GO CASHLESS, GO VIRAL: DIGITALISASI QRIS DAN PROMOSI UMKM LAWAR PLEK DI DESA KELIKI

Putu Agus Eka Rismawan[1,*], I Kadek Andika Budi Utama[2], Made Angelia Christy[3], Ni Komang Febriaryani[4]
[1,2,3,4]Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia
*Email: askarismawan@unmas.ac.id

ABSTRAK

I Kadek Supartayasa menjalankan sebuah warung makan rumahan bernama Meme Warung di Desa Keliki, Kecamatan Tegalalang, Kabupaten Gianyar, dengan menu andalan Lawar Plek, sajian khas daerah setempat. Sayangnya, seluruh transaksi di warung ini masih dilakukan secara tunai, dan promosi lewat media sosial pun nyaris tidak pernah dilakukan, sehingga hanya warga di sekitar lokasi usaha yang mengenalnya. Berangkat dari kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini digagas untuk membimbing pemilik warung memasang QRIS sebagai opsi pembayaran non-tunai sekaligus merintis promosi produk lewat akun TikTok. Selama dua pekan, tepatnya 31 Juli sampai 15 Agustus 2026, tim turun langsung ke lokasi menjalankan serangkaian tahapan: mulai dari pengamatan awal, pengumpulan berkas untuk pendaftaran, proses pendaftaran QRIS itu sendiri, penggarapan konten promosi, pencetakan kode QRIS, sampai pengecekan pemahaman pemilik usaha di akhir program. Seluruh tahapan tersebut rampung dikerjakan sesuai target, dengan tingkat keterlaksanaan mencapai 100 persen. Saat ini, Meme Warung sudah bisa menerima pembayaran lewat QRIS, dan video promosi Lawar Plek pun sudah tayang di TikTok, membuka jalan bagi warung ini untuk dikenal orang-orang di luar Desa Keliki. Pencapaian ini tidak lepas dari sikap kooperatif pemilik usaha, walau minimnya pengalaman digitalnya sempat membuat proses pendampingan harus dijalankan pelan-pelan dan berulang. Ke depannya, keberlanjutan pengelolaan akun TikTok secara rutin menjadi kunci agar dampak digitalisasi ini terus dirasakan.

Kata Kunci: digitalisasi UMKM, QRIS, promosi digital, TikTo, pengabdian masyarakat

ANALISIS SITUASI

Peran usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam roda perekonomian masyarakat tidak bisa dipandang sebelah mata: dari sinilah lapangan kerja tercipta, pendapatan warga bertambah, dan potensi ekonomi lokal ikut bergerak. Seiring cepatnya arus transformasi digital, pelaku UMKM mau tidak mau harus ikut menyesuaikan diri, baik dalam cara menerima pembayaran maupun cara memasarkan produknya. Hal serupa juga dialami para pelaku usaha di Desa Keliki, Kecamatan Tegalalang, Kabupaten Gianyar, yang sebenarnya menyimpan banyak potensi usaha rumahan yang layak dikembangkan. Salah satu contohnya adalah Meme Warung, usaha kuliner rumahan milik I Kadek Supartayasa yang mengandalkan Lawar Plek, hidangan tradisional khas daerah tersebut, sebagai produk utamanya.

Saat tim melakukan pengamatan awal, terlihat jelas bahwa potensi produk Lawar Plek belum diimbangi dengan kesiapan usaha dalam mengadopsi teknologi digital.

Seluruh transaksi masih mengandalkan uang tunai; konsumen sama sekali belum diberi pilihan pembayaran non-tunai yang lebih praktis. Di sisi lain, upaya memperkenalkan produk lewat media sosial seperti TikTok pun boleh dibilang belum pernah digarap secara serius. Dua kondisi inilah yang pada akhirnya membuat Meme Warung hanya dikenal oleh segelintir konsumen di sekitar lokasinya saja.

Salah satu jalan yang cukup relevan untuk mengatasi persoalan pembayaran adalah lewat digitalisasi menggunakan QRIS, yaitu standar kode QR resmi yang dikeluarkan Bank Indonesia guna memfasilitasi transaksi digital di seluruh penjuru negeri (Bank Indonesia, 2025). Hal ini sejalan dengan hasil kajian Wahyudin dkk. (2022) yang mendapati bahwa gabungan e-commerce dan QRIS sebagai alat pembayaran digital sanggup mendongkrak daya saing sekaligus performa penjualan UMKM. Puriati dkk. (2023) pun sampai pada simpulan yang tidak jauh berbeda, yakni bahwa penggunaan QRIS membawa kemudahan, efisiensi, dan transparansi dalam proses bertransaksi bagi pelaku UMKM. Bertolak dari kedua kajian tersebut, penerapan QRIS di Meme Warung diharapkan mampu menghadirkan opsi pembayaran yang lebih praktis, sekaligus mendorong pemiliknya untuk lebih siap mengikuti arah perkembangan pembayaran digital ke depan.

Tidak berhenti pada urusan pembayaran, pemanfaatan TikTok sebagai sarana promosi juga dipandang punya potensi besar untuk mendongkrak jangkauan pasar Lawar Plek. Riset Wicaksana dkk. (2024) menunjukkan bahwa platform ini mampu mengasah kemampuan pelaku UMKM dalam menyusun konten sekaligus memasarkan produknya. Lewat TikTok, Meme Warung punya kesempatan untuk menyajikan produknya dengan cara yang lebih menarik, sembari memperkenalkan profil usahanya ke audiens yang jauh lebih beragam, tidak sekadar warga di sekitar Desa Keliki.

Berpijak dari gambaran persoalan tersebut, disusunlah program "Go Cashless, Go Viral: Digitalisasi QRIS dan Promosi UMKM Lawar Plek di Desa Keliki" yang menyasar dua hal secara bersamaan: membantu proses pendaftaran serta penggunaan QRIS sebagai kanal pembayaran non-tunai, dan menggarap konten promosi produk lewat TikTok. Lewat kedua bentuk intervensi ini, harapannya Meme Warung dapat memanfaatkan teknologi digital secara lebih maksimal demi menunjang pertumbuhan usahanya, sekaligus mengangkat nama Lawar Plek sebagai salah satu ikon kuliner Desa Keliki.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan gambaran persoalan yang telah dipaparkan, kegiatan pengabdian ini secara khusus menyoroti masih minimnya pemanfaatan teknologi digital pada Meme Warung, terutama dalam hal transaksi dan promosi. Hingga saat ini, transaksi tunai masih menjadi satu-satunya metode pembayaran yang berlaku, sementara QRIS sebagai jalur pembayaran non-tunai belum pernah dimanfaatkan sama sekali. Di samping itu, pemanfaatan akun media sosial sebagai sarana promosi pun belum digarap secara maksimal; TikTok, misalnya, belum pernah dipakai untuk

memperkenalkan Lawar Plek kepada khalayak yang lebih luas, sehingga informasi mengenai usaha ini masih terbatas beredar di sekitar Desa Keliki.

Bertolak dari kondisi tersebut, rumusan pertanyaan yang menjadi fokus kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Dengan cara apa penerapan sistem pembayaran digital berbasis QRIS dapat mempermudah proses transaksi di Meme Warung?
2. Langkah-langkah apa yang perlu ditempuh agar pemilik Meme Warung benar-benar memahami dan mampu mengoperasikan QRIS secara mandiri sebagai metode pembayaran non-tunai?
3. Bagaimana strategi promosi berbasis TikTok yang dapat diterapkan agar jangkauan pemasaran Lawar Plek meluas hingga ke masyarakat di luar Desa Keliki?

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Menjawab ketiga persoalan di atas, tim pengabdian merumuskan tiga bentuk intervensi utama dalam program "Go Cashless, Go Viral". Yang pertama, tim membersamai proses digitalisasi pembayaran mulai dari tahap pengumpulan data sampai QRIS benar-benar siap dipakai konsumen sebagai kanal pembayaran non-tunai. Yang kedua, tim memberi edukasi tatap muka kepada I Kadek Supartayasa tentang cara kerja QRIS supaya ia bisa mengoperasikannya sendiri dalam transaksi sehari-hari tanpa perlu didampingi terus-menerus. Yang ketiga, tim menggarap dan mengunggah konten promosi Lawar Plek di TikTok, dengan tujuan memperluas pasar sekaligus mengenalkan profil Meme Warung kepada audiens yang lebih beragam.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan program kerja "Go Cashless, Go Viral: Digitalisasi QRIS dan Promosi UMKM Lawar Plek di Desa Keliki" dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang disesuaikan dengan kondisi serta kebutuhan Meme Warung milik I Kadek Supartayasa. Pelaksanaan kegiatan tersebut dilakukan secara bertahap agar setiap program dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Tahapan kegiatan yang dilakukan meliputi:

1. Observasi Lapangan
   Tim melakukan kunjungan ke Meme Warung untuk melihat kondisi usaha dan melakukan wawancara dengan pemilik. Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui sistem pembayaran dan metode promosi yang telah diterapkan sebagai dasar pelaksanaan program.
2. Persiapan Program Kerja
   Tim menyiapkan data dan dokumen yang diperlukan untuk pendaftaran QRIS serta melakukan koordinasi dengan pemilik dalam menentukan konsep promosi Lawar Plek melalui TikTok.

3. Pendampingan Digitalisasi dan Promosi
   Tim mendampingi pemilik dalam proses pendaftaran QRIS menggunakan ponsel milik I Kadek Supartayasa serta membantu menyiapkan materi promosi produk Lawar Plek untuk TikTok.
4. Pencetakan dan Penyerahan QRIS
   Setelah QRIS selesai diproses, kode QR dikirimkan kepada tim untuk dicetak. QRIS yang telah dicetak kemudian diserahkan kepada pemilik sebagai fasilitas pembayaran non-tunai di Meme Warung.
5. Pendampingan, Evaluasi, dan Pemberian Bingkisan
   Tim menyerahkan QRIS cetak beserta panduan penggunaannya, kemudian melakukan evaluasi singkat mengenai pemahaman pemilik dalam menggunakan QRIS. Kegiatan diakhiri dengan pemberian bingkisan sebagai bentuk apresiasi atas kerja sama selama program berlangsung.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Secara umum, program "Go Cashless, Go Viral" terlaksana sesuai dengan jadwal yang telah disusun sejak awal, meliputi observasi lapangan, persiapan program, pendaftaran QRIS, pembuatan konten promosi, pencetakan kode QRIS, hingga penyerahan panduan penggunaan kepada pemilik usaha. Tabel 1 menunjukkan bahwa seluruh tahapan berhasil dituntaskan tanpa ada yang terlewat, dengan capaian pelaksanaan mencapai 100 persen.

Tabel 1. Rincian capaian program kerja pendampingan

Tahapan Kegiatan	Sifat	Capaian	Status
Peninjauan dan wawancara awal untuk memetakan kondisi usaha	Komplementer	100%	Terealisasi
Penyiapan data serta kebutuhan digitalisasi QRIS dan promosi	Komplementer	100%	Terealisasi
Fasilitasi pendaftaran QRIS sebagai kanal pembayaran non-tunai	Komplementer	100%	Terealisasi
Pembuatan materi promosi Lawar Plek untuk kanal TikTok	Komplementer	100%	Terealisasi
Pencetakan dan penyerahan kode QRIS kepada pemilik usaha	Komplementer	100%	Terealisasi
Penyerahan panduan pemakaian QRIS untuk operasional harian	Komplementer	100%	Terealisasi

Dari sisi transaksi, Meme Warung kini telah memiliki kode QRIS yang tercetak dan dipajang di lokasi usaha, sebagai pelengkap metode pembayaran tunai yang selama ini digunakan. Kode QRIS tersebut telah siap dimanfaatkan konsumen untuk melakukan transaksi secara non-tunai.

Sementara itu, dari sisi promosi, video yang menampilkan produk Lawar Plek beserta profil Meme Warung telah dipublikasikan melalui akun TikTok. Konten

tersebut memuat perkenalan singkat mengenai lokasi, jam operasional, dan cita rasa khas Lawar Plek—materi semacam ini berpotensi menjangkau calon pembeli dari luar Desa Keliki, sejalan dengan temuan Wicaksana dkk. (2024) yang menyatakan bahwa TikTok cukup efektif dalam memperluas jangkauan promosi UMKM di sektor kuliner. Kelancaran pelaksanaan program ini tidak terlepas dari komunikasi yang terjalin baik serta kerja sama yang solid antara tim dengan I Kadek Supartayasa. Ia menunjukkan sikap kooperatif dalam menyediakan data yang dibutuhkan, termasuk bersedia meminjamkan ponsel pribadinya untuk keperluan pendaftaran QRIS. Meskipun demikian, tim juga mencatat adanya satu tantangan, yaitu keterbatasan pemahaman digital pemilik usaha yang membuat proses pendampingan harus dilakukan secara perlahan dan diulang beberapa kali agar materi yang disampaikan benar-benar dipahami sebelum berlanjut ke tahap berikutnya.

Secara keseluruhan, hasil yang diperoleh dari kegiatan pendampingan ini sejalan dengan simpulan Puriati dkk. (2023) bahwa QRIS memberikan kemudahan dan efisiensi bagi transaksi UMKM, sekaligus memperkuat pandangan Wahyudin dkk. (2022) bahwa pembayaran digital turut mendukung daya saing usaha kecil. Dengan tersedianya kanal pembayaran non-tunai yang telah aktif serta kehadiran di media sosial yang mulai terbentuk, Meme Warung kini memiliki modal yang jauh lebih baik untuk memperluas basis pelanggannya dibandingkan sebelum program ini dilaksanakan.



Gambar 1. Observasi UMKM Lawar Plek



Gambar 2. Melakukan Pendaftaran QRIS



Gambar 3. Penjelasan Penggunaan QRIS dan Penyerahan Bingkisan

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Rangkaian kegiatan pengabdian "Go Cashless, Go Viral: Digitalisasi QRIS dan Promosi UMKM Lawar Plek di Desa Keliki" telah terlaksana sesuai target, mulai dari observasi awal, persiapan, pendaftaran QRIS, pembuatan konten promosi, pencetakan QRIS, hingga penyerahan panduan penggunaan. Melalui program ini, Meme Warung kini memiliki opsi pembayaran non-tunai melalui QRIS sekaligus mulai hadir di TikTok untuk kepentingan promosi. Kedua capaian tersebut tidak terlepas dari keterlibatan aktif pemilik usaha di sepanjang proses pendampingan, mulai dari tahap pengumpulan data awal hingga sesi evaluasi penutup.

Ke depan, pemilik Meme Warung disarankan untuk terus memanfaatkan QRIS secara konsisten dalam transaksi hariannya, serta rutin mengelola akun TikTok dengan mengunggah konten promosi secara berkala agar jangkauan pasarnya terus meluas. Untuk kegiatan pengabdian masyarakat serupa di masa mendatang, disarankan pula agar disediakan pendampingan lanjutan yang lebih berkelanjutan, khususnya dalam hal pengelolaan media sosial, penyusunan konten, dan strategi pemasaran digital, sehingga manfaat digitalisasi bagi pelaku UMKM dapat dirasakan secara lebih optimal dan bertahan dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

Bank Indonesia. (2025). *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*. Bank Indonesia.

Puriati, N. M., Sugiartana, I. W., & Mertaningrum, N. P. E. (2023). Efektivitas penerapan sistem pembayaran *Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS)* pada UMKM di Kabupaten Karangasem. Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika, 13(3)

Wahyudin, N., Herlissha, N., Christianingrum, & Aldiesi, D. R. (2022). *The utilization of e-commerce and QRIS as digital payment tools to improve sales performance through competitive advantage in MSME. Journal of Consumer Sciences,* 7(2), 135–148.

Wicaksana, D. A., Christanto, F. W., Putri, A. N., & Fitrianti, A. (2024). Pemanfaatan aplikasi TikTok sebagai media promosi kuliner di Kampung Jawi Kelurahan Sukorejo Semarang. ABDIMASKU: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 7(2), 810–817.