Pemberdayaan UMKM melalui Pelatihan Wirausaha dan Implementasi QRIS untuk Mendorong Perilaku Ekonomi Sehat di Masyarakat

Hardianty Askar[1], Muhammad Hidayat[2], Ridhan Rahmah[3] , Fitriany[4] , Syafruddin Kitta[5]
[1)] Program Studi Teknologi Hasil Perikanan, Institut Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia
[2, 4, 5)] Program Studi Magister Manajemen, Institut Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia
[3)] Program Studi Akuntansi, Institut Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia
e-mail: hardianty@nobel.ac.id

Abstrak
Penguatan ekonomi desa melalui pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi strategi penting dalam mendorong kemandirian masyarakat pedesaan. Desa Limapoccoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros, memiliki potensi lokal yang melimpah, namun sebagian besar masih dimanfaatkan secara tradisional dengan nilai tambah rendah. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas wirausaha masyarakat desa, memperkuat daya saing UMKM lokal, serta mendorong terbentuknya ekosistem ekonomi digital melalui pemanfaatan teknologi keuangan non-tunai. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif, melibatkan masyarakat sejak tahap identifikasi kebutuhan, sosialisasi, pelatihan, pendampingan, hingga evaluasi kegiatan pengabdian. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pada seluruh aspek. Pengetahuan manajemen usaha meningkat dari skor rata-rata 55 menjadi 82, inovasi produk dari 50 menjadi 80, branding dan packaging dari 48 menjadi 78, pemasaran digital dari 45 menjadi 81, serta pengelolaan keuangan dari 52 menjadi 79. Peningkatan tertinggi terjadi pada aspek pemasaran digital yang diperkuat dengan penerapan QRIS sebagai sistem pembayaran non-tunai. Adopsi QRIS mempermudah pencatatan transaksi, memperluas segmen konsumen, serta meningkatkan transparansi keuangan UMKM. Dengan demikian, pengabdian ini tidak hanya berhasil meningkatkan keterampilan teknis UMKM, tetapi juga mendorong perubahan perilaku kewirausahaan menuju digitalisasi. Kegiatan pengabdian ke depan perlu dilakukan secara berkesinambungan melalui pendampingan lanjutan agar pelaku UMKM mampu mengimplementasikan manajemen usaha, pemasaran digital, dan QRIS secara konsisten.

Kata kunci: Pemasaran Digital, Pemberdayaan, QRIS, UMKM, Wirausaha

Abstract
Strengthening the village economy through the development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) has become an important strategy in promoting the self-reliance of rural communities. Limapoccoe Village, Cenrana District, Maros Regency, possesses abundant local potential, yet most of it is still utilized traditionally with low added value. This community service activity aims to enhance the entrepreneurial capacity of the village community, strengthen the competitiveness of local MSMEs, and encourage the formation of a digital economy ecosystem through the use of cashless financial technology. The implementation method uses a participatory approach, involving the community from the stage of needs identification, socialization, training, mentoring, to evaluation. The results of the activity show significant improvements in all aspects. Business management knowledge increased from an average score of 55 to 82, product innovation from 50 to 80, branding and packaging from 48 to 78, digital marketing from 45 to 81, and financial management from 52 to 79. The highest improvement occurred in the digital marketing aspect, strengthened by the implementation of QRIS as a cashless payment system. The adoption of QRIS facilitates transaction recording, expands the consumer segment, and improves financial transparency for MSMEs. Thus, this service not only successfully enhanced MSMEs' technical skills but also promoted a shift in entrepreneurial behavior towards digitalization.

Keywords*: Digital Marketing, Entrepreneurship, EmpowermentMSMEs, QRIS*

PENDAHULUAN

Pembangunan di Indonesia dalam beberapa dekade terakhir telah mendorong transformasi ekonomi yang semakin menitikberatkan pada pemberdayaan ekonomi lokal. UMKM (Usaha

Mikro, Kecil, dan Menengah) menjadi tulang punggung perekonomian nasional karena menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar dan tersebar di hampir semua wilayah, termasuk pedesaan. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, sektor UMKM menyumbang sekitar 61 % terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional (Tarru & Tarru, 2024). Namun demikian, meski secara kuantitas sangat besar, kontribusi UMKM di tingkat desa masih sering terkendala oleh keterbatasan akses modal, keterampilan manajerial, dan pemasaran produk.

Tantangan pembangunan ekonomi desa sering muncul dalam bentuk rendahnya diversifikasi usaha, ketergantungan pada pertanian subsisten, dan kurangnya inovasi wirausaha. Pengembangan UMKM berbasis potensi lokal menjadi strategi kunci untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi desa. Desa yang warganya secara aktif menjalankan kegiatan wirausaha berskala mikro atau kecil terbukti meningkatkan motivasi dan pendapatan masyarakat setempat (Najmudin & Sunyoto, 2025). Dalam praktiknya, pelaku UMKM desa menghadapi hambatan struktural seperti keterbatasan modal, minimnya akses teknologi informasi, rendahnya kapabilitas pemasaran, dan lemahnya jejaring pasar (Hamzah, 2022). Hambatan-hambatan tersebut mengurangi kapasitas pertumbuhan UMKM dan membatasi kontribusinya terhadap ekonomi lokal desa.

Selain itu, aspek mindset kewirausahaan (entrepreneurial mindset) memainkan peran penting dalam keberhasilan usaha UMKM. Penelitian menunjukkan bahwa karakteristik kewirausahaan (misalnya inisiatif, kreativitas, toleransi risiko) dapat dipengaruhi oleh latihan, lingkungan, dan pelatihan (education) sehingga semakin mendukung penciptaan usaha lokal yang tangguh (Pranatasari & Wadyatenti, 2022). Penguatan aspek ini menjadi penting agar UMKM tidak hanya bertahan, tetapi mampu tumbuh dan berinovasi dalam menghadapi persaingan pasar dan dinamika ekonomi (Aini et al., 2024).

Dalam era digital, salah satu tantangan utama UMKM di pedesaan adalah keterbatasan dalam mengakses teknologi keuangan yang modern dan inklusif. Meskipun banyak pelaku UMKM telah memahami pentingnya inovasi produk dan pemasaran digital, namun sistem transaksi yang masih didominasi oleh pembayaran tunai seringkali membatasi perluasan pasar. Kondisi ini menyebabkan UMKM kurang mampu menjangkau konsumen yang terbiasa dengan pembayaran non-tunai melalui dompet digital atau mobile banking. Kurangnya pendampingan, akses pasar, dan pengetahuan manajerial menjadi kendala nyata di tingkat lokal (Afriyanto et al., 2013). UMKM memiliki potensi sebagai mesin penggerak utama dalam mempersempit kesenjangan tersebut. Penelitian mengenai peran UMKM dalam pembangunan dan kesejahteraan masyarakat di berbagai wilayah menunjukkan bahwa UMKM tidak sekadar penyedia lapangan kerja, melainkan juga agen pemerataan distribusi pendapatan dan pengentasan kemiskinan (Qadisyah et al., 2023).

Pada Desa Limapoccoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros, memiliki potensi sumber daya lokal, baik sumberdaya alam, kearifan lokal, maupun budaya masyarakat, yang belum sepenuhnya digarap menjadi nilai tambah melalui wirausaha UMKM. Kegiatan ekonomi masyarakat cenderung bersifat subsisten dan belum bertransformasi ke aktivitas produksi yang memiliki nilai jual tinggi. Melalui sosialisasi dan pendampingan, pelaku UMKM diperkenalkan pada manfaat QRIS sebagai sistem pembayaran non-tunai yang terintegrasi dengan pemasaran digital. Dengan demikian, integrasi QRIS tidak hanya berperan sebagai inovasi teknologi, tetapi juga sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi desa yang mendorong terwujudnya ekosistem ekonomi digital.

Dengan demikian, upaya penguatan ekonomi desa melalui pengembangan wirausaha UMKM lokal di Desa Limapoccoe sangatlah relevan dan strategis. Pendampingan, pelatihan, dan kolaborasi dengan stakeholders (pemerintah desa, perguruan tinggi, UMKM, dan masyarakat setempat) diharapkan dapat memfasilitasi transformasi ekonomi lokal (Rulianti & Nurpribadi, 2023). Lewat intervensi yang tepat, diharapkan UMKM di desa ini dapat tumbuh lebih produktif, meningkatkan pendapatan warga, dan memperkuat struktur ekonomi desa secara mandiri. Dengan pendekatan partisipatif dan berbasis kebutuhan nyata masyarakat, kegiatan ini juga mendukung pembangunan desa yang berkelanjutan dan memperkuat ketahanan ekonomi lokal (Leewellyn & Abdillah, 2020).

Oleh karena itu tujuan pengabdian ini adalah : 1) Meningkatkan kapasitas wirausaha masyarakat desa; 2) Membantu UMKM lokal dalam memahami dan memanfaatkan teknologi

informasi, promosi digital, dan strategi pemasaran berbasis media sosial agar produk desa memiliki jangkauan pasar lebih luas; 3) Melalui pemberdayaan UMKM, diharapkan masyarakat Desa Limapoccoe dapat meningkatkan pendapatan rumah tangga, mengurangi ketergantungan pada sektor informal subsisten, serta menciptakan lapangan kerja baru di desa.

Berdasarkan uraian tersebut, pengabdian masyarakat yang berorientasi pada pemberdayaan dan pengembangan wirausaha UMKM lokal di Desa Limapoccoe merupakan langkah konkret yang dapat memperkuat ekonomi desa. Pelaksanaan pengabdian masyarakat dengan fokus pada penguatan ekonomi desa melalui pengembangan wirausaha UMKM lokal di Desa Limapoccoe menjadi sangat penting dan urgent. Kegiatan ini tidak hanya diharapkan menciptakan pertumbuhan ekonomi lokal, tetapi juga membangun kelembagaan lokal, memperkuat jaringan antar pelaku usaha, mentransformasi pola pikir wirausaha, serta menghasilkan model pengembangan desa yang dapat direplikasi di desa-desa lain di Kabupaten Maros dan Provinsi Sulawesi Selatan. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas wirausaha masyarakat desa, memperkuat daya saing UMKM lokal, serta mendorong terbentuknya ekosistem ekonomi digital melalui pemanfaatan teknologi keuangan non-tunai.

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mendukung penguatan ekonomi desa melalui pengembangan wirausaha yang berfokus pada peningkatan kesejahteraan masyarakat Desa Limapoccoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros. Salah satu langkah strategis yang ditempuh adalah dengan memberdayakan pelaku UMKM lokal agar mampu mengoptimalkan potensi sumber daya desa menjadi produk bernilai jual, sekaligus menciptakan peluang usaha baru yang berdaya saing. Untuk mencapai tujuan tersebut, kegiatan pengabdian diawali dengan pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan kewirausahaan yang ditujukan bagi pelaku UMKM setempat di Desa Limapoccoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros.

METODE

Metode pelaksanaan pengabdian ini dirancang secara sistematis agar kegiatan dapat berjalan efektif, terukur, dan memberikan dampak nyata bagi masyarakat. Pelaksanaan dilakukan melalui beberapa tahap berikut: 1) Identifikasi Masalah dan Kebutuhan Masyarakat: Tahap awal dilakukan dengan survei lapangan, wawancara, dan observasi langsung kepada pelaku UMKM dan perangkat desa. Tujuannya adalah untuk mengetahui potensi usaha yang sudah berjalan, Kendala utama yang dihadapi (permodalan, pemasaran, inovasi produk, manajemen usaha), dan harapan masyarakat terhadap program pengabdian. 2) Tahap Pemecahan Masalah: Setelah masalah teridentifikasi, langkah berikutnya adalah mencari solusi melalui kegiatan sosialisasi dan pelatihan yang difokuskan pada analisis permasalahan. 3) Pelatihan dan Workshop: Pada tahap ini, program yang telah dirancang sebelumnya mulai dijalankan. Kegiatan dilaksanakan dalam bentuk diskusi atau konsultasi dan sosialisasi. Pelatihan diberikan secara partisipatif dengan mengutamakan praktik langsung. Materi pelatihan mencakup: Manajemen Usaha: pencatatan keuangan sederhana, perencanaan usaha, pengelolaan modal, dan strategi pemasaran, Branding dan Packaging: perancangan kemasan menarik, label produk, dan identitas merek; Digital Marketing: pemanfaatan media sosial (Instagram, Facebook, TikTok) serta marketplace (Shopee, Tokopedia) untuk memperluas jangkauan pasar. 4) Tahap Evaluasi: Untuk menilai efektivitas program, dilakukan monitoring melalui instrumen pre-test dan post-test guna mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta.

HASIL

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Limapoccoe telah berhasil dilaksanakan dengan fokus pada peningkatan kapasitas wirausaha UMKM lokal. Program ini melibatkan 30 peserta yang terdiri dari pelaku UMKM dan pemuda desa. Berdasarkan hasil observasi awal, sebagian besar peserta belum memiliki pengetahuan yang memadai mengenai manajemen usaha, inovasi produk, serta pemasaran digital.

Setelah dilakukan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan, peserta menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan yang signifikan. Hal ini dapat dilihat dari hasil pre-test dan post-test yang diberikan sebelum dan sesudah pelatihan.

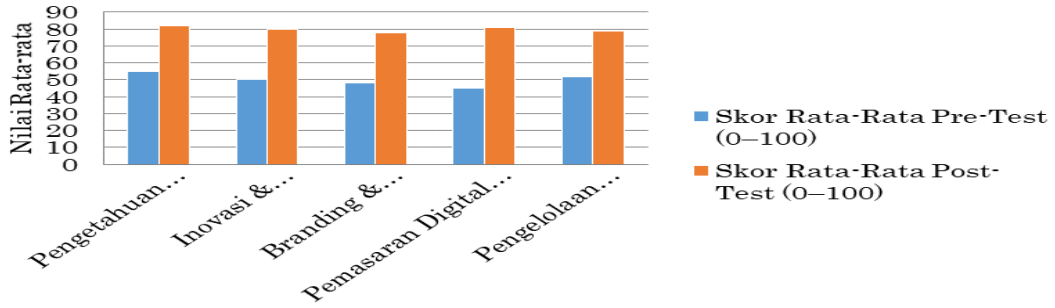
Tabel 1. Hasil Pre Test dan post-Test Peserta

Aspek yang Dinilai	Skor Rata-Rata Pre-	Skor Rata-Rata	Peningkatan (%)

	Test	Post-Test	
Pengetahuan Manajemen Usaha	55	82	49.09
Inovasi & Pengolahan Produk	50	80	60.00
Branding & Packaging Produk	48	78	62.50
Pemasaran Digital & Online	45	81	80.00
Pengelolaan Keuangan Digital	52	79	51.92

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan Tabel hasil pre-test dan post-test peserta yang menunjukkan adanya peningkatan nilai rata-rata setelah pelatihan, grafik berikut disajikan untuk memberikan visualisasi yang lebih jelas mengenai perbandingan perubahan tersebut, sehingga memudahkan dalam melihat tren peningkatan kompetensi peserta secara keseluruhan.



Gambar 1 Diagram Perbandingan Pre-Test dan Post-Test

Grafik menunjukkan adanya kenaikan signifikan pada seluruh aspek yang diuji setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan, yaitu: 1) Pengetahuan Manajemen Usaha meningkat dari skor rata-rata 55 menjadi 82, yang berarti terjadi peningkatan pemahaman peserta dalam mengelola usaha, termasuk pencatatan keuangan sederhana dan perencanaan bisnis. 2) Inovasi & Pengolahan Produk naik dari 50 menjadi 80. Hal ini menandakan peserta mulai mampu mengembangkan produk berbasis potensi lokal dengan kualitas lebih baik dan variasi baru. 3) Branding dan Packaging Produk meningkat dari 48 menjadi 78, menunjukkan bahwa pelatihan desain kemasan dan identitas produk sangat membantu meningkatkan daya tarik produk UMKM lokal. 4) Pemasaran Digital menunjukkan peningkatan paling tinggi, dari 45 menjadi 81 (+80%). Hal ini menandakan peserta sangat terbantu dengan materi promosi digital melalui media sosial dan marketplace. 5) Pengelolaan Keuangan Digital meningkat dari 52 menjadi 79, yang berarti kemampuan peserta dalam mengatur arus kas dan pembukuan usaha semakin baik.



Gambar 2. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

PEMBAHASAN

Implementasi metode penyuluhan yang interaktif, partisipatif, dan diperkaya dengan studi kasus nyata terbukti sangat tepat untuk konteks masyarakat pedesaan. Pendekatan ini tidak hanya mentransfer pengetahuan, tetapi juga berhasil memberdayakan masyarakat dengan menumbuhkan kemampuan berpikir kritis dan efikasi diri (Sugiarto et al., 2026). Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian di Desa Limapoccoe menunjukkan peningkatan yang signifikan terhadap kapasitas pelaku UMKM setelah mengikuti sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan. Berdasarkan hasil pre-test dan post-test, rata-rata skor peserta mengalami kenaikan pada seluruh aspek yang diukur. Pengetahuan manajemen usaha meningkat dari 55 menjadi 82, yang menunjukkan adanya perbaikan pemahaman dalam pencatatan keuangan sederhana, perencanaan bisnis, dan pengelolaan modal. Hal ini sejalan dengan penelitian (Nugroho & Iryanti, 2021) yang menyatakan bahwa pelatihan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kemampuan manajerial dan keberlanjutan UMKM. Penguatan kompetensi kewirausahaan terbukti menaikkan kemampuan

pengelolaan usaha, yang pada gilirannya berdampak pada performa (penjualan, tenaga kerja, dan inovasi) di lapangan.

Selain itu, aspek inovasi dan pengolahan produk meningkat dari 50 menjadi 80, menandakan bahwa peserta memiliki peningkatan pengetahuan dalam mengembangkan produk berbasis potensi lokal. Kegiatan pelatihan memberikan wawasan mengenai standar produk, sehingga UMKM lebih siap bersaing di pasar. Peningkatan ini mendukung temuan (Krisna, 2024) bahwa inovasi produk berbasis potensi lokal mampu menciptakan nilai tambah dan memperkuat daya saing UMKM. Peningkatan pada branding dan packaging produk (48 → 78) menunjukkan bahwa pelatihan desain kemasan dan identitas merek berhasil memberikan dampak terhadap peningkatan nilai jual produk, sejalan dengan penelitian (Wahyuni & Ernawati, 2020) yang menegaskan pengaruh positif desain kemasan terhadap minat beli konsumen. Kemasan yang informatif dan menarik mempengaruhi persepsi kualitas serta kepercayaan terhadap produk UMKM.

Aspek yang menunjukkan kenaikan paling tinggi adalah pemasaran digital, dari 45 menjadi 81 (kenaikan 80%). Hal ini tidak hanya dipengaruhi oleh pelatihan penggunaan media sosial dan marketplace, tetapi juga oleh sosialisasi penerapan QRIS sebagai alat pembayaran non-tunai. QRIS memungkinkan UMKM menerima pembayaran digital dari berbagai platform, memperluas segmen konsumen, dan meningkatkan kepercayaan pelanggan. Dengan adanya QRIS, UMKM dapat melayani konsumen yang terbiasa menggunakan dompet digital atau mobile banking, sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen sekaligus memperluas pasar. Selain itu, QRIS mendorong terbentuknya ekosistem ekonomi desa digital, yang mendukung UMKM dalam melakukan transaksi modern tanpa bergantung sepenuhnya pada uang tunai. Penelitian (Farhan & Shifa, 2023) menyebutkan bahwa penggunaan QRIS pada UMKM dapat meningkatkan efisiensi transaksi dan memperkuat literasi keuangan. Sementara itu, (Lestari et al., 2021; Rachmawati et al., 2023) menekankan bahwa literasi digital melalui adopsi QRIS membantu UMKM beradaptasi dengan perkembangan ekonomi digital di pedesaan.

Integrasi QRIS dalam kegiatan pengabdian ini juga memberikan kontribusi pada aspek pengelolaan keuangan usaha (52 → 79). Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta sebelumnya belum familiar dengan penggunaan QRIS dalam transaksi usaha. Melalui sosialisasi, peserta diperkenalkan pada manfaat QRIS seperti: mempermudah pencatatan transaksi, memperluas segmen konsumen yang terbiasa menggunakan e-wallet, serta mengurangi risiko kehilangan uang tunai. Pengetahuan ini menjadi penting mengingat penelitian sebelumnya menegaskan bahwa adopsi pembayaran non-tunai dapat meningkatkan literasi keuangan, transparansi transaksi, dan kepercayaan konsumen terhadap UMKM (Syamsul et al., 2024). Penerapan QRIS juga sejalan dengan tren nasional digitalisasi UMKM yang didorong oleh Bank Indonesia dan pemerintah daerah. Studi terbaru mengungkapkan bahwa UMKM yang telah mengadopsi QRIS mengalami peningkatan efisiensi, kemudahan transaksi, dan loyalitas pelanggan (Lestari et al., 2021).

Oleh karena itu, pengintegrasian sosialisasi QRIS dalam program pengabdian ini bukan hanya memperkuat aspek pemasaran digital, tetapi juga melengkapi transformasi UMKM Desa Limapoccoe menuju ekosistem ekonomi desa digital. Dengan adanya pendampingan langsung, beberapa UMKM peserta pelatihan telah berhasil mendaftarkan kode QRIS dan mulai menggunakannya dalam transaksi. Hal ini memperlihatkan bahwa kegiatan pengabdian tidak hanya berfokus pada transfer pengetahuan, tetapi juga menciptakan perubahan perilaku nyata dalam praktik kewirausahaan. Ke depan, penggunaan QRIS diharapkan dapat mempercepat inklusi keuangan digital di desa, mendukung visi pemerintah untuk mencapai cashless society, serta menjadikan UMKM Desa Limapoccoe lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi finansial.

Dengan adanya sistem pembayaran digital, pelaku UMKM dapat lebih mudah mencatat transaksi, mengurangi ketergantungan pada uang tunai, dan meningkatkan transparansi keuangan. Temuan ini didukung oleh (Lestari et al., 2021) yang menjelaskan bahwa adopsi QRIS pada UMKM terbukti memperbaiki tata kelola usaha dan meningkatkan loyalitas konsumen. Dengan demikian, peningkatan skor pre-test dan post-test pada seluruh aspek mencerminkan keberhasilan kegiatan pengabdian dalam memperkuat kapasitas UMKM, baik dari sisi manajerial, inovasi produk, pemasaran, maupun adopsi teknologi keuangan digital.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Limapoccoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros, terbukti memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas wirausaha UMKM lokal. Hasil pre-test dan post-test menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada seluruh aspek yang dilatihkan, mulai dari manajemen usaha, inovasi produk, branding dan packaging, hingga pemasaran digital. Peningkatan terbesar terlihat pada aspek pemasaran digital, yang sejalan dengan penerapan strategi promosi melalui media sosial dan marketplace. Selain itu, pengintegrasian sosialisasi dan penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran non-tunai menjadi salah satu inovasi penting dalam kegiatan ini. QRIS membantu pelaku UMKM untuk melakukan transaksi secara lebih modern, efisien, dan aman, sekaligus memperluas segmen konsumen yang terbiasa menggunakan pembayaran digital.

SARAN

Kegiatan pengabdian ke depan perlu dilakukan secara berkesinambungan melalui pendampingan lanjutan agar pelaku UMKM mampu mengimplementasikan manajemen usaha, pemasaran digital, dan QRIS secara konsisten. Dukungan kolaboratif dari pemerintah desa dan pemangku kepentingan lainnya juga diperlukan untuk memperkuat akses permodalan, legalitas usaha, serta jejaring pemasaran guna meningkatkan keberlanjutan dan daya saing UMKM lokal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Institut Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia atas dukungan penuh sehingga proses pengabdian ini dapat berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

Afriyanto, D., Susandini, A., & Widyastuti, E. (2013). Entrepreneur Mindset Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm)(Studi Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kecamatan Saronggi). *PERFORMANCE "Jurnal Bisnis & Akuntansi"*, *3*(1), 70–77.

Aini, A. N., Safitri, E. N., Majalina, G., Abidin, M. Z., & Khoiriawati, N. (2024). Analisis peluang dan tantangan teknologi terhadap pemberdayaan umkm di indonesia. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, *3*(5), 2564–2571. https://doi.org/https://doi.org/10.55681/sentri.v3i5.2842

Farhan, A., & Shifa, A. W. (2023). Penggunaan metode pembayaran QRIS pada setiap UMKM di era digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, *4*(2), 1198–1206. https://doi.org/https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i2.1045

Hamzah, A. (2022). Strategi pengembangan umkm desa cibingbin menuju entrepreneurs village berbasis sumberdaya alam. *Jurnal Pengabdian Dinamika*, *9*(2), 36–44.

Krisna, A. E. (2024). Transformasi UMKM melalui industri kreatif: Pendekatan untuk meningkatkan daya saing dan inovasi. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, *3*(4), 66–81. https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jupiman.v3i4.4514

Leewellyn, V. S., & Abdillah, F. (2020). Inventarisasi konsep ekosistem pariwisata dalam pengembangan destinasi wisata berkelanjutan: Kasus Waduk Walahar, Kabupaten Karawang. *Destinesia: Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, *1*(2), 57–67.

Lestari, R. I., Santoso, D., & Indarto, I. (2021). Meningkatkan literasi keuangan digital pada pelaku UMKM melalui sosialisasi gerakan nasional non-tunai. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, *4*(3), 378–390. https://doi.org/https://doi.org/10.33474/jipemas.v4i3.10947

Najmudin, M., & Sunyoto, D. (2025). Strategi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa Melalui Pengembangan Umkm Berbasis Potensi Lokal Di Desa Sendangadi, Mlati, Sleman. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *4*(11), 2311–2318. https://doi.org/https://doi.org/10.53625/jabdi.v4i11.10122

Nugroho, W. A., & Iryanti, E. (2021). Pengaruh Pelatihan, Pembinaan dan Keterampilan Wirausaha Terhadap Kinerja Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Kabupaten Sidoarjo. *SEIKO: Journal of Management & Business*, *4*(2), 88–94.

Pranatasari, F. D., & Wadyatenti, M. A. D. V. (2022). Entrepreneurial Marketing Dan Kinerja Organisasi Pada Umkm Di Tengah Ketidakpastian Faktor Lingkungan. *Modus*, *34*(1), 100–114. https://doi.org/https://doi.org/10.24002/modus.v34i1.5175

Qadisyah, M., Hasanah, A., Hanum, H., & Harahap, N. (2023). Peran UMKM Dalam Pembangunan dan Kesejahteraan Masyarakat di Kabupaten Deli Serdang. *Manivest: Jurnal Manajemen, Ekonomi, Kewirausahaan, Dan Investasi*, *1*(2), 159–168. https://doi.org/https://doi.org/10.37832/manivest.v1i2.58

Rachmawati, F. F., Sudarno, S., & Sabandi, M. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Lingkungan Sosial Dimoderasi Tingkat Pendidikan Terhadap Penggunaan Qris Pada Pelaku Umkm Di Kota Surakarta. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, *11*(1), 21–36. https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jepk.v11n1.p21-36

Rulianti, E., & Nurpribadi, G. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Melalui UMKM dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Desa Hegarmukti Cikarang Pusat. *Lentera Pengabdian*, *1*(04), 425–432. https://doi.org/https://doi.org/10.59422/lp.v1i04.152

Sugiarto, A., Sriyatun, S., Saptarini, N., Suparman, S., & Hariadi, S. (2026). Penyuluhan Literasi Digital Mengenai Risiko Pinjaman Online Ilegal dan Perjudian Online. *Jurnal Medika: Medika*, *5*(1), 1–12. https://doi.org/https://doi.org/10.31004/wyvg8y62

Syamsul, N. Z., Rayyani, W. O., & Amin, A. R. S. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan Sistem Transaksi Digital Qris Pada UMKM di Kabupaten Pinrang. *IJMA (Indonesian Journal of Management and Accounting)*, *5*(2), 303–311. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21927/ijma.2024.5(2).303-311

Tarru, R. O., & Tarru, H. E. (2024). Pemberdayaan UMKM sebagai usaha meningkatkan kualitas pemasaran produk di Lembang Tadongkon. *Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian*, *3*(2), 203–208. https://doi.org/https://doi.org/10.58344/locus.v3i2.2475

Wahyuni, I., & Ernawati, S. (2020). Analisis Pengaruh Product Assortment dan Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Pada UMKM Di Kota Bima. *Jurnal Sekretaris Dan Manajemen, Olume*, *4*(1), 49–53. https://doi.org/https://doi.org/10.31294/widyacipta.v4i1