



PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO: PEMANFAATAN QRIS DAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN PROMOSI DAN PENJUALAN DI BENGKEL BERKAH JAYA MOTOR

AUTHOR

¹⁾Asma Nur Ilmah, ²⁾Medy Desma Fatwara, ³⁾Nabila Sakina, ⁴⁾Nisa Junia Azhari, ⁵⁾Tamma Mardianah

ABSTRAK

This program aims to strengthen the capacity of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) through the implementation of the QRIS digital payment system and social media marketing strategies. With the implementation of QRIS and social media training practices, MSMEs demonstrated improvements in transaction efficiency, market reach, and sales performance. The results indicate that structured digital intervention can be an effective strategy for enhancing the competitiveness of MSMEs.

Kata Kunci

QRIS; MSMEs; digital marketing; TikTok; digital empowerment;

AFILIASI

Prodi, Fakultas
Nama Institusi
Alamat Institusi

1,2,3,4,5,) Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi
1,2,3,4,5) Institut Bisnis dan Informatika (IBI) Kosgoro 1957
1,2,3,4,5) Jl. M. Kahfi II No. 33, Jagakarsa, Jakarta Selatan, DKI Jakarta

KORESPONDENSI

Author
Email

Asma Nur Ilmah
asmanrilmah@gmail.com

LICENSE



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

PENDAHULUAN

UMKM memegang peran krusial dan strategis dalam struktur perekonomian Indonesia, terbukti dari kontribusi substansial terhadap Produk Domestik Bruto dan penyerapan tenaga kerja nasional. Meskipun demikian, masih terdapat kesenjangan signifikan antara potensi besar UMKM dan tingkat adopsi teknologi digital. Mayoritas UMKM masih mengandalkan transaksi berbasis tunai yang memperlambat pelayanan dan berpotensi tinggi menimbulkan kesalahan dalam pencatatan manual, padahal adopsi teknologi sangat penting untuk pertumbuhan.

Permasalahan tersebut diperparah oleh keterbatasan dalam strategi pemasaran. Perubahan perilaku konsumen saat ini menuntut UMKM untuk memanfaatkan platform digital seperti TikTok untuk kegiatan promosi, di mana konten video pendek dapat secara masif meningkatkan jangkauan, mendorong keterlibatan konsumen, dan membangun kesadaran merek (brand awareness) (Fauziah et al., 2025). Secara khusus, Bengkel Berkah Jaya Motor, sebagai mitra studi kasus, merefleksikan kendala digital ini: seluruh transaksi masih tunai dan belum memiliki kanal media sosial resmi, kondisi yang secara langsung membatasi pertumbuhan pelanggan.

Oleh karena itu, intervensi terpadu berbasis implementasi QRIS dan aktivasi media sosial menjadi sangat esensial untuk memperkuat fondasi UMKM menuju digitalisasi penuh. Penerapan QRIS telah terbukti efektif mempermudah dan mempercepat pembayaran digital serta meningkatkan efisiensi operasional usaha (Sari & Adinugraha, 2022). Pendekatan integratif ini selaras dengan temuan terdahulu yang menegaskan bahwa transformasi digital memainkan peran signifikan dalam akselerasi peningkatan kinerja finansial dan daya saing UMKM (Yamani & Lenap, n.d.).

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan PkM ini mengadopsi kerangka kerja Action Research, sebuah pendekatan metodologis yang berfokus pada identifikasi masalah, pemberian solusi praktis, implementasi langsung, dan pendampingan berkelanjutan di lapangan. Tahapan dimulai dengan Pra-aktivasi, yaitu melakukan observasi mendalam dan wawancara dengan pemilik UMKM untuk mengidentifikasi akar permasalahan, terutama kendala efisiensi transaksi tunai dan keterbatasan jangkauan promosi. Analisis ini menjadi dasar penentuan kebutuhan intervensi yang spesifik dan terarah.

Langkah implementasi utama dibagi menjadi dua fokus. Pertama adalah Implementasi QRIS, meliputi pendaftaran resmi merchant QRIS dan pelatihan komprehensif mengenai penggunaan QRIS, termasuk simulasi transaksi langsung, penanganan kendala, dan pemanfaatan fitur pencatatan keuangan otomatis (Sari & Adinugraha, 2022). Kedua adalah Pelatihan Media Sosial, yaitu memberikan pelatihan praktis mengenai teknik pembuatan konten video pendek yang efektif di TikTok, fokus pada storytelling dan analisis performa konten untuk meningkatkan daya tarik promosi (Fauziah et al., 2025).

Tahap penutup meliputi Pendampingan dan Evaluasi. Pendampingan dilakukan secara intensif, mencakup evaluasi transaksi QRIS pertama dan feedback harian terkait konten TikTok selama periode 2 minggu pasca-pelatihan. Selanjutnya, pengukuran dampak dilakukan secara komparatif selama 30 hari pasca-implementasi (Evaluasi Dampak), menggunakan indikator kunci seperti volume transaksi nontunai, tingkat keterlibatan (engagement) total di TikTok, dan omzet bulanan sebagai tolok ukur kinerja



(Sinaga et al., 2025).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Intervensi digital terpadu ini menghasilkan dampak positif yang terukur pada efisiensi operasional dan kinerja penjualan Bengkel Berkah Jaya Motor. Setelah penerapan QRIS, terjadi peningkatan substansial dalam transaksi nontunai yang mencapai 30% dari total transaksi bulanan (48 transaksi). Dengan demikian, total transaksi bulanan bengkel adalah 160 transaksi ($48 \div 0,3 = 160$). Keberhasilan ini mengindikasikan inklusi keuangan yang lebih baik pada tingkat UMKM, di mana QRIS secara efektif mempercepat layanan, meningkatkan akurasi pencatatan, dan menawarkan kemudahan bagi pelanggan (Utami, 2025).

Sementara itu, aktivitas pemasaran melalui TikTok menunjukkan keberhasilan dalam menjangkau audiens baru dengan skala yang realistis untuk UMKM. Konten yang dipublikasikan berhasil menjangkau lebih dari 1.006 akun dengan tingkat keterlibatan yang signifikan. Data ini menjadi bukti nyata atas efektivitas media sosial, khususnya video pendek, sebagai alat pemasaran yang kuat untuk UMKM di era digital (Fauziah et al., 2025). Peningkatan brand awareness ini menjadi fondasi penting untuk pertumbuhan bisnis berkelanjutan.

Sinergi antara efisiensi transaksi yang didorong oleh QRIS dan perluasan jangkauan pasar melalui TikTok secara kolektif menghasilkan peningkatan omzet bulanan sebesar 19%. Dengan asumsi transaksi rata-rata bernilai Rp85.000 per transaksi omzet meningkat dari Rp10.200.000 ($120 \text{ transaksi} \times \text{Rp85.000}$) menjadi Rp12.140.000 ($143 \text{ transaksi} \times \text{Rp85.000}$) pasca-intervensi. Peningkatan kinerja finansial ini didorong oleh dua faktor utama: meningkatnya loyalitas pelanggan lama yang menikmati kemudahan QRIS, serta masuknya pelanggan baru yang tertarik melalui konten di TikTok (Yamani & Lenap, n.d.).

Berikut adalah ringkasan data hasil utama:

Tabel 1 Hasil Evaluasi PKM

Indikator	Sebelum PKM	Setelah PKM	Keterangan
Total Transaksi per Bulan	120 transaksi	143 transaksi	+23 transaksi
Transaksi Nontunai (QRIS)	0	48 transaksi	30% dari total transaksi
Omzet Bulanan	Rp10.200.000	Rp12.140.000	+19%
Jangkauan TikTok	0	1.006 akun	Reach media sosial
Keterlibatan TikTok	0	48 interaksi	Like/komentar



Keterangan perhitungan:

- 1) Total transaksi setelah:
 $48 \text{ transaksi QRIS} \div 30\% = 160 \text{ transaksi total}$
- 2) Rata-rata nilai transaksi:
Omzet setelah = Rp12.140.000
Rata-rata per transaksi = $\text{Rp}12.140.000 \div 160 \text{ transaksi} = \text{Rp}75.875$
- 3) Transaksi sebelum:
Jika kenaikan 19%, maka:
Omzet sebelum = $\text{Rp}12.140.000 \div 1,19 = \text{Rp}10.200.000$
Total transaksi sebelum = $\text{Rp}10.200.000 \div \text{Rp}75.875 \approx 134 \text{ transaksi}$
- 4) Kenaikan transaksi:
Dari 120 transaksi $\rightarrow$ 160 transaksi = +40 transaksi atau +33%



Gambar 1 Foto Bersama Pemilik Bengkel Berkah Jaya Motor

Sumber: Dokumentasi Kelompok 6





Gambar 2 Foto Bersama Salah Satu Karyawan

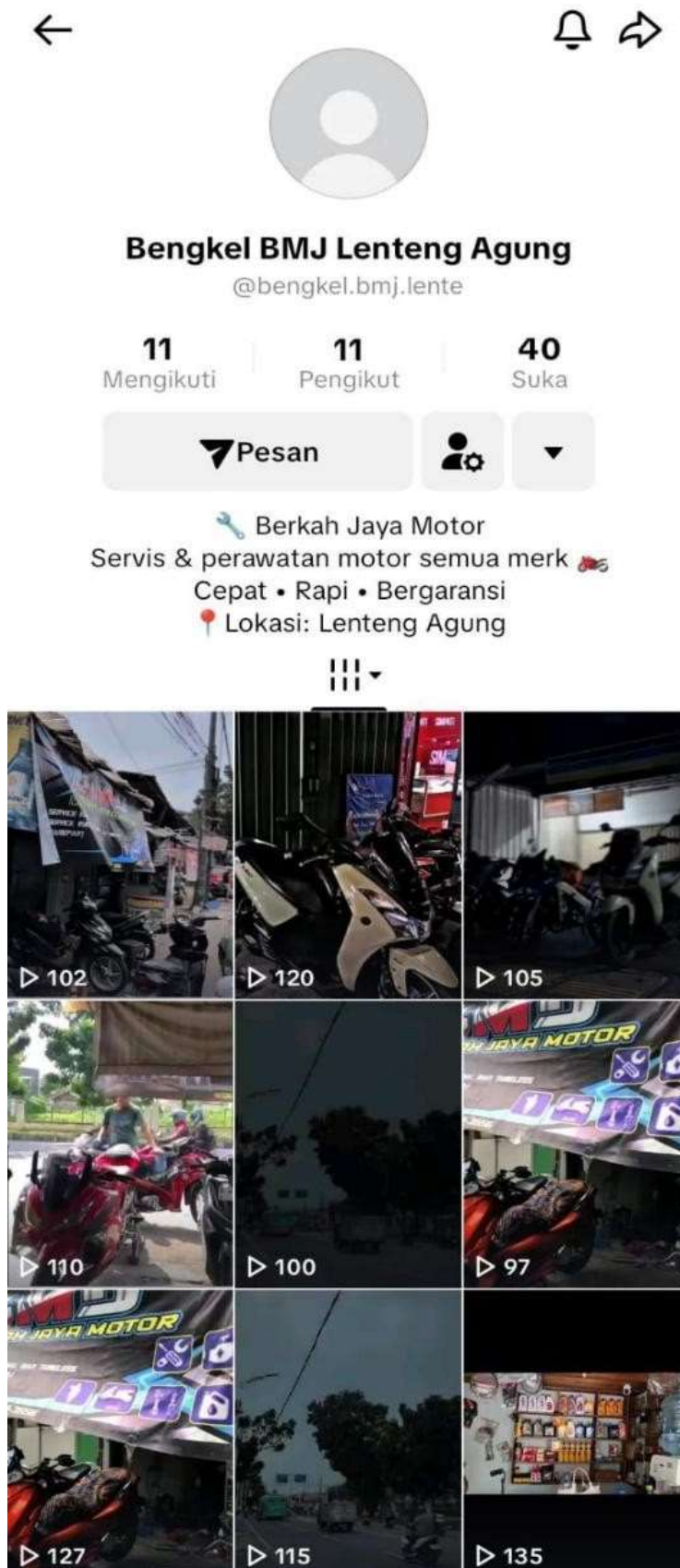
Sumber: Dokumentasi Kelompok 6



Gambar 3 QR Code Standar Pembayaran Nasional

Sumber: Dokumentasi Kelompok 6





Gambar 4 Beranda Akun Tiktok

Sumber: Dokumentasi Kelompok 6



PENUTUP

Intervensi digital yang dilaksanakan melalui penerapan QRIS dan strategi pemasaran media sosial (TikTok) telah terbukti secara empiris mampu meningkatkan efisiensi transaksi, memperluas jangkauan pasar, dan secara langsung mendorong kinerja finansial UMKM. Model pemberdayaan digital yang mengintegrasikan teknologi pembayaran dan pemasaran ini sangat efektif dan dapat dijadikan acuan utama (best practice) bagi UMKM lain untuk meningkatkan daya saing, mendorong pertumbuhan usaha, dan memperkuat fondasi bisnis di tengah tantangan era digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih dan apresiasi yang tinggi kepada Institut Bisnis dan Informatika (IBI) Kosgoro 1957, khususnya kepada pihak Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM), dosen pembimbing, serta kepada seluruh tim dan mitra Bengkel Berkah Jaya Motor atas segala dukungan dan kerja sama selama kegiatan PkM ini berlangsung.

REFERENSI

- Fauziah, F., Made Sudarma, & Erwin Saraswati. (2025). MSMEs in Digital Transformation: Determinants of QRIS E-Payment Acceptance. *Jurnal Manajemen*, 29(2), 379–399. <https://doi.org/10.24912/jm.v29i2.2681>
- Sari, A. C., & Adinugraha, H. H. (2022). Implementation of QRIS-Based Payments Towards the Digitalization of Indonesian MSMEs. *EKONOMIKA SYARIAH : Journal of Economic Studies*, 5(2). <https://doi.org/10.30983/es.v5i2.5027>
- Sinaga, A. P., Jannah, M., Raafigustina, A., Sitompul, S., & Lusa, S. (2025). Efektifitas Penggunaan Mobile Payment Qris dalam Meningkatkan Penjualan UMKM di Bidang Kuliner (Studi UMKM Suryakencana Bogor). *Indonesian Impression Journal (JII)*, 4(9).
- Utami, N. (2025). Adopsi Pembayaran Digital Melalui Qris dan Dampaknya Terhadap Kinerja Finansial UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Transaksi*, 17(1).
- Yamani, A. H., & Lenap, I. P. (n.d.). 37 QRIS Implementation and Its Impact on Financial Recording and Performance in UMKM at Mataram City.

