

PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN UMKM MELALUI QRIS DAN PEMASARAN DIGITAL PADA USAHA DODOL PULUT INDAH LESTARI DI DESA TANJUNG ALAM KABUPATEN ASAHAN

Tengku Syarifah¹, Dian Wahyuni², Emi Masyitah³, Qonita Sajidah⁴, Ayu Adisti⁵,
Mira Syapitri⁶, Agil Novita⁷

^{4,5,6,7}Prodi Ekonomi Pembangunan, Universitas Asahan

^{1,2}Prodi Manajemen, Universitas Asahan

³Prodi Akuntansi, Universitas Potensi Utama Medan

e-mail: tengkusyarifah50@gmail.com

Abstrak

Dodol Pulut Indah Lestari (DPIL) adalah UMKM yang bergerak dibidang kuliner dengan produk dodol. Karena kualitas produk yang baik dan terjaga, DPIL terkenal sebagai produk khas Desa Tanjung Alam dan sering dijadikan sebagai oleh-oleh bagi masyarakat yang berkunjung ke Kabupaten Asahan. Seiring dengan perkembangan teknologi, DPIL dituntut untuk melakukan digitalisasi UMKM pada usahanya. Namun karena kurang memadainya kemampuan sumber daya manusia yang ada, DPIL tertinggal cukup jauh dibandingkan dengan perkembangan yang ada. Akibatnya penjualan DPIL perlahan-lahan menurun. Permasalahan yang dihadapi DPIL meliputi bidang produksi, manajemen usaha dan pemasaran. Permasalahan pada bidang produksi yaitu minimnya variasi produk dan kurang menariknya pengemasan produk. Pada bidang manajemen usaha khususnya manajemen keuangan, DPIL mengalami kendala dalam melakukan pencatatan keuangan. Karena selama ini masih dilakukan secara sederhana. Permasalahan DPIL dalam bidang pemasaran terletak pada strategi pemasaran yang belum memanfaatkan teknologi. Ini disebabkan oleh kualitas sumber daya manusia yang belum mampu untuk merealisasikan pemasaran digital. Selain itu, perlunya perizinan baik izin usaha, izin BPOM dan izin kehalalan produk sebagai faktor pendukung pemasaran produk. Tujuan pengabdian kepada masyarakat Skema Program Pemberdayaan Masyarakat adalah terwujudnya digitalisasi UMKM DPIL. Setelah melaksanakan pengabdian ini hasil yang dicapai adalah peningkatan level keberdayaan mitra baik dari segi produksi yang lebih beragam, pengemasan yang lebih baik dan menarik, pemasaran secara digital, dan penggunaan QRIS sebagai salah satu alternatif pembayaran transaksi penjualan. Begitu juga dengan peningkatan kualitas produk seiring dengan penambahan varian produk, pengemasan sampai dengan perizinan produk.

Kata Kunci : Pemasaran Digital, UMKM, QRIS, Pengabdian Kepada Masyarakat, Dodol Pulut Indah Lestari.

Abstract

Dodol Pulut Indah Lestari (DPIL) is an MSME that operates in the culinary sector with dodol products. Because the product quality is good and maintained, DPIL is known as a typical product of Tanjung Alam Village and is often used as a souvenir for people visiting Asahan Regency. Along with technological developments, DPIL is required to digitalize MSMEs in its business. However, due to inadequate human resource capabilities, DPIL is quite far behind compared to existing developments. As a result, DPIL sales slowly declined. The problems faced by DPIL include production, business management and marketing. Problems in the production sector are the lack of product variety and the lack of attractive product packaging. In the field of business management, especially financial management, DPIL experienced problems in carrying out financial records. Because so far it is still done simply. DPIL's problem in the marketing sector lies in marketing strategies that do not utilize technology. This is caused by the quality of human resources not being able to realize digital marketing. Apart from that, there is a need for permits, including business permits, BPOM permits and product halal permits as supporting factors for product marketing. The aim of community service in the Community Empowerment Program Scheme is to realize the digitalization of DPIL MSMEs. After carrying out this service, the results achieved were an increase in the level of partner empowerment in terms of more diverse production, better and attractive packaging, digital marketing, and the use of QRIS as an alternative payment for sales transactions. Likewise, product quality increases along with the addition of product variants, packaging and product licensing.

Keywords : Digital Marketing, MSMEs, QRIS, Community service, Dodol Pulut Indah Lestari

PENDAHULUAN

Teknologi menyebabkan perubahan pada berbagai aspek kehidupan bermasyarakat tidak terkecuali aspek ekonomi. Aktivitas bisnis yang melakukan proses penjualan dan pembelian produk dan/atau jasa secara konvensional, kemudian mengalami perubahan dengan memanfaatkan teknologi di setiap tahapannya. Pola kebiasaan orang-orang yang terbiasa berbelanja secara langsung ke toko dan menggunakan uang fisik, kemudian perlahan-lahan mengalami disrupsi dengan munculnya aktivitas bisnis yang mengusung digitalisasi. Pembayaran yang dahulunya lebih mengandalkan uang fisik kemudian mulai tergantikan dengan pembayaran berbasis online, seperti OVO, Dana, Link Aja, Go-Pay, dan QR Code Indonesian Standard (QRIS) yang dapat terhubung ke bank umum di Indonesia. Quick Response Code Indonesian Standard disingkat QRIS adalah penyatuan berbagai macam QR dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) menggunakan QR Code. QRIS dikembangkan oleh industri sistem pembayaran bersama dengan Bank Indonesia agar proses transaksi dengan QR Code dapat lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya. Semua Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran yang akan menggunakan QR Code Pembayaran wajib menerapkan QRIS.

QR Code itu merupakan sebuah kode matriks 2 dimensi, terdiri atas penanda tiga pola persegi pada sudut kiri bawah, sudut kiri atas dan sudut kanan atas, memiliki modul hitam berupa persegi, titik atau piksel, dan memiliki kemampuan menyimpan data alfanumerik, karakter dan simbol. Bank Indonesia meluncurkan Quick Response Code Indonesian Standart (QRIS) pada 17 Agustus 2019 yang kemudian per 1 Januari 2020 mewajibkan semua pembayaran non tunai menggunakan QRIS. Dengan adanya alat pembayaran digital dalam bidang UMKM sangat membantu dalam meminimalkan kontak secara langsung dan mengurangi resiko penyebaran Covid-19. Peranan QRIS ini membantu para pedagang UMKM untuk tidak tertipu pada peredaran uang palsu, mengurangi resiko pencurian uang dan mendukung pemerintah juga dalam mampu mengembangkan perekonomian digital pada wilayah tertentu.

Desa Tanjung Alam Kecamatan Sei Dadap, Kabupaten Asahan adalah desa yang memiliki lokasi strategis. Tempatnya dekat dengan bahan-bahan baku usaha kuliner dan oleh-oleh seperti Gula Merah. Keuntungan ini dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar dan mendukung perkembangan ekonomi kreatif di desa. Ekonomi kreatif yang dilaksanakan oleh masyarakat desa Tanjung Alam dengan memanfaatkan potensi setempat menjadi salah satu cara perkembangan ekonomi. Hasil peninjauan pada beberapa UMKM tersebut seperti usaha gula merah, kelanting, kue cucur, beberapa usaha dodol, jamu, produksi roti kering dan roti basah, produksi kripik dan jamu serbuk, tape pulut dan tape ubi, wajik labu, dan produksi tepung beras. Dodol Pulut Indah Lestari (DPIL) merupakan usaha dodol yang berada di Desa Tanjung Alam Dusun III, Kabupaten Asahan Sumatera Utara. DPIL adalah usaha turun temurun yang berdiri sejak tahun 2000. Pemilik DPIL yaitu Bapak Ilham Nasution, mengelola usaha ini mulai tahun 2011 sampai dengan sekarang, yang mana sebelumnya usaha ini dikelola oleh orang tua beliau. Produk yang dijual DPIL memiliki beberapa varian seperti dodol rasa original, rasa kacang, rasa durian dan dodol pulut hitam. Karena kualitas produk yang cukup baik dan terjaga, DPIL dikenal luas sebagai produk khas Desa Tanjung Alam dan sering dijadikan sebagai oleh-oleh bagi masyarakat yang berkunjung ke Kabupaten Asahan. Namun pemasaran produk DPIL terbatas di Kabupaten Asahan dan sekitarnya. Produk DPIL hanya dikirim keluar daerah apabila diminta oleh pelanggan.

Awalnya dalam menjalankan usaha DPIL hanya mampu memproduksi 1 Kg produk per harinya. Kemudian seiring dengan meningkatnya permintaan terhadap produk DPIL, saat ini bertambah memproduksi 10 Kg produk per hari dengan memperkerjakan 7 orang pekerja tetap. Pada periode tertentu seperti hari-hari besar dan event tertentu, permintaan pada produk DPIL meningkat tajam. Maka pada kondisi ini DPIL turut memperkerjakan 5 orang pekerja tambahan dan memproduksi sampai dengan 30 Kg produk per hari nya. Oleh karena itu, omset harian DPIL mencapai Rp. 500.000,- pada hari biasa dan Rp.1.500.000,- menjelang hari-hari besar. Keberlanjutan usaha ini, menunjukkan kelayakan usaha DPIL dan potensi-potensi DPIL yang dapat dikembangkan.

DPIL memiliki produk sejenis yang bersaing seperti Dodol Langkat dan Dodol Pasar Bengkel dari Lubuk Pakam. Dikarenakan karakteristik dodol harus dibuat dengan cara tertentu, produk DPIL dibandingkan dengan produk Dodol Langkat dan Dodol Pasar Bengkel terkesan cukup mirip dan akan dianggap sama oleh orang yang tidak mengenalinya. Ciri khas produk DPIL sendiri masih belum cukup unik untuk membangun branding bagi produk ini. Hal ini menjadi kelemahan DPIL.

Seiringnya dengan perkembangan teknologi, berbagai aspek usaha seperti produksi, manajemen usaha dan pemasaran usaha tekhusus Usaha Menengah Kecil Mikro (UMKM) mengalami perubahan signifikan atau bisa disebut dengan istilah digitalisasi UMKM. Digitalisasi UMKM merupakan bentuk

transformasi sistem konvensional ke sistem digital dengan memanfaatkan teknologi dalam seluruh aspek usaha UMKM.

Perkembangan ini menuntut DPIL untuk men-digitalisasi usahanya. Namun karena keterbatasan kemampuan sumber daya manusia yang ada dan keterbatasan modal, DPIL tertinggal cukup jauh dari yang diharapkan. Akibatnya perlahan-lahan penjualan DPIL mengalami penurunan. Pengemasan produk yang terlalu biasa dan kurang menarik. Variasi produk yang sedikit dan kurang beragam, manajemen usaha khususnya manajemen keuangan yang masih sederhana, serta pemasaran yang belum memanfaatkan teknologi, menjadi pokok permasalahan dari DPIL. Padahal produk-produk DPIL memiliki potensi besar menjadi produk unggulan daerah dan meningkatkan kondisi perekonomian masyarakat sekitarnya pula.

Perlunya peningkatan kualitas dan kemampuan sumber daya manusia pada usaha DPIL menjadi fokus permasalahan dalam pengabdian kepada masyarakat ini. Sejalan dengan IKU 3 dimana dosen berkegiatan di luar kampus, pelatihan dan pendampingan ini dilaksanakan oleh dosen sesuai kebutuhan mitra baik dalam bidang produksi, manajemen usaha serta pemasaran. Selain itu, keterlibatan mahasiswa dalam pengabdian ini, juga sejalan dengan IKU 2 yaitu mahasiswa mendapat pengalaman di luar kampus. Ilmu dan pengetahuan yang diperlukan mitra akan disediakan oleh dosen yang mana memiliki rumpun ilmu yang cocok sesuai dengan IKU 5, hasil kerja dosen digunakan oleh masyarakat. Ataupun dosen akan berperan menjadi penghubung antara mitra dengan pihak ketiga yang memiliki kapasitas untuk membantu permasalahan mitra.

Keberhasilan pengabdian ini akan dilihat dari peningkatan kemampuan para pekerja DPIL yang nantinya juga berpengaruh untuk meningkatkan perkembangan usaha DPIL dan mencapai target jangka panjang DPIL yaitu agar bisa memasarkan produknya ke luar Provinsi dan meningkatkan produksi paling tidak sampai 50 Kg per harinya.

METODE

Metode yang dilakukan untuk mencapai tujuan pengabdian ini dibagi dalam beberapa tahapan dan fase-fase didalamnya. Setiap fase memiliki kurun waktu selama satu minggu. Berikut adalah uraiannya :

1. Metode Peninjauan : Observasi lapangan. Observasi lapangan dilakukan untuk meninjau permasalahan DPIL secara umum, tahapan ini sudah dilaksanakan saat penyusunan pengajuan usulan pengabdian kepada masyarakat ini.
2. Metode Peninjauan : Observasi lapangan lanjutan. Observasi lapangan lanjutan untuk meninjau lebih dalam mengenai pokok-pokok permasalahan yang dialami mitra. Tahapan ini membantu tim pengusul pengabdian untuk lebih mudah dalam merencanakan jalannya pengabdian.
3. Persiapan seluruh materi pelatihan dan pendampingan. Pada tahapan kali ini, tim pengusul pengabdian akan mempersiapkan secara matang segala kebutuhan untuk pelaksanaan pelatihan dan pendampingan DPIL. Termasuk penyiapan materi, bahan-bahan pelatihan, narasumber dll.
4. Metode Perbaharuan : Penyelesaian permasalahan produksi yaitu permasalahan produk. Pada tahapan ini, dimulai dengan menyelesaikan permasalahan dalam bidang produksi yaitu produk dan varian produk. Tahap ini bertujuan untuk menganalisis kekurangan produk dan menambah varian produk. Tahap ini juga dibagi menjadi empat fase yaitu perbaharuan kekurangan produk yang sudah ada, perbaharuan menciptakan variasi produk baru, uji coba variasi produk dan perbaikan lalu penerapan varian produk baru.
5. Metode Perbaharuan : Penyelesaian permasalahan produksi yaitu permasalahan kemasan. Tahap ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas kemasan produk menjadi lebih menarik dan unik. Tiga fase untuk melaksanakannya adalah menganalisis kekurangan kemasan yang ada, melakukan perbaharuan untuk mencari kemasan baru yang unik dan menarik lalu menggunakan pengemasan unik tersebut untuk produk DPIL.
6. Metode Pelatihan dan Pendampingan : Penyelesaian permasalahan bidang manajemen keuangan yaitu permasalahan keuangan dan transaksi keuangan. Tahap ini bertujuan untuk mengatasi masalah DPIL yang masih melakukan pencatatan manual dan sederhana serta seringkali mengalami *human error* dalam pencatatannya karena kelalaian pekerja. Tahap ini diselesaikan dengan empat fase yaitu permata melakukan pengenalan QRIS dan manfaatnya pada DPIL, membuat rekening bank sebagai syarat pembuatan *Merchant* QRIS, pelatihan cara pembuatan dan penggunaan QRIS lalu penerapan dan pendampingan penggunaan QRIS.
7. Metode Pelatihan dan Pendampingan : Penyelesaian permasalahan bidang manajemen keuangan

yaitu permasalahan pencatatan keuangan dan laporan keuangan. Tahap ini bertujuan untuk membantu DPIL agar dapat membuat pencatatan keuangan dan laporan keuangan yang baik sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Kecil, Mikro dan Menengah (SAK-EMKM) dengan memanfaatkan QRIS. Tahapan ini dibagi menjadi empat fase yaitu pelatihan pembukuan dan laporan keuangan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Kecil, Mikro dan Menengah (SAK-EMKM), pemanfaatan QRIS dalam pencatatan dan laporan keuangan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Kecil, Mikro dan Menengah (SAK-EMKM), pendampingan penggunaan QRIS dalam pencatatan keuangan dan laporan keuangan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Kecil, Mikro dan Menengah (SAK-EMKM) dan penerapan penggunaan QRIS dalam Standar Akuntansi Keuangan Entitas Kecil, Mikro dan Menengah (SAK-EMKM).

8. Metode Pelatihan dan Pendampingan : Penyelesaian permasalahan bidang pemasaran yaitu permasalahan digitalisasi pemasaran. Tahap ini bertujuan untuk menerapkan pemasaran digital pada DPIL. Untuk merealisasikannya terdapat empat fase yang perlu dilaksanakan yaitu pengenalan dan pelatihan pemasaran digital, pembuatan akun media sosial dan akun *e-commerce*, penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dan *e-commerce* sebagai media pemasaran, pendampingan keberlanjutan pemasaran digital.
9. Metode Sosialisasi dan Pendampingan : Penyelesaian permasalahan bidang pemasaran yaitu permasalahan perizinan mitra. Tahapan ini bertujuan untuk memperbaharui izin usaha DPIL serta membuat izin BPOM dan halal untuk produk DPIL. Hal ini diperlukan untuk meningkatkan nilai tambah produk dan meningkatkan pemasaran melalui hal tersebut. Tiga fase untuk melaksanakan tahapan ini adalah pengenalan langkah-langkah pembuatan izin, membantu melengkapi syarat-syarat pengajuan izin dan pendampingan dalam proses pembuatan izin sampai dengan selesai.
10. Metode evaluasi. Pada tahapan ini dilaksanakan evaluasi untuk keseluruhan kegiatan yang sudah dilakukan. Dampak positif dan negatif serta kekurangan dalam program pengabdian akan didapat dalam tahapan ini untuk diperbaiki kedepannya. Tahap ini pula menganalisis peningkatan keberdayaan mitra DPIL khususnya dalam aspek pengetahuan.
11. Penyelesaian luaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Pada tahapan ini tim pengusul menyelesaikan seluruh kegiatan pelatihan dan pendampingan yang direncanakan. Kemudian tim pengusul akan melanjutkan dengan penyelesaian seluruh luaran kegiatan seperti luaran peningkatan keberdayaan masyarakat khususnya dalam aspek pengetahuan, pembuatan laporan akhir, publikasi jurnal ilmiah, publikasi artikel di media massa dan publikasi video di media elektronik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang diperoleh dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini adalah peningkatan level keberdayaan mitra, peningkatan kualitas produk mitra, luaran wajib lainnya seperti publikasi media massa dan juga luaran tambahan yaitu buku pedoman pemasaran digital UMKM. Penjabaran hasil pengabdian ini adalah sebagai berikut :

1. Peningkatan Level Keberdayaan Mitra

Dalam pengembangan varian produk, telah ditambahkan beberapa varian baru yang unik dan berbeda, varian awal yaitu varian original, kacang, durian dan pulut hitam, kemudian ditambah dengan varian baru yaitu varian rasa wijen, kacang mente dan *greentea/matcha*. Kemudian peningkatan level keberdayaan dalam segi keterampilan pengemasan yaitu bagaimana pemilik usaha dan pekerja nya untuk dapat membuat pengemasan yang lebih menarik, yang dapat bertahan apabila dikirim keluar daerah, serta kemasan yang menaikkan nilai (*value*) produk. Dalam proses uji coba, diputuskan bahwa akan digunakan pengemasan menggunakan *cup* kemudian di press agar kemasan jauh lebih kuat dan memungkinkan untuk dikirim ke luar daerah. Serta kemasan kotak yang memberikan kesan premium kepada produk, sehingga menarik pelanggan salah satunya untuk dijadikan sebagai sebuah *souvenir*.

Peningkatan dari segi keterampilan pemasaran digital yaitu pemilik usaha serta pekerja usaha DPIL diberikan pelatihan mengenai pemasaran digital. Pemasaran digital yang dimaksud adalah dengan memanfaatkan media sosial dan *e-commerce* seperti Shopee Shop dan Tik Tok Shop. Akun *e-commerce* sudah terdaftar dan dilakukan percobaan dalam promosi melalui *e-commerce* tersebut. Peningkatan keterampilan penggunaan uang digital dan pembayaran melalui QRIS yaitu adanya sosialisasi dan pelatihan mengenai pengenalan QRIS, pentingnya penggunaan QRIS bagi UMKM dan penggunaan QRIS untuk pemilik dan pekerja usaha DPIL. Pelatihan tersebut mengajarkan bagaimana menggunakan QRIS dan bagaimana pemanfaatannya sebagai pencatatan keuangan usaha.

2. Peningkatan Kualitas Produk

Peningkatan kualitas pemasaran produk yaitu pemasaran diperluas dan dilakukan secara digital untuk menjangkau calon pelanggan yang berada diluar daerah, dan calon pelanggan baru yang berusia lebih muda yang diharapkan akan menyukai varian rasa baru yang diproduksi. Pemasaran secara digital dilakukan dengan menggunakan media sosial dan *e-commerce* sebagai perantaranya. *E-commerce* tersebut adalah Shopee Shop dan Tiktok Shop. Promosi juga dilakukan sebagai salah satu upaya pendorong dalam pemasaran secara digital ini. Peningkatan dalam hal perizinan yaitu izin usaha, sertifikasi halal serta izin BPOM. Luaran yang didapatkan yaitu izin NIB, sertifikat halal serta izin P-IRT.

SIMPULAN

Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan dengan mitra usaha Dodol Pulut Indah Lestari ini telah menghasilkan berbagai kemajuan yang signifikan dalam beberapa aspek kunci. Kegiatan ini didasarkan pada permasalahan yang dihadapi oleh mitra dalam bidang produksi, pengemasan, manajemen keuangan, pemasaran, dan izin usaha. Dalam rangka menyelesaikan masalah tersebut, solusi yang ditawarkan oleh tim DPIL sudah dilaksanakan. Beberapa hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut :

1. Peningkatan Level Keberdayaan Mitra

Dalam pengembangan varian produk, telah ditambahkan beberapa varian baru yang unik dan berbeda, varian awal yaitu varian original, kacang, durian dan pulut hitam, kemudian ditambah dengan varian baru yaitu varian rasa wijen, kacang mente dan greentea/matcha. Peningkatan keterampilan pengemasan yaitu pengemasan yang lebih menarik, yang dapat bertahan apabila dikirim keluar daerah, serta kemasan yang menaikkan nilai (*value*) produk.

Peningkatan dari segi keterampilan pemasaran digital dengan memanfaatkan media sosial dan *e-commerce* seperti Shopee Shop dan Tik Tok Shop. Akun *e-commerce* sudah terdaftar dan dilakukan percobaan dalam promosi melalui *e-commerce* tersebut. Peningkatan keterampilan penggunaan uang digital dan pembayaran melalui QRIS yaitu adanya sosialisasi dan pelatihan mengenai pengenalan QRIS, pentingnya penggunaan QRIS bagi UMKM dan penggunaan QRIS untuk pemilik dan pekerja usaha DPIL.

2. Peningkatan Kualitas Produk

Peningkatan kualitas pemasaran produk yaitu pemasaran diperluas dan dilakukan secara digital untuk menjangkau calon pelanggan yang berada diluar daerah, dan calon pelanggan baru yang berusia lebih muda yang diharapkan akan menyukai varian rasa baru yang diproduksi. Pemasaran secara digital dilakukan dengan menggunakan media sosial dan *e-commerce* sebagai perantaranya. *E-commerce* tersebut adalah Shopee Shop dan Tiktok Shop. Promosi juga dilakukan sebagai salah satu upaya pendorong dalam pemasaran secara digital ini. Peningkatan dalam hal perizinan yaitu izin usaha, sertifikasi halal serta izin BPOM. Luaran yang didapatkan yaitu izin NIB, sertifikat halal serta izin P-IRT.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ungkapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Riset dan Teknologi, Bapak Rektor Universitas Asahan, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Asahan, Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Asahan, Anggota Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM-DPIL) dan semua pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan secara moril dan materiil sehingga penulis dapat menghasilkan jurnal pengabdian ini. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Pengelola Community Development Journal yang memberikan review dan masukkan atas terbitnya jurnal.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi Ga, Wulandari Aaai, Permana Dgy. Adaptasi Perilaku Konsumen Atas Digitalisasi Pasar Tradisional Di Kota Denpasar. Jurnal Bening Prodi Manajemen Universitas Riau Kepulauan Batam. 2022;9(2):190–4.
- Suryanti Os, A'in C, Rudiyanti S, Falah Wa. Pengembangan Umkm Di Kelurahan Mangunharjo, Tugu, Semarang Berbasis Digital. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat [Internet]. 2022;2(6). Tersedia Pada: [Http://Bajangjournal.Com/Index.Php/J-Abdi](http://Bajangjournal.Com/Index.Php/J-Abdi)

- Yuliati T, Handayani T. Pendampingan Penggunaan Aplikasi Digital Qris Sebagai Alat Pembayaran Pada Umkm. *Communnity Development Journal*. 2021;2(3).
- Sihaloho Je, Ramadani A, Rahmayanti S. Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Bagi Perkembangan Umkm Di Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis [Internet]*. 2020;17(2):287–97. Tersedia Pada: [Http://Journal.Undiknas.Ac.Id/Index.Php/Magister-Manajemen/](http://Journal.Undiknas.Ac.Id/Index.Php/Magister-Manajemen/)
- Tengku S, Mhd S, Habib Ip, Dkk. Pelatihan Dan Pendampingan Bisnis Rumahan Umkm Dalam Penerapan Pemasaran Online, Pengemasan Produk, Dan Perizinan Usaha Di Desa Tanjung Alam Kec Sei Dadap Kab Asahan. *Comunitaria : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 2022;2(1):29-33. Tersedia Pada: [Http://Jurnal.Una.Ac.Id/Index.Php/Comunitaria/](http://Jurnal.Una.Ac.Id/Index.Php/Comunitaria/)
- Wulandari Pa, Bahit M, Iryanie E. Sosialisasi Dan Pendampingan Penggunaan Aplikasi Pembayaran Non Tunai Pada Sistem Penjualan Ayam Geprek Surabaya Di Banjarbaru Dan Martapura. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 2022;1(3):355–62.
- Utami Ra, Ibanah I, Novikarumsari Nd. Pendampingan Sistem Aplikasi Keuangan Dan Pengembangan Promosi Digital Ukm “Resep Iboe” Dalam Penerapan Less Contact Economy Covid-19. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*. 2021;5(1):760–6.