

## Digitalisasi UMKM Desa Lekis Rejo melalui Pemetaan Usaha untuk Visibilitas Akses Konsumen

Ega Pratama<sup>\*1</sup>, Rizki Afriansyah<sup>1</sup>, M Raka Perdiana<sup>1</sup>, Asok Julinda<sup>1</sup>, Rosalia<sup>2</sup>, Ahmad Amriansyah<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Informatika, Fakultas Teknik dan Komputer, Universitas Baturaja

<sup>2</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Baturaja

<sup>3</sup> Program Studi Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Baturaja

\*e-mail: egaaprtma@gmail.com

### Abstract

*Micro, Small, and Medium Enterprises play an important role in the rural economy, yet they still face challenges related to business visibility and consumer access. Many rural MSMEs have not adopted digital technology, which makes their businesses difficult to find and limits their transaction systems. This community service activity aimed to promote the digitalization of MSMEs in Lekis Rejo Village Block K through business location mapping on Google Maps, implementation of a QRIS based digital payment system, and the creation of business banners as visual promotional media. The implementation method used descriptive and participatory approaches by directly involving MSME actors at every stage of the activity. The activity procedures included initial observation, socialization, assistance in business mapping, QRIS implementation, banner creation, as well as monitoring and evaluation. The results showed that all partner MSMEs were registered on Google Maps, were able to use QRIS as a payment method, and had business banners as visual identities. The evaluation indicated an increase in MSME actors' understanding of business digitalization and a more open attitude toward the use of technology. This activity had a positive impact on improving business visibility and consumer access, and it supported the sustainable strengthening of rural MSMEs.*

**Keywords:** MSMEs, Digitalization, Business Mapping, QRIS, Village

### Abstrak

*Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memiliki peran penting dalam perekonomian desa, namun masih menghadapi permasalahan pada aspek visibilitas usaha dan akses konsumen. Banyak UMKM desa belum memanfaatkan teknologi digital sehingga sulit ditemukan oleh konsumen dan memiliki keterbatasan dalam sistem transaksi. Kegiatan pengabdian ini bertujuan mendorong digitalisasi UMKM Desa Lekis Rejo Blok K melalui pemetaan usaha pada Google Maps, penerapan sistem pembayaran digital menggunakan QRIS, serta pembuatan banner usaha sebagai media promosi visual. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan deskriptif dan partisipatif dengan melibatkan pelaku UMKM secara langsung pada setiap tahapan kegiatan. Prosedur kegiatan meliputi observasi awal, sosialisasi, pendampingan pemetaan usaha, penerapan QRIS, pembuatan banner, serta monitoring dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan seluruh UMKM mitra telah terdaftar pada Google Maps, mampu menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran, dan memiliki banner usaha sebagai identitas visual. Evaluasi menunjukkan peningkatan pemahaman pelaku UMKM terhadap digitalisasi usaha serta perubahan sikap yang lebih terbuka terhadap pemanfaatan teknologi. Kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan visibilitas usaha dan kemudahan akses konsumen, serta mendukung penguatan UMKM desa secara berkelanjutan.*

**Kata kunci :** UMKM, Digitalisasi, Pemetaan Usaha, QRIS, Desa

## 1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah berperan penting dalam pembangunan ekonomi desa. UMKM menjadi sumber pendapatan utama masyarakat, membuka lapangan kerja, serta mendorong perputaran ekonomi lokal. Di wilayah pedesaan, UMKM sering bergerak pada sektor kuliner, perdagangan, jasa, dan produk rumah tangga. Walaupun memiliki potensi ekonomi yang besar, banyak UMKM desa belum berkembang secara optimal akibat keterbatasan akses pasar, informasi, dan teknologi (Nugroho & Wahyuni, 2020; Purnomo, 2020).

Salah satu permasalahan utama UMKM desa adalah rendahnya visibilitas usaha. Banyak pelaku UMKM belum memiliki identitas digital dan belum terdaftar pada peta usaha berbasis lokasi. Kondisi ini menyebabkan usaha sulit ditemukan oleh konsumen, terutama konsumen dari luar wilayah desa.

Ketika konsumen tidak dapat menemukan lokasi usaha secara daring, peluang transaksi dan perluasan pasar menjadi terbatas (Saputra & Suryani, 2020; Hidayat, 2019).

Perkembangan teknologi digital memberikan peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing. Platform pemetaan digital berbasis lokasi seperti Google Maps mendukung UMKM untuk menampilkan informasi usaha secara terbuka dan mudah diakses. Informasi tersebut mencakup nama usaha, alamat, jam operasional, foto produk, serta ulasan konsumen. Pemetaan usaha secara digital membantu konsumen menemukan lokasi usaha dengan lebih cepat dan akurat, sehingga meningkatkan peluang kunjungan dan transaksi (Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, 2021; Wibowo, 2020).

Penelitian terdahulu menunjukkan pemanfaatan Google Maps berdampak positif terhadap peningkatan jumlah pelanggan dan kepercayaan konsumen. Konsumen cenderung memilih usaha yang memiliki informasi lokasi yang jelas dan dapat diverifikasi secara daring. Keberadaan lokasi usaha pada peta digital juga memperkuat citra profesional UMKM dan meningkatkan kredibilitas usaha di mata konsumen (Setiawan & Kurniawan, 2019; Handayani & Putra, 2021).

Selain aspek visibilitas lokasi, sistem pembayaran menjadi faktor penting dalam mendukung aktivitas transaksi UMKM. Perubahan perilaku konsumen mendorong meningkatnya penggunaan pembayaran non tunai. QRIS hadir sebagai sistem pembayaran digital terstandar secara nasional yang memudahkan transaksi lintas platform. QRIS mendukung efisiensi transaksi, mempercepat proses pembayaran, serta mengurangi risiko kesalahan pengembalian uang (Rahayu, 2019; Ramadhan & Lestari, 2021).

Penerapan QRIS pada UMKM memberikan manfaat tambahan berupa pencatatan transaksi yang lebih rapi dan terstruktur. Data transaksi digital membantu pelaku UMKM dalam mengelola keuangan usaha, mengevaluasi penjualan, serta mendukung akses pembiayaan dari lembaga keuangan. Studi sebelumnya menyatakan bahwa UMKM yang menggunakan QRIS memiliki potensi peningkatan transaksi dan adaptasi yang lebih baik terhadap ekonomi digital (Bank Indonesia, 2020; Lestari & Arifin, 2021).

Di sisi lain, media promosi visual masih menjadi elemen penting dalam menarik perhatian konsumen secara langsung. Banner usaha berfungsi sebagai identitas visual yang memperkenalkan nama usaha, jenis produk, serta informasi pendukung lain. Banner yang dirancang dengan baik mampu meningkatkan daya tarik usaha dan membantu konsumen mengenali lokasi usaha secara fisik. Integrasi banner dengan informasi QRIS dan petunjuk lokasi digital memperkuat hubungan antara promosi luring dan daring (Setiawan & Kurniawan, 2019; Pratama, 2020).

Desa Lekis Rejo memiliki potensi UMKM yang cukup beragam dan aktif. Pelaku UMKM tersebar di berbagai bidang usaha dan menjadi penopang ekonomi masyarakat desa. Walaupun demikian, sebagian besar UMKM di Desa Lekis Rejo belum memanfaatkan pemetaan digital, belum menerapkan sistem pembayaran QRIS, serta belum memiliki media promosi visual yang memadai. Kondisi ini membatasi jangkauan konsumen dan pertumbuhan usaha (Susanti, 2021; Pratama, 2020).

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan upaya digitalisasi UMKM secara terpadu. Pemetaan usaha pada Google Maps, pembuatan banner usaha, serta penerapan sistem pembayaran QRIS menjadi strategi yang saling mendukung. Pemetaan digital meningkatkan visibilitas usaha, QRIS mempermudah transaksi, dan banner memperkuat identitas visual usaha di lapangan. Integrasi ketiga aspek tersebut diharapkan mendukung peningkatan akses konsumen dan keberlanjutan UMKM desa (Hidayat, 2019; Wibowo, 2020).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan proses digitalisasi UMKM Desa Lekis Rejo melalui pemetaan usaha, pembuatan banner, dan penerapan QRIS. Hasil penelitian diharapkan menjadi referensi bagi pengembangan UMKM desa serta mendukung program pemberdayaan ekonomi berbasis teknologi digital.

## **2. METODE**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan menggunakan pendekatan deskriptif dan partisipatif. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi awal UMKM Desa Lekis Rejo Blok K terkait visibilitas usaha, pemanfaatan peta digital, sistem pembayaran, dan media promosi. Data diperoleh melalui observasi lapangan dan wawancara langsung dengan pelaku UMKM. Pendekatan partisipatif diterapkan dengan melibatkan pelaku UMKM secara aktif pada setiap tahapan

kegiatan, mulai dari perencanaan hingga evaluasi, sehingga program yang dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan lapangan dan mudah diterapkan secara berkelanjutan (Nugroho & Wahyuni, 2020; Saputra & Suryani, 2020).

Metode pelaksanaan difokuskan pada tiga aspek utama, yaitu pemetaan usaha pada Google Maps, penerapan sistem pembayaran digital menggunakan QRIS, serta pembuatan banner usaha sebagai media promosi visual. Ketiga aspek tersebut dipilih karena saling mendukung dalam meningkatkan visibilitas usaha, kemudahan akses konsumen, dan daya saing UMKM desa (Purnomo, 2020; Ramadhan & Lestari, 2021).

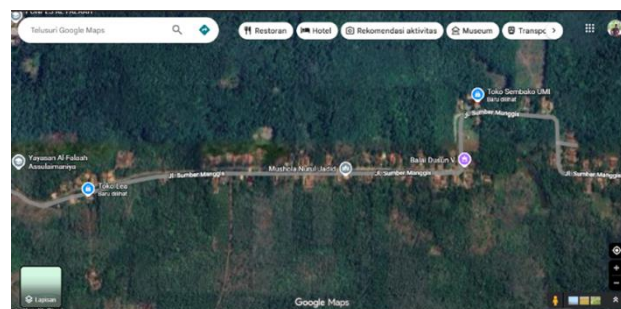
Mitra kegiatan pengabdian adalah pelaku UMKM yang berada di Desa Lekis Rejo Blok K. Jenis usaha mitra meliputi usaha kuliner, warung sembako, dan usaha jasa skala kecil. Sebagian besar mitra menjalankan usaha secara mandiri dengan sistem pemasaran konvensional. Berdasarkan hasil observasi awal, sebagian besar mitra belum terdaftar pada peta digital, belum menggunakan sistem pembayaran non tunai, serta belum memiliki media promosi visual yang memadai. Kondisi tersebut berdampak pada keterbatasan jangkauan konsumen dan rendahnya tingkat visibilitas usaha (Susanti, 2021; Pratama, 2020).

**Tabel 1. Profil singkat UMKM mitra kegiatan pengabdian**

Nama Usaha	Jenis Usaha
Toko Lea	Sembako Dan Kuliner
Permak Bu Eza	Penjahit
Toko Sembako UMI	Sembako
Warung Nyaii Hiipiil	Kuliner

Prosedur pelaksanaan pengabdian dilaksanakan melalui beberapa tahapan terstruktur. Tahap pertama adalah pra kegiatan yang meliputi observasi lapangan, wawancara awal, dan identifikasi permasalahan UMKM. Tahap ini bertujuan memperoleh data kondisi awal dan menentukan strategi pelaksanaan kegiatan yang tepat.

Tahap selanjutnya adalah pelaksanaan kegiatan inti, yang difokuskan pada pemetaan lokasi UMKM pada Google Maps. Pada tahap ini, pelaku UMKM didampingi dalam proses penentuan titik lokasi usaha, pengisian identitas usaha, penambahan deskripsi singkat, serta verifikasi lokasi pada Google Maps. Pemetaan dilakukan agar Lokasi usaha mudah ditemukan oleh konsumen melalui pencarian digital dan navigasi peta.



**Gambar 1. Peta Lokasi UMKM Desa Lekis Rejo Blok K**

Gambar pemetaan menunjukkan sebaran lokasi UMKM mitra di wilayah Desa Lekis Rejo Blok K. Peta tersebut menampilkan titik lokasi usaha yang telah terdaftar dan terverifikasi, sehingga konsumen dapat mengetahui posisi usaha secara akurat, rute menuju lokasi, serta informasi dasar usaha. Keberadaan UMKM pada Google Maps diharapkan dapat meningkatkan visibilitas usaha dan memperluas jangkauan konsumen, khususnya dari luar wilayah desa.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Lekis Rejo Blok K dilaksanakan secara bertahap sesuai dengan metode yang telah disusun sebelumnya. Tahapan awal diawali dengan kegiatan pra pelaksanaan yang meliputi observasi langsung di lapangan serta wawancara pendahuluan dengan pelaku UMKM. Kegiatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi kondisi usaha, tingkat pemanfaatan teknologi digital, serta berbagai permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Hasil observasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM belum terdaftar pada platform Google Maps, belum menerapkan sistem pembayaran berbasis QRIS, serta belum didukung oleh banner usaha yang informatif.



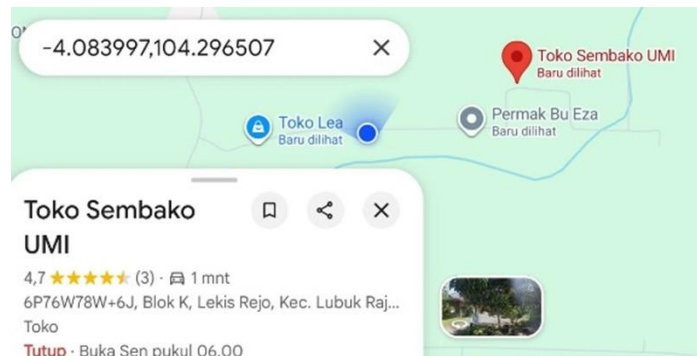
**Gambar 2.** Kegiatan observasi dan wawancara awal dengan pelaku UMKM Desa Lekis Rejo.

Tahapan selanjutnya merupakan kegiatan sosialisasi program digitalisasi UMKM. Pada tahap ini, pelaku UMKM memperoleh penjelasan mengenai manfaat pemanfaatan Google Maps dalam pemetaan lokasi usaha, penerapan sistem pembayaran non-tunai berbasis QRIS, serta peran media promosi visual dalam mendukung kegiatan usaha. Sosialisasi dilaksanakan secara tatap muka dengan pendekatan diskusi interaktif, sehingga pelaku UMKM dapat memahami materi yang disampaikan dengan baik serta menyampaikan pertanyaan dan kebutuhan yang berkaitan dengan pengembangan usaha.



**Gambar 3.** Kegiatan sosialisasi digitalisasi UMKM Desa Lekis Rejo

Tahapan berikutnya adalah pelaksanaan kegiatan pemetaan usaha. Pada tahap ini, tim pengabdian memberikan pendampingan kepada pelaku UMKM dalam proses pendaftaran dan penandaan lokasi usaha pada platform Google Maps. Kegiatan yang dilakukan meliputi penentuan titik koordinat lokasi, pengisian informasi usaha, serta pengunggahan dokumentasi berupa foto usaha. Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa seluruh UMKM mitra telah memiliki lokasi usaha yang terdaftar dan dapat diakses secara daring oleh konsumen.



**Gambar 4. pendaftaran dan pemetaan lokasi UMKM pada Google Maps**

Tahap implementasi sistem pembayaran digital dilaksanakan melalui kegiatan pendampingan dalam pembuatan QRIS. Pada tahap ini, pelaku UMKM memperoleh bantuan mulai dari proses pendaftaran hingga mendapatkan kode QRIS yang siap digunakan dalam transaksi. Selain itu, dilakukan simulasi transaksi guna memastikan pelaku UMKM memahami mekanisme penggunaan QRIS dalam aktivitas usaha sehari-hari.



**Gambar 5. Pendampingan pembuatan dan penggunaan QRIS pada UMKM.**

Tahap akhir dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah pembuatan dan pemasangan banner usaha. Banner dirancang dengan menyesuaikan identitas masing-masing UMKM serta memuat informasi berupa nama usaha, jenis produk yang ditawarkan, dan metode pembayaran menggunakan QRIS. Banner kemudian dipasang di lokasi usaha dengan tujuan agar mudah terlihat dan dikenali oleh konsumen.



**Gambar 6. Banner UMKM Desa Lekis Rejo yang telah dipasang di lokasi usaha.**

Monitoring kegiatan dilaksanakan selama proses pendampingan berlangsung. Kegiatan monitoring dilakukan melalui observasi langsung di lapangan serta wawancara dengan pelaku UMKM. Hasil monitoring menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku UMKM terhadap pemanfaatan teknologi digital. Pelaku UMKM mulai mampu mengelola informasi lokasi usaha pada Google Maps serta menggunakan sistem pembayaran QRIS secara mandiri dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Evaluasi pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah program dilaksanakan. Evaluasi menggunakan metode pre-test dan post-test sederhana untuk mengukur tingkat pemahaman pelaku UMKM terkait digitalisasi usaha. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan rata-rata pemahaman sebesar 65 persen. Selain itu, hasil angket kepuasan mitra menunjukkan tingkat kepuasan sebesar 90 persen terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian.

Dari aspek perubahan sikap, pelaku UMKM menunjukkan respons yang lebih terbuka terhadap pemanfaatan teknologi digital. Secara sosial dan budaya, terdapat peningkatan interaksi antara pelaku UMKM dengan konsumen yang berasal dari luar wilayah desa. Dari sisi ekonomi, pelaku UMKM melaporkan adanya peningkatan jumlah transaksi setelah penerapan QRIS dan pemetaan usaha, meskipun peningkatan tersebut belum dapat diukur secara signifikan secara kuantitatif.

Selama pelaksanaan kegiatan, ditemukan beberapa kendala yang memengaruhi proses pendampingan. Kendala utama yang dihadapi adalah keterbatasan literasi digital pelaku UMKM, khususnya dalam penggunaan aplikasi berbasis lokasi dan sistem pembayaran digital. Selain itu, keterbatasan kualitas jaringan internet di beberapa lokasi usaha turut menjadi hambatan dalam pelaksanaan kegiatan.

Upaya yang dilakukan untuk mengatasi kendala tersebut adalah dengan memberikan pendampingan secara bertahap menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami. Tim pengabdian juga menyediakan panduan tertulis sebagai bahan pembelajaran mandiri bagi pelaku UMKM. Untuk pengembangan kegiatan selanjutnya, diperlukan dukungan dan kerja sama dengan pemerintah desa, khususnya dalam penyediaan akses jaringan internet yang lebih stabil.

Permasalahan lain yang ditemukan adalah keterbatasan perangkat pendukung, seperti kepemilikan telepon pintar dengan spesifikasi yang memadai. Selain itu, sebagian pelaku UMKM masih belum memiliki kesadaran akan pentingnya pembaruan informasi digital secara berkala. Solusi yang diusulkan adalah pelaksanaan pelatihan lanjutan serta pendampingan secara berkala.

Pengembangan kegiatan ke depan dapat diarahkan pada pemanfaatan fitur lanjutan Google Maps, peningkatan kualitas konten visual berupa foto usaha, serta integrasi dengan platform media sosial. Selain itu, pelatihan pencatatan keuangan digital berbasis data transaksi QRIS dapat menjadi program lanjutan guna mendukung keberlanjutan dan penguatan UMKM di Desa Lekis Rejo.

#### **4. KESIMPULAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Lekis Rejo berhasil mendorong penerapan digitalisasi UMKM melalui pemanfaatan pemetaan lokasi usaha pada Google Maps, implementasi sistem pembayaran digital berbasis QRIS, serta penyediaan banner usaha sebagai sarana promosi visual. Seluruh rangkaian kegiatan dapat dilaksanakan sesuai dengan metode yang telah direncanakan. Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan adanya peningkatan tingkat visibilitas usaha setelah lokasi UMKM terdaftar pada peta digital. Konsumen menjadi lebih mudah dalam menemukan lokasi usaha serta memperoleh informasi mengenai produk dan layanan yang ditawarkan. Penerapan QRIS memberikan kemudahan dalam proses transaksi bagi pelaku UMKM maupun konsumen, sekaligus mendukung pengelolaan keuangan usaha yang lebih tertib dan terstruktur. Sementara itu, keberadaan banner usaha berkontribusi dalam memperkuat identitas visual UMKM serta meningkatkan kepercayaan konsumen di lokasi usaha, dan melibatkan pelaku UMKM secara aktif pada setiap tahapan pelaksanaan.

Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan adanya peningkatan tingkat visibilitas usaha setelah lokasi UMKM terdaftar pada peta digital. Konsumen menjadi lebih mudah dalam menemukan lokasi usaha serta memperoleh informasi mengenai produk dan layanan yang ditawarkan. Penerapan QRIS memberikan kemudahan dalam proses transaksi bagi pelaku UMKM maupun konsumen, sekaligus mendukung pengelolaan keuangan usaha yang lebih tertib dan terstruktur. Sementara itu, keberadaan banner usaha berkontribusi dalam memperkuat identitas visual UMKM serta meningkatkan kepercayaan konsumen di lokasi usaha.

Berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi, terjadi peningkatan pemahaman serta keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital. Perubahan sikap pelaku UMKM tercermin dari

meningkatnya keterbukaan terhadap penggunaan teknologi dalam kegiatan usaha. Dari aspek sosial dan ekonomi, kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap kemudahan akses konsumen serta potensi peningkatan jumlah transaksi UMKM di Desa Lekis Rejo.

Secara umum, integrasi antara pemetaan usaha digital, sistem pembayaran QRIS, dan media promosi visual terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas usaha dan aksesibilitas konsumen. Program ini berpotensi untuk dijadikan sebagai model kegiatan pengabdian yang berkelanjutan dan dapat direplikasi pada desa lain yang memiliki karakteristik UMKM serupa.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada Pemerintah Desa Lekis Rejo atas dukungan serta izin yang diberikan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada seluruh pelaku UMKM di Desa Lekis Rejo yang telah berpartisipasi secara aktif dan menjalin kerja sama selama rangkaian kegiatan berlangsung.

Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada Dosen Pembimbing Lapangan, Ibu Khairunnissa, M.Ikom, atas bimbingan, arahan, serta dukungan yang diberikan selama pelaksanaan kegiatan pengabdian. Penghargaan juga disampaikan kepada pihak perguruan tinggi serta seluruh tim pengabdian yang telah berkontribusi dalam proses perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi kegiatan, sehingga program ini dapat terlaksana dengan baik dan memberikan manfaat bagi masyarakat Desa Lekis Rejo.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. (2020). *QRIS sebagai sistem pembayaran nasional*. Bank Indonesia.
- Handayani, T., & Putra, A. (2021). Pengaruh digital marketing terhadap peningkatan penjualan UMKM. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(1), 41–49.
- Hidayat, S. (2019). Literasi digital bagi pelaku UMKM. *Jurnal Pendidikan dan Teknologi*, 5(2), 76–84.
- Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi. (2020). *Pemberdayaan ekonomi desa melalui UMKM*. Kemendes PDTT.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2021). *Perkembangan UMKM di Indonesia*. Kemenkop UKM.
- Lestari, R., & Arifin, M. (2021). Evaluasi program digitalisasi UMKM. *Jurnal Evaluasi Program*, 4(1), 12–20.
- Nugroho, A. R., & Wahyuni, T. (2020). Digitalisasi UMKM sebagai strategi penguatan ekonomi lokal. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 5(2), 101–110.
- Pratama, R. (2020). Media promosi visual untuk peningkatan daya saing UMKM. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 7(1), 30–38.
- Purnomo, D. (2020). Pemanfaatan Google Maps sebagai media promosi usaha. *Jurnal Teknologi Informasi*, 8(2), 67–75.
- Rahayu, S. (2019). Peran teknologi digital dalam pengembangan usaha mikro. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 45–53.
- Ramadhan, F., & Lestari, N. (2021). Implementasi QRIS pada UMKM. *Jurnal Keuangan Digital*, 3(2), 55–63.
- Saputra, M. H., & Suryani, L. (2020). Pendekatan partisipatif dalam kegiatan pengabdian masyarakat. *Jurnal Abdimas*, 4(1), 23–31.
- Setiawan, I., & Kurniawan, R. (2019). Peta digital dan dampaknya terhadap aksesibilitas usaha kecil. *Jurnal Sistem Informasi*, 6(1), 14–22.
- Susanti, A. (2021). Tantangan digitalisasi UMKM di wilayah pedesaan. *Jurnal Sosial Ekonomi*, 9(3), 88–96.
- Wibowo, A. (2020). Pengabdian masyarakat berbasis teknologi informasi. *Jurnal Pengabdian Nusantara*, 6(2), 90–98.