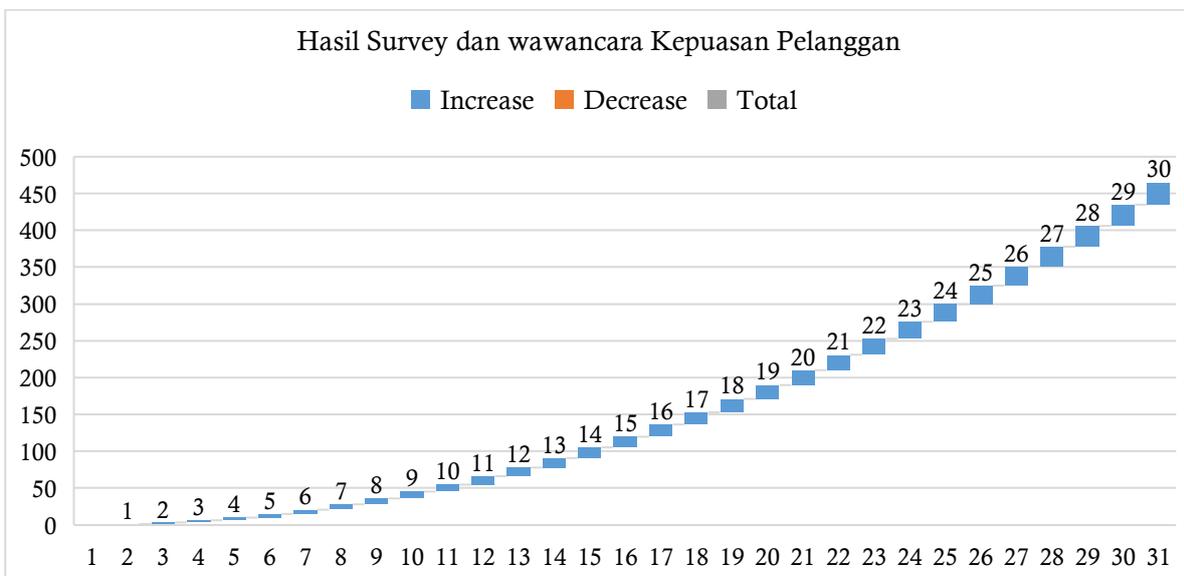
Gambar 3. Kegiatan Implementasi Bersama Karyawan Toko Putra Mas (kiri), Konsumen Melakukan Pembayaran dengan Aplikasi *QRIS* (tengah), Kegiatan Penataan Produk Sesuai dengan Kategori dan Pengecekan Stok Barang (kanan).

Tim PKM melakukan evaluasi dengan adanya data kuantitatif dan testimoni yang dilakukan kepada pelanggan seperti: (1). Hasil yang diperoleh adalah 75% adanya peningkatan transaksi pembayaran digital penggunaan *QRIS* di Toko Putra Mas yang awalnya menggunakan pembayaran tunai kini mampu beralih ke metode digital. Data transaksi menunjukkan peningkatan sebesar 40% penggunaan *QRIS* yang terjadi dalam 3 bulan pertama, dengan rata-rata waktu transaksi berkurang dari 3 menit (tunai) menjadi 1 menit (digital). Salah satu konsumen, dilakukan wawancara kepada Ibu Siti, menyatakan bahwa: "Sekarang bayar pakai *QRIS* lebih cepat, tidak ribet siapkan uang pas, saya jadi lebih sering belanja di sini karena praktis". (2). Terjadinya dampak terkait adanya pendistribusian pamflet Iklan yaitu tersebar 500 pamflet ke wilayah sekitar toko dapat meningkatkan kunjungan pelanggan baru sebesar 25% dalam 1 bulan.

Dari hasil survey menunjukkan 60% pelanggan mengetahui promo toko melalui pamflet, dengan peningkatan penjualan produk yang diiklankan sebesar 35%. Ketika dilakukan wawancara kepada seorang pelanggan baru, Bapak Rudi, mengaku: "Saya tertarik datang setelah lihat pamflet diskon sembako. Ternyata harganya kompetitif, jadi saya jadi langganan." (3). Adanya

peningkatan dampak dari pelatihan karyawan dan penataan stock barang. Pelatihan karyawan dapat meningkatkan kecepatan penataan barang dari 2 jam menjadi 45 menit per shift, dengan demikian adanya peningkatan 90% barang yang kini tertata sesuai kategori. Sedangkan survey kepuasan pelanggan menunjukkan hasil 80% responden merasa lebih mudah menemukan produk. Salah satu karyawan yang diwawancara yaitu Andi, mengungkapkan: "Setelah pelatihan, saya lebih paham cara mengatur stok dan melayani konsumen. Konsumen juga jarang komplain terhadap barang yang tidak ditemukan".

Namun bilamana pelaku bisnis Toko Putra Mas belum tersedia adanya data numerik maka saran Tim PKM adalah untuk melakukan evaluasi dapat melakukan pelacakan pada data transaksi harian dengan menggunakan sistem POS untuk memantau persentase transaksi digital. Selalu menghitung jumlah pamflet yang dikonversi ke pembelian dengan memberikan kode unik atau kupon di pamflet agar mengetahui berapa pamflet yang beredar. Memberikan pelanggan kuesioner kepuasan secara berkala untuk mengukur pengalaman berbelanja. Dengan kombinasi data kuantitatif dan testimoni, dampak program PKM dapat dievaluasi secara lebih komprehensif, serta menggunakan pendekatan ini, tim PKM dapat mengevaluasi keberhasilan program secara komprehensif dan berbasis data. Berikut dibawah gambar hasil dari hasil survey dan wawancara pelanggan berdasarkan penjelasan diatas.



Gambar. 4. Hasil Survey dan Wawancara Kepuasan Pelanggan.

Kegiatan PKM ini tidak terlepas dari faktor penghambat dan faktor pendukung. Dalam kegiatan PKM tentunya terdapat beberapa kendala yang dihadapi selama pelaksanaannya, antara lain: 1). Beberapa karyawan memerlukan waktu tambahan untuk beradaptasi dengan sistem pembayaran digital QRIS serta dalam pengelolaan media sosial yang baru. Proses pelatihan memakan waktu lebih lama dari yang diharapkan sehingga mempengaruhi efisiensi awal implementasi. 2). Pamflet yang didistribusikan di toko belum menjangkau audiens yang lebih luas secara optimal. Hal ini membatasi efektivitas kampanye promosi dan mengurangi dampak dari informasi yang ingin disampaikan seperti penawaran khusus atau diskon. 3). Penataan barang terganggu oleh keterbatasan ruang dan kecepatan perubahan stok, menyebabkan beberapa produk tidak teratur dengan baik atau kedaluwarsa terlambat diketahui.

Menurut teori Freeman & McVea, (2001) tentang Stakeholder Theory yaitu menekankan adanya dukungan perusahaan sebagai Stakeholder Utama untuk keberhasilan suatu proyek bergantung pada dukungan pemangku kepentingan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jamali, (2008) pada CSR di UMKM menunjukkan bahwa adanya izin dan kerjasama dengan pemangku kepentingan serta keterlibatan manajemen pihak terkait dapat meningkatkan kelancaran program yang dilakukan. Dengan adanya kemudahan perizinan yang diberikan pihak pemangku kepentingan dan fasilitas yang dilengkapi oleh Toko Putra Mas mencerminkan komitmen manajemen sebagai stakeholder, untuk memfasilitasi sumber daya (teknologi) sehingga

dengan adanya dukungan ini meminimalkan hambatan struktural, serta dapat menciptakan lingkungan yang kondusif untuk pengimplementasian PKM.

Dukungan partisipasi aktif karyawan dapat membuat perubahan dalam PKM serta dapat menentukan keberhasilan kegiatan yang dilaksanakan. Menurut teori Change Management Lewin, (1947); Tampubolon, (2020), adanya keterlibatan karyawan dalam tahap "unfreezing-change-refreezing" akan dapat mengurangi resistansi yang dapat terjadi, dan menurut Davis et al., (1989) mengenai Technology Acceptance Model (TAM), bilamana seorang karyawan dipengaruhi oleh persepsi kegunaan dan kemudahan dapat mengadopsi teknologi tersebut. PKM ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh et al., (2003) menunjukkan bahwa dengan melakukan pelatihan maka akan ada interaktif untuk meningkatkan penerimaan penggunaan teknologi. Begitu pula hasil yang diperoleh jika karyawan yang aktif mengikuti pelatihan QRIS dan sosial media, dapat menunjukkan internalisasi manfaat teknologi (sesuai TAM). Partisipasi ini juga mencerminkan keberhasilan pendekatan partisipatif dalam manajemen perubahan (Lewin, 1947)

Mengoptimalkan pemanfaatan media sosial dan promosi dengan cara meningkatkan pengetahuan sumber daya manusia untuk menciptakan keunggulan yang kompetitif, sesuai dengan teori Resource-Based View (RBV) (Barney, 1991). Pengabdian masyarakat yang dilakukan juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kaplan & Haenlein, (2010) menyatakan bahwa konten buatan karyawan (employee-generated content) dapat meningkatkan keaslian promosi. Jika keterampilan karyawan dalam membuat konten meningkat dan mampu menyebarkan pamflet serta memperluas visibilitas toko maka tujuan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan secara maksimal akan dapat terwujud. Hal ini didukung oleh teori RBV, di mana Sumber Daya Manusia menjadi aset strategis, dan menurut Kaplan & Haenlein, (2010) tentang efektivitas promosi berbasis partisipasi karyawan.

Adanya penyediaan fasilitas digital yang dilakukan pihak Toko Putra Mas akan mengadopsi suatu inovasi yang dapat mempengaruhi organisasi dan lingkungan dalam konteks teknologi yang didukung oleh teori Technology-Organization-Environment (TOE) oleh (Tornatzky et al., 1990). Pengabdian yang dilakukan oleh tim PKM sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zhu et al., (2006) menemukan bahwa infrastruktur digital dan dukungan organisasi mempercepat transformasi bisnis. Untuk mendukung implementasi PKM maka perusahaan harus mampu melakukan penyediaan alat pembayaran digital, komputer, dan internet, ini sesuai kerangka TOE, di mana kesiapan teknologi dan organisasi menjadi penentu keberhasilan. Sehingga dengan adanya promosi berbasis partisipasi akan memperkuat citra bisnis dari suatu perusahaan, dan adanya kolaborasi antara dukungan manajemen, partisipasi aktif karyawan, dan investasi infrastruktur adalah kunci keberhasilan program pengabdian masyarakat, terutama dalam konteks digitalisasi UMKM.

#### 4. KESIMPULAN

Implementasi QRIS sebagai metode pembayaran non-tunai berhasil meningkatkan efisiensi transaksi, keamanan, dan kepuasan pelanggan, yang ditunjukkan oleh 85% konsumen merasa lebih puas. Selain itu, pelatihan karyawan dalam mendesain dan mendistribusikan pamflet digital melalui media sosial seperti Instagram dan WhatsApp berdampak signifikan terhadap peningkatan minat beli, terbukti dari kenaikan penjualan produk diskon sebesar 30%. Efektivitas reorganisasi pengelolaan stok juga terlihat dari berkurangnya barang kedaluwarsa hingga 50%, serta peningkatan kenyamanan pelanggan dalam berbelanja. Secara umum, kegiatan ini telah memperkuat efisiensi operasional, pelayanan, dan strategi pemasaran Toko Putra Mas.

Namun, tantangan seperti keterbatasan pemahaman teknologi oleh sebagian karyawan, distribusi fisik pamflet yang belum maksimal, serta kendala ruang toko menjadi hambatan keberlanjutan. Oleh karena itu, tim PkM merekomendasikan pelatihan berkala terkait teknologi dan promosi digital, optimalisasi media sosial, serta penggunaan aplikasi manajemen stok sederhana untuk mendukung efisiensi sistem operasional. Keberhasilan jangka panjang program ini bergantung pada komitmen manajemen dan partisipasi aktif karyawan dalam melanjutkan inovasi, pelatihan, dan evaluasi berkala terhadap kinerja sistem yang telah diterapkan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim PKM mengucapkan terima kasih tulus kepada pemilik dan seluruh karyawan Toko Putra Mas atas partisipasi dan dukungan serta kerja sama yang diberikan selama pelaksanaan kegiatan ini. Serta seluruh pihak yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung, baik melalui kontribusi moril, materil, maupun tenaga, sehingga kegiatan ini dapat berjalan lancar dan mencapai hasil optimal.

## REFERENSI

- Ardana, S. G., Shafa Luqyana, A., Listi Antono, I. A., Rahayu, R. P., Qonita, L., Zahra, S. A., & Alsyahdat, F. (2023). Efektifitas Penggunaan QRIS bagi Kalangan Mahasiswa UNNES untuk Transaksi Pembayaran dalam Rangka Mendorong Perkembangan Ekonomi pada Era Digitalisasi. *Jurnal Potensial*, 2(2), 167–183.
- Asofa, E. D., & Sholihah, D. D. (2024). Implementasi QRIS (QR Code Indonesian Standard) sebagai Media Pembayaran Elektronik bagi UMKM di Kelurahan Gunung Anyar Tambak. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 4(1), 42–48. <https://doi.org/10.31004/jh.v4i1.511>
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Publiciana*, 9(1), 140–157. <https://doi.org/10.56943/ejmi.v1i2.9>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003. <https://doi.org/https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, & Kebudayaan, K. P. dan. (2021). Buku Panduan Indikator Kinerja Utama. In *Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan* (021).
- Elvira, Lasminingrat, A., Ramadhania, Savitri, Kasmaniar, Marlina, Abdurohim, Suwandi, Cahyadi, I. F., Malikum, M., Pribadi, F. S., Utami, N. M. S., & Giyono. (2024). *Komunikasi Bisnis Kaidah Komunikasi dalam Menata Bisnis* (Suwandi (ed.). CV. Eureka Media Aksara.
- Freeman, R. E., & McVea, J. (2001). A Stakeholder Approach to Strategic Management. In *SSRN Electronic Journal* . <https://doi.org/10.2139/ssrn.263511>
- Goa, L. (2017). Perubahan Sosial Dalam Kehidupan Bermasyarakat. *SAPA - Jurnal Kateketik Dan Pastoral*, 2(2), 53–67. <https://doi.org/10.53544/sapa.v2i2.40>
- Hanif, H., Hidayat, T., & Haryadi, R. N. (2023). Pelatihan Keterampilan Manajemen Operasional Bagi Umkm: Peningkatan Efisiensi Dan Produktivitas. *JABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 24–28.
- Jamali, D. (2008). A stakeholder approach to corporate social responsibility: A fresh perspective into theory and practice. *Journal of Business Ethics*, 82(1), 213–231. <https://doi.org/10.1007/s10551-007-9572-4>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kuswibowo, C., Rakhmawati, D. Y., Juminawati, S., Utami, N. M. S., Wibowo, U. D. A., Sambiring, D., Satrionugroho, B., Hamdani, D., Anwar, H. ., & Jemadi, J. (2024). Konsep

- Dasar Bisnis Manajemen. In I. P (Ed.), *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Lewin, K. (1947). *Frontiers in Group Dynamics: Concept, Method and Reality in Social Science; Social Equilibria and Social Change*. In *Human Relations* (Vol. 1, Issue 1). SAGE. <https://doi.org/10.1177/001872674700100103>
- Muktafi, A., & Fauzi, A. (2024). Pengembangan Media Promosi Dengan Pembuatan Brosur Berbasis Aplikasi Canva di Kanvill Dau Kabupaten Malang. *JEBIMAN: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 150–157.
- Natsir, K., Bangun, N., Attan, M. B., & Landias, J. S. (2023). Penggunaan Qris Sebagai Alat Pembayaran Digital Untuk Meningkatkan Produktivitas Umkm. *Jurnal Serina Abdimas*, 1(3), 1154–1163. <https://doi.org/10.24912/jsa.v1i3.26208>
- Pratama, M. D., Cahyati, M., Rifai, M. F., Fahlevi, M. R., Rahayu, N., Hermawan, R. A., Salsafira, R. D., Herdiana, D., & A. (2023). *Penggunaan Financial Technology Transaksi Non Tunai (Cashless)* (D. Herdiana. & Jaenudin (eds.). Widina Bhakti Persada.
- Saputra, N. D., Triono, Rama, K. S., Murdini, L. A., & Al Laitsi, M. (2024). Seminar Nasional Perekonomian “Qris Sebagai Inovasi Digital Sistem Pembayaran Indonesia.” *Community Development Journal*, 5(1), 745–750.
- Sariani, N. L. P., & Utami, N. M. S. (2021). Pelatihan Dan Pendampingan Sistem Informasi Manajemen Di Era New Normal. *Community Development Journal*, 5(1), 205–212. <https://doi.org/10.33086/cdj.v5i1.1960>
- Sariwaty, Y., Rahmawati, D., Oktaviani, F., & Amran, A. (2019). Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Calief Melalui Implementasi Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 218–224.
- Septiana, D. (2023). *Evaluasi terhadap sistem persediaan barang dagang (studi kasus di CV. Aneka Kertas Semarang)*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tampubolon, M. P. (2020). *Change Management Manajemen Perubahan : Individu, Tim Kerja Organisasi*. In *Bogor; Mitra Wacana Media* (Edisi Pert). Penerbit Mitra Wacana Media.
- Tornatzky, L. G., Fleischer, M., & Chakrabarti, A. K. (1990). *The Processes of Technological Innovation*. Lexington Books.
- Triansyah, F. A., Utami, N. M. S., Ekowati, M. A. S., Karyono, Iskamto, D., Tamrin, M., Esthi, R. B., Katili, A. Y., Fatkhulloh, A., & Rulianti, E. (2023). *Transformasi Digital Manajemen Sumber Daya Manusia* (F. Rezeki (ed.). PT Kimshafi Alung Cipta.
- Utami, N. M. S., & Maharani, N. M. Dela. (2024). Penerapan Sistem Digitalisasi Pencatatan Stok Barang Serta Pengimplementasian Program Poin Melalui Sistem Mamber Card Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada CV Busana Utama Sentosa. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 317–322.
- Utami, N. M. S., Richadinata, K. R. P., Darmayasa, K., & Febry, S. N. K. R. I. (2023). Penerapan Ekonomi Digital Dalam Upaya Meningkatkan Pelayanan Di Era New Normal Pada Bamboo Coffee. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 895–901.

- Utami, N. M. S., Sandrya, N. L. P., & Dwijana, I. G. K. (2023). Pengrajin Industri Rumah Tangga berbasis teknologi menuju UMKM Naik Kelas. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (JMAS)*, 2(3), 843–854.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 2(3), 425–478. <https://doi.org/10.1016/j.inoche.2016.03.015>
- Yoga, S. (2019). Perubahan Sosial Budaya Masyarakat Indonesia Dan Perkembangan Teknologi Komunikasi. *Jurnal Al-Bayan*, 24(1), 29–46. <https://doi.org/10.22373/albayan.v24i1.3175>
- Zhu, K., Dong, S., Xu, S. X., & Kraemer, K. L. (2006). Innovation diffusion in global contexts: Determinants of post-adoption digital transformation of European companies. *European Journal of Information Systems*, 15(6), 601–616. <https://doi.org/10.1057/palgrave.ejis.3000650>