



Penguatan Ekosistem Digital UMKM Food Colony Kabupaten Pamekasan melalui Integrasi Marketplace, QRIS dan Google Business Profile

Strengthening the Digital Ecosystem for MSME Food Colony in Pamekasan Regency through Integration of Marketplace, QRIS and Google Business Profile

Mohammad Rudiyanto^{1*}, Ria Kasanova², Hasbullah³, Syaiful Anam⁴, Fredy Yunanto⁵, Royyan Julian⁶

^{1,5}Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Madura, Indonesia

^{2,6}Pendidikan Bahasa Indonesia, Universitas Madura, Indonesia

^{3,4}Administrasi Publik, Universitas Madura, Indonesia

*Penulis Korespondensi: mohammadrudiyanto5@gmail.com

Riwayat Artikel:

Naskah Masuk: 23 April 2026

Revisi: 23 Mei 2026

Diterima: 23 Juni 2026

Terbit: 30 Juni 2026

Keywords: Community Empowerment; Digital Ecosystem; Digital Transformation; Micro, Small and Medium-Sized Enterprises (MSMEs); QRIS.

Abstract. Digital transformation is a key strategy for enhancing the competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). However, many culinary MSMEs still face limitations in digital literacy and low utilization of online marketplaces, QRIS, and Google Business Profiles, resulting in suboptimal integration of marketing, transactions, and business visibility. This community service program aims to strengthen the digital ecosystem of the "Food Colony" MSME cluster in Pamekasan Regency by integrating these three platforms through a Participatory Community Empowerment approach. The program was implemented in five stages: needs assessment, digital capacity building, platform integration, mentoring and monitoring, and evaluation. The data presented in this abstract serve as an illustrative simulation for manuscript preparation and must be adjusted to reflect actual data prior to publication. Program results indicate that the participants' average digital literacy score rose from 56 to 87, an increase of 55.4%. Marketplace adoption rates increased from 33.3% to 87.5%, QRIS usage rose from 45.8% to 95.8%, and active Google Business Profile ownership increased from 16.7% to 91.7%. Furthermore, partner satisfaction with the program reached 92%, demonstrating that the participatory mentoring approach effectively enhances digital capacity while fostering behavioral changes toward more consistent digital technology adoption. The program also produced the Integrated Digital Ecosystem Empowerment Model (IDEEM), a conceptual empowerment model asserting that successful MSME digital transformation depends not merely on the adoption of individual technologies, but on the integration of digital marketing, digital payments, and business visibility, supported by continuous mentoring. This model has the potential to be replicated in various MSME clusters—with adjustments for local characteristics—to accelerate digital transformation and strengthen the regional economy.

Abstrak

Transformasi digital menjadi salah satu strategi utama dalam meningkatkan daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Namun, banyak UMKM kuliner masih menghadapi keterbatasan literasi digital serta rendahnya pemanfaatan marketplace, QRIS, dan Google Business Profile sehingga pemasaran, transaksi, dan visibilitas usaha belum terintegrasi secara optimal. Program pengabdian ini bertujuan memperkuat ekosistem digital UMKM Food Colony Kabupaten Pamekasan melalui integrasi ketiga platform tersebut menggunakan pendekatan Participatory Community Empowerment. Program dilaksanakan melalui lima tahapan, yaitu needs assessment, digital capacity building, platform integration, mentoring and monitoring, serta evaluation. Data hasil pada abstrak ini merupakan simulasi ilustratif untuk penyusunan naskah dan harus disesuaikan dengan data riil sebelum publikasi. Hasil program menunjukkan bahwa skor rata-rata literasi digital peserta meningkat dari 56 menjadi 87 atau sebesar 55,4%. Tingkat adopsi marketplace meningkat dari 33,3% menjadi 87,5%, penggunaan

QRIS meningkat dari 45,8% menjadi 95,8%, sedangkan kepemilikan Google Business Profile aktif meningkat dari 16,7% menjadi 91,7%. Selain itu, tingkat kepuasan mitra terhadap pelaksanaan program mencapai 92%, yang menunjukkan bahwa pendekatan pendampingan partisipatif mampu meningkatkan kapasitas digital sekaligus mendorong perubahan perilaku usaha menuju pemanfaatan teknologi digital secara lebih konsisten. Program ini juga menghasilkan Integrated Digital Ecosystem Empowerment Model (IDEEM) sebagai model konseptual pemberdayaan yang menegaskan bahwa keberhasilan transformasi digital UMKM tidak hanya ditentukan oleh adopsi teknologi secara individual, tetapi oleh integrasi pemasaran digital, pembayaran digital, dan visibilitas usaha yang didukung oleh pendampingan berkelanjutan. Model ini berpotensi direplikasi pada berbagai sentra UMKM dengan penyesuaian terhadap karakteristik lokal untuk mendukung percepatan transformasi digital dan penguatan ekonomi daerah.

Kata Kunci: Ekosistem Digital; Pemberdayaan Masyarakat; QRIS; Transformasi Digital; Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

1. PENDAHULUAN

Transformasi digital telah menjadi salah satu kekuatan utama yang mengubah lanskap bisnis global, termasuk pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara pelaku usaha menciptakan nilai, membangun hubungan dengan pelanggan, mengelola proses bisnis, serta mengembangkan model bisnis yang lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan. Bagi UMKM, transformasi digital tidak lagi dipahami sebatas pemanfaatan teknologi informasi, tetapi merupakan strategi bisnis yang memungkinkan peningkatan efisiensi operasional, perluasan akses pasar, penguatan hubungan dengan pelanggan, serta penciptaan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Vial, 2019; Verhoef et al., 2021; Kraus et al., 2022). Oleh karena itu, kemampuan UMKM dalam mengadopsi teknologi digital menjadi salah satu faktor yang menentukan keberlanjutan usaha di tengah persaingan yang semakin dinamis.

Di Indonesia, perkembangan ekonomi digital berlangsung sangat pesat seiring meningkatnya penetrasi internet, penggunaan telepon pintar, dan adopsi berbagai layanan digital. Perubahan tersebut turut mengubah perilaku konsumen yang semakin bergantung pada teknologi digital dalam mencari informasi produk, membandingkan harga, membaca ulasan pelanggan, hingga melakukan transaksi secara nontunai. Konsumen kini lebih cenderung memilih pelaku usaha yang mudah ditemukan melalui mesin pencari, memiliki informasi usaha yang lengkap, menyediakan metode pembayaran digital, dan menawarkan kemudahan dalam memperoleh informasi produk. Pergeseran perilaku tersebut menuntut UMKM untuk membangun keberadaan digital (digital presence) yang kuat sebagai bagian dari strategi pemasaran dan pelayanan pelanggan (Verhoef et al., 2021; Anatan & Nur, 2023). Sektor kuliner merupakan salah satu sektor UMKM yang mengalami perubahan paling nyata akibat perkembangan teknologi digital.

Keputusan konsumen dalam memilih produk makanan dan minuman tidak lagi hanya dipengaruhi oleh kualitas produk atau lokasi usaha, tetapi juga oleh kemudahan memperoleh informasi usaha, foto produk, ulasan pelanggan, lokasi pada layanan peta digital, serta kemudahan melakukan transaksi secara elektronik. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi telah menjadi kebutuhan strategis bagi UMKM kuliner untuk meningkatkan daya saing, memperluas pangsa pasar, memperkuat hubungan dengan pelanggan, dan menjaga keberlanjutan usaha (Kraus et al., 2022). Dengan demikian, transformasi digital perlu dipandang sebagai proses penguatan kapasitas usaha yang terintegrasi, bukan sekadar pemanfaatan teknologi secara parsial.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi digital tidak cukup diwujudkan melalui penggunaan satu aplikasi atau satu platform digital secara terpisah. Nilai tambah transformasi digital akan lebih optimal apabila berbagai teknologi diintegrasikan ke dalam suatu ekosistem digital yang mendukung keseluruhan proses bisnis, mulai dari pemasaran, komunikasi dengan pelanggan, transaksi, hingga penyediaan informasi usaha (Autio et al., 2022; Verhoef et al., 2021). Dalam konteks UMKM kuliner, marketplace berfungsi sebagai media pemasaran sekaligus saluran penjualan yang mampu memperluas akses pasar. QRIS menyediakan sistem pembayaran digital yang lebih praktis, aman, dan efisien bagi pelaku usaha maupun konsumen. Sementara itu, Google Business Profile meningkatkan visibilitas usaha melalui Google Search dan Google Maps sehingga calon pelanggan lebih mudah memperoleh informasi mengenai lokasi usaha, jam operasional, produk, foto, maupun ulasan pelanggan. Ketiga platform tersebut memiliki fungsi yang berbeda, tetapi saling melengkapi dalam membangun ekosistem digital yang mendukung peningkatan daya saing UMKM (Bening et al., 2023).

Food Colony Kabupaten Pamekasan merupakan salah satu sentra kuliner yang menjadi wadah bagi berbagai UMKM makanan dan minuman lokal. Keberadaan kawasan ini memiliki potensi besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah karena menjadi pusat aktivitas kuliner sekaligus ruang promosi bagi produk-produk lokal. Namun demikian, potensi tersebut belum sepenuhnya didukung oleh pemanfaatan teknologi digital yang memadai. Berdasarkan simulasi asesmen awal terhadap 24 tenant UMKM, hanya 8 tenant (33,3%) yang telah memanfaatkan marketplace sebagai media penjualan, sedangkan 11 tenant (45,8%) telah menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran. Kepemilikan Google Business Profile juga masih sangat rendah, yaitu hanya 4 tenant (16,7%) yang memiliki akun aktif. Sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dan media sosial sederhana tanpa strategi pemasaran digital yang terintegrasi.

Hasil pretest simulatif juga menunjukkan bahwa skor rata-rata literasi digital pelaku UMKM berada pada angka 56 dari 100, yang mengindikasikan bahwa kemampuan memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung pengembangan usaha masih berada pada kategori sedang.

Kondisi tersebut berdampak pada rendahnya visibilitas usaha di ruang digital, terbatasnya jangkauan pemasaran, belum optimalnya pemanfaatan pembayaran digital, serta rendahnya peluang memperoleh pelanggan baru melalui pencarian daring. Rendahnya tingkat adopsi teknologi digital pada UMKM umumnya dipengaruhi oleh keterbatasan literasi digital, kesiapan teknologi, keterbatasan sumber daya, dan minimnya pendampingan implementasi sehingga proses transformasi digital belum berlangsung secara optimal (Anatan & Nur, 2023; Purnomo et al., 2024). Oleh karena itu, penguatan kapasitas digital UMKM memerlukan pendekatan yang tidak hanya berorientasi pada peningkatan pengetahuan, tetapi juga pada pendampingan implementasi yang mampu menghubungkan berbagai platform digital menjadi suatu sistem yang mendukung seluruh aktivitas bisnis secara berkelanjutan.

Berbagai program pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada digitalisasi UMKM umumnya masih menitikberatkan pada satu aspek tertentu, seperti pelatihan pemasaran digital, penggunaan marketplace, implementasi pembayaran digital, atau pemanfaatan media sosial secara terpisah. Pendekatan tersebut memberikan manfaat pada aspek tertentu, tetapi belum mampu membangun keterhubungan antara pemasaran digital, sistem pembayaran, dan visibilitas usaha sehingga proses transformasi digital masih berlangsung secara parsial. Padahal, keberhasilan transformasi digital sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha mengintegrasikan berbagai teknologi digital ke dalam proses bisnis yang saling mendukung (Autio et al., 2022; Kraus et al., 2022). Dengan demikian, masih terdapat kebutuhan akan model pendampingan yang mampu membangun ekosistem digital UMKM secara komprehensif.

Berdasarkan kondisi tersebut, program pengabdian ini menawarkan pendekatan penguatan ekosistem digital melalui integrasi marketplace, QRIS, dan Google Business Profile dalam satu model pendampingan berbasis pemberdayaan partisipatif. Program diawali dengan asesmen kebutuhan untuk mengidentifikasi tingkat kesiapan digital mitra, kemudian dilanjutkan dengan pelatihan transformasi digital, pendampingan implementasi marketplace, aktivasi QRIS, pengembangan Google Business Profile, serta monitoring dan evaluasi penggunaan ketiga platform tersebut.

Kebaruan program tidak terletak pada penggunaan masing-masing platform secara individual, melainkan pada integrasi ketiganya melalui tahapan asesmen kebutuhan, peningkatan kapasitas digital, implementasi, pendampingan, monitoring, dan evaluasi sehingga membentuk suatu ekosistem digital yang mendukung pemasaran, transaksi, dan visibilitas usaha secara simultan. Pendekatan ini dipilih karena transformasi digital tidak cukup dicapai melalui pelatihan sesaat, tetapi memerlukan proses pendampingan berkelanjutan agar teknologi benar-benar diadopsi dalam aktivitas usaha sehari-hari dan memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kinerja usaha (Wulandari et al., 2024).

Berdasarkan uraian tersebut, program pengabdian ini bertujuan memperkuat ekosistem digital UMKM Food Colony Kabupaten Pamekasan melalui integrasi marketplace, QRIS, dan Google Business Profile untuk meningkatkan literasi digital pelaku usaha, memperluas akses pasar, mempermudah transaksi nontunai, meningkatkan visibilitas usaha di ruang digital, serta memperkuat daya saing dan keberlanjutan UMKM. Selain meningkatkan kapasitas digital mitra, program ini diharapkan menghasilkan model pendampingan berbasis ekosistem digital yang dapat direplikasi pada sentra UMKM lainnya sebagai salah satu strategi percepatan transformasi digital di tingkat daerah.

2. METODE

Desain Pengabdian

Program pengabdian ini menggunakan pendekatan Participatory Community Empowerment (PCE) yang menempatkan mitra sebagai subjek utama dalam seluruh tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi kebutuhan, perencanaan, implementasi, hingga evaluasi program. Pendekatan ini dipilih karena transformasi digital pada UMKM tidak hanya memerlukan transfer pengetahuan, tetapi juga keterlibatan aktif pelaku usaha dalam merumuskan kebutuhan, mengimplementasikan teknologi, serta mengevaluasi hasil yang dicapai. Selain itu, program menerapkan prinsip needs-based assistance, yaitu seluruh bentuk intervensi disusun berdasarkan kebutuhan nyata mitra yang diperoleh melalui asesmen awal. Dengan pendekatan tersebut, solusi yang diberikan diharapkan lebih kontekstual, aplikatif, dan mampu meningkatkan keberlanjutan adopsi teknologi digital setelah program berakhir (Perkins & Zimmerman, 1995; Wallerstein et al., 2018).

Lokasi dan Mitra Pengabdian

Kegiatan pengabdian dilaksanakan di Food Colony Kabupaten Pamekasan, salah satu sentra kuliner yang menjadi wadah bagi pelaku UMKM makanan dan minuman lokal.

Data pada bagian ini merupakan simulasi ilustratif untuk penyusunan naskah dan harus disesuaikan dengan kondisi riil sebelum artikel dipublikasikan. Program melibatkan 24 tenant UMKM yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan beberapa kriteria, yaitu masih aktif menjalankan usaha, bersedia mengikuti seluruh rangkaian kegiatan, memiliki komitmen untuk mengembangkan usaha melalui transformasi digital, serta belum mengoptimalkan penggunaan marketplace, QRIS, maupun Google Business Profile dalam aktivitas bisnisnya. Karakteristik peserta yang beragam dari sisi jenis produk, lama usaha, dan tingkat literasi digital menjadi dasar penyusunan model pendampingan yang bersifat adaptif terhadap kebutuhan masing-masing pelaku usaha.

Desain Intervensi Program

Desain intervensi program disusun dalam lima fase yang saling berkesinambungan untuk membangun ekosistem digital UMKM secara sistematis.

Fase 1 – Needs Assessment. Tahap awal bertujuan mengidentifikasi tingkat kesiapan digital mitra melalui observasi lapangan, wawancara semi-terstruktur, dan focus group discussion (FGD). Informasi yang dikumpulkan meliputi pola pemasaran, penggunaan pembayaran digital, tingkat literasi digital, serta hambatan yang dihadapi dalam mengadopsi teknologi. Luaran tahap ini berupa profil kebutuhan digital setiap tenant yang menjadi dasar penyusunan materi pendampingan.

Fase 2 – Digital Capacity Building. Berdasarkan hasil asesmen, tim pengabdian melaksanakan pelatihan mengenai transformasi digital UMKM, strategi pemasaran digital, pemanfaatan marketplace, penggunaan QRIS, serta optimalisasi Google Business Profile. Pelatihan dilakukan melalui kombinasi penyampaian materi, demonstrasi, simulasi, dan praktik langsung sehingga peserta memperoleh pemahaman konseptual sekaligus keterampilan operasional.

Fase 3 – Digital Platform Integration. Tahap ini berfokus pada implementasi teknologi melalui pendampingan pembuatan akun marketplace, registrasi QRIS, pembuatan dan verifikasi Google Business Profile, penyusunan katalog digital, pengunggahan foto produk, serta optimalisasi informasi usaha. Tujuan utama tahap ini adalah mengintegrasikan pemasaran digital, sistem pembayaran, dan visibilitas usaha ke dalam satu ekosistem digital yang mendukung aktivitas bisnis secara menyeluruh.

Fase 4 – Mentoring and Monitoring. Setelah implementasi platform digital, tim pengabdian memberikan pendampingan teknis secara berkala melalui konsultasi, pemantauan penggunaan platform, penyelesaian kendala operasional, dan pemberian umpan balik terhadap perkembangan masing-masing tenant. Tahap ini bertujuan memastikan bahwa teknologi yang

telah diperkenalkan benar-benar diterapkan dalam aktivitas usaha sehari-hari.

Fase 5 – Evaluation. Tahap akhir dilakukan untuk mengevaluasi efektivitas program melalui perbandingan kondisi sebelum dan sesudah intervensi. Evaluasi meliputi pengukuran literasi digital menggunakan pretest dan posttest, observasi implementasi platform digital, checklist adopsi marketplace, QRIS, dan Google Business Profile, serta pengukuran tingkat kepuasan mitra terhadap pelaksanaan program. Hasil evaluasi menjadi dasar dalam menilai efektivitas intervensi sekaligus menyusun rekomendasi pengembangan program pada masa mendatang.



Gambar 1. Alur Intervensi Program Pengabdian.

Pengumpulan dan Analisis Data

Pengumpulan data dilakukan menggunakan beberapa instrumen yang disesuaikan dengan tujuan evaluasi program. Lembar observasi digunakan untuk mengidentifikasi kondisi awal digitalisasi usaha serta tingkat implementasi teknologi selama pendampingan. Pedoman wawancara digunakan untuk menggali pengalaman, kebutuhan, dan kendala yang dihadapi mitra dalam proses transformasi digital. Tes literasi digital diberikan dalam bentuk pretest dan posttest untuk mengukur perubahan tingkat pemahaman peserta setelah mengikuti program. Checklist implementasi digunakan untuk mendokumentasikan tingkat adopsi marketplace, QRIS, dan Google Business Profile pada setiap tenant, sedangkan angket kepuasan digunakan untuk memperoleh umpan balik terhadap kualitas pelaksanaan program.

Data kuantitatif dianalisis menggunakan statistik deskriptif berupa nilai rata-rata, persentase, dan perbandingan kondisi sebelum dan sesudah pelaksanaan program. Peningkatan literasi digital dianalisis menggunakan gain score sederhana untuk menggambarkan efektivitas intervensi. Sementara itu, data kualitatif hasil observasi, wawancara, dan FGD dianalisis menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña (2014) yang meliputi kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Penggunaan analisis kuantitatif dan kualitatif secara terpadu memungkinkan evaluasi program dilakukan secara lebih komprehensif.

Indikator Keberhasilan Program

Keberhasilan program dievaluasi berdasarkan indikator yang mencerminkan perubahan kapasitas digital dan tingkat adopsi teknologi oleh mitra. Program dinyatakan berhasil apabila terjadi peningkatan literasi digital peserta, meningkatnya jumlah tenant yang mengimplementasikan marketplace, QRIS, dan Google Business Profile, serta tingginya tingkat kepuasan terhadap pelaksanaan program.

Target capaian setiap indikator disusun sebagai tolok ukur efektivitas intervensi dan menjadi dasar evaluasi keberlanjutan program.

Tabel 1. Indikator Keberhasilan Program.

Indikator	Target Capaian
Peningkatan literasi digital	≥20% dibandingkan kondisi awal
Tenant aktif menggunakan marketplace	≥80%
Tenant mengaktifkan QRIS	≥90%
Tenant memiliki Google Business Profile aktif	≥80%
Tingkat kepuasan mitra	≥85% responden menyatakan puas

Etika Pelaksanaan Program

Program pengabdian dilaksanakan dengan memperhatikan prinsip etika penelitian dan pemberdayaan masyarakat. Seluruh peserta mengikuti kegiatan secara sukarela setelah memperoleh penjelasan mengenai tujuan, manfaat, serta tahapan pelaksanaan program. Informasi yang diperoleh selama kegiatan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik. Dokumentasi kegiatan serta penggunaan data publikasi dilakukan setelah memperoleh persetujuan dari mitra sebagai bentuk penghormatan terhadap hak dan partisipasi peserta dalam program pengabdian.

3. HASIL

Kondisi Awal Digitalisasi UMKM Food Colony

Hasil asesmen awal menunjukkan bahwa tingkat digitalisasi UMKM Food Colony Kabupaten Pamekasan masih relatif rendah sehingga diperlukan intervensi yang terstruktur untuk memperkuat kapasitas digital pelaku usaha. Data pada bagian ini merupakan simulasi ilustratif untuk penyusunan naskah dan harus diganti dengan hasil pelaksanaan program sebelum artikel dipublikasikan. Dari 24 tenant yang menjadi mitra program, hanya 8 tenant (33,3%) telah memanfaatkan marketplace sebagai media penjualan, sedangkan 11 tenant (45,8%) telah menggunakan QRIS sebagai sistem pembayaran digital. Kepemilikan Google Business Profile juga masih terbatas, yaitu hanya 4 tenant (16,7%) yang memiliki profil usaha aktif dan terverifikasi. Selain itu, hanya sekitar 29,2% tenant yang secara rutin melakukan promosi digital, sedangkan skor rata-rata literasi digital peserta berada pada angka 56 dari skala 100.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal sebagai bagian dari strategi pemasaran dan pengembangan usaha. Digitalisasi masih dilakukan secara parsial sehingga belum mampu membangun keterhubungan antara pemasaran, pembayaran digital, dan visibilitas usaha.

Tabel 2. Kondisi Awal Digitalisasi Mitra.

Indikator	Kondisi Awal
Tenant menggunakan marketplace	33,3%
Tenant menggunakan QRIS	45,8%
Tenant memiliki Google Business Profile	16,7%
Tenant aktif melakukan promosi digital	29,2%
Skor literasi digital	56/100

Temuan awal tersebut menjadi dasar penyusunan program pendampingan yang berfokus pada penguatan ekosistem digital melalui integrasi marketplace, QRIS, dan Google Business Profile.

Peningkatan Literasi Digital Pelaku UMKM

Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan memberikan dampak positif terhadap peningkatan literasi digital peserta. Berdasarkan hasil pretest dan posttest, skor rata-rata literasi digital meningkat dari 56 menjadi 87 atau mengalami peningkatan sebesar 31 poin (55,4%). Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa peserta tidak hanya memperoleh pemahaman konseptual mengenai transformasi digital, tetapi juga mampu mengoperasikan berbagai platform digital yang digunakan dalam kegiatan usaha.

Materi mengenai pemasaran digital, marketplace, QRIS, dan Google Business Profile menjadi bagian yang memperoleh peningkatan pemahaman paling tinggi karena sebagian besar peserta sebelumnya belum pernah memperoleh pendampingan yang bersifat praktis. Selama sesi praktik, peserta mampu membuat akun, mengunggah produk, mengelola informasi usaha, dan melakukan simulasi transaksi digital secara mandiri.

**Gambar 2.** Perbandingan Nilai Pretest dan Posttest Literasi Digital.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan yang dipadukan dengan praktik langsung mampu meningkatkan kesiapan digital pelaku UMKM sebagai prasyarat utama implementasi teknologi pada kegiatan usaha.

Adopsi Marketplace

Pendampingan implementasi marketplace menghasilkan peningkatan yang signifikan terhadap tingkat adopsi platform pemasaran digital oleh mitra.

Sebelum program dilaksanakan, hanya 8 tenant yang telah memiliki akun marketplace. Setelah pendampingan, sebanyak 21 tenant (87,5%) berhasil memiliki akun aktif dan mulai memanfaatkan marketplace sebagai media promosi dan penjualan. Selain pembuatan akun, setiap tenant didampingi dalam menyusun katalog digital melalui pengunggahan foto produk, penulisan deskripsi produk, penentuan kategori produk, serta penyempurnaan profil toko. Rata-rata setiap tenant berhasil mengunggah 12 produk dengan informasi yang lebih lengkap dan menarik sehingga meningkatkan kualitas tampilan toko digital.

Peningkatan adopsi marketplace menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM telah mampu memanfaatkan platform digital sebagai sarana memperluas jangkauan pemasaran. Implementasi tersebut menjadi langkah awal dalam membangun pemasaran berbasis digital yang lebih sistematis.

Implementasi QRIS

Program pendampingan juga berhasil meningkatkan pemanfaatan QRIS sebagai sistem pembayaran digital. Sebelum intervensi, hanya 11 tenant yang menggunakan QRIS. Setelah proses registrasi dan pendampingan, sebanyak 23 tenant (95,8%) telah memiliki QRIS aktif dan dapat menerima pembayaran nontunai. Simulasi transaksi yang dilakukan selama kegiatan menunjukkan bahwa seluruh peserta mampu menggunakan QRIS dalam proses pembayaran, baik melalui aplikasi perbankan maupun dompet digital. Peningkatan penggunaan QRIS memberikan kemudahan bagi konsumen dalam bertransaksi sekaligus meningkatkan efisiensi pengelolaan pembayaran oleh pelaku usaha. Implementasi QRIS menunjukkan bahwa adopsi pembayaran digital dapat dilakukan secara relatif cepat apabila didukung oleh pendampingan teknis dan kemudahan akses terhadap proses registrasi.

Optimalisasi Google Business Profile

Pendampingan Google Business Profile difokuskan pada peningkatan visibilitas usaha melalui Google Search dan Google Maps. Sebelum program berlangsung, hanya 4 tenant yang memiliki profil usaha aktif. Setelah pendampingan, sebanyak 22 tenant (91,7%) berhasil membuat dan memverifikasi Google Business Profile. Seluruh tenant yang telah memiliki akun aktif kemudian didampingi dalam melengkapi informasi usaha, mengunggah foto produk, memperbarui jam operasional, mencantumkan nomor kontak, serta menambahkan deskripsi usaha yang relevan. Dengan profil usaha yang lebih lengkap, calon pelanggan menjadi lebih mudah menemukan lokasi usaha dan memperoleh informasi mengenai produk yang ditawarkan. Peningkatan kepemilikan Google Business Profile menunjukkan bahwa pelaku UMKM mulai memahami pentingnya visibilitas digital sebagai bagian dari strategi pemasaran lokal.

Penguatan Ekosistem Digital UMKM

Hasil utama program ini tidak hanya berupa peningkatan penggunaan masing-masing platform digital, tetapi juga terbentuknya ekosistem digital yang mengintegrasikan pemasaran, pembayaran, dan visibilitas usaha. Marketplace dimanfaatkan sebagai media promosi dan penjualan produk, Google Business Profile berfungsi meningkatkan keterjangkauan informasi usaha melalui pencarian lokal, sedangkan QRIS mendukung kemudahan transaksi secara digital.

Integrasi ketiga platform tersebut menciptakan alur layanan yang lebih efektif. Calon pelanggan dapat menemukan lokasi usaha melalui Google Search atau Google Maps, melihat informasi dan produk yang ditawarkan melalui marketplace, kemudian melakukan transaksi menggunakan QRIS. Pola tersebut meningkatkan kemudahan akses pelanggan sekaligus memperkuat pengalaman berbelanja secara digital.



Gambar 3. Integrasi Ekosistem Digital UMKM *Food Colony*.

Terbentuknya integrasi antartiga platform menunjukkan bahwa transformasi digital tidak lagi dilakukan secara parsial, tetapi mulai membentuk ekosistem digital yang mendukung seluruh aktivitas bisnis UMKM.

Dampak Program terhadap Kapasitas dan Kinerja UMKM

Evaluasi akhir menunjukkan bahwa program memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas digital maupun perubahan perilaku pelaku usaha. Selain meningkatnya tingkat adopsi teknologi, peserta menunjukkan kepercayaan diri yang lebih tinggi dalam memanfaatkan platform digital sebagai media pemasaran dan pelayanan pelanggan. Sebagian besar tenant mulai memperbarui katalog produk secara berkala, memanfaatkan pembayaran digital dalam transaksi sehari-hari, serta mengelola informasi usaha melalui Google Business Profile secara mandiri.

Hasil angket kepuasan juga menunjukkan bahwa peserta memberikan respons yang sangat positif terhadap pelaksanaan program. Sebanyak 92% peserta menyatakan puas terhadap materi pelatihan, proses pendampingan, serta manfaat yang diperoleh bagi pengembangan usaha. Temuan ini menunjukkan bahwa pendekatan pemberdayaan partisipatif mampu meningkatkan kesiapan digital sekaligus mendorong perubahan perilaku usaha menuju praktik bisnis yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Tabel 3. Perbandingan Kondisi Sebelum dan Sesudah Program.

Indikator	Sebelum	Sesudah
Skor literasi digital	56	87
Tenant menggunakan marketplace	33,3%	87,5%
Tenant menggunakan QRIS	45,8%	95,8%
Tenant memiliki Google Business Profile	16,7%	91,7%
Tenant aktif melakukan promosi digital	29,2%	91,7%
Tingkat kepuasan peserta	–	92,0%

Secara keseluruhan, hasil program menunjukkan bahwa pendampingan berbasis integrasi marketplace, QRIS, dan Google Business Profile mampu meningkatkan kapasitas digital pelaku UMKM sekaligus membangun ekosistem digital yang mendukung pemasaran, transaksi, dan visibilitas usaha secara lebih terpadu. Temuan ini menjadi dasar bagi pembahasan mengenai efektivitas model intervensi dan potensi replikasinya pada sentra UMKM lainnya.

4. DISKUSI

Efektivitas Pendekatan Pendampingan dalam Meningkatkan Literasi Digital UMKM

Hasil program menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan pada tingkat literasi digital pelaku UMKM setelah mengikuti rangkaian pelatihan dan pendampingan. Peningkatan tersebut tidak hanya tercermin pada hasil pretest–posttest, tetapi juga pada kemampuan peserta dalam mengoperasikan marketplace, mengaktifkan QRIS, serta mengelola Google Business Profile secara mandiri. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kompetensi digital tidak semata-mata dipengaruhi oleh penyampaian materi pelatihan, tetapi juga oleh proses pendampingan yang memungkinkan peserta mempraktikkan secara langsung keterampilan yang diperoleh dalam konteks usaha mereka.

Dari perspektif pemberdayaan masyarakat, keberhasilan tersebut menunjukkan bahwa pendekatan Participatory Community Empowerment memberikan ruang bagi mitra untuk berpartisipasi secara aktif dalam seluruh tahapan program. Keterlibatan peserta sejak proses identifikasi kebutuhan hingga implementasi teknologi mendorong munculnya rasa memiliki (sense of ownership) terhadap perubahan yang dilakukan. Kondisi ini memperkuat proses pembelajaran berbasis pengalaman (experiential learning) sehingga adopsi teknologi tidak berhenti pada peningkatan pengetahuan, tetapi berkembang menjadi perubahan perilaku dalam menjalankan usaha.

Temuan ini sejalan dengan berbagai penelitian yang menyatakan bahwa keberhasilan transformasi digital UMKM lebih dipengaruhi oleh penguatan kapasitas sumber daya manusia dibandingkan sekadar penyediaan teknologi (Vial, 2019; Verhoef et al., 2021; Kraus et al., 2022).

Dengan demikian, peningkatan literasi digital yang diperoleh melalui kombinasi pelatihan dan pendampingan menunjukkan bahwa strategi *learning by doing* lebih efektif dibandingkan pelatihan yang hanya bersifat teoritis. Bagi program pengabdian kepada masyarakat, temuan ini menegaskan bahwa pendampingan berkelanjutan merupakan komponen penting dalam membangun kesiapan digital UMKM.

Integrasi *Marketplace*, QRIS dan *Google Business Profile* sebagai Ekosistem Digital UMKM

Salah satu temuan utama program ini adalah terbentuknya integrasi antara marketplace, QRIS, dan Google Business Profile sebagai sebuah ekosistem digital yang mendukung aktivitas bisnis UMKM secara lebih menyeluruh. Berbeda dengan pendekatan yang hanya berfokus pada satu platform digital, integrasi ketiga platform tersebut menciptakan alur layanan yang saling melengkapi, mulai dari proses pencarian informasi usaha, promosi produk, transaksi, hingga pelayanan kepada pelanggan.

Google Business Profile berfungsi meningkatkan visibilitas usaha melalui Google Search dan Google Maps sehingga calon pelanggan lebih mudah menemukan lokasi dan informasi bisnis. Setelah pelanggan memperoleh informasi awal, marketplace menyediakan ruang untuk melihat katalog produk, memperoleh informasi harga, dan melakukan pemesanan. Selanjutnya, QRIS mempermudah proses pembayaran secara digital sehingga transaksi dapat berlangsung lebih cepat, aman, dan efisien. Hubungan antartiga platform tersebut menunjukkan bahwa efektivitas transformasi digital tidak ditentukan oleh keberhasilan penggunaan masing-masing aplikasi secara terpisah, tetapi oleh kemampuan mengintegrasikan fungsi pemasaran, transaksi, dan visibilitas usaha ke dalam satu sistem yang saling mendukung. Interpretasi tersebut sejalan dengan konsep digital ecosystem yang menekankan pentingnya integrasi berbagai teknologi digital dalam menciptakan nilai bagi organisasi (Autio et al., 2022). Dalam konteks UMKM, integrasi platform digital memperluas peluang memperoleh pelanggan baru, meningkatkan kenyamanan transaksi, serta memperkuat hubungan antara pelaku usaha dan konsumen. Dengan demikian, penguatan ekosistem digital tidak hanya meningkatkan tingkat adopsi teknologi, tetapi juga memperkuat daya saing UMKM melalui peningkatan kualitas layanan dan pengalaman pelanggan.

Temuan ini sekaligus memperlihatkan bahwa transformasi digital pada UMKM sebaiknya dipandang sebagai proses integratif, bukan sebagai serangkaian adopsi teknologi yang berdiri sendiri. Perspektif tersebut menjadi salah satu kontribusi utama program ini terhadap pengembangan model pemberdayaan UMKM berbasis teknologi digital.

Faktor Pendukung dan Tantangan Implementasi

Keberhasilan program dipengaruhi oleh beberapa faktor pendukung. Pertama, komitmen tinggi dari pelaku UMKM untuk mengikuti seluruh rangkaian kegiatan menjadi modal utama dalam mempercepat adopsi teknologi digital. Kedua, dukungan pengelola Food Colony mempermudah koordinasi pelaksanaan program, penyediaan fasilitas, dan mobilisasi peserta. Ketiga, kemudahan penggunaan marketplace, QRIS, dan Google Business Profile memungkinkan peserta dengan tingkat literasi digital yang beragam tetap mampu mengoperasikan platform tersebut setelah memperoleh pendampingan.

Di sisi lain, pelaksanaan program juga menghadapi beberapa tantangan. Perbedaan tingkat literasi digital menyebabkan kecepatan adopsi teknologi tidak sama pada setiap peserta. Sebagian pelaku usaha masih mengalami keterbatasan dalam penggunaan perangkat digital dan membutuhkan pendampingan lebih intensif. Selain itu, kualitas jaringan internet yang tidak selalu stabil memengaruhi kelancaran proses registrasi dan pengelolaan platform digital. Tantangan lainnya adalah menjaga konsistensi penggunaan teknologi setelah program selesai. Pengalaman menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi digital tidak hanya ditentukan oleh kemampuan teknis, tetapi juga oleh perubahan perilaku, komitmen, dan konsistensi pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi sebagai bagian dari aktivitas bisnis sehari-hari. Temuan tersebut menunjukkan bahwa keberlanjutan transformasi digital memerlukan dukungan ekosistem yang lebih luas, termasuk pendampingan lanjutan, peningkatan kapasitas secara berkala, serta kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah daerah, dan komunitas UMKM.

Implikasi Program terhadap Keberlanjutan UMKM

Program ini memberikan beberapa implikasi penting pada tingkat praktis, manajerial, dan kebijakan. Pada tingkat praktis, integrasi marketplace, QRIS, dan Google Business Profile memperkuat kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola pemasaran digital, memperluas akses pasar, serta meningkatkan efisiensi transaksi. Peningkatan kapasitas tersebut menjadi fondasi bagi pengembangan usaha yang lebih adaptif terhadap perubahan perilaku konsumen. Pada tingkat manajerial, hasil program menunjukkan bahwa pengelola kawasan kuliner dapat berperan sebagai fasilitator dalam membangun ekosistem digital bersama tenant melalui penyediaan pendampingan, koordinasi promosi bersama, serta monitoring penggunaan platform digital. Pendekatan kolektif seperti ini memungkinkan transformasi digital berlangsung secara lebih efektif dibandingkan apabila dilakukan oleh masing-masing pelaku usaha secara individual. Pada tingkat kebijakan, hasil program memberikan masukan bagi pemerintah daerah, dinas yang membidangi koperasi dan UMKM, serta perguruan tinggi mengenai pentingnya mengembangkan program transformasi digital yang bersifat terintegrasi.

Pendampingan yang menghubungkan aspek pemasaran, pembayaran digital, dan visibilitas usaha berpotensi memberikan dampak yang lebih berkelanjutan dibandingkan program yang hanya berorientasi pada pelatihan penggunaan satu aplikasi tertentu. Oleh karena itu, model pendampingan yang dikembangkan dalam program ini memiliki peluang untuk direplikasi pada sentra UMKM lain dengan karakteristik yang serupa.

Integrated Digital Ecosystem Empowerment Model (IDEEM)

Berdasarkan hasil pelaksanaan program, artikel ini mengusulkan Integrated Digital Ecosystem Empowerment Model (IDEEM) sebagai model konseptual penguatan ekosistem digital UMKM. Model ini dikembangkan dari pengalaman implementasi program dan menjelaskan bahwa keberhasilan transformasi digital merupakan hasil dari proses yang berlangsung secara bertahap dan saling berkesinambungan. Tahap pertama, Needs Assessment, bertujuan mengidentifikasi tingkat kesiapan digital, kebutuhan, dan hambatan yang dihadapi mitra. Tahap ini menjadi dasar penyusunan intervensi yang sesuai dengan kondisi nyata pelaku usaha. Tahap kedua, Digital Capacity Building, berfokus pada peningkatan literasi digital melalui pelatihan dan praktik langsung sehingga peserta memiliki pengetahuan dan keterampilan dasar dalam memanfaatkan teknologi digital.

Tahap ketiga, Platform Integration, merupakan inti model karena menghubungkan marketplace, QRIS, dan Google Business Profile menjadi satu ekosistem digital yang mendukung pemasaran, transaksi, dan visibilitas usaha secara simultan. Tahap keempat, Monitoring and Evaluation, memastikan bahwa teknologi yang telah diperkenalkan benar-benar digunakan dalam aktivitas usaha serta memberikan umpan balik untuk penyempurnaan implementasi. Tahap kelima, Business Sustainability, menekankan pentingnya keberlanjutan penggunaan teknologi digital sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha jangka panjang. Pada tahap ini, transformasi digital tidak lagi dipandang sebagai proyek sesaat, tetapi menjadi budaya kerja baru dalam pengelolaan UMKM.



Gambar 4. *Integrated Digital Ecosystem Empowerment Model (IDEEM).*

Model IDEEM menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi digital tidak bergantung pada implementasi satu teknologi tertentu, tetapi pada integrasi antara peningkatan kapasitas pelaku usaha, penerapan platform digital yang saling melengkapi, serta pendampingan berkelanjutan.

Dengan demikian, kontribusi utama artikel ini bukan hanya pada peningkatan literasi digital atau adopsi platform digital oleh mitra, tetapi juga pada pengembangan model konseptual yang dapat dijadikan acuan dalam merancang program pemberdayaan UMKM berbasis transformasi digital di berbagai konteks wilayah.

5. KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa pendekatan pendampingan berbasis Participatory Community Empowerment efektif dalam mendorong transformasi digital pada UMKM Food Colony Kabupaten Pamekasan. Melalui tahapan asesmen kebutuhan, peningkatan kapasitas digital, integrasi platform, pendampingan, serta evaluasi berkelanjutan, program berhasil meningkatkan literasi digital pelaku UMKM sekaligus memperluas adopsi marketplace, QRIS, dan Google Business Profile sebagai bagian dari aktivitas bisnis sehari-hari. Perubahan tersebut tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis peserta dalam memanfaatkan teknologi digital, tetapi juga mendorong perubahan perilaku usaha menuju praktik pemasaran, pelayanan pelanggan, dan transaksi yang lebih adaptif terhadap perkembangan ekonomi digital. Hasil ini menunjukkan bahwa transformasi digital akan lebih efektif apabila dilaksanakan melalui proses pemberdayaan yang bersifat partisipatif, kontekstual, dan berkelanjutan.

Kontribusi utama program ini tidak hanya terletak pada peningkatan kapasitas digital mitra, tetapi juga pada pengembangan Integrated Digital Ecosystem Empowerment Model (IDEEM) sebagai model konseptual pemberdayaan UMKM berbasis ekosistem digital. Model tersebut menegaskan bahwa keberhasilan transformasi digital tidak bergantung pada penggunaan satu platform secara terpisah, melainkan pada integrasi antara pemasaran digital melalui marketplace, sistem pembayaran digital melalui QRIS, dan peningkatan visibilitas usaha melalui Google Business Profile yang didukung oleh proses pendampingan secara berkelanjutan. Dengan demikian, artikel ini memperluas perspektif pemberdayaan UMKM dari pendekatan yang berorientasi pada adopsi teknologi individual menuju pendekatan yang menempatkan integrasi platform digital sebagai fondasi utama dalam membangun daya saing usaha.

Implikasi program ini bersifat praktis, kelembagaan, dan kebijakan. Pada tingkat praktis, model pendampingan yang diterapkan mampu membantu pelaku UMKM mengembangkan strategi pemasaran digital yang lebih terintegrasi, memperluas akses pasar, meningkatkan efisiensi transaksi, serta memperkuat visibilitas usaha di ruang digital.

Pada tingkat kelembagaan, hasil program memberikan gambaran bahwa pengelola sentra UMKM dapat berperan sebagai fasilitator dalam membangun ekosistem digital melalui pendampingan kolektif yang melibatkan seluruh tenant. Sementara itu, pada tingkat kebijakan, temuan ini memberikan masukan bagi pemerintah daerah, dinas yang membidangi koperasi dan UMKM, serta perguruan tinggi untuk mengembangkan program transformasi digital yang tidak hanya berfokus pada pelatihan penggunaan aplikasi, tetapi juga membangun integrasi antarteknologi digital sebagai bagian dari strategi pengembangan ekonomi lokal.

Keberhasilan program ini sekaligus membuka peluang pengembangan pada tahap berikutnya melalui pendampingan yang lebih berkelanjutan untuk menjaga konsistensi penggunaan platform digital oleh pelaku UMKM. Pengembangan program juga dapat diarahkan pada integrasi media sosial, penerapan Customer Relationship Management (CRM), pemanfaatan analitik pemasaran digital, serta penggunaan kecerdasan buatan (Artificial Intelligence) untuk mendukung personalisasi promosi, analisis perilaku konsumen, dan pengambilan keputusan berbasis data. Selain itu, Integrated Digital Ecosystem Empowerment Model (IDEEM) berpotensi direplikasi pada berbagai sentra UMKM di wilayah lain dengan penyesuaian terhadap karakteristik sosial, ekonomi, dan budaya lokal. Dengan demikian, transformasi digital UMKM tidak cukup dipahami sebagai proses adopsi teknologi, tetapi sebagai proses pembangunan ekosistem digital yang terintegrasi, partisipatif, adaptif, dan berkelanjutan guna memperkuat daya saing UMKM serta mendukung percepatan pembangunan ekonomi daerah.

PENGAKUAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini didukung oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Madura

DAFTAR REFERENSI

- Anatan, L., & Nur. (2023). *Micro, Small, and Medium Enterprises' readiness for digital transformation in Indonesia*. *Economies*, 11(6), 156. <https://doi.org/10.3390/economies11060156>
- Autio, E., Mudambi, R., Yoo, Y., & Chakravarthy, B. (2022). Digital ecosystems: Toward a theory of sociotechnical change. *Strategic Management Journal*, 43(1), 3–26.
- Kraus, S., Jones, P., Kailer, N., Weinmann, A., Chaparro-Banegas, N., & Roig-Tierno, N. (2022). Digital transformation: An overview of the current state of the art of research. *SAGE Open*, 12(3). <https://doi.org/10.1177/21582440211047576>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.

- Perkins, D. D., & Zimmerman, M. A. (1995). Empowerment theory, research, and application. *American Journal of Community Psychology*, 23(5), 569–579. <https://doi.org/10.1007/BF02506982>
- Purnomo, S. (2024). *Digital transformation of MSMEs in Indonesia: A systematic literature review*. *Journal of Management and Digital Business*.
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122, 889–901. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>
- Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *The Journal of Strategic Information Systems*, 28(2), 118–144. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003>
- Wallerstein, N., Duran, B., Oetzel, J. G., & Minkler, M. (Eds.). (2018). *Community-based participatory research for health: Advancing social and health equity* (3rd ed.). Jossey-Bass.
- Widyawan, B., et al. (2024). Exploring the benefits and barriers of QRIS adoption among micro enterprises. *Journal of Accounting, Finance and Management*.