JURNAL LINTAS KARSA

Vol. 03 No. 01 November 2026, hlmn. 15-24

https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/lintaskarsa

e-ISSN: 3123-3996 (online)



Pendampingan Digitalisasi UMKM melalui Google Maps, Media Sosial, Marketplace, dan QRIS di Desa Tegalroso, Temanggung

Rafly Akbar Anggara[1*], Fani Dwi Prasetya[2], Zahrotul Milati[3], Alifah Nurfadiyah[4], Najwa Muhanifah[5], Dyah Ayu Rahmawati[6], Gayatri Palupi[7]

[1]Teknik Komputer, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Semarang
[2]Pendidikan Nonformal, Fakultas Ilmu Pendidikan dan Psikologi, Universitas Negeri Semarang
[3,6]Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan dan Psikologi, Universitas Negeri Semarang
[4]Kimia, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Negeri Semarang
[5]Sastra Perancis, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang
[7]Kepala Desa Tegalroso. Kecamatan Parakan, Kabupaten Temanggung

*Corresponding author: ayuyadit@mail.unnes.ac.id

Diterima: 18-09-2026	*Disetujui:* 23-10-2026	*Dipublikasi:* 30-11-2026

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Tegalroso masih menghadapi keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital, khususnya pada aspek promosi, pemasaran, dan sistem transaksi usaha. Sebagian besar pelaku UMKM belum memanfaatkan media sosial, Google Maps, marketplace, maupun pembayaran digital sehingga jangkauan pemasaran masih terbatas. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mendampingi digitalisasi UMKM melalui pemanfaatan Google Maps, media sosial, marketplace, dan QRIS. Metode pelaksanaan dilakukan melalui sosialisasi yang dilanjutkan dengan pendampingan secara door-to-door kepada 14 pelaku UMKM. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM berhasil memiliki sarana digital usaha berupa akun media sosial, lokasi usaha pada Google Maps, akun marketplace, serta media promosi digital. Pendampingan juga meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terhadap pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan usaha. Meskipun demikian, keterbatasan literasi digital dan kekhawatiran terhadap transaksi non-tunai masih menjadi kendala dalam implementasi secara optimal. Kegiatan ini diharapkan menjadi langkah awal dalam mendorong transformasi digital UMKM secara berkelanjutan.

***Kata kunci**: UMKM, digitalisasi, Google Maps, marketplace, QRIS.*

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Tegalroso Village still face limitations in utilizing digital technology, particularly in promotion, marketing, and business transaction systems. Most MSME actors have not utilized social media, Google Maps, marketplaces, or digital payment systems, resulting in limited market reach. This community service activity aimed to assist MSMEs in digital transformation through the utilization of Google Maps, social media, marketplaces, and QRIS. The implementation method consisted of socialization followed by door-to-door assistance involving 14 MSME actors. The results showed that most MSMEs successfully obtained basic digital business facilities, including social media

THIS WORK IS LICENSED UNDER A CREATIVE COMMONS ATTRIBUTION 4.0 INTERNATIONAL LICENSE

accounts, registered business locations on Google Maps, marketplace accounts, and digital promotional media. The assistance also improved MSME understanding of digital technology utilization in business management. However, limited digital literacy and concerns regarding non-cash transactions remain challenges for optimal implementation. This activity is expected to serve as an initial step toward sustainable MSME digital transformation).

***Keywords**: MSMEs; digitalization; Google Maps; marketplace; QRIS.*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendorong perekonomian masyarakat desa, terutama sebagai sumber pendapatan keluarga dan penggerak ekonomi lokal. Di Desa Tegalroso, Kecamatan Parakan, Kabupaten Temanggung, UMKM didominasi oleh usaha rumahan di bidang makanan yang menjadi salah satu potensi ekonomi kreatif desa. Namun, sebagian besar pelaku UMKM masih menjalankan usaha secara tradisional dengan jangkauan pemasaran yang terbatas (Rachmawati et al., 2026; Syafitri et al., 2024).

Perkembangan teknologi digital telah mengubah perilaku konsumen, di mana proses pencarian informasi produk, pemesanan, hingga pembayaran semakin banyak dilakukan secara daring. Kondisi ini menuntut pelaku UMKM untuk beradaptasi melalui pemanfaatan media digital agar mampu memperluas pasar, meningkatkan daya saing, serta membangun citra usaha yang lebih profesional. Digitalisasi UMKM dapat dilakukan melalui langkah sederhana, seperti pembuatan akun media sosial usaha, pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps, pemanfaatan marketplace, serta penerapan pembayaran non-tunai menggunakan QRIS (Puspasari et al., 2025; Rahmanida et al., 2025).

Berdasarkan hasil pengamatan selama pelaksanaan program kerja KKN di Desa Tegalroso, ditemukan beberapa permasalahan utama pada pelaku UMKM, antara lain belum terdaftar pada Google Maps, belum memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, belum memahami penggunaan marketplace, serta masih minim penerapan transaksi digital. Promosi usaha masih banyak dilakukan melalui WhatsApp dan poster sederhana sehingga jangkauan pemasaran cenderung terbatas. Kondisi tersebut diperkuat melalui materi sosialisasi "Go Digital UMKM Desa Tegalroso" yang menunjukkan bahwa UMKM desa masih menghadapi hambatan pada aspek pemasaran digital dan sistem transaksi (Henandra et al., 2025; Syafitri et al., 2024).

Permasalahan tersebut juga dipengaruhi oleh kendala literasi digital, di mana sebagian pelaku UMKM belum terbiasa menggunakan aplikasi digital untuk kebutuhan usaha. Akibatnya, pemanfaatan teknologi digital belum berjalan optimal meskipun perangkat pendukung seperti telepon pintar dan jaringan internet relatif tersedia. Oleh karena itu, diperlukan program pendampingan yang bersifat praktis dan langsung agar pelaku UMKM dapat memahami serta mulai menerapkan digitalisasi secara bertahap (Chasanah & Takarini, 2026; Rahmanida et al., 2025).

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mendampingi pelaku UMKM di Desa Tegalroso dalam proses digitalisasi usaha melalui pembuatan Google Maps, media sosial, marketplace, serta penerapan QRIS sesuai kesiapan masing-masing UMKM. Pendampingan dilakukan melalui sosialisasi dan pendekatan door-to-door untuk memastikan pelaku UMKM memperoleh bantuan teknis secara langsung. Diharapkan kegiatan ini dapat membantu UMKM memperluas jangkauan promosi, meningkatkan kemudahan akses pelanggan terhadap lokasi usaha, serta mendukung transaksi yang lebih praktis dan modern (Rachmawati et al., 2026; Saputra et al., 2024; Sholihah & Nurhapsari, 2023).

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan melalui beberapa tahapan yang saling berkesinambungan, dimulai dari tahap persiapan, pelaksanaan sosialisasi, pendampingan langsung, hingga evaluasi dan dokumentasi kegiatan.

Pada tahap persiapan, tim KKN menyusun materi sosialisasi bertema “Go Digital UMKM Desa Tegalroso” serta melakukan pendataan terhadap 14 UMKM sasaran di Desa Tegalroso. Selain itu, disiapkan pula perangkat pendukung kegiatan berupa panduan singkat pembuatan akun digital dan desain poster promosi. Materi yang disusun mencakup pengenalan konsep digitalisasi UMKM serta contoh penerapan sederhana yang relevan dengan kondisi pelaku usaha desa, seperti pemanfaatan media sosial, pendaftaran lokasi usaha di Google Maps, penggunaan marketplace, dan sistem pembayaran digital melalui QRIS (Arifangga et al., 2025).

Kegiatan sosialisasi dilaksanakan pada tanggal 25 Januari 2026 di Balai Desa Tegalroso dan diikuti oleh 8 pelaku UMKM. Sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman awal mengenai pentingnya transformasi digital dalam meningkatkan daya saing usaha. Dalam kegiatan tersebut, peserta diberikan penjelasan mengenai manfaat penggunaan media digital sebagai sarana promosi, pemasaran, serta transaksi non-tunai. Selain pemaparan materi, kegiatan juga disertai sesi diskusi agar pelaku UMKM dapat menyampaikan kendala serta kebutuhan yang dihadapi dalam pengelolaan usaha mereka (Inayati et al., 2025).

Tahap selanjutnya adalah pendampingan secara langsung kepada pelaku UMKM dengan metode door-to-door yang dilaksanakan pada tanggal 26 Januari hingga 1 Februari 2026. Pendampingan dilakukan di lokasi usaha atau rumah masing-masing pelaku UMKM sehingga proses bimbingan dapat disesuaikan dengan kondisi dan tingkat literasi digital setiap peserta. Pada tahap ini, tim membantu pembuatan maupun pembaruan akun media sosial usaha, pendaftaran lokasi usaha di Google Maps, pembuatan akun marketplace (Shopee reguler), serta pendampingan pembuatan QRIS bagi UMKM yang telah siap menerapkan sistem pembayaran digital. Selain itu, dibuatkan pula desain poster atau pamflet promosi guna mendukung branding dan identitas visual usaha (Henandra et al., 2025).

Tahap akhir kegiatan berupa evaluasi dan dokumentasi program. Evaluasi dilakukan dengan pendekatan berbasis luaran (output-based evaluation), yaitu dengan mendata capaian

digitalisasi pada masing-masing UMKM. Indikator keberhasilan dilihat dari kepemilikan media sosial aktif, terdaftarnya lokasi usaha di Google Maps, akun marketplace yang telah dibuat, penggunaan QRIS, serta ketersediaan media promosi digital. Seluruh capaian dicatat dalam tabel progres kegiatan sebagai bukti keterlaksanaan program. Dokumentasi kegiatan dilakukan melalui foto saat sosialisasi, pendampingan door-to-door, serta tangkapan layar luaran digital yang telah dihasilkan (Aam Amaliah et al., 2025).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan hasil pelaksanaan kegiatan pendampingan digitalisasi UMKM di Desa Tegalroso secara sistematis. Pemaparan hasil mencakup pelaksanaan sosialisasi sebagai tahap awal program, proses pendampingan door-to-door yang dilakukan kepada pelaku usaha, capaian implementasi digital pada masing-masing UMKM, serta kendala yang dihadapi selama kegiatan berlangsung beserta upaya penanganannya.

1. Pelaksanaan Sosialisasi UMKM Go Digital

Kegiatan sosialisasi dilaksanakan pada tanggal 25 Januari di Balai Desa Tegalroso dengan peserta sekitar 8 pelaku UMKM dari total 14 UMKM sasaran. Sosialisasi berfokus pada pengenalan konsep UMKM go digital, manfaat penggunaan media digital, serta contoh penerapan sederhana yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha (Inayati et al., 2025).

Materi sosialisasi mencakup pemanfaatan media sosial untuk promosi, pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps, penggunaan marketplace, serta pengenalan QRIS sebagai metode transaksi digital. Berdasarkan pelaksanaan kegiatan, peserta menunjukkan antusiasme yang cukup baik, namun sebagian peserta masih menyampaikan kekhawatiran terhadap transaksi digital dan kesulitan dalam penggunaan aplikasi karena keterbatasan literasi digital (Saputra et al., 2024; Tam, 2025).



Gambar 1. Pelaksanaan Sosialisasi Program UMKM Go Digital di Balai Desa Tegalroso

Kegiatan sosialisasi ini menjadi tahapan awal dalam memperkenalkan konsep digitalisasi kepada pelaku UMKM. Tahapan sosialisasi sebagai langkah awal pendampingan digital juga banyak diterapkan dalam program pemberdayaan UMKM berbasis teknologi untuk meningkatkan kesiapan pelaku usaha sebelum implementasi teknis dilakukan. Melalui kegiatan tersebut, pelaku usaha memperoleh pemahaman dasar mengenai peluang dan

tantangan pemanfaatan media digital sebelum dilanjutkan pada tahap pendampingan teknis secara langsung (Putri & Prabowo, 2025).

2. Pelaksanaan Pendampingan Door-to-Door

Pendampingan door-to-door dilaksanakan pada tanggal 26 Januari – 1 Februari dan difokuskan pada UMKM di Dusun Padureso dan Dusun Karangbendo. Pendampingan dilakukan secara langsung di lokasi usaha atau rumah pelaku UMKM, sehingga tim dapat membantu pelaku usaha secara teknis sesuai kebutuhan masing-masing.

Pendampingan dilakukan dengan fokus utama pada pembuatan dan pengaktifan sarana digital usaha, meliputi:

1. Pembuatan akun media sosial UMKM (opsional)
2. Pendaftaran lokasi usaha di Google Maps
3. Pembuatan akun marketplace (Shopee reguler)
4. Pendampingan pembuatan QRIS (opsional)
5. Pembuatan poster promosi sebagai bentuk penguatan branding.

Pendekatan door-to-door dinilai efektif karena sebagian besar pelaku UMKM mengalami kesulitan jika hanya diberikan pelatihan dalam bentuk sosialisasi umum. Dengan pendampingan langsung, pelaku UMKM dapat belajar melalui praktik dan dibimbing langkah demi langkah sesuai kondisi perangkat yang digunakan (Arifangga et al., 2025; Henandra et al., 2025).



Gambar 2. Pendampingan Door-to-Door kepada Pelaku UMKM Desa Tegalroso

Pendampingan secara langsung memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM dalam memahami setiap tahapan pembuatan akun serta pengelolaan media digital usaha, karena proses bimbingan dilakukan secara praktik dan disesuaikan dengan kondisi masing-masing pelaku usaha.

3. Capaian Luaran Digitalisasi UMKM

Untuk mengetahui tingkat ketercapaian program, dilakukan pencatatan hasil pendampingan dalam bentuk tabel progres sebagai bagian dari evaluasi berbasis luaran (output-based evaluation). Pendekatan ini digunakan untuk melihat secara konkret implementasi digitalisasi pada masing-masing UMKM sasaran. Tabel progres memuat informasi terkait bentuk pendampingan yang telah direalisasikan, meliputi pembuatan dan pengaktifan media sosial usaha, pembuatan akun marketplace, pendampingan QRIS, penyediaan poster promosi, pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps, serta status kepemilikan NIB (Rahmanida et al., 2025).

Rekapitulasi capaian digitalisasi UMKM Desa Tegalroso berdasarkan hasil pendampingan disajikan pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Rekap Capaian Pendampingan Digitalisasi UMKM Desa Tegalroso

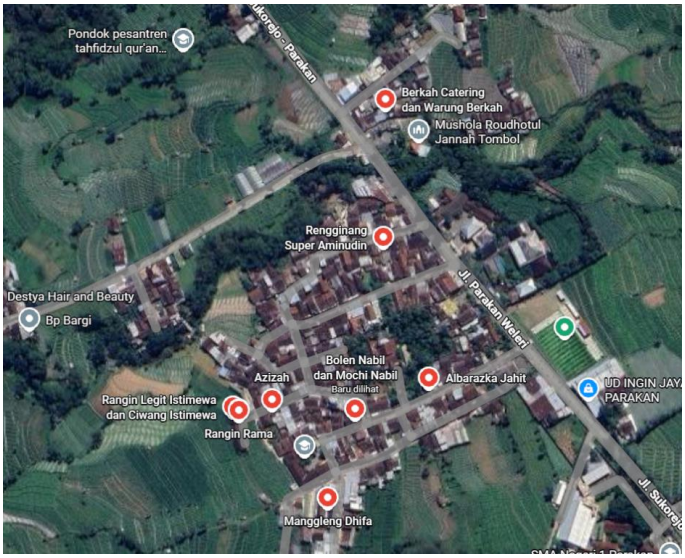
Kode UMKM	Media Sosial (IG)	Shopee	QRIS	Pamflet	Google Maps	NIB
UMKM-1	Sudah terdaftar	Sudah terdaftar	Selesai	Selesai	Selesai	Sudah terdaftar
UMKM-2	Selesai	Selesai	Selesai	Selesai	Selesai	Selesai
UMKM-3	Selesai	Sudah terdaftar	Sudah terdaftar	Selesai	Selesai	Selesai
UMKM-4	Sudah terdaftar	Sudah terdaftar	Selesai	Selesai	Selesai	Sudah terdaftar
UMKM-5	Selesai	Selesai	Selesai	Selesai	Selesai	Selesai
UMKM-6	Sudah terdaftar	Sudah terdaftar	Selesai	Selesai	Selesai	Selesai
UMKM-7	Selesai	Sudah terdaftar	Selesai	Selesai	Selesai	Sudah terdaftar
UMKM-8	Selesai	Sudah terdaftar	Selesai	Selesai	Sudah terdaftar	Sudah terdaftar
UMKM-9	Sudah terdaftar	Sudah terdaftar	Selesai	Selesai	Selesai	Selesai
UMKM-10	Sudah terdaftar	Sudah terdaftar	Selesai	Selesai	Selesai	Selesai
UMKM-11	Sudah terdaftar	Sudah terdaftar	Selesai	Selesai	Selesai	Selesai
UMKM-12	Sudah terdaftar	Selesai	Selesai	Selesai	Sudah terdaftar	Sudah terdaftar
UMKM-13	Sudah terdaftar	Selesai	Selesai	Selesai	Sudah terdaftar	Sudah terdaftar
UMKM-14	Sudah terdaftar	Sudah terdaftar	Selesai	Selesai	Selesai	Selesai

Berdasarkan Tabel 1, terlihat bahwa sebagian besar UMKM telah memperoleh setidaknya satu bentuk sarana digital usaha sebagai hasil dari kegiatan pendampingan.

Capaian yang paling dominan adalah pembuatan poster promosi dan pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps, yang relatif lebih mudah diterapkan karena tidak memerlukan pengelolaan akun secara rutin (Puspasari et al., 2025; Widyayanti & Insiatiningsih, 2024).

Sementara itu, pembuatan akun media sosial dan marketplace menunjukkan variasi tingkat penerimaan di antara pelaku UMKM. Beberapa pelaku usaha bersedia memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, namun masih terdapat UMKM yang belum siap karena keterbatasan waktu dalam pengelolaan konten maupun kekhawatiran terhadap pengoperasian aplikasi. Hal serupa juga terjadi pada pembuatan akun marketplace, yang membutuhkan pemahaman lebih lanjut terkait pengelolaan produk dan transaksi secara daring.

Adapun penerapan QRIS dilakukan secara selektif dan disesuaikan dengan kesiapan masing-masing pelaku usaha. Tidak seluruh UMKM bersedia mengadopsi sistem pembayaran digital karena masih terdapat kekhawatiran terhadap risiko transaksi non-tunai. Oleh karena itu, pendampingan QRIS difokuskan pada UMKM yang telah menunjukkan kesiapan dan minat untuk menerapkannya (Khusaeni & Widowati, 2022; Utami, 2025).



Gambar 3. Contoh Profil Lokasi UMKM pada Google Maps

Secara umum, hasil capaian ini menunjukkan bahwa proses digitalisasi UMKM di Desa Tegalroso berjalan secara bertahap dan adaptif. Pendekatan yang fleksibel memungkinkan setiap pelaku usaha mengadopsi teknologi sesuai dengan kondisi dan tingkat literasi digital masing-masing, sehingga implementasi yang dilakukan lebih realistis dan berkelanjutan (Fanisa Suseno, 2025; Yasik & Mutoffar, 2025).

Pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps membantu meningkatkan aksesibilitas informasi lokasi UMKM bagi masyarakat. Luaran ini menjadi salah satu bentuk penerapan digitalisasi yang mendukung visibilitas usaha secara daring.

4. Kendala Pelaksanaan dan Solusi

Selama kegiatan pendampingan, beberapa kendala yang ditemukan antara lain:

a. Keterbatasan literasi digital (gaptek).
   Sebagian pelaku UMKM belum terbiasa menggunakan aplikasi digital seperti Instagram, Shopee, maupun pengaturan akun Google. Kendala ini diatasi melalui pendampingan door-to-door yang memungkinkan pelatihan dilakukan secara langsung dan bertahap (Petrus Suhardi Ekaputra et al., 2024).
b. Kekhawatiran terhadap transaksi digital.
   Beberapa pelaku UMKM menolak atau belum siap menggunakan QRIS karena takut adanya risiko penipuan atau kesalahan transaksi. Tim GIAT 15 Desa Tegalroso memberikan opsi agar QRIS hanya dibuat bagi UMKM yang bersedia dan siap menerapkan (Paliling et al., 2026; Petrus Suhardi Ekaputra et al., 2024).
c. Kualitas foto produk yang masih sederhana.
   Foto produk UMKM umumnya masih diambil seadanya dan belum mendukung promosi digital secara optimal. Untuk mengatasi hal tersebut, tim GIAT 15 Desa Tegalroso membantu pembuatan poster/pamflet promosi sederhana sebagai langkah awal penguatan branding.

Dengan adanya solusi tersebut, kegiatan pendampingan tetap dapat berjalan dan menghasilkan luaran digital yang dapat digunakan oleh pelaku UMKM sebagai sarana awal dalam memulai transformasi digital usaha.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pendampingan digitalisasi UMKM di Desa Tegalroso, Kecamatan Parakan, Kabupaten Temanggung telah berhasil dilaksanakan melalui tahapan sosialisasi dan pendampingan door-to-door kepada 14 pelaku UMKM. Program ini mampu membantu pelaku usaha dalam memulai pemanfaatan teknologi digital melalui pembuatan akun media sosial, pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps, pembuatan akun marketplace, penerapan QRIS secara opsional, serta penyediaan media promosi berupa poster usaha. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM telah memiliki sarana digital dasar yang dapat digunakan untuk meningkatkan visibilitas usaha dan memperluas jangkauan pemasaran. Meskipun demikian, masih ditemukan kendala berupa keterbatasan literasi digital dan kekhawatiran terhadap penggunaan transaksi non-tunai. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan lanjutan serta peningkatan kapasitas digital secara berkelanjutan agar pelaku UMKM dapat mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan dan pengembangan usaha secara mandiri.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Pemerintah Desa Tegalroso, Kecamatan Parakan, Kabupaten Temanggung atas dukungan dan kerja sama yang diberikan selama pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh pelaku UMKM Desa Tegalroso yang telah berpartisipasi aktif

dalam kegiatan sosialisasi dan pendampingan digitalisasi usaha. Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Negeri Semarang serta dosen pembimbing lapangan yang telah memberikan arahan dan pendampingan sehingga kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik.

REFERENSI

Aam Amaliah, Billal Rivaldy, Ameliani Amanda, Ratna Apriyanti, & Listiana Amalia. (2025). Penerapan Sistem Digitalisasi UMKM Melalui QRIS, Google Maps, dan Literasi Teknologi Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, *4*(2), 10499–10505. https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.3446

Arifangga, A. R., Cahyaningrum, D. A., & Sari, S. K. (2025). *Digitalisasi UMKM Pembuatan Qris dan Pembuatan Titik Google Maps Desa Prambatan Lor Kecamatan Kaliwungu Kabupaten Kudus*. 448–454.

Chasanah, S. W., & Takarini, N. (2026). *Pemberdayaan UMKM Industri Rumahan Melalui Optimalisasi Google Maps sebagai Pemasaran Digital di Kelurahan Mulyorejo Surabaya*. *6*(1), 195–202.

Fanisa Suseno. (2025). Evaluating QRIS Adoption : a pathway to inclusive digital payment for indonesia MSMEs. *GIC Proceeding*, *3*(May), 93–103. https://doi.org/10.30983/gic.v3i1.850

Henandra, D., Putra, E., Ulhaq, A. D., & Janitra, M. B. (2025). *Pendampingan Digitalisasi UMKM Melalui Metode Door to Door di Desa Purwosari , Kota Kudus*. 270–278.

Inayati, anindya aryu, M Zain, N. F., & Darmaningrum, K. T. (2025). Digitalisasi Pemasaran dan Optimalisasi Pembayaran Menggunakan QRIS bagi UMKM di Kelurahan Kajen Pekalongan. *ADM: Jurnal Abdi Dosen Dan Mahasiswa*, *3*(1), 71–84.

Khusaeni, M., & Widowati, N. (2022). Adoption of QRIS Digital Payments in SMEs Based on the Technology Acceptance Model. ..*Journal of Development Economic and Social Studies*, *01*(2), 325–347. http://dx.doi.org/10.21776/jdess.

Paliling, D., Siswanto, G., Paranoan, N., & Mangngalla, M. (2026). *Analisis Implementasi QRIS sebagai Sistem Pembayaran Digital pada Usaha Mikro , Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Kapasa , Kota Makassar*. *5*(1), 2177–2185.

Petrus Suhardi Ekaputra, Fitri Ciptosari, & Tedy Halim. (2024). Adopsi Teknologi Pembayaran Digital QRIS di Kalangan UMKM Labuan Bajo: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Akademisi Vokasi*, *3*(2), 1–13. https://doi.org/10.63604/javok.v3i2.138

Putri, M. W., & Prabowo, B. (2025). Implementasi Program Digitalisasi UMKM Melalui Media Pembuatan QRIS dan Google Maps di Desa Kemiri Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Sinabis*, *1*(April), 1156–1162.

Puspasari, D., Utami, I. P., Susilawati, N., Wulansari, N. M., & Semita, N. L. (2025). Pemanfaatan Google Maps dan QRIS Sebagai Strategi Digitalisasi UMKM di Desa Neglasari. *Jannah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *01*(03), 293–302.

Rachmawati, F., Melati, B., Cholis, A., Kristiandari, A., Sosial, F. I., Pembangunan, U., Veteran, N., & Timur, J. (2026). *Peningkatan inklusi digital UMKM melalui pendampingan pembuatan QRIS dan Google Maps di SWK Panggon Mangan Keluruhan Kebraon*. *7*(1), 49–54.

Rahmanida, S. E., Rahmawati, R. D., Nikmah, R. M., Naasyiroh, R. I., & Rahmawati, R. (2025). Penguatan Identitas dan Aksesibilitas UMKM melalui Digitalisasi Lokasi Usaha di Google Maps sebagai Strategi Digital dalam Meningkatkan Jangkauan Konsumen. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *3*(1), 147–153. https://doi.org/10.30762/welfare.v3i1.2177

Saputra, J. P. B., Waluyo, R., Lestari, D. P., & Ramadhani, S. A. (2024). Penerimaan Teknologi QRIS bagi Pelaku UMKM Kabupaten Banyumas Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Informatika*, *10*(2), 133–142. https://doi.org/10.26905/jtmi.v10i2.14703

Sholihah, E., & Nurhapsari, R. (2023). Percepatan Implementasi Digital Payment Pada UMKM: Intensi Pengguna QRIS Berdasarkan Technology Acceptance Model. *Nominal Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, *12*(1), 1–12. https://doi.org/10.21831/nominal.v12i1.52480

Syafitri, R., Yunicha Harly, A., & Kurniawan, R. (2024). Sosialisasi dan pelatihan penggunaan QRIS dan Google Maps terhadap pengusaha nasi liwet di Desa Duwet. *Jurnal Pengabdian Masyarakat UM Jambi*, *1*(2), 93–101.

Tam, M. M. (2025). *Evaluasi Faktor Penerimaan Pengguna Terhadap Layanan QRIS Pada Generasi Z Menggunakan Modifikasi TAM*. *5*(4), 1091–1110.

Utami, N. (2025). Adopsi pembayaran digital melalui QRIS dan dampaknya terhadap kinerja finansial UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Transaksi (Atma Jaya)*, *9*(2), 1–13.

Widyayanti, E. R., & Insiatiningsih, I. (2024). Pengaruh digitalisasi terhadap adopsi teknologi UMKM dalam menggunakan alat pembayaran QRIS (Quick Response Code Indonesia Standard). *Jurnal Ekobis Dewantara*, *7*(1), 55–68.

Yasik, Y. L., & Mutoffar, M. M. (2025). Efektivitas Sistem QRIS dalam Meningkatkan Volume Transaksi UMKM Kota Surabaya. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, *21*(2), 148–157. https://doi.org/10.30742/equilibrium.v21i2.4854