p-ISSN: 2598-1218
e-ISSN: 2598-1226
Volume 9 Nomor 10 Tahun 2026
DOI : 10.31604/jpm.v9i10.3952-3962

PENGUATAN UMKM MELALUI DIGITALISASI KEUANGAN DAN OPTIMALISASI MEDIA PROMOSI DI DESA KEPENUHAN HILIR

Anisa, Deni Fitra, M Jihad Sabilillah Alfath, Najwa Indah Nafisah, Nur jamilah sari, Rafikah Marhani Hsb, Rahmat ken mangku Drajad, Rijan Ananta, Roma patresia Wida lumban raja, Suritauladan, Tiya Monica, Yelsi Noviana Sari

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
12310521013@students.uin-suska.ac.id

Abstract

Most Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Kepenuhan Hilir Village, Kepenuhan Subdistrict, Rokan Hulu Regency still keep financial records manually or not at all, rely entirely on cash transactions, and lack visual promotional media such as banners to establish their business identity. This condition makes it difficult for business actors to monitor cash flow, expand payment methods, and introduce their businesses to potential customers. This community service activity was carried out as part of the Community Service Program (KKN) of Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau students under the theme "Community Empowerment Based on Local Wisdom," aiming to strengthen MSME governance comprehensively through three interventions: digitalization of financial record-keeping, implementation of the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS), and the production of promotional banners. The activity targeted MSME actors in Kepenuhan Hilir Village through a participatory-educational approach comprising observation, socialization, training on digital financial recording applications, QRIS registration assistance, and banner design and installation, throughout the 40-day KKN period from 20 July to 31 August 2026. The results show improved understanding among MSME partners of orderly financial record-keeping, an expanded use of cashless payment methods through QRIS, and the availability of a more professional visual identity through promotional banners. The expected long-term social impact is the establishment of more orderly MSME governance from the financial side and greater recognition from the marketing side. This activity recommends continued mentoring from the village government or related institutions so that the digitalization and promotional outcomes are sustained beyond the KKN period.

Keywords: financial digitalization, QRIS, promotional media, MSME, community service.

Abstrak

Sebagian besar pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Kepenuhan Hilir, Kecamatan Kepenuhan, Kabupaten Rokan Hulu masih melakukan pencatatan keuangan secara manual atau bahkan tidak mencatat sama sekali, sepenuhnya mengandalkan transaksi tunai, serta belum memiliki media promosi visual berupa spanduk sebagai identitas usaha. Kondisi ini menyulitkan pelaku usaha memantau arus kas, memperluas metode pembayaran, dan memperkenalkan usahanya kepada calon konsumen. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan sebagai bagian dari Kuliah Kerja Nyata (KKN) mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau bertema "Penguatan Masyarakat Berbasis Kearifan Lokal", bertujuan memperkuat tata kelola UMKM secara menyeluruh melalui tiga intervensi, yaitu digitalisasi pencatatan keuangan, penerapan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS), dan pembuatan spanduk promosi. Kegiatan menyasar pelaku UMKM di Desa Kepenuhan Hilir dan dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif-edukatif yang mencakup observasi, sosialisasi, pelatihan aplikasi pencatatan keuangan digital, pendampingan pembuatan QRIS, serta perancangan dan pemasangan spanduk promosi, sepanjang masa KKN 20 Juli hingga 31 Agustus 2026. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman mitra UMKM mengenai pentingnya pencatatan keuangan yang tertib, bertambahnya metode pembayaran nontunai melalui QRIS, serta tersedianya identitas visual usaha yang lebih profesional melalui spanduk promosi. Perubahan sosial yang diharapkan dalam jangka panjang

adalah terbentuknya tata kelola UMKM yang lebih tertib dari sisi keuangan sekaligus lebih dikenal dari sisi pemasaran. Kegiatan ini merekomendasikan pendampingan berkelanjutan dari pemerintah desa maupun lembaga terkait agar hasil digitalisasi dan penguatan promosi tidak terhenti setelah masa KKN berakhir.

Keywords: digitalisasi keuangan, QRIS, media promosi, UMKM, KKN.

PENDAHULUAN

Perekonomian masyarakat pedesaan, termasuk Desa Kepenuhan Hilir, Kecamatan Kepenuhan, Kabupaten Rokan Hulu, Provinsi Riau, didorong oleh usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Sebagian besar UMKM di desa ini menjalankan bisnis kecil yang dikelola secara turun-temurun, termasuk dagang, kuliner, dan kebutuhan harian. Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim (UIN Suska) Riau menemukan dua masalah utama. Pertama, dari sudut pandang tata kelola internal, sebagian besar usaha kecil dan menengah (UMKM) masih melakukan pencatatan keuangan secara manual, bahkan beberapa dari mereka sepenuhnya bergantung pada transaksi tunai. Kedua, dalam hal pemasaran, sebagian besar pelaku UMKM tidak memiliki spanduk untuk mempromosikan bisnis mereka dan membantu identitas mereka. Akibatnya, usaha mereka kurang dikenal baik oleh warga desa maupun orang asing.

Fakta bahwa pelaku UMKM tidak memiliki literasi keuangan yang baik bukanlah fenomena baru. (Mitchell, 2017) Menegaskan bahwa literasi keuangan memainkan peran penting dalam membuat keputusan ekonomi yang rasional, dan bahwa kurangnya literasi keuangan sering dikaitkan dengan pengelolaan usaha yang kurang optimal. Kondisi ini juga tergambar dalam Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia yang disusun Otoritas Jasa Keuangan (2022), y yang dibuat oleh Otoritas Jasa Keuangan, menunjukkan bahwa pelaku usaha mikro harus diprioritaskan untuk meningkatkan literasi keuangan digital karena mereka lebih memahami keuangan daripada masyarakat perkotaan. Selain itu, digitalisasi (Indriastuti & Kartika, 2022) meningkatkan kinerja keuangan UMKM, dengan pelaku usaha yang terus berubah berfungsi sebagai mediator penting (Muzdalifa, Rahma, & Novalia, 2018) Selain itu, teknologi finansial (fintech) memainkan peran penting dalam meningkatkan inklusi keuangan UMKM, terutama bagi pelaku usaha yang sebelumnya tidak memiliki akses ke layanan keuangan formal.

Menurut beberapa penelitian terapan, pendampingan pencatatan keuangan digital bagi UMKM sangat penting. (Hidayat & Raganata, 2022) serta (Mudrikah, Aeni, Pitaloka, & Widiatami, 2024) Kedua penelitian tersebut menemukan bahwa pendampingan pencatatan keuangan digital dapat meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang pentingnya memisahkan keuangan pribadi dan usaha mereka dan mengajarkan mereka bagaimana membuat laporan keuangan sederhana. Menurut (Yuliyanti, Kartika, Turmudhi, Mustahidda, & Fadhila,

2025) pelaku usaha mikro menjadi lebih terbiasa melakukan pembukuan yang lebih teratur setelah dilatih menggunakan aplikasi pencatatan keuangan digital seperti Buku Warung. Selain itu, menurut (Ria & Digdowiseiso, 2023) serta (Wardiningsih, Wahyuningsih, Sugianto, & Mataram, 2020) pelatihan pembukuan sederhana masih relevan dan diberikan secara berkelanjutan.

Transformasi metode pembayaran, selain aspek pencatatan, adalah bagian penting dari digitalisasi UMKM. Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) dibuat oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia. Diciptakan untuk menyatukan berbagai metode pembayaran nontunai ke dalam satu kode QR yang dapat digunakan oleh berbagai penyedia layanan (Bank Indonesia, 2024). Menurut (Natsir, Bangun, Attan, & Landias, 2023) penggunaan QRIS dapat meningkatkan produktivitas UMKM dengan meningkatkan efisiensi transaksi dan memperluas jangkauan pembeli. Di sisi lain, menurut (Purnamasari & Asharie, 2024) digitalisasi UMKM bersama dengan peningkatan literasi keuangan meningkatkan kinerja keuangan usaha. (Aisyah, Andriani, Rahmadyah, Novriansyah, & Putri, 2023) menemukan bahwa penggunaan QRIS juga mempermudah pencatatan transaksi karena aplikasi menyimpan catatan pembayaran secara otomatis, Namun, penelitian oleh (Aryawati, Mahardika, & Wibawa, 2022) serta (Arnanda, 2025) menunjukkan bahwa pemahaman dan persepsi tentang kemudahan penggunaan QRIS menjadi faktor utama dalam keputusan pelaku UMKM untuk mengadopsi QRIS secara berkelanjutan.

Sebaliknya, penguatan UMKM tidak terbatas pada keuntungan finansial; identitas visual dan media promosi juga merupakan komponen penting dalam menjangkau pelanggan. (Silajadja, Magdalena, & Nugrahanti, 2023) serta (Aditya & Rusdianto, 2023) menemukan bahwa UMKM dapat memperluas jangkauan pasar dengan menggunakan strategi pemasaran digital dan media sosial. Di sisi lain, (Saehan, Suryadi, & Pohan, 2023) menemukan bahwa dengan sumber daya terbatas, pelatihan desain grafis sederhana dapat meningkatkan daya tarik produk UMKM. Secara khusus, ada bukti (Salman, Sholihah, Pembangunan, Veteran, & Timur, 2024) bahwa desain banner atau spanduk dapat menarik konsumen terhadap UMKM, sedangkan (R. R. Safitri, Lukman, & Nurcahyono, 2022) berpendapat bahwa spanduk promosi yang dikombinasikan dengan pendataan dan pelatihan konten dapat secara efektif meningkatkan citra bisnis mikro. (Irawan et al., 2026) menunjukkan praktik serupa dalam melaksanakan program KKN dengan menggabungkan pembuatan spanduk, pendampingan QRIS, dan pendaftaran lokasi usaha di Google Maps dalam satu program pemberdayaan UMKM. Mereka menemukan bahwa, dibandingkan dengan intervensi tunggal, kombinasi intervensi keuangan dan promosi visual lebih efektif dalam meningkatkan visibilitas bisnis, kemudahan transaksi, dan perluasan pasar.

Sebagai bagian dari Program Bidang Keilmuan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial serta Fakultas Dakwah dan Komunikasi, program penguatan UMKM ini dilaksanakan di Desa Kepenuhan Hilir dari 20 Juli hingga 31 Agustus 2026. Keberhasilan program pemberdayaan masyarakat desa sangat bergantung pada kesesuaiannya dengan karakteristik dan kebutuhan riil warga

setempat Mujahidin et al., 2025; Wibowo, Lestari, & Rahayu, 2022; Junaedi & Rojali, 2024 Selain itu, temuan bahwa pendampingan langsung dari luar komunitas dapat mempercepat proses adopsi teknologi dan

Berdasarkan penjelasan di atas, masalah utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM Desa Kepenuhan Hilir adalah ketidakmampuan mereka untuk melakukan pencatatan keuangan digital, pemanfaatan metode pembayaran nontunai yang rendah, dan ketersediaan media visual yang cukup untuk mempromosikan bisnis mereka. Selama KKN, program ini hanya membantu pelaku UMKM yang bersedia menjadi mitra dengan mengajarkan penggunaan aplikasi pencatatan keuangan sederhana, membuat QRIS, dan membuat spanduk promosi. Ini tidak mencakup pelatihan akuntansi, perpajakan, atau strategi pemasaran digital berbasis media sosial. Tujuan dari kegiatan ini adalah (1) meningkatkan kesadaran pelaku UMKM tentang pentingnya pencatatan keuangan yang tertib dan terpisah dari keuangan pribadi, (2) memperluas metode pembayaran nontunai dengan menerapkan QRIS, dan (3) menyediakan media promosi visual berupa spanduk untuk meningkatkan identitas dan daya tarik bisnis.

METODE

Sebagai bagian dari program KKN UIN Suska Riau, kegiatan pengabdian ini dilakukan di Desa Kepenuhan Hilir, Kecamatan Kepenuhan, Kabupaten Rokan Hulu, Provinsi Riau. Kegiatan ini berlangsung selama empat puluh hari, dari 20 Juli hingga 31 Agustus 2026. Kegiatan ini ditujukan kepada pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berlokasi di Desa Kepenuhan Hilir. UMKM tersebut masih melakukan pencatatan keuangan secara manual, bahkan belum melakukannya sama sekali, bertransaksi sepenuhnya secara tunai, dan tidak memiliki alat promosi seperti spanduk. Tiga mahasiswa dalam kelompok KKN melakukan kegiatan tersebut; dua di antara mereka adalah mahasiswa program studi Akuntansi di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial yang mempelajari digitalisasi keuangan dan QRIS, serta satu mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang bertanggung jawab untuk membuat spanduk promosi dengan dukungan seluruh anggota kelompok dan bimbingan dari dosen pembimbing lapangan.

Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif edukatif. Pendekatan ini terdiri dari dua kumpulan kegiatan yang berjalan bersamaan. Digitalisasi keuangan adalah rangkaian pertama, yang terdiri dari lima tahapan: (1) mengamati dan menemukan masalah dengan kondisi pencatatan keuangan dan metode pembayaran yang digunakan oleh pelaku UMKM; (2) memberi tahu orang tentang pentingnya pencatatan keuangan yang tertib dan keuntungan dari transaksi nontunai; (3) mengajarkan penggunaan aplikasi pencatatan keuangan digital Buku Kas Pengeluaran Harian untuk mencatat pemasukan dan pengeluaran bisnis; dan (4) membantu dalam pembuatan QRIS.

Dalam rangkaian kedua, penguatan media promosi terdiri dari empat tahapan: (1) survei tentang kebutuhan promosi pelaku UMKM untuk menemukan usaha yang belum memiliki identitas visual yang sesuai; (2) desain spanduk, yang mencakup pemilihan tata letak, warna, dan informasi bisnis yang relevan; (3)

produksi dan pemasangan spanduk di lokasi bisnis mitra; dan (4) pendampingan singkat tentang pentingnya media promosi untuk mendukung pertumbuhan usaha. Sebagai bagian dari pendekatan intervensi ganda yang digunakan dalam program pemberdayaan UMKM serupa, kedua kegiatan tersebut dilaksanakan secara berkesinambungan dan saling melengkapi sehingga mitra UMKM memperoleh penguatan dari sisi tata kelola keuangan dan pemasaran. (Irawan et al., 2026)

Komponen metode ini harus dapat menjelaskan teknik pengabdian yang digunakan, termasuk cara melaksanakannya. Alat, bahan, media, atau instrumen pengabdian harus dijelaskan secara menyeluruh. Ada lampiran yang mencakup kisi-kisi instrumen atau penggalan bahan yang digunakan untuk memberikan contoh kepada pembaca jika diperlukan dan penting.

Sumber rujukan mungkin berasal dari buku-buku yang diterbitkan dalam sepuluh tahun terakhir. Sumber rujukan yang paling penting adalah laporan pengabdian, seperti skripsi, tesisi, atau disertasi, atau artikel-artikel pengabdian dalam jurnal dan/atau majalah ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Tahap observasi menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Desa Kepenuhan Hilir hanya menerima pembayaran tunai, belum memisahkan uang pribadi dan usaha, dan tidak memiliki catatan transaksi yang tertata. Ini sejalan dengan penelitian (Purnamasari & Asharie, 2024) yang menyatakan bahwa pemahaman yang buruk tentang keuangan digital menjadi salah satu hambatan utama bagi UMKM untuk menjalankan bisnis mereka secara profesional. Mitra memperoleh pemahaman tentang pentingnya membedakan keuangan pribadi dan usaha melalui pendampingan intensif. Mereka juga belajar cara menggunakan aplikasi pencatatan keuangan digital Buku Kas Pengeluaran Harian dan membaca ringkasan laporan keuangan sederhana. Mitra UMKM berhasil menggunakan kode QRIS sebagai cara pembayaran bisnis mereka.



Gambar 1. Pendampingan pencatatan keuangan digital bersama mitra UMKM

Tabel 1 menyajikan gambaran perubahan kondisi pengelolaan keuangan UMKM mitra sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan.

Aspek yang Diamati	Sebelum Kegiatan	Sesudah Kegiatan
Pencatatan transaksi	Tidak tercatat atau dicatat secara manual dan tidak teratur	Tercatat melalui aplikasi pencatatan keuangan digital
Pemisahan keuangan	Keuangan pribadi dan usaha masih bercampur	Mulai memisahkan keuangan pribadi dan usaha
Metode pembayaran	Hanya menerima transaksi tunai	Menerima transaksi tunai dan nontunai melalui QRIS
Pemahaman laporan keuangan	Belum memahami cara	Mampu membaca ringkasan

Aspek yang Diamati	Sebelum Kegiatan	Sesudah Kegiatan
	membaca ringkasan keuangan usaha	transaksi sederhana dari aplikasi



Gambar 2. Kode QRIS sebagai metode pembayaran nontunai mitra UMKM

Dalam hal media promosi, tahap survei menemukan bahwa sebagian besar pelaku UMKM tidak memiliki spanduk atau media identitas visual apa pun. Akibatnya, usaha mereka sulit dikenali oleh orang-orang di luar, terutama bagi pengunjung yang tidak tahu lokasi desa. Mitra memperoleh spanduk dengan nama perusahaan, jenis produk atau layanan, dan informasi kontak melalui pendampingan desain dan produksi. Selain itu, proses ini dilengkapi dengan penyebaran materi ringkas yang menjelaskan betapa pentingnya promosi visual untuk keberlangsungan bisnis di masa mendatang.



Gambar 3. Spanduk promosi yang telah dipasang di lokasi usaha mitra

Tabel 2 menyajikan gambaran perubahan kondisi identitas visual dan promosi UMKM mitra sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan.

Aspek yang Diamati	Sebelum Kegiatan	Sesudah Kegiatan
Identitas visual usaha	Belum memiliki spanduk atau media promosi	Memiliki spanduk sebagai identitas visual usaha
Informasi usaha bagi konsumen	Nama dan jenis usaha tidak mudah dikenali dari luar	Nama, jenis usaha, dan lokasi lebih mudah dikenali
Kesan profesionalitas usaha	Tampilan usaha cenderung sederhana dan seadanya	Tampilan usaha lebih tertata dan profesional
Pemahaman pentingnya media promosi	Belum menyadari pentingnya media promosi visual	Menyadari manfaat media promosi bagi keberlangsungan usaha

Pembahasan

Tabel 1 menunjukkan peningkatan pengetahuan mitra UMKM tentang keuangan (Mitchell, 2017) Ini memperkuat gagasan bahwa literasi keuangan bukan sekadar pengetahuan teoretis, tetapi kemampuan yang harus dibangun melalui praktik dan pembiasaan. Hasil ini sejalan dengan temuan dari Mudrikah et al., 2024; Hidayat & Raganata, 2022; Ria & Digdowiseiso, 2023 serta Wardiningsih et al., 2020 yang menunjukkan bahwa

pendampingan berbasis praktik membentuk kebiasaan mencatat keuangan lebih efektif daripada penyampaian materi secara teoretis. Temuan ini sesuai dengan arah Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Otoritas Jasa Keuangan, 2022) yang menekankan pendampingan langsung dalam edukasi keuangan.

Berhasilnya mitra UMKM mengadopsi QRIS membuktikan temuan (Natsir et al., 2023) bahwa penerapan QRIS dapat meningkatkan efisiensi transaksi dan membuka peluang pasar yang lebih luas. Hasil ini sejalan dengan temuan (Aisyah et al., 2023) bahwa QRIS membuat pencatatan transaksi lebih mudah karena riwayat pembayaran disimpan secara otomatis, sehingga melengkapi program pencatatan keuangan digital yang dijalankan bersamaan. Meskipun demikian, seperti yang ditunjukkan oleh Aryawati et al., 2022 dan Arnanda, 2025 tingkat pemahaman dan persepsi kemudahan penggunaan QRIS sangat menentukan keberlanjutan adopsi QRIS. Akibatnya, keberlanjutan adopsi QRIS di UMKM pedesaan seperti Desa Kepenuhan Hilir masih bergantung pada ketersediaan jaringan internet yang stabil dan kepercayaan pelaku usaha terhadap sistem pembayaran digital yang distandardisasi dan diawasi langsung oleh Bank Indonesia (2024). Dari sudut pandang inklusi keuangan (Muzdalifa et al., 2018) teknologi keuangan memainkan peran penting dalam memberikan pelaku usaha mikro akses ke ekosistem keuangan formal.

Dalam hal promosi media, hasil Tabel 2 mendukung temuan (Salman et al., 2024) bahwa desain banner atau spanduk dapat meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap UMKM dengan membuat informasi bisnis terlihat lebih baik dan lebih jelas. Selain itu, temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan di Pekanbaru S. Safitri et al., 2025 yang menunjukkan bahwa membuat spanduk promosi secara langsung meningkatkan citra usaha mikro. Selain itu, seperti yang dinyatakan oleh (Saehan et al., 2023) desain visual sederhana masih dapat meningkatkan daya tarik promosi dengan sumber daya terbatas. Metode ini melengkapi strategi digitalisasi keuangan karena, seperti yang dinyatakan oleh Silajadja et al., 2023 dan Aditya & Rusdianto, 2023 penguatan identitas visual adalah langkah pertama yang harus dilakukan UMKM sebelum mengembangkan strategi promosi digital yang lebih luas, seperti media sosial.

Dalam program pengabdian ini, kombinasi digitalisasi keuangan dan penguatan media promosi sejalan dengan preseden yang ditunjukkan (Irawan et al., 2026) yang menunjukkan bahwa jika intervensi keuangan (QRIS) dan intervensi visual (spanduk) pada UMKM dilakukan secara bersamaan, mereka mampu meningkatkan visibilitas usaha, kemudahan transaksi, dan perluasan pasar dengan lebih sedikit daripada jika keduanya dilakukan secara terpisah. Dari sudut pandang pemberdayaan berbasis kearifan lokal, program ini akan berhasil meskipun memanfaatkan pendekatan partisipatif yang melibatkan mitra secara langsung dari tahap observasi hingga evaluasi. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip yang ditemukan oleh Mujahidin et al., 2025; Wibowo et al., 2022; Junaedi & Rojali, 2024 yang menyatakan bahwa program pemberdayaan akan lebih diterima ketika dirancang sesuai dengan kebutuhan riil masyarakat setempat.

Dalam jangka panjang, kegiatan ini diharapkan menghasilkan

perubahan sosial seperti kebiasaan administrasi keuangan yang lebih baik, kepercayaan pelaku usaha dalam menggunakan teknologi finansial, dan kesadaran akan pentingnya identitas visual untuk menarik konsumen. Namun, karena program pengabdian berbasis KKN pada dasarnya bersifat jangka pendek, keberlanjutan dampak ini sangat bergantung pada pendampingan lanjutan setelah masa KKN berakhir.

SIMPULAN

Tujuan dari upaya untuk mendorong UMKM di Desa Kepenuhan Hilir telah dicapai melalui digitalisasi pencatatan keuangan, penerapan QRIS, dan pembuatan spanduk promosi. Tujuan tersebut meliputi peningkatan kesadaran mitra tentang pentingnya pencatatan keuangan yang tertib, peningkatan pilihan pembayaran nontunai melalui QRIS, dan ketersediaan media promosi visual yang meningkatkan identitas dan daya tarik bisnis. Tidak hanya dampak teknis, seperti kemampuan baru untuk mengelola pembukuan, menerima pembayaran digital, dan memiliki identitas visual usaha, tetapi juga dampak sosial, seperti kepercayaan diri pelaku UMKM dalam beradaptasi dengan teknologi finansial dan menampilkan usaha mereka secara lebih profesional. Keterbatasan kegiatan ini termasuk jumlah mitra UMKM yang terlibat yang terbatas, durasi pendampingan yang relatif singkat karena mengikuti masa pelaksanaan KKN selama 40 hari, dan tidak ada data kuantitatif jangka panjang mengenai konsistensi penggunaan aplikasi pencatatan, QRIS, dan dampak spanduk terhadap peningkatan penjualan pascakegiatan. Oleh karena itu, disarankan agar pemerintah desa, dinas terkait, dan mahasiswa KKN periode berikutnya melakukan pendampingan terus-menerus, termasuk memperluas program ke bidang pemasaran digital berbasis media sosial. Ini dilakukan agar hasil digitalisasi keuangan dan penguatan promosi yang telah dimulai dapat terus berkembang dan berlanjut setelah masa pengabdian berakhir.

DAFTAR PUSTAKA

Aditya, R., & Rusdianto, R. Y. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPPMI), 2(2). https://doi.org/10.55606/jppmi.v2i2.386

Aisyah, S., Andriani, N., Rahmadyah, N., Novriansyah, D., & Putri, A. (2023). Implementasi Teknologi Financial Dalam Qris Sebagai Sistem Pembayaran Digital Pada Sektor Umkm Di Kota Binjai. JPKMI (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia), 3(1), 12–18. https://doi.org/10.55606/jpkmi.v3i1.925

Arnanda, R. (2025). Pengaruh Pemahaman dan Kemudahan Terhadap Keputusan Menggunakan Sistem Transaksi Digital Quick Response Code Indonesian Standart (QRIS) pada Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Pontianak. Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah, 8(1), 330–341. https://doi.org/10.36778/jesya.v8i1.1810

Aryawati, N. P. A., Mahardika, M. N. O., & Wibawa, I. G. J. S.

(2022). Persepsi pengguna qris pada umkm di kota mataram. Jurnal Manajemen, 1(2), 35–44. https://doi.org/10.53977/jgs.v1i2.668

Hidayat, N. K., & Raganata, G. (2022). Pengenalan Pencatatan Keuangan Usaha Mikro Kecil dan Menegah Berbasis Digital di Kelurahan Situ Gede , Kecamatan Bogor Barat , Kota Bogor (Introduction to Digital-Based Finacial Record for Micro , Small and Medium Enterprises in Situ Gede Village , West. Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat, 8(November). https://doi.org/10.29244/agrokreatif.8.3.356-367

Indriastuti, M., & Kartika, I. (2022). Template of Jurnal Economia. Jurnal Economia, 14(2), 240–255. https://doi.org/10.21831/economia.v18i2.42790

Irawan, F. R., Sundari, D. R., Andini, Z. P., Hidayati, N., Mutmainah, S., Purie, A. T., … Riau, K. (2026). Branding UMKM dalam Membantu Akses Pasar Melalui Spanduk , QRIS , dan Google Maps Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia , Fakultas Keguruan dan Program Studi Pendidikan Matematika , Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan , Program Studi Pend. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 12(5), 277–286.

Junaedi, S. R. P., & Rojali. (2024). Penguatan Ekonomi Kreatif Lokal Melalui Pelatihan Kewirausahaan Digital di Komunitas Masyarakat. ADI Pengabdian Kepada Masyarakat Jurnal (ADIMAS Jurnal), 5(1), 33–41. https://doi.org/10.34306/adimas.v5i1.1132

Mitchell, O. S. (2017). The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence, 52(1), 5–44. https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5.The

Mudrikah, S., Aeni, I. N., Pitaloka, L. K., & Widiatami, A. K. (2024). Digitalisasi Pengelolaan Keuangan Pada Komunitas UMKM Karya Mapan Kota Salatiga. BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 5(1), 104–114. https://doi.org/10.31949/jb.v5i1.7068

Mujahidin, 1*, 3, A. A., Ahmad, A., 4, Asriani, 7, 5 Jumiati 6 Akram Sawir, … 1*, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12Institut. (2025). Model Pengembangan Masyarakat Berbasis Kearifan Lokal untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Desa Corawali Kabupaten Sidenreng RappangJurnal Abdimas Indonesia. Jurnal Abdimas Indonesia, 217–228.

Muzdalifa, I., Rahma, I. A., & Novalia, B. G. (2018). Peran Fintech dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif pad UMKM di Indonesia. Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, 3(1). https://doi.org/10.30651/jms.v3i1.1618

Natsir, K., Bangun, N., Attan, M. B., & Landias, J. S. (2023). Penggunaan Qris Sebagai Alat Pembayaran Digital Untuk Meningkatkan Produktivitas Umkm. Jurnal Serina Abdimas, 1(3), 1154–1163. https://doi.org/10.24912/jsa.v1i

3.26208

Purnamasari, E. D., & Asharie, A. (2024). Digitalisasi Umkm, Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Umkm Di Era New Normal Pandemi Covid 19. Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah, 7(1), 348–361. https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1416

Ria, & Digdowiseiso, K. (2023). Pelatihan pembukuan sederhana bagi pelaku umkm di kelurahan jaticempaka kota bekasi. Jurnal Abdimas Bina Bangsa, 4(1), 633–641. https://doi.org/10.46306/jabb.v4i1.454

Saehan, A., Suryadi, S., & Pohan, T. H. (2023). Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Canva Untuk Meningkatkan Promosi Produk UMKM. Jurnal Pengabdian Masyarakat Gemilang (JPMG), 3(2), 44–48. https://doi.org/10.58369/jpmg.v2i4.129

Safitri, R. R., Lukman, H. S., & Nurcahyono, N. A. (2022). Analisis Kemampuan Pemecahan Masalah Matematis Siswa Ditinjau Dari Kecemasan Matematis. Jurnal Cendekia: Jurnal Pendidikan Matematika, 06(03), 3469–3485. https://doi.org/10.31004/cendekia.v6i3.1571

Safitri, S., Surbakti, J. S., Putri, R. W., Hutabarat, T. G. V., Rahmah, I. N. A. A., Sitanggang, I., … Manalu, F. H. (2025). Strategi Penguatan UMKM : Pendataan , Pelatihan , Pembuatan Konten dan Spanduk Promosi pada UMKM di Limbungan Baru , Pekanbaru. Madaniya, 6(3), 1670–1680. https://doi.org/10.53696/27214834.1357

Salman, S., Sholihah, D. D., Pembangunan, U., Veteran, N., & Timur, J. (2024). Pemanfaatan Desain Banner Guna Meningkatkan Ketertarikan Konsumen Pada UMKM Kelurahan Gunung Anyar Tambak. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN), 5(2), 2179–2184. https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.2536

Silajadja, M., Magdalena, P., & Nugrahanti, T. P. (2023). Pemanfaatan Media Sosial (Digital Marketing) untuk Pemasaran Produk UMKM. Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global, 2(2), 88–100. https://doi.org/10.30640/cakrawala.v2i2.1001

Wardiningsih, R., Wahyuningsih, B. Y., Sugianto, R., & Mataram, U. T. (2020). Pelatihan Pembukuan Sederhana Bagi Pelaku Usaha Kecil (Mikro) Di Dusun Bore Desa Kopang. Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosia, 2(2), 163–172. https://doi.org/10.36088/pensa.v2i2.853

Wibowo, A., Lestari, E., & Rahayu, P. (2022). Model Pemberdayaan Sentra Pisang berbasis Kearifan lokal dan Modal Sosial di Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah Model. Jurnal Penyuluhan, 18(02), 347–358. https://doi.org/10.25015/18202237484

Yuliyanti, E., Kartika, A., Turmudhi, A., Mustahidda, R., & Fadhila, Z. R. (2025). Digitalisasi Pencatatan Keuangan UMKM

melalui Pelatihan Penggunaan Aplikasi Buku Warung di Desa Tunggulsari Kabupaten Kendal. Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sosial Dan Humaniora, 4(2), 234–239. https://doi.org/10.55123/abdisoshum.v4i2.5351