

LAPORAN PENELITIAN DOSEN



Penguatan Penjualan Kedai Melalui Keterampilan Teknologi Aplikasi, Web, dan Transaksi Digital

Tim Peneliti :

- 1. Muhammad Manyu Setiawan**
- 2. M. Maulana Rachman**
3. Dewi Kartika
- 4. Dias Anugrah**

**PROGRAM STUDI
SISTEM INFORMASI
FAKULTAS SAINS DAN KESEHATAN
UNIVERSITAS IPWIJA
BOGOR
TAHUN 2025**

HALAMAN PENGESAHAN

- | | |
|------------------------------|---|
| 1. Judul Penelitian | : Penguatan Penjualan Kedai Melalui Keterampilan Teknologi Aplikasi, Web, dan Transaksi Digital |
| 2. Bidang Penelitian | : Sistem Informasi |
| 3. Ketua Peneliti | : Muhammad Manyu Setiawan |
| a. Nama Lengkap dan Gelar | : Muhammad Manyu Setiawan S.T, M.Sc. Eng |
| b. NIDN | : 0302078509 |
| c. Pangkat/Golongan | : |
| d. Jabatan Fungsional | : |
| e. Program Studi | : Sistem Informasi |
| f. Sinta ID | : |
| g. E-mail | : m.manyu.s@gmail.com |
| h. No. HP | : 081284340240 |
| 4. Jumlah Anggota Peneliti | : 4 |
| 5. Anggota Peneliti 1 | : |
| a. Nama Lengkap dan Gelar | : M. Maulana Rachman, S.Kom., M.Kom. |
| b. NIDN | : 0330129202 |
| c. Jabatan Fungsional | : Kaprodi RPL |
| d. Program Studi | : Rekayasa Perangkat Lunak |
| e. Sinta ID | : |
| 6. Anggota Peneliti 2 | : |
| a. Nama Lengkap dan Gelar | : |
| b. NIDN | : |
| c. Jabatan Fungsional | : |
| d. Program Studi | : |
| e. Sinta ID | : |
| 6. Jumlah mahasiswa terlibat | : 2 |
| 7. Lama Penelitian | : 1 bulan |
| 8. Biaya Penelitian | : Rp. 1.500.000,- |
| 9. Sumber Dana | : Dana Institusi |

Ketua Peneliti



Muhammad Manyu Setiawan S.T, M.Sc. Eng
NIDN. 0302078509

Bogor, 15 - 02 - 2026
Menyetujui,
Kepala LP2M



Drs. Jayadi, M.M.
NIDN. 0323106401

RINGKASAN

UMKM Kedai Mama Neng di Desa Ciangsana, Kabupaten Bogor, menghadapi kendala dalam penjualan dan kegiatan transaksi karena kurangnya penggunaan teknologi digital, misalnya penanda lokasi penjualan, penggunaan aplikasi penjualan makanan online dan QRIS (scan barcode), serta media pemasaran yang kurang optimal, baru sebatas pembicaraan orang sekitar saja. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan meningkatkan daya saing kedai dengan pembimbingan tata cara penggunaan internet secara lebih optimal. Metode yang digunakan meliputi observasi manual harian, wawancara, pelatihan praktik materi, dan pendampingan teknis oleh tim dosen dan mahasiswa Universitas IPWIJA. Hasil kegiatan tim menunjukkan keberhasilan mendaftarkan lokasi usaha Kedai Mama Neng pada aplikasi Google Map dan tata cara kelola akun Shopee Food secara mandiri, mengimplementasikan pembayaran non-tunai via QRIS (GoPay Merchant) untuk efisiensi transaksi dan rekap penjualan yang akurat secara digital, serta pemasangan banner promosi menarik di lokasi dagang. Kegiatan ini diharapkan meningkatkan pengetahuan keterampilan digital pelaku usaha, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat branding dagang lokal. Kegiatan ini merekomendasikan pendampingan berkelanjutan serta update teknologi untuk keberlanjutan usaha UMKM di era digitalisasi.

Kata Pengantar

Dengan rasa syukur yang mendalam, kami panjatkan puji kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala rahmat dan izin-Nya, sehingga laporan pengabdian masyarakat dengan judul “Penguatan Penjualan Kedai Melalui Keterampilan Teknologi Aplikasi, Web, dan Transaksi Digital” dapat kami selesaikan dengan lancar.

Dokumen ini menjadi wujud nyata dari upaya tim kami dalam memberi pendampingan dan pemberdayaan UMKM lokal, khususnya Kedai Mama Neng, agar lebih siap bersaing di era digital melalui navigasi lokasi usaha, optimalisasi platform penjualan online, penerapan QRIS dalam pembayaran transaksi dan pencatatan laporan keuangan, serta pembuatan materi promosi banner usaha yang menarik.

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada semua pihak yang telah turut berperan, terutama kepada keluarga besar Kedai Mama Neng yang telah menyambut kami dengan tangan terbuka dan antusiasme tinggi selama proses pendampingan berlangsung. Semoga dengan bantuan tim kami akan memberi semangat keluarga Kedai Mama Neng dalam menghadapi dunia digital yang terus berkembang. Kami berharap laporan ini tidak hanya sekadar memenuhi kewajiban pengabdian dan pendidikan, melainkan juga dapat menginspirasi dan menjadi bahan pertimbangan bagi program serupa di komunitas UMKM lainnya. Kami pun terbuka menerima segala masukan dan saran demi perbaikan kegiatan di kemudian hari.

Daftar Isi

LAPORAN PENELITIAN DOSEN.....	1
HALAMAN PENGESAHAN.....	2
RINGKASAN.....	3
Kata Pengantar	4
BAB I PENDAHULUAN	3
1. Latar Belakang	3
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Metode IPO (Input, Process dan Output)	5
2.2 Model Kirkpatrick	5
2.3 Model Logic	5
2.4 Shopee	6
2.5 Google Map	6
2.6 QRIS	6
BAB 3 METODE PENELITIAN	7
3.1. Tahap Persiapan (Input)	7
3.2. Tahap Pelaksanaan (Process)	7
3.3. Tahap Evaluasi dan Hasil (Output).....	8
BAB 4 HASIL PENELITIAN	9
4.1 QRIS melalui GoPay Merchant	9
4.2 Pendaftaran di Google Maps.....	9
4.3 Pendaftaran dan Pengelolaan Akun ShopeeFood.....	10
4.4 Pembuatan dan Pemasangan Banner Promosi.....	10
BAB V KESIMPULAN & SARAN	11
5.1 Kesimpulan	11
5.2 Saran	11
Daftar Pustaka	12
LAMPIRAN.....	13
Lampiran 1. Pendaftaran Gopay Merchant QRIS	13
Lampiran 2 : Pendaftaran Google Maps	15
Lampiran 3. Pendaftaran Usaha ke ShopeeFood	16
Lampiran 4. Pembuatan Desain Banner	19
Lampiran 5. Pemasangan Banner Usaha	20

Lampiran 6. Surat Permohonan Pendampingan Digitalisasi Usaha Kedai Mama Neng.....	21
Lampiran 7. Ucapan Terimakasih	22

BAB I PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Di era digital dimana Artificial Intelligence telah banyak digunakan, ternyata masih banyak pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berubah modern dengan memanfaatkan teknologi dalam mengembangkan usahanya. Namun, tidak sedikit juga saudara-saudari kita yang masih menjalankan bisnis secara tradisional, hanya bermodal penuh semangat dan kerja keras setiap hari, tapi merasa kesulitan, gengsi atau terjebak pola pemikiran lama dalam berdagang kini. Saat mencoba beradaptasi dengan dunia digital, terutama di bagian pemasaran dan cara pembayaran.

Kita pun sudah pernah melakukan pesanan online, dimana pengantaran makanan akan datang langsung ke pelanggan (rumah, kantor), Google Maps yang berperan dalam menemukan lokasi kedai yang diinginkan konsumen, hingga QRIS yang membuat transaksi jadi lebih cepat, aman, dan tanpa ribet uang tunai. Semua ini sudah menjadi bagian dari kehidupan modern saat ini. Dengan bantuan aplikasi ini, UMKM bisa menjangkau pasar lebih luas, menambah pelanggan setia yang baru, dan tentu saja, meningkatkan omzet penjualan dengan lebih teratur dan modern. Walau dunia sudah serba online, banner promosi yang dipasang di depan kedai tetap punya tempat spesial di hati pelanggan. Banner yang eye-catching karena logo cantik, nama usaha yang jelas, serta daftar menu yang menggugah selera, sering kali jadi “pancingan” pertama agar orang berhenti dan mencoba.

1.2 Rumusan Masalah

Setiap UMKM punya cerita dan keunikan sendiri yang layak diberi kesempatan untuk dikenal lebih luas. Observasi kegiatan Pengabdian Masyarakat kami selama menemani Kedai Mama Neng, untuk melangkah ke era digital mendapatkan :

- Kurangnya pemahaman dan keterampilan digital,
- Pengalaman gagal saat mencoba teknologi transaksi digital,
- Minimnya pendampingan atau bimbingan.

1.3 Tujuan Penelitian

Tim kami akan berbagi pengetahuan dan pendampingan langsung tentang cara mengoptimalkan keberadaan usahanya dalam pemetaan digital, memanfaatkan aplikasi penjualan online, menerapkan QRIS (Scan Barcode) agar kas keuangan dan pembukuannya menjadi lebih aman, praktis, dan nyaman, serta membuat banner promosi yang mencerminkan kebanggaan dan kelezatan dari Kedai Mama Neng.

1.4 Manfaat Penelitian

Harapan sederhana kami, semoga setelah ini, Kedai Mama Neng semakin ramai, pelanggan semakin betah, dan Mama Neng beserta keluarga bisa merasakan hasil dari usaha keras mereka, serta :

- Memperluas jangkauan pasar melalui penggunaan navigasi lokasi Google Map (pembimbingan pemakaian tools, mulai dari pendaftaran, review, detail jenis usaha, dan lain-lain), dan pemasaran makanan online, seperti Shoope Food,
- Efisiensi dan kemudahan transaksi digital dengan QRIS GoPay Merchant (praktis, lebih aman, dan pembukuan jelas).
- Menambah keterampilan bidang teknologi digital bagi pelaku usaha UMKM secara keseluruhan baik secara pemasaran, transaksi, dan manajemen bisnis.
- Peningkatan visibilitas lokasi usaha dan branding melalui banner promosi yang lebih menarik

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Metode IPO (Input, Process dan Output)

Metode pelaksanaan dipilih berdasar jurnal Agusven dkk., (2018) metode IPO menjelaskan bahwa :

1. Input (masukan) merupakan proses evaluasi yang paling awal dilakukan ketika kinerja sistem mulai berjalan, apakah itu SDM, dana, materi, dan lain-lain. Evaluasi di tahap pertama ini bertujuan mengukur proses input terjadi masalah atau tidak.

2. Process evaluasi yang kedua, berhubungan dengan nilai proses pelaksanaan oleh perusahaan, dalam mencapai proses yang optimal dan sesuai dengan yang diharapkan.

3. Output ketiga ini akan memperlihatkan hasil olah sistem yang telah berjalan, apakah sesuai dengan yang direncanakan dan memiliki hasil yang positif bagi user atau pelanggan.

Ditambahkan pula oleh Butt, (2020), mengenai pendekatan IPO sebagai kerangka penting dalam mengevaluasi dan mengelola proses bisnis yang terintegrasi dalam transformasi digital. Sehingga, perubahan yang terjadi tidak hanya dari sisi teknologi, tetapi juga proses suatu organisasi bekerja, serta arah strategi bisnis yang dilakukan di masa yang akan datang.

Namun, pendekatan IPO dipilih karena kesederhanaannya dalam mengukur input sumber daya, proses pendampingan, dan output langsung yang sesuai dengan skala kegiatan ini.

2.2 Model Kirkpatrick

Selain kerangka IPO, sebagai metode evaluasi utama tim kami, terdapat pendekatan lain yang juga dapat dibandingkan seperti model Kirkpatrick (Kirkpatrick & Kirkpatrick, 2006) yang menekankan evaluasi bertingkat pada pelatihan pelaku usaha UMKM, mulai dari reaksi peserta, pembelajaran skill, perubahan kebiasaan perilaku, hingga dampak bisnis jangka panjang nantinya, sehingga menilai perubahan individu dan hasil usaha.

Hanya saja dalam mengukur level keberhasilan program dari :

- Level 1: Reaction (reaksi peserta terhadap new knowledge)
- Level 2: Learning (pengetahuan/skill yang diperoleh)
- Level 3: Behavior (perubahan perilaku di lapangan kini)
- Level 4: Results (hasil bisnis/organisasi yang didapat/dikelola)

Untuk level 3 & 4 terkendala waktu, dikarenakan hasil yang akurat membutuhkan trial dan error yang cukup lama.

2.3 Model Logic

Logic Model (W.K. Kellogg Foundation, 2004) menyajikan kerangka visual berupa rantai sebab-akibat dari input hingga impact, jangka panjang yang sangat berguna

untuk memetakan logika program secara keseluruhan dan mendukung perencanaan serta pelaporan. Berikut bentuk model :

- Inputs (sumber daya yang digunakan)
- Activities (kegiatan yang terjadi)
- Outputs (produk langsung yang dimiliki)
- Outcomes (hasil jangka pendek & menengah)
- Impact (dampak jangka panjang)

Tipe model ini banyak digunakan dalam pelaporan pada LSM, pemerintah, dan donor internasional.

2.4 Shopee

Shopee adalah perusahaan teknologi multinasional yang berbasis di Singapura dan berfokus pada e-commerce. Didirikan pada tahun 2015 oleh Chris Feng, Shopee awalnya beroperasi sebagai platform consumer-to-consumer (C2C) sebelum beralih menjadi model hibrida C2C dan business - to consumer (B2C) (Melani, dikutip dalam Nugroho, 2024).

Pemasaran online yang terjadi kini membuat bisnis jadi menjangkau audiens/konsumen yang lebih luas atau konsumen spesifik yang diinginkan penjual, sehingga berpengaruh kepada traffic situs web, dan pada akhirnya meningkatkan knowledge produk dan penjualan produk/item.

2.5 Google Map

Google Maps merupakan salah satu platform digital yang dikembangkan oleh google yang menyediakan fitur untuk informasi lokasi, navigasi, dan fitur terkait letak geografis. Pemanfaatan google maps bukan hanya untuk aplikasi navigasi tetapi bisa digunakan sebagai alat pemasaran dan sebagai media digital marketing. (Diana, Ikeriswati, dikutip dalam Larasati, 2025)

Layanan Google Maps dapat digunakan oleh konsumen/kurir dalam mencari alamat usaha, melihat peta, dan mendapatkan petunjuk arah ke lokasi bisnis/usaha.

2.6 QRIS

QRIS sebagai standar nasional untuk pembayaran digital, telah diimplementasikan secara luas oleh berbagai lembaga keuangan agar memfasilitasi transaksi non-tunai yang aman dan cepat. Data yang digunakan mencakup statistik transaksi QRIS pada tahun 2024, dimana pertumbuhan signifikan pada jumlah konsumen dan penjual, sehingga dimasa depan akan menggantikan pembayaran dengan uang fisik.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Kami menerapkan analisis IPO pada setiap komponen digitalisasi untuk mengukur perubahan sebelum dan sesudah suatu kegiatan.

3.1. Tahap Persiapan (Input)

Pada tahap ini, kami mengidentifikasi dan mengumpulkan sumber daya yang diperlukan untuk mendukung kegiatan. Input difokuskan pada hal-hal yang dapat diukur dan relevan dengan kebutuhan UMKM Kedai Mama Neng, berdasarkan observasi awal (misalnya, keterbatasan dalam pemasaran digital dan transaksi non-tunai).

- Sumber Daya Manusia: Tim pengabdian terdiri dari mahasiswa dan dosen Universitas Ipwija, dengan keahlian di bidang teknologi digital dan desain grafis. Pelaku usaha (Mbak Neng) sebagai mitra utama, juga menunjukkan antusiasme tinggi (seperti terlihat dari keterlibatan aktif dalam sesi).
- Materi dan Alat: Materi pemaparan tentang Shopee Food, QRIS (via GoPay Merchant), Google Maps, dan desain banner. Alat pendukung meliputi smartphone/laptop untuk praktik langsung, aplikasi terkait (GoPay Merchant, Google My Business, Shopee Partner), serta software desain sederhana untuk banner.
- Data Awal (Before): Observasi masalah seperti transaksi manual (tunai/transfer bank), lokasi sulit ditemukan secara online, penjualan terbatas di toko fisik, dan kurangnya media promosi visual. Tingkat pemahaman awal pelaku usaha terhadap teknologi digital diperkirakan rendah (berdasarkan wawancara informal di lokasi).
- Metode Pengumpulan Data: Wawancara dengan pelaku usaha untuk mengidentifikasi masalah, serta observasi langsung kegiatan penjualan di lokasi kedai.

3.2. Tahap Pelaksanaan (Process)

Proses ini melibatkan pendampingan langsung dan interaktif, dengan pendekatan berbasis partisipatif untuk memastikan pelaku usaha tidak hanya memahami, tapi juga mampu menerapkan sendiri. Setiap sesi dilakukan secara bertahap, dengan durasi 1-2 jam per aspek, dan total kegiatan berlangsung selama beberapa hari (termasuk verifikasi yang memakan waktu 1-3 hari dari pihak platform).

- Pendampingan QRIS via GoPay Merchant: Langkah-langkah mencakup pengunduhan aplikasi, pengisian data usaha dan pribadi, hingga verifikasi kode QR (proses selesai dalam 24 jam). Pelaku usaha dilatih untuk mencoba mencairkan dana ke rekening.

Analisis sebelumnya: Transaksi manual dengan pencatatan tangan.

Analisis setelahnya: Transaksi otomatis dengan riwayat digital.

- Pendaftaran Google Maps: Panduan dalam menambahkan lokasi usaha, deskripsi, jam operasional, dan foto. Verifikasi selesai dalam 2 hari, menghasilkan profil yang dapat dicari oleh konsumen.

Analisis sebelumnya: Pelanggan mencari manual via bertanya kepada warga.
Analisis setelahnya: Pencarian online oleh konsumen dan kurir dengan petunjuk arah aplikasi dan ulasan konsumen yang sudah membeli.

- Pengelolaan Shopee Food: Pembuatan akun mitra, unggah menu/foto/harga, dan prosedur verifikasi (3 hari kerja). Fokus pada pengaturan dasar penjual.

Analisis sebelumnya: Penjualan terbatas di toko(fisik).

Analisis setelahnya: Potensi pasar online dikarenakan respon konsumen.

- Pencetakan Banner: Desain bersama pelaku usaha (informasi usaha, logo, menu), pencetakan, dan pemasangan langsung.

Analisis sebelumnya: Kurang adanya visual menarik di lokasi.

Analisis setelahnya: Media promosi yang menarik perhatian orang sekitar.

- Metode Evaluasi Selama Proses: Observasi partisipan (tingkat antusiasme dan keterlibatan), Bertanya setiap sesi untuk mengukur pemahaman (skala 0-100%), dan dokumentasi (foto). Kami juga masih akan menggunakan pendekatan iteratif: jika ada kesulitan (misalnya di Shopee Food), sesi tambahan dapat diberikan.

3.3. Tahap Evaluasi dan Hasil (Output)

Output dievaluasi berdasarkan perubahan nyata pasca kegiatan, dengan fokus pada outcome jangka pendek (seperti peningkatan aksesibilitas) dan potensi jangka panjang (seperti kenaikan omzet). Kami membandingkan kondisi before-after untuk setiap aspek, seperti yang tercermin dalam data kegiatan.

- Output Utama:
 - QRIS: Kode QR aktif
 - Google Maps: Profil live diharapkan memudahkan pelanggan baru melihat lokasi usaha.
 - Shopee Food: Akun disetujui
 - Banner untuk meningkatkan visibilitas lokasi usaha terhadap potensial pelanggan.
- Indikator Keberhasilan: Peningkatan pemahaman rata-rata (dari rendah/tidak tahu menjadi 82,5% keseluruhan), feedback positif dari pelaku usaha (kepuasan desain banner), dan data metrik seperti viewers Google Maps.
- Metode Pengumpulan Data Output: Monitoring pasca-kegiatan (misalnya cek viewers Google Maps), wawancara follow-up, dan analisis kualitatif (cerita sukses dari pelaku usaha).

Keterbatasan metode ini ada pada ketergantungan verifikasi eksternal (Shopee/Google) yang dapat memakan waktu (harus mendapat data konsumen dan pihak ketiga), serta implementasi kesiapan pelaku usaha dalam menggunakan fasilitas promo di Shopee Food. Kami tentunya menjaga etika dengan memastikan kerahasiaan data pribadi, persetujuan consent tanpa paksaan. Dengan basis IPO, metode ini akan mendokumentasikan proses, dan dasar rekomendasi aktifitas lanjutan, seperti pendampingan berkelanjutan untuk Shopee Food (perihal marketing, flash sale, dan lain-lain).

BAB 4 HASIL PENELITIAN

Kegiatan pengabdian di Kedai Mama Neng ini benar-benar terasa seperti perjalanan bersama. Kami datang bukan hanya sebagai tim pendamping, tapi sebagai rekan yang ingin ikut membantu Mama Neng dan keluarga besar kedai ini melangkah lebih ringan di era yang serba digital. Ringkasan Capaian per Aspek (dengan Evaluasi IPO):

4.1 QRIS melalui GoPay Merchant

- Sepanjang prosesnya, kami melihat antusiasme dari Mama Neng saat mencoba aplikasi, dilanjutkan saat berhasil mendapatkan kode QR pertama, dan setiap sesi pelatihan kami akan bertanya memastikan “sudah paham belum, Mba?”.
- Untuk QRIS via GoPay Merchant, kami mulai dari yang paling dasar: mengenalkan QRIS sebagai “cara baru” yang bisa membuat transaksi lebih cepat dan aman. Mama Neng mengikuti langkah demi langkah, dari download aplikasi GoPay Merchant → isi data usaha → foto KTP → sampai akhirnya kode QR muncul di layar (Dalam waktu 24 jam, kode QR sudah siap!)
- Tingkat pemahaman beliau menyerap informasi sekitar 90%, dan kami sungguh bangga melihat beliau bisa menjelaskan sendiri cara pencairan dana ke rekening pribadi beliau.
- Evaluasi IPO:
 - Sebelum: Transaksi tunai/manual → pencatatan manual, tidak ada riwayat digital.
 - Sesudah: Input pembayaran non-tunai → proses scan QR → output dana real-time + riwayat digital.
- Masalah tersisa: Belum maksimal diimplementasikan (masih banyak konsumen transaksi tunai/transfer manual).

4.2 Pendaftaran di Google Maps

- Pemahaman Mama Neng di bagian ini kami nilai 100%. Beliau sudah bisa meng-update sendiri foto menu baru atau balas ulasan pelanggan.
- Hasil: Berhasil menambahkan nama usaha, kategori, deskripsi, jam operasional, foto, dan verifikasi lokasi selesai dalam 2 hari. Kini usaha mudah ditemukan, dengan 743 viewers dalam 1 bulan.
- Evaluasi IPO:
 - Sebelum: Pelanggan mencari lokasi secara manual → sulit ditemukan, tidak ada review/rating makanan penjual oleh konsumen
 - Sesudah: Input pencarian nama usaha → proses tampil di Maps + petunjuk arah → output visibilitas tinggi, dapat memiliki ulasan, dan reputasi digital.

4.3 Pendaftaran dan Pengelolaan Akun ShopeeFood

- Kami sangat menghargai kejujuran dan keterbukaan Mama Neng, ketika membuat akun mitra, mengunggah foto-foto menu, menentukan harga, dan deskripsi yang sesuai. Pemahaman dasar pendaftaran mencapai sekitar 40%, karena bagian pengaturan promo, monitoring pesanan real-time, dan operasional harian memang lebih kompleks.
- Hasil: Berhasil membuat akun mitra, mengupload menu dagang, foto, harga, dan detail. Verifikasi selesai dalam 3 hari kerja. Namun, belum diaktifkan karena pelaku usaha masih perlu bimbingan tambahan untuk operasional, promo, dan proses pesanan masuk hingga selesai. Beliau bilang ingin lebih siap dulu supaya nanti pelayanan tetap prima. Kami sepakat lebih baik pelan tapi pasti.

4.4 Pembuatan dan Pemasangan Banner Promosi

- Tingkat pemahaman: 100%
- Hasil: Banner dicetak dengan desain menarik, informatif (nama usaha, logo, menu, serta no. kontak), dan telah dipasang di lokasi. Pelaku usaha sangat puas dengan hasilnya.
- Evaluasi IPO:
Sebelum: Tidak ada visual/informasi produk yang menarik → promosi kurang efektif.
Sesudah: Input informasi produk jualan terstruktur + visual warna → proses penyampaian produk ke pelanggan → output daya tarik meningkat, mendapat branding lebih kuat.

Secara keseluruhan, perjalanan ini bukan hanya tentang mengajarkan teknologi, tapi tentang membangun kepercayaan diri Mama Neng dan tim kedai untuk terus maju. Semoga langkah kecil ini menjadi awal dari banyak kemajuan yang lebih besar untuk Kedai Mama Neng.

BAB V KESIMPULAN & SARAN

5.1 Kesimpulan

Kegiatan tim dosen dan mahasiswa di Kedai Mama Neng berhasil memberikan dampak positif terhadap proses pemahaman digitalisasi UMKM bagi pelaku usaha yang ingin meningkatkan proses bisnisnya. Ringkasan Capaian Utama:

- GoPay Merchant (QRIS): Menambah pemahaman tentang pembayaran digital dari sisi penjual, proses pendaftaran relatif cepat dan mudah, serta mencatat riwayat transaksi secara digital yang membantu pengelolaan keuangan dibanding catat manual. Namun, implementasi harian masih perlu ditingkatkan.
- Google Maps: Pendaftaran mudah dan berhasil meningkatkan visibilitas lokasi usaha, terbukti dari peningkatan jumlah viewers dalam waktu singkat, sehingga memudahkan calon pelanggan menemukan lokasi.
- ShopeeFood: Membuka peluang perluasan pasar secara online melalui pendaftaran dan pengelolaan akun, tetapi pelaku usaha masih memerlukan pendampingan lagi dalam memahami fitur promosi seperti flash sale dan operasional aplikasi.
- Banner Promosi Fisik: Berhasil memperkuat visual branding dan daya tarik pelanggan di lokasi usaha.
- Manfaat Tambahan: Mempererat kerja sama antara pelaku usaha dengan tim pengabdian (mahasiswa dan dosen Universitas IPWIJA), serta transfer ilmu dan pengalaman praktis bagi kedua belah pihak..

5.2 Saran

Saran untuk Keberlanjutan:

- Membiasakan penggunaan QRIS pada setiap transaksi baik penjual/pelanggan akan meningkatkan efisiensi pencatatan keuangan.
- Melakukan pelatihan tambahan terkait pengelolaan promosi digital di ShopeeFood maupun media sosial lain guna memperluas jangkauan pemasaran. Memanfaatkan fitur ulasan di Google Maps untuk mengumpulkan masukan pelanggan, sehingga kualitas layanan dan reputasi usaha dapat terus terjaga

Daftar Pustaka

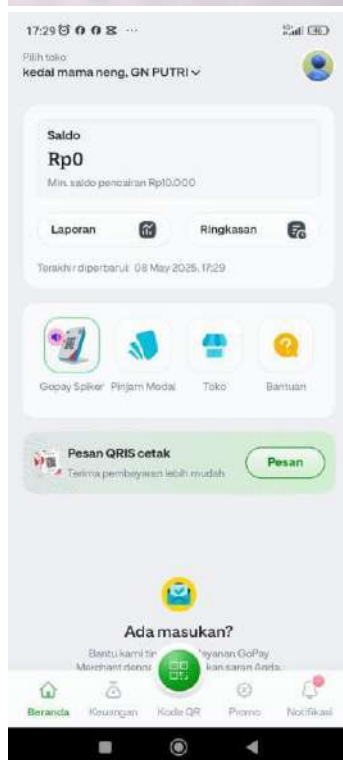
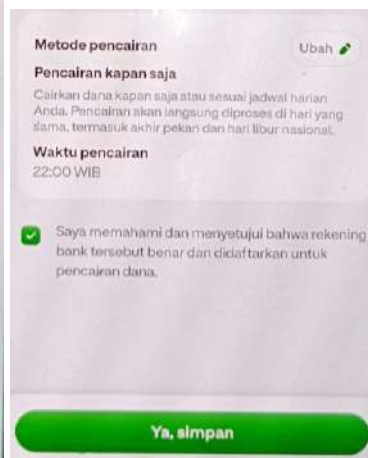
- Agusven, T., Kusumah, S., & Haryani, D. S. (2018). Analisis Evaluasi Program Pelatihan Pada Karyawan PT. Sumber Izumi Mas Perkasa Dengan Menggunakan Model IPO T.
- Butt, J. (2020). A Conceptual Framework to Support Digital Transformation in Manufacturing Using an Integrated Business Process Management Approach. *Designs* 2020, 4, 17; doi:10.3390/designs4030017, 1-39.
- Kirkpatrick, D. L., & Kirkpatrick, J. D. (2006). Evaluating training programs: The four levels (3rd ed.). Berrett-Koehler Publishers. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.61.3.247>
- W. K. Kellogg Foundation. (2004). Logic model development guide: Using logic models to bring together planning, evaluation, and action. <https://wkkf.issuelab.org/resources/296/296.pdf>
- Simanjuntak, B., Putri, A. P., & Syahidah, A. W. (2021). *Efisiensi Penggunaan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Dalam Mendukung Penjualan di Era Digital*. Universitas Negeri Semarang.
- S. Larasati, Z. H. Pradana, M. P. K. Praja, dan K. Niamah, “Peningkatan Visibilitas UKM Dengan Pemanfaatan Google Map Untuk Menjangkau Pelanggan Lebih Luas,” *RENATA: Jurnal Pengabdian Masyarakat Kita Semua*, vol. 3, no. 1, 2025.
- Nugroho, N. E., Cahyono, K. E., Mahargiono, P. B., & Suryawirawan, O. A. (2024). Pemanfaatan marketplace Shopee untuk UMKM di Kelurahan Kebonsari, Jambangan, Kota Surabaya melalui pendampingan dan pelatihan pemasaran online. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 1–10.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pendaftaran Gopay Merchant QRIS

The screenshots illustrate the registration process for GoPay Merchant QRIS:

- Step 1: Initial Sign-up** - Promotes instant QRIS and offers a discount. Includes a progress bar and a 'Lanjut daftar' button.
- Step 2: Email Information** - Requests business owner email (e.g., sandramimam@gmail.com) with a 'Lanjut' button.
- Step 3: Registration Type** - Offers 'Tidak punya toko' (no shop) or 'Punya toko' (have shop) options, with a 'Lanjut' button.
- Step 4: Business Type** - Asks 'Di mana aktivitas usaha Anda?' (Where is your business activity?) with an option for offline locations (e.g., mall, kiosk, warung, cart, etc.), with a 'Lanjut' button.
- Step 5: Business Details** - Collects business name (e.g., 'Kedai Mama Neng'), address (e.g., 'Cth: Toko Pulsa Andi, Winung Ibu Sari, Jasa Servis Komputer Makmur, Pjkt Keliling Budi'), and location (e.g., 'Tentukan lokasi toko'). Includes a 'Kembali' button.
- Step 6: QRIS Confirmation** - Confirms registration type (e.g., 'Pemilik bisnis, memiliki lokasi penjualan'), business type (e.g., 'Makanan & Minuman'), QRIS name (e.g., 'kedai mama neng, GN PUTRI'), and business location (e.g., 'Jl. Raya Ciangara No.30, RT.2/ RW.11, Ciangara, Kec. Gn. Putri, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16968, Indonesia'). Includes a 'Kirim' button.



Lampiran 2 : Pendaftaran Google Maps

The following forms are shown in the screenshots:

Informasi Merchant

No. Handphone
+ 62 8

Kode Referral BD (opsional)
Masukkan Kode Referral BD

Kategori Merchant
Fnb, Snack, Snack

Rata-rata Pendapatan Tahunan
< Rp300 juta

Lanjutkan

Atur Alamat

Atur Alamatmu

JAWA BARAT
KAB. BOGOR
GUNUNG PUTRI
16968

Alamat Lengkap
Kedai, Jalan Raya Ciangsana, No. 30, RT. 2/RW. 11

Rincian Lainnya (opsional)
(Blok, Unit, atau No. Patokan)

Alamat Anda di sini

Simpan

Informasi Toko

Atur Ulang

Nama Toko
Kedai Mama Neng

No. Telepon Toko
+ 62 8

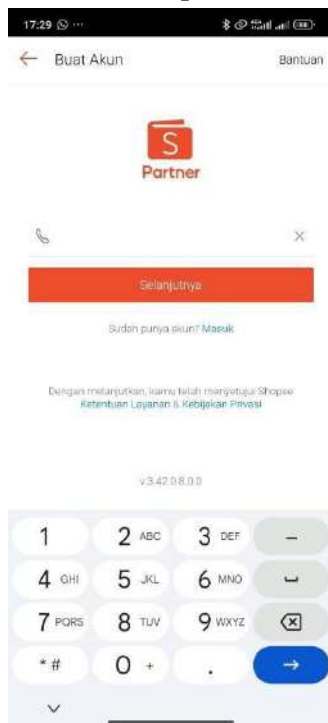
Email Toko (opsional)
Masukkan Email Toko

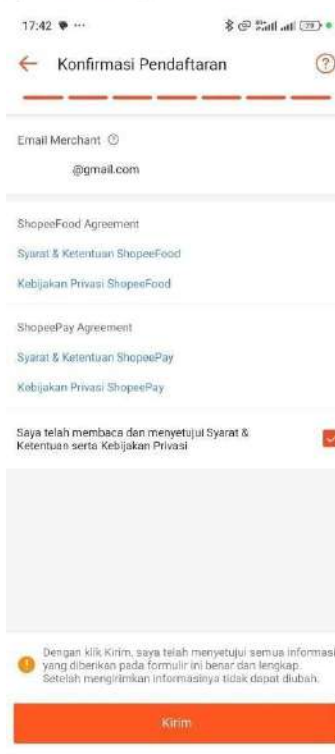
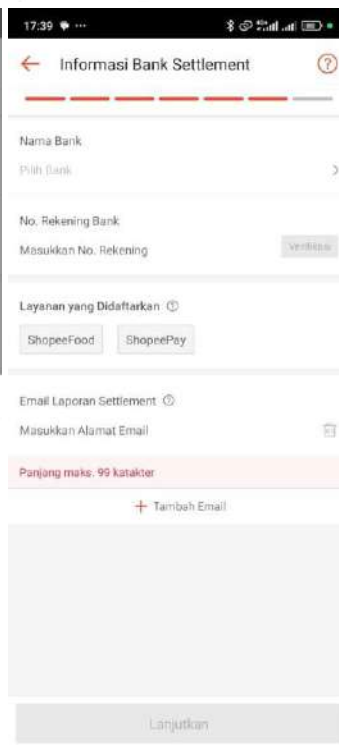
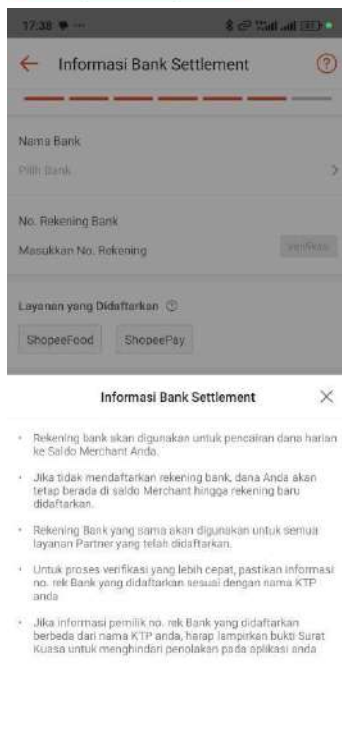
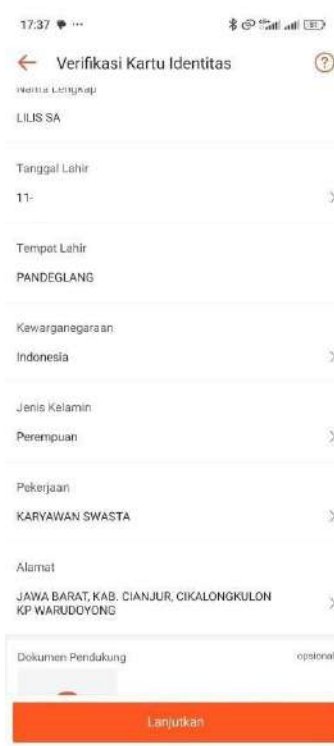
Alamat Toko
JAWA BARAT, KAB. BOGOR, GUNUNG PUTRI, 16968
Kedai, Jalan Raya Ciangsana, No. 30, RT. 2/RW. 11

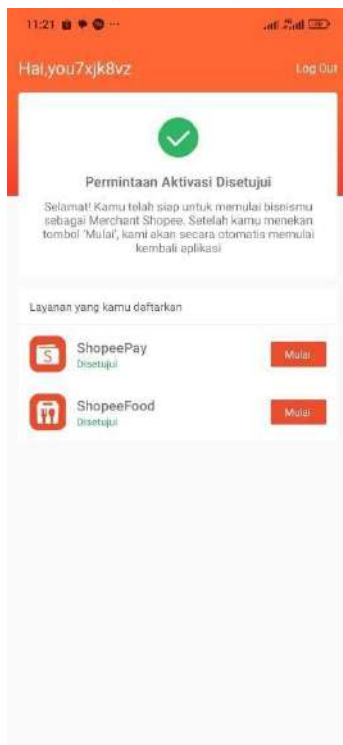
Foto Toko

Lanjutkan

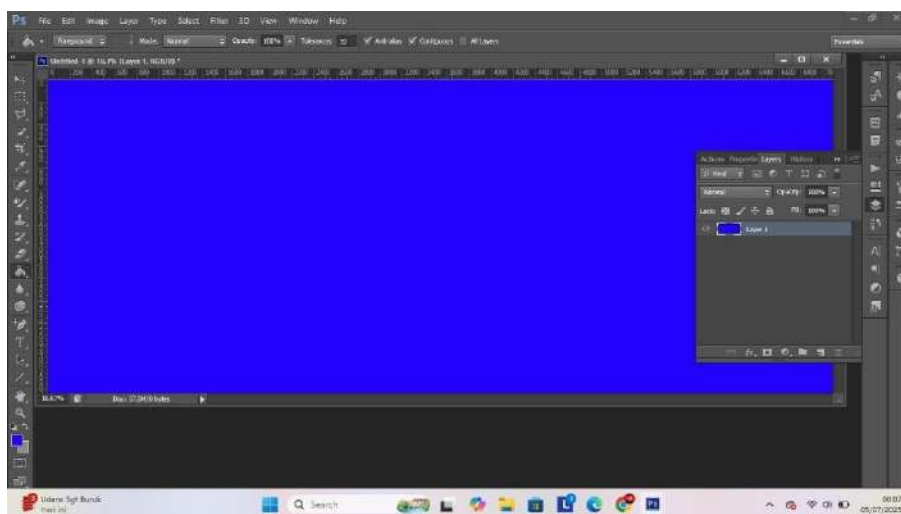
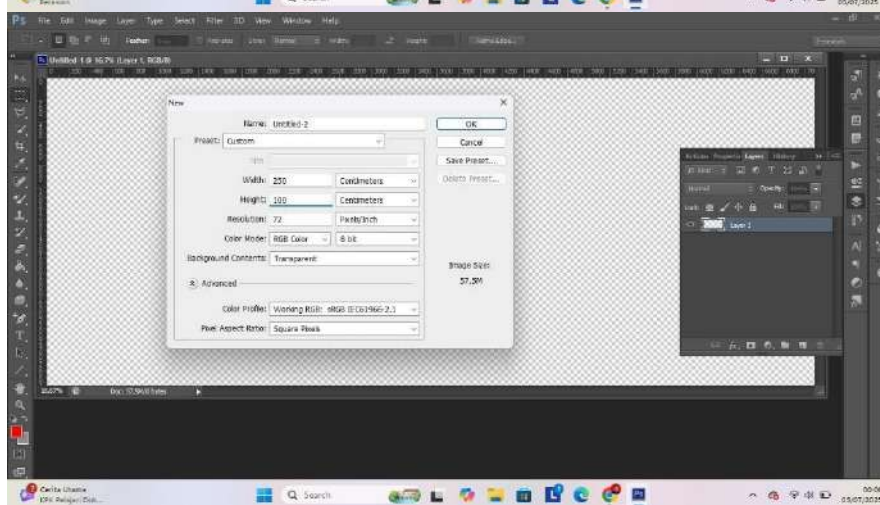
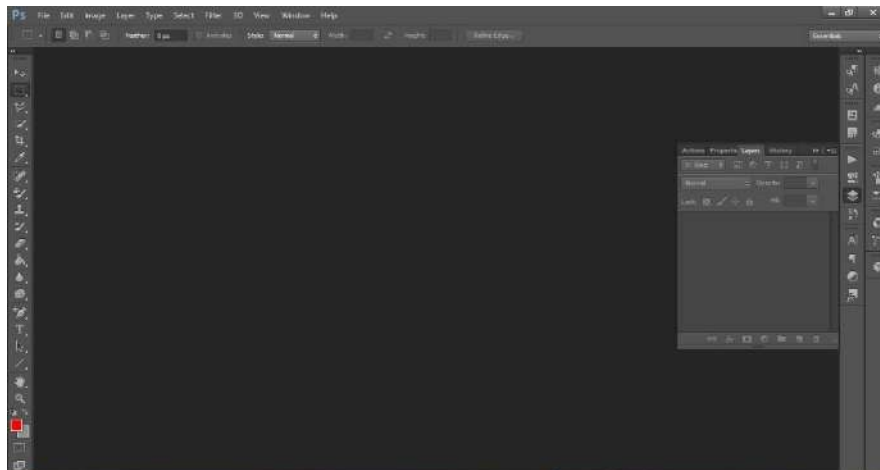
Lampiran 3. Pendaftaran Usaha ke ShopeeFood







Lampiran 4. Pembuatan Desain Banner



Lampiran 5. Pemasangan Banner Usaha



Lampiran 6. Surat Permohonan Pendampingan Digitalisasi Usaha Kedai Mama Neng

	
No/Urut Perihal	002/KDS/05/2025 Permohonan Bimbingan dan Pendampingan dalam mendigitalisasi Usaha Melalui Penggunaan Shopee Food, Google Maps, Dan Sistem Transaksi Digital (Qris)
Lampiran Kedai/Usa	1 Hal
Bapak/Ibu Dosen dan Mahasiswa/i, Di Tempat, Assalamualaikum Wa. Wh.	
Berkenaan dengan kegiatan dalam upaya mendigitalisasi UMKM pada umumnya dan Kedai Mama Neng, kami bermaksud untuk mengundang Bapak/Ibu Dosen dan Mahasiswa/i untuk mendampingi kegiatan dan pendampingan dalam upaya mendigitalisasi usaha melalui penggunaan aplikasi, website, dan sistem transaksi digital Kedai Mama Neng, berikut dengan kegiatan yang akan dilaksanakan:	
Tanggal	Sabtu, 07 Juni 2025
Waktu	09.00 – 14.00
Tempat	Gang Kersana RT 01 RW 17 Desa Ciangsana, Kelurahan Ciasana, Kec. Gunung Putri, Kab. Bogor, Jawa Barat, 16968
Peserta	Pemilik usaha Kedai Mama Neng
Kegiatan	Mendigitalisasi aplikasi, website dan transaksi digital
Kegiatan ini akan dilaksanakan bertempat di Kedai Mama Neng, Bogor. Dengan cara mengundang ini kami sampaikan harap bantuan dari kedai Mama Neng dan Mahasiswa/i dalam kegiatan ini. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.	
Assalamualaikum Wa. Wh.	
Bogor, 15 Mei 2025 Pemilik Usaha	
 Deni MS.	
	
Gang Kersana RT 01 RW 17 Desa Ciangsana, Kelurahan Ciasana, Kecamatan Gunung Putri, Kabupaten Bogor, Jawa Barat, 16968	
0855 1235 3235 0855 1235 3235	

Lampiran 7. Ucapan Terimakasih

