



UPAYA PENINGKATAN KAPASITAS PELAKU UMKM WILAYAH PAMULANG: PELATIHAN TRANSAKSI JUAL BELI DIGITAL

**Akhmad Marwazy¹, Edith Indah Lestari², Siti Aulia Zahra³, Aist Istiqomah⁴,
Muhammad⁵, Bunga Putri Ramadhania⁶**
UIN Syarif Hidayatullah Jakarta^{1,2,3,4,5,6}
e-mail: akhmad.marwazy23@mhs.uinjkt.ac.id

Diterima: 30/06/2026; Direvisi: 06/07/2026; Diterbitkan: 18/07/2026

ABSTRAK

Rendahnya literasi digital dan terbatasnya pemanfaatan teknologi menyebabkan sebagian pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Pamulang belum mampu mengoptimalkan pemasaran maupun transaksi digital, sehingga berdampak pada rendahnya visibilitas usaha dan daya saing. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas pelaku UMKM melalui pelatihan transaksi jual beli digital berbasis Google Maps dan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS). Program dilaksanakan menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) dengan model evaluasi *Context, Input, Process*, dan *Product* (CIPP). Sasaran kegiatan adalah enam UMKM yang dipilih berdasarkan hasil *community mapping* melalui observasi dan wawancara. Program meliputi *workshop*, pendampingan *one-on-one*, pemasangan *banner* usaha, registrasi Google Business Profile, aktivasi QRIS, serta evaluasi ketercapaian program. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa seluruh UMKM berhasil memiliki identitas visual usaha, lokasi usaha yang terverifikasi pada Google Maps, serta QRIS aktif sebagai media pembayaran digital. Pendampingan juga meningkatkan kemampuan mitra dalam mengoperasikan teknologi digital secara mandiri dan mendorong peningkatan jumlah pelanggan serta omzet usaha sekitar 20%. Program ini menunjukkan bahwa integrasi pelatihan dan pendampingan intensif efektif memperkuat literasi digital, memperluas akses pasar, dan meningkatkan daya saing UMKM secara berkelanjutan.

Kata Kunci: *Lembaga Laju Peduli, Pemberdayaan Ekonomi Inklusif, Transformasi Digital*

ABSTRACT

Low digital literacy and limited utilization of digital technology have prevented many Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Pamulang District from optimizing digital marketing and cashless transactions, resulting in low business visibility and competitiveness. This community service program aimed to enhance the capacity of MSME owners through digital transaction training based on Google Maps and the *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS). The program employed a *Participatory Action Research* (PAR) approach and was evaluated using the *Context, Input, Process*, and *Product* (CIPP) model. Six MSMEs were selected as participants based on the results of *community mapping* conducted through field observations and interviews. The program consisted of workshops, one-on-one mentoring, business banner installation, Google Business Profile registration, QRIS activation, and program evaluation. The results showed that all participating MSMEs successfully established visual business identities, verified their business locations on Google Maps, and implemented QRIS as a digital payment system. In addition, participants demonstrated improved digital literacy and greater confidence in utilizing digital technology, contributing to an average



revenue increase of approximately 20%. These findings indicate that integrating training with intensive mentoring effectively strengthens digital capabilities, expands market access, and enhances the long-term competitiveness of MSMEs.

Keywords: *Digital Transformation, Inclusive Economic Empowerment, Lembaga Laju Peduli*

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah menjadi kebutuhan strategis bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan daya saing sekaligus menjaga keberlangsungan usaha di tengah perubahan perilaku konsumen yang semakin bergantung pada teknologi digital (Ben Slimane et al., 2022). Pemanfaatan teknologi digital tidak hanya mendorong efisiensi operasional, tetapi juga membuka peluang terciptanya nilai bisnis baru serta memperkuat ketahanan usaha dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berkembang (Rupeika-Apoga & Petrovska, 2022). Perkembangan internet dan penggunaan telepon pintar turut mengubah pola transaksi masyarakat dari sistem konvensional menuju layanan digital yang lebih cepat, praktis, dan efisien. Perubahan tersebut menuntut pelaku UMKM untuk mampu memanfaatkan berbagai platform digital, baik sebagai media promosi maupun sebagai sarana transaksi. Di kawasan perkotaan dan penyangga kota seperti Tangerang Selatan, kemampuan mengadopsi teknologi digital bahkan menjadi salah satu faktor yang menentukan perluasan akses pasar serta efisiensi operasional usaha (Indriastuti & Kartika, 2022; Skare et al., 2023). Berbagai penelitian tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi berkontribusi terhadap peningkatan kinerja bisnis melalui perluasan jangkauan pasar, efisiensi operasional, dan penguatan daya saing. Oleh karena itu, digitalisasi kini tidak lagi dipandang sebagai sekadar inovasi, melainkan telah menjadi bagian penting dari strategi pengembangan usaha yang berkelanjutan (Khoerunisya et al., 2023).

Di balik besarnya peluang ekonomi digital, tingkat adopsi teknologi di kalangan UMKM masih menghadapi berbagai tantangan. Banyak pelaku usaha belum mampu memanfaatkan teknologi secara optimal karena keterbatasan kesiapan digital, rendahnya kompetensi teknologi, serta terbatasnya akses terhadap berbagai sumber daya pendukung (Anatan & Nur, 2023). Kondisi tersebut umumnya dialami oleh usaha mikro yang masih memiliki kapasitas terbatas, baik dari sisi sumber daya manusia, akses terhadap teknologi, maupun kemampuan memperluas pasar. Akibatnya, proses transformasi digital belum dapat berjalan secara optimal sehingga daya saing usaha berkembang relatif lambat. Pingali et al. (2023) menegaskan bahwa penguatan kapasitas internal, khususnya kompetensi sumber daya manusia dan kesiapan digital, merupakan prasyarat penting dalam mendukung transformasi UMKM. Sejalan dengan itu, Gotama et al. (2022) menyatakan bahwa keterbatasan sumber daya dan kapabilitas organisasi masih menjadi hambatan utama dalam pengembangan usaha sehingga diperlukan dukungan yang terintegrasi agar UMKM mampu meningkatkan daya saingnya.

Permasalahan tersebut juga tercermin dari hasil asesmen kebutuhan yang dilakukan Lembaga Laju Peduli melalui observasi dan wawancara awal terhadap 30 pelaku UMKM peserta *Workshop Growth Series for UMKM 2026*. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa 63,3% peserta masih menghadapi keterbatasan modal usaha, sedangkan 26,7% mengalami kendala pada aspek pemasaran dan perluasan akses pasar. Di samping itu, sebagian besar pelaku usaha belum memanfaatkan teknologi digital sebagai bagian dari aktivitas bisnis sehari-hari. Hal ini terlihat dari belum adanya identitas usaha secara digital, belum dimanfaatkannya layanan pemetaan lokasi usaha, serta belum diterapkannya sistem pembayaran digital. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa tantangan yang dihadapi mitra tidak hanya berkaitan dengan



aspek permodalan, tetapi juga rendahnya literasi digital yang berdampak pada terbatasnya jangkauan pemasaran dan rendahnya efisiensi transaksi usaha.

Keterbatasan literasi digital tersebut menyebabkan sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan pemasaran konvensional melalui penjualan langsung maupun promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) (Ayundyayasti et al., 2023). Padahal, berbagai platform digital saat ini menyediakan sarana promosi dan transaksi yang relatif mudah diakses, berbiaya rendah, serta mampu meningkatkan visibilitas usaha kepada calon pelanggan. Meskipun berbagai program pemberdayaan UMKM telah banyak dilaksanakan, sebagian besar masih berfokus pada penguatan kapasitas kewirausahaan secara umum dan belum banyak memberikan pendampingan dalam penerapan teknologi digital yang dapat langsung dimanfaatkan dalam operasional usaha. Akibatnya, pelaku UMKM sering kali memahami konsep digitalisasi, tetapi belum memiliki keterampilan untuk mengimplementasikannya secara mandiri. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa program pemberdayaan perlu dirancang tidak hanya dalam bentuk pelatihan, tetapi juga melalui pendampingan praktik yang memungkinkan peserta menerapkan teknologi sesuai dengan kebutuhan usahanya (Armiani, 2023).

Berangkat dari kondisi tersebut, Pak Jabal Al Tharik manager program dan pemberdayaan Lembaga Laju Peduli Dan Mahasiswa Praktikum 1 Pengembangan Masyarakat Islam UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Sebagai Penanggung Jawab menyelenggarakan program penguatan kapasitas pelaku UMKM melalui pelatihan transaksi jual beli digital yang mengintegrasikan pemanfaatan Google Maps dan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS). Google Maps dimanfaatkan untuk meningkatkan visibilitas lokasi usaha sehingga lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan, sedangkan QRIS digunakan sebagai sistem pembayaran digital yang lebih praktis, aman, dan terdokumentasi dengan baik (Dellon et al., 2025). Keunikan program ini terletak pada pendekatan yang digunakan. Selain memperoleh materi pelatihan, setiap peserta juga mendapatkan pendampingan secara langsung dalam proses registrasi Google Business Profile, pemasangan identitas usaha, hingga aktivasi QRIS sesuai dengan kondisi usahanya masing-masing. Pendekatan tersebut diharapkan mampu mempercepat proses adopsi teknologi sekaligus meningkatkan kepercayaan diri pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital secara mandiri.

Berdasarkan latar belakang tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM di Kecamatan Pamulang melalui pelatihan transaksi jual beli digital yang mengintegrasikan pemanfaatan Google Maps dan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS). Program ini dirancang tidak hanya untuk meningkatkan pemahaman peserta mengenai pentingnya transformasi digital, tetapi juga memberikan pendampingan praktis agar pelaku usaha mampu mengimplementasikan teknologi tersebut secara mandiri sesuai dengan karakteristik usahanya. Melalui pemanfaatan Google Maps, pelaku UMKM diharapkan dapat meningkatkan visibilitas dan kemudahan akses lokasi usaha bagi calon pelanggan, sedangkan penggunaan QRIS diharapkan mampu mendukung terciptanya sistem pembayaran yang lebih praktis, aman, dan efisien. Secara lebih luas, kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan literasi digital pelaku usaha, memperluas jangkauan pemasaran, mengoptimalkan pelayanan kepada konsumen, serta memperkuat daya saing dan keberlanjutan UMKM di wilayah Kecamatan Pamulang, Kota Tangerang Selatan. Selain memberikan manfaat bagi mitra, hasil kegiatan ini juga diharapkan dapat menjadi salah satu contoh praktik baik (*best practice*) dalam implementasi program pemberdayaan UMKM berbasis transformasi digital yang dapat direplikasi pada wilayah lain dengan karakteristik permasalahan yang serupa.



METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Kecamatan Pamulang, Kota Tangerang Selatan, dengan melibatkan enam pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang masih menghadapi keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung pemasaran maupun transaksi usaha. Program dirancang menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR), yang menempatkan mitra sebagai subjek aktif dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari proses identifikasi kebutuhan, perencanaan program, pelaksanaan intervensi, hingga evaluasi hasil. Melalui pendekatan ini, setiap keputusan dan bentuk intervensi disusun berdasarkan kondisi nyata yang dihadapi mitra sehingga program menjadi lebih partisipatif dan sesuai dengan kebutuhan lapangan. Agar pelaksanaan kegiatan berlangsung secara sistematis dan terarah, proses implementasi serta evaluasi program mengacu pada model *Context, Input, Process, dan Product* (CIPP) yang dikembangkan oleh Stufflebeam dan Coryn. Model CIPP digunakan sebagai kerangka evaluasi untuk menganalisis kondisi awal mitra (*context*), menyiapkan sumber daya pendukung (*input*), memantau proses pelaksanaan program (*process*), serta mengevaluasi hasil dan dampak yang diperoleh setelah kegiatan selesai dilaksanakan (*product*).

Karakteristik keenam UMKM menunjukkan keragaman jenis usaha yang merepresentasikan sektor usaha mikro di Kecamatan Pamulang. Mitra terdiri atas pelaku usaha pada bidang kuliner, makanan dan minuman, jasa, serta perdagangan skala mikro yang dikelola secara mandiri oleh pemilik usaha. Sebagian besar usaha telah beroperasi antara 2–8 tahun dan masih berada pada tahap pengembangan dengan jumlah tenaga kerja berkisar 1–5 orang. Dari sisi skala usaha, seluruh mitra termasuk kategori usaha mikro berdasarkan kapasitas produksi dan pengelolaan usaha. Meskipun telah memiliki produk yang layak dipasarkan dan pelanggan tetap, seluruh UMKM masih menghadapi keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital, ditunjukkan oleh belum adanya identitas visual usaha, belum terdaftarnya lokasi usaha pada Google Business Profile/Google Maps, serta belum digunakannya sistem pembayaran digital melalui QRIS. Karakteristik tersebut menjadi dasar penetapan mitra sekaligus pertimbangan dalam merancang bentuk pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing UMKM.

Tahap berikutnya merupakan evaluasi masukan (*input evaluation*) yang berfokus pada penyusunan rancangan program serta penyiapan seluruh kebutuhan pelaksanaan kegiatan. Pada tahap ini, tim menyusun materi pelatihan, menyiapkan sarana dan prasarana pendukung, mengembangkan modul pendampingan, serta menentukan narasumber dan pembagian tugas masing-masing anggota tim. Materi pelatihan difokuskan pada pemanfaatan Google Maps melalui Google Business Profile untuk meningkatkan visibilitas usaha serta penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) sebagai sistem pembayaran digital. Selain mempersiapkan materi, tim juga merancang mekanisme pendampingan secara individual (*one-on-one mentoring*) agar setiap pelaku UMKM memperoleh bimbingan yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik usahanya.

Pelaksanaan program merupakan bagian dari evaluasi proses (*process evaluation*) yang dilaksanakan melalui kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan secara langsung. Sesi pelatihan diawali dengan pengenalan konsep dasar literasi digital, kemudian dilanjutkan dengan praktik pemanfaatan Google Business Profile, optimalisasi Google Maps sebagai media promosi lokasi usaha, serta prosedur pendaftaran dan penggunaan QRIS sebagai metode



pembayaran nontunai. Setelah penyampaian materi, setiap mitra memperoleh pendampingan secara individual untuk mengimplementasikan seluruh materi yang telah dipelajari. Pendampingan dilakukan mulai dari pembuatan profil usaha digital, pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps, pemasangan media identitas usaha berupa banner, hingga proses registrasi dan aktivasi QRIS. Agar keterampilan yang diperoleh tidak berhenti pada tataran pemahaman, setiap peserta juga melakukan simulasi penggunaan Google Maps dan transaksi menggunakan QRIS secara langsung di lokasi usahanya masing-masing. Pendekatan ini memungkinkan peserta belajar melalui pengalaman nyata sekaligus memperoleh solusi terhadap berbagai kendala teknis yang muncul selama proses implementasi.

Tahap terakhir merupakan evaluasi produk (*product evaluation*) yang bertujuan menilai keterlaksanaan program sekaligus mengidentifikasi perubahan yang terjadi setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai dilaksanakan. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi selama proses pendampingan maupun setelah program berakhir. Evaluasi difokuskan pada kemampuan mitra dalam mengoperasikan Google Business Profile/Google Maps, memanfaatkan QRIS sebagai media transaksi digital, serta persepsi peserta terhadap manfaat program bagi pengembangan usahanya. Sejak awal, program menetapkan beberapa indikator keberhasilan, yaitu: (1) seluruh UMKM mitra memiliki banner sebagai identitas usaha; (2) seluruh UMKM berhasil mendaftarkan dan memverifikasi lokasi usaha pada Google Business Profile sehingga terintegrasi dengan Google Maps; (3) seluruh UMKM memiliki QRIS yang aktif dan mampu menggunakannya untuk menerima pembayaran digital; (4) mitra mampu mengoperasikan Google Business Profile dan QRIS secara mandiri; serta (5) terdapat peningkatan visibilitas usaha dan indikasi perkembangan usaha berdasarkan hasil observasi dan wawancara pascapendampingan. Capaian pada setiap indikator tersebut kemudian dibandingkan dengan kondisi awal mitra untuk menilai efektivitas program. Seluruh data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sehingga memberikan gambaran yang komprehensif mengenai ketercapaian tujuan program sekaligus menjadi dasar penyusunan rekomendasi bagi pengembangan kegiatan pengabdian kepada masyarakat selanjutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Dinamika *Community Mapping* dan Identifikasi Masalah Spesifik

Kegiatan pengabdian diawali dengan pelaksanaan *community mapping* melalui observasi lapangan dan wawancara mendalam terhadap enam pelaku UMKM di Kecamatan Pamulang, Kota Tangerang Selatan. Tahap ini bertujuan memperoleh gambaran mengenai kondisi usaha, tingkat kesiapan digital, serta berbagai permasalahan yang dihadapi mitra sebelum program dilaksanakan. Informasi yang diperoleh menjadi dasar dalam merancang bentuk intervensi yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing UMKM sehingga pelaksanaan program lebih kontekstual dan tepat sasaran. Hasil asesmen juga digunakan untuk menentukan prioritas pendampingan berdasarkan permasalahan yang paling mendesak dihadapi oleh setiap mitra.

Hasil pemetaan menunjukkan bahwa seluruh UMKM telah memiliki produk yang layak dipasarkan, tetapi masih menghadapi kendala pada aspek pemasaran dan digitalisasi usaha. Keenam UMKM belum memiliki identitas visual berupa *banner* atau papan nama usaha sehingga keberadaan lokasi usaha kurang dikenal oleh masyarakat sekitar. Selain itu, seluruh mitra belum mendaftarkan lokasi usahanya pada Google Maps sehingga sulit ditemukan oleh

konsumen yang melakukan pencarian berbasis lokasi, serta belum memanfaatkan fasilitas pembayaran digital melalui *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) sehingga transaksi masih bergantung pada pembayaran tunai. Berdasarkan temuan tersebut, tim menetapkan tiga fokus utama pendampingan, yaitu penyediaan identitas visual usaha melalui pemasangan *banner*, registrasi Google Business Profile agar usaha terintegrasi dengan Google Maps, serta fasilitasi pembuatan QRIS sebagai sarana pembayaran digital, dokumentasi disajikan pada Gambar 1.



LajuPeduli
FORM ASSESSMENT PROGRAM UMKM MELAJU
LAJU PEDULI

I. DATA UMUM

A. Nama Lengkap	: Ibu Sumartini
B. Jenis Kelamin	: Perempuan
C. Usia	: 54
D. Alamat Domisili	: Jl Swadaya 4 No. 39, RT. 003 RW 003, Larangan Indah, Kec. Larangan, Kota Tangerang, Banten
E. Nomor Telepon/WA	: 08131866509
F. Jumlah Tanggungan Keluarga	: 6 Orang

II. DATA USAHA

A. Nama Usaha	: Pord Lela Cihaya Intan
B. Jenis Usaha	: Kuliner
C. Lokasi Usaha	: Jl Haji Mair 2, Larangan Indah, Kec. Larangan, Kota Tangerang, Banten
D. Waktu Usaha	: 17.00 - 02.00 WIB
E. Lama Usaha Berjalan	: 34 Tahun
F. Jumlah Karyawan (jika ada)	: 10 orang
G. Rata-rata Omzet per Hari	: 200-300 Ribu (Tidak Menentu)
H. Hambatan yang Dihadapi	: Suami sedang mengalami sakit Stroke, Tidak memiliki QRIS, Banner sudah Luntur (harus diganti), dan Belum memiliki titik Lokasi Pada Aplikasi Google Maps

I. Kebaruan Usaha Saat Ini

: Membuhkan Branding seperti Banner,
Membuat QRIS atau Payment Digital Lainnya,
dan Membuat Titik Lokasi Pada Google Maps

Gambar 1. Foto Form Assesment dan Foto Assesment

Sumber: Dokumentasi Mahasiswa Praktikum 1 Pengembangan Masyarakat Islam, 2026

Berdasarkan hasil *community mapping*, Mahasiswa Praktikum 1 Pengembangan Masyarakat Islam UIN Syarif Hidayatullah Jakarta menyelenggarakan kegiatan *workshop* digitalisasi sebagai tahap awal peningkatan kapasitas mitra. Kegiatan ini diikuti oleh enam pelaku UMKM sasaran dengan menghadirkan Ka Novita Kurniawati sebagai narasumber untuk memberikan pemahaman mengenai pentingnya digitalisasi usaha serta pemanfaatan berbagai perangkat pendukung dalam meningkatkan visibilitas usaha dan kemudahan transaksi. *Workshop* dilaksanakan dalam dua sesi, yaitu sesi pertama yang membahas pentingnya identitas visual usaha melalui pemasangan *banner* serta optimalisasi Google Business Profile agar lokasi usaha dapat ditemukan melalui Google Maps, sedangkan sesi kedua difokuskan pada pemanfaatan QRIS sebagai sistem pembayaran digital. Materi yang disampaikan mencakup prosedur pembuatan profil usaha, pengelolaan informasi bisnis, manfaat penggunaan QRIS, mekanisme pendaftaran, serta simulasi transaksi melalui aplikasi *merchant*. Seluruh peserta mengikuti kegiatan secara aktif melalui diskusi dan praktik langsung, kemudian menyatakan kesiapan untuk mengikuti tahapan pendampingan implementasi digitalisasi yang akan dilaksanakan oleh tim pengabdian. Pelaksanaan kegiatan *workshop* yang melibatkan seluruh peserta dan narasumber disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Workshop UMKM Melaju

Sumber: Dokumentasi Mahasiswa Praktikum 1 Pengembangan Masyarakat Islam, 2026

Tahap selanjutnya setelah pelaksanaan *workshop* Mahasiswa Praktikum 1 Pengembangan Masyarakat Islam Melakukan pendampingan intensif secara *one-on-one* kepada enam UMKM sasaran. Pendampingan dilakukan secara langsung di lokasi usaha masing-masing untuk memastikan seluruh materi yang telah diperoleh selama *workshop* dapat diimplementasikan sesuai dengan kondisi lapangan. Setiap Mahasiswa Praktikum 1 Pengembangan Masyarakat Islam bertanggung jawab mendampingi satu UMKM mulai dari proses persiapan hingga seluruh target program berhasil dicapai. Pendampingan diawali dengan penyediaan identitas visual usaha melalui pembuatan dan pemasangan *banner*, meliputi proses pengukuran, penyusunan desain sesuai karakteristik usaha, pencetakan, hingga pemasangan pada lokasi usaha masing-masing. Setelah seluruh tahapan tersebut selesai, keenam UMKM telah memiliki identitas usaha yang terlihat jelas sehingga keberadaan usaha menjadi lebih mudah dikenali oleh masyarakat. Proses pendampingan pemasangan *banner* ditunjukkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Implementasi Pengukuran dan Pemasangan Banner UMKM Melaju

Sumber: Dokumentasi Mahasiswa Praktikum 1 Pengembangan Masyarakat Islam, 2026

Tahap pendampingan berikutnya difokuskan pada digitalisasi usaha melalui registrasi Google Business Profile dan aktivasi QRIS sebagai media pembayaran digital. Tim mendampingi setiap pelaku UMKM dalam proses pendaftaran akun, verifikasi lokasi, pengisian informasi usaha, pengunggahan foto produk, hingga registrasi *merchant* dan aktivasi QRIS.

Setelah seluruh tahapan selesai, keenam UMKM telah memiliki titik lokasi yang aktif di Google Maps dan fasilitas pembayaran digital yang siap digunakan dalam transaksi sehari-hari. Selain itu, pelaku usaha mengikuti simulasi transaksi menggunakan dompet digital untuk memastikan mereka mampu menerima pembayaran, memantau notifikasi transaksi, serta melakukan pengecekan riwayat pembayaran secara mandiri. Seluruh proses pendampingan berhasil diselesaikan sesuai target yang telah ditetapkan. Hasil pendampingan digitalisasi usaha ditampilkan pada Gambar 4.



Gambar 4. Implementasi Pengadaan Quick Response Code Indonesian Standart (QRIS) Dan Google Maps

Sumber: Dokumentasi Mahasiswa Praktikum 1 Pengembangan Masyarakat Islam, 2026

Untuk memberikan gambaran mengenai perubahan kondisi mitra setelah seluruh rangkaian pendampingan selesai dilaksanakan, dilakukan perbandingan antara kondisi sebelum dan sesudah program. Perbandingan ini bertujuan untuk mengidentifikasi capaian program pada setiap indikator yang telah ditetapkan selama proses pendampingan. Aspek yang dibandingkan meliputi kepemilikan identitas visual usaha, keberadaan usaha pada platform digital, pemanfaatan sistem pembayaran digital, kemampuan operasional mitra, serta dampak awal terhadap perkembangan usaha. Ringkasan perubahan kondisi keenam UMKM sebelum dan sesudah pelaksanaan program disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Perubahan Kondisi UMKM Sebelum dan Sesudah Pendampingan

Indikator	Sebelum	Sesudah
Memiliki banner usaha	0/6 (0%)	6/6 (100%)
Terdaftar di Google Maps	0/6 (0%)	6/6 (100%)
Memiliki QRIS aktif	0/6 (0%)	6/6 (100%)
Mampu mengoperasikan Google Business	0/6	6/6
Mampu menerima pembayaran digital	0/6	6/6
Mengalami peningkatan omzet	-	Rata-rata $\pm 20\%$ *

Evaluasi program dilakukan menggunakan model Context, Input, Process, dan Product (CIPP) untuk menilai keterlaksanaan kegiatan dan ketercapaian luaran pada setiap tahapan

Copyright (c) 2026 COMMUNITY : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

 <https://doi.org/10.51878/community.v6i1.13379>



pendampingan. Pengumpulan data evaluasi dilakukan melalui observasi lapangan, dokumentasi kegiatan, wawancara dengan mitra, serta monitoring selama proses pendampingan berlangsung. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pada komponen context, permasalahan yang diidentifikasi melalui community mapping sesuai dengan kondisi riil yang dihadapi seluruh UMKM sasaran, yaitu rendahnya visibilitas usaha, belum adanya jejak digital melalui Google Maps, dan belum tersedianya sistem pembayaran digital menggunakan QRIS. Pada komponen input, narasumber, tim pendamping, perangkat pendukung, serta bahan yang digunakan selama workshop dan pendampingan dinilai memadai untuk membantu mitra memahami sekaligus mengimplementasikan digitalisasi usaha.

Selanjutnya, komponen process menunjukkan bahwa seluruh rangkaian kegiatan dapat dilaksanakan sesuai dengan tahapan yang telah direncanakan, mulai dari pelaksanaan workshop, pemasangan banner, registrasi Google Business Profile, hingga aktivasi QRIS. Pendampingan secara langsung memungkinkan setiap kendala teknis yang muncul selama proses implementasi dapat segera diselesaikan sehingga seluruh target kegiatan berhasil dicapai. Pada komponen product, seluruh indikator luaran program berhasil dipenuhi, yaitu keenam UMKM telah memiliki banner sebagai identitas usaha, lokasi usaha telah terverifikasi pada Google Maps, dan QRIS telah aktif digunakan sebagai media pembayaran digital. Selain itu, hasil wawancara pascaprogram menunjukkan bahwa mitra menjadi lebih percaya diri dalam memanfaatkan teknologi digital dan beberapa pelaku usaha melaporkan adanya peningkatan jumlah pelanggan serta omzet setelah identitas usaha, Google Maps, dan QRIS mulai dimanfaatkan dalam kegiatan usaha sehari-hari. Ringkasan hasil evaluasi program berdasarkan model CIPP disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Matriks Monitoring dan Evaluasi Program Berdasarkan Model CIPP

Komponen	Indikator Evaluasi	Temuan Utama	Hasil Evaluasi
Context	Identifikasi kebutuhan mitra	Hasil community mapping menunjukkan seluruh (6/6) UMKM belum memiliki banner usaha, belum terdaftar pada Google Maps, dan belum menggunakan QRIS. Mitra dipilih melalui proses observasi dan asesmen lapangan.	Permasalahan yang diidentifikasi sesuai dengan kebutuhan riil mitra sehingga menjadi dasar penyusunan program pendampingan.

Input	Kesiapan sumber daya	Program didukung oleh narasumber berlatar belakang akuntansi, tim pendamping, modul pelatihan, perangkat presentasi, bahan pembuatan banner, serta media QRIS. Pendampingan dirancang menggunakan pendekatan one-on-one mentoring.	Sumber daya dan perangkat pendukung memadai sehingga seluruh tahapan program dapat dilaksanakan sesuai rencana.
Process	Pelaksanaan kegiatan	Workshop dilaksanakan dalam dua sesi, dilanjutkan dengan pendampingan pemasangan banner, registrasi Google Business Profile, aktivasi QRIS, dan simulasi transaksi digital pada seluruh UMKM.	Seluruh tahapan kegiatan terlaksana dengan baik, dan setiap UMKM berhasil menyelesaikan proses implementasi digitalisasi usaha.
Product	Luaran dan dampak program	Seluruh UMKM memiliki banner usaha, lokasi usaha telah terverifikasi di Google Maps, serta QRIS telah aktif digunakan sebagai media pembayaran digital. Hasil wawancara menunjukkan adanya peningkatan literasi digital dan rata-rata peningkatan omzet sekitar 20%.	Program mencapai seluruh indikator luaran yang ditetapkan dan memberikan dampak positif terhadap visibilitas usaha, kemudahan transaksi, serta perkembangan usaha mitra.

Pembahasan

Community Mapping sebagai Dasar Penentuan Intervensi Program

Pelaksanaan *community mapping* menjadi tahapan awal yang sangat menentukan keberhasilan program karena memberikan gambaran nyata mengenai kondisi, potensi, dan kebutuhan mitra sebelum intervensi dilakukan. Melalui proses pemetaan yang bersifat partisipatif, masyarakat dapat mengidentifikasi kebutuhan, sumber daya, serta berbagai permasalahan yang menjadi dasar dalam penyusunan program yang lebih tepat sasaran (Laituri et al., 2023). Selain menghasilkan informasi yang komprehensif, *community mapping* juga mendorong keterlibatan aktif masyarakat dalam proses perencanaan sehingga program yang disusun menjadi lebih kontekstual, inklusif, dan berkelanjutan (Lar et al., 2023). Hasil pemetaan pada penelitian ini menunjukkan bahwa permasalahan utama yang dihadapi keenam UMKM bukan terletak pada kualitas produk, melainkan pada rendahnya visibilitas usaha, belum optimalnya pemanfaatan platform digital, serta belum tersedianya sistem pembayaran digital. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa tantangan yang dihadapi UMKM lebih berfokus pada

Copyright (c) 2026 COMMUNITY : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

 <https://doi.org/10.51878/community.v6i1.13379>



aspek manajerial dan transformasi digital dibandingkan proses produksi. Oleh karena itu, intervensi yang dirancang diarahkan pada penguatan identitas usaha, digitalisasi lokasi usaha melalui Google Maps, serta penyediaan sistem pembayaran digital yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing mitra.

Temuan tersebut sejalan dengan pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) yang dikemukakan oleh Kretzmann dan McKnight (1993), yang menekankan bahwa pengembangan masyarakat sebaiknya diawali dengan identifikasi aset dan kebutuhan riil agar program yang disusun bersifat partisipatif dan sesuai dengan konteks lokal. Relevansi pendekatan ini masih terlihat dalam berbagai praktik pemberdayaan masyarakat, di mana pemetaan aset lokal dan pelibatan aktif masyarakat terbukti mampu meningkatkan efektivitas, keberlanjutan, serta rasa memiliki terhadap program yang dijalankan (Ward, 2023). Dalam penelitian ini, observasi lapangan dan wawancara memberikan informasi yang akurat mengenai kondisi usaha sehingga intervensi yang diberikan tidak bersifat umum, tetapi benar-benar menjawab kebutuhan setiap mitra. Pendekatan tersebut juga selaras dengan komponen **Context** dalam model evaluasi CIPP yang dikembangkan oleh Stufflebeam dan Coryn, yang menempatkan analisis kebutuhan sebagai landasan utama dalam penyusunan program. Berbagai penelitian juga menunjukkan bahwa evaluasi konteks melalui identifikasi kebutuhan dan kondisi awal sasaran merupakan langkah fundamental untuk memastikan program yang dirancang relevan dengan kebutuhan nyata serta meningkatkan efektivitas implementasinya (Sari et al., 2023). Sejalan dengan itu, penelitian mengenai transformasi digital UMKM menegaskan bahwa identifikasi kebutuhan merupakan tahap awal yang sangat penting sebelum pelaksanaan program digitalisasi. Transformasi digital akan memberikan dampak yang lebih optimal apabila disesuaikan dengan tingkat kesiapan dan karakteristik masing-masing pelaku usaha, mengingat setiap UMKM memiliki tantangan yang berbeda dalam mengadopsi teknologi digital.

Workshop sebagai Upaya Penguatan Literasi Digital UMKM

Workshop digitalisasi menjadi tahapan awal dalam meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya transformasi digital dalam pengembangan usaha. Materi yang diberikan mencakup penguatan identitas visual, optimalisasi kehadiran usaha pada platform digital, serta pemanfaatan QRIS sebagai sistem pembayaran yang lebih praktis dan efisien. Penyampaian materi yang dipadukan dengan praktik langsung dan sesi diskusi interaktif membuat peserta tidak hanya memahami konsep digitalisasi secara teoritis, tetapi juga memperoleh pengalaman dalam menerapkannya pada aktivitas usaha sehari-hari. Selain itu, keterlibatan narasumber yang memiliki kompetensi di bidang akuntansi memberikan nilai tambah bagi peserta, terutama dalam memahami mekanisme transaksi digital dan pencatatan keuangan sederhana yang mendukung pengelolaan usaha secara lebih tertib dan profesional.

Temuan tersebut sejalan dengan pandangan bahwa keberhasilan transformasi digital tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan teknologi, tetapi juga oleh kemampuan sumber daya manusia dalam memanfaatkan teknologi tersebut secara efektif (Farah et al., 2023). Dalam konteks UMKM, literasi digital menjadi fondasi penting untuk mengoptimalkan penggunaan berbagai platform digital dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat hubungan dengan pelanggan. Namun demikian, rendahnya tingkat literasi digital masih menjadi salah satu hambatan utama yang membatasi daya saing banyak UMKM (Bidasari et al., 2023). Oleh karena itu, pelatihan dan pendampingan menjadi strategi yang penting untuk meningkatkan kapasitas pelaku usaha. Hasil penelitian terbaru juga



menunjukkan bahwa program pelatihan digital mampu meningkatkan kemampuan UMKM dalam memanfaatkan Google Business Profile, media digital, dan sistem pembayaran elektronik, sehingga membuka peluang yang lebih besar untuk memperluas pemasaran, meningkatkan visibilitas usaha, serta mendorong pertumbuhan kinerja bisnis secara berkelanjutan.

Pendampingan One-on-One Mempercepat Adopsi Teknologi Digital

Keberhasilan program tidak hanya ditentukan oleh pelaksanaan workshop, tetapi juga oleh pendampingan intensif Mahasiswa Praktikum 1 Pengembangan Masyarakat Islam yang dilakukan secara *one-on-one* kepada setiap pelaku UMKM. Pendekatan ini memungkinkan setiap mitra memperoleh bimbingan yang disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan usahanya, sehingga proses implementasi dapat berjalan lebih efektif. Pendampingan diberikan pada setiap tahapan, mulai dari pemasangan banner sebagai identitas usaha, registrasi Google Business Profile, hingga aktivasi QRIS sebagai sistem pembayaran digital. Selama proses tersebut, berbagai kendala teknis yang dihadapi pelaku usaha dapat segera diidentifikasi dan diselesaikan bersama, sehingga seluruh target program berhasil diterapkan pada enam UMKM sasaran. Interaksi yang berlangsung secara langsung juga menciptakan suasana belajar yang lebih nyaman karena peserta dapat bertanya dan memperoleh solusi secara spesifik sesuai dengan permasalahan yang mereka alami.

Pendekatan pendampingan personal memberikan kesempatan kepada pelaku usaha untuk belajar melalui praktik langsung (*learning by doing*), sehingga tidak hanya meningkatkan pemahaman, tetapi juga membangun rasa percaya diri dalam mengoperasikan teknologi digital secara mandiri. Pengalaman belajar yang bersifat aplikatif membuat pelaku UMKM lebih mudah memahami setiap tahapan penggunaan teknologi karena mereka mempraktikkannya secara langsung pada usaha yang dijalankan. Hasil ini menunjukkan bahwa proses adopsi teknologi pada UMKM akan berlangsung lebih efektif apabila disertai pendampingan yang berkelanjutan dibandingkan hanya mengandalkan penyampaian materi melalui pelatihan. Temuan tersebut sejalan dengan pendapat Sucipto et al. (2024) yang menyatakan bahwa pemberdayaan masyarakat memerlukan proses pendampingan yang berkesinambungan agar perubahan perilaku, peningkatan kapasitas, dan kemandirian masyarakat dapat berkembang secara optimal. Selain itu, berbagai penelitian mengenai transformasi digital UMKM juga menunjukkan bahwa model pendampingan yang bersifat partisipatif memberikan dampak yang lebih besar terhadap keberhasilan implementasi teknologi dibandingkan pendekatan yang hanya berfokus pada pelatihan. Melalui pendampingan yang berkelanjutan, pelaku usaha memperoleh kesempatan untuk mengatasi berbagai kendala secara langsung, sehingga tingkat adopsi teknologi menjadi lebih tinggi, penggunaan teknologi lebih konsisten, dan manfaat digitalisasi dapat dirasakan secara berkelanjutan.

Dampak Digitalisasi terhadap Peningkatan Daya Saing UMKM

Hasil program menunjukkan bahwa seluruh UMKM sasaran berhasil memiliki identitas visual usaha, terdaftar pada Google Maps melalui Google Business Profile, serta mengimplementasikan QRIS sebagai media pembayaran digital. Pencapaian tersebut menunjukkan bahwa intervensi yang dilakukan tidak hanya menghasilkan perubahan pada aspek administratif usaha, tetapi juga memberikan dampak yang lebih luas terhadap penguatan eksistensi bisnis di ruang digital. Kehadiran identitas usaha yang lebih jelas, lokasi usaha yang mudah ditemukan secara daring, serta tersedianya sistem pembayaran non-tunai memberikan



kemudahan bagi konsumen dalam mengakses layanan yang ditawarkan. Dampak positif tersebut turut diperkuat oleh hasil wawancara dengan para pelaku UMKM yang mengungkapkan adanya peningkatan jumlah pelanggan dan kenaikan omzet setelah seluruh rangkaian program selesai dilaksanakan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Afandi et al. (2023) yang menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan digital mampu memperkuat kemampuan pemasaran UMKM sehingga berdampak pada bertambahnya pelanggan dan peningkatan penjualan. Hasil serupa juga dilaporkan oleh Silaban et al. (2025), yang menyatakan bahwa pemanfaatan media sosial, *e-commerce*, dan sistem pembayaran digital berkontribusi terhadap peningkatan volume penjualan, perluasan jangkauan pasar, serta pertumbuhan omzet UMKM.

Perubahan yang terjadi pada mitra menunjukkan bahwa setiap komponen program memiliki kontribusi yang saling melengkapi dalam mendukung pengembangan usaha. Keberadaan banner memberikan identitas visual yang memudahkan konsumen mengenali sekaligus menemukan lokasi usaha, sedangkan Google Business Profile memperluas peluang usaha muncul dalam pencarian berbasis lokasi sehingga meningkatkan keterjangkauan informasi oleh calon pelanggan. Identitas visual sendiri merupakan salah satu dimensi penting dari identitas merek yang berfungsi memperkuat komunikasi organisasi sekaligus membangun pengenalan dan persepsi positif di kalangan pemangku kepentingan (Tourky et al., 2021). Kondisi tersebut pada akhirnya dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan mendorong terbentuknya keputusan pembelian (Pramana et al., 2024). Di sisi lain, implementasi QRIS memberikan alternatif pembayaran yang lebih praktis, cepat, dan aman sehingga mampu mengurangi hambatan transaksi serta meningkatkan kenyamanan pelanggan dalam melakukan pembayaran (Wirabuana et al., 2023). Berbagai penelitian terbaru juga menunjukkan bahwa pemanfaatan Google Business Profile, sistem pembayaran digital, dan strategi pemasaran berbasis teknologi mampu memperkuat visibilitas usaha, memperluas jangkauan pasar, serta mendorong pertumbuhan kinerja UMKM secara berkelanjutan. Dengan demikian, integrasi antara identitas visual, kehadiran usaha pada platform digital, dan sistem pembayaran elektronik dapat dipandang sebagai strategi yang saling mendukung dalam memperkuat daya saing serta keberlanjutan usaha mikro di tengah perkembangan ekonomi digital.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh Mahasiswa Praktikum 1 Pengembangan Masyarakat Islam ini berhasil mencapai tujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM di Kecamatan Pamulang melalui pelatihan dan pendampingan digital berbasis Google Maps dan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS). Hasil kegiatan menunjukkan bahwa seluruh UMKM sasaran telah memiliki identitas visual usaha berupa *banner*, lokasi usaha yang terdaftar pada Google Business Profile sehingga dapat diakses melalui Google Maps, serta fasilitas QRIS sebagai media pembayaran digital. Selain itu, pelaku UMKM mengalami peningkatan literasi digital dan kemampuan mengoperasikan layanan digital secara mandiri, yang berdampak pada perluasan jangkauan pemasaran, kemudahan transaksi nontunai, serta peningkatan jumlah pelanggan dan omzet usaha. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pendekatan yang mengintegrasikan *community mapping*, *workshop*, dan pendampingan intensif secara *one-on-one* efektif dalam mendukung proses transformasi digital UMKM.

Implikasi kegiatan ini menunjukkan bahwa program digitalisasi UMKM tidak cukup dilakukan melalui pelatihan semata, tetapi perlu disertai pendampingan berkelanjutan agar teknologi yang diperkenalkan dapat diadopsi dan dimanfaatkan secara optimal oleh pelaku



usaha. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan peserta, menjalin kolaborasi dengan pemerintah daerah, lembaga keuangan, dan penyedia platform digital, serta mengembangkan materi pendampingan yang mencakup pemasaran digital, pengelolaan keuangan berbasis aplikasi, dan pemanfaatan media sosial untuk promosi usaha. Upaya tersebut diharapkan mampu memperkuat keberlanjutan transformasi digital UMKM serta meningkatkan daya saing usaha mikro secara lebih luas di tingkat daerah maupun nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A., Amsari, S., & Hayati, I. (2023). Digital Marketing Training By Lazismu Medan City To Increase The Msmes Competitiveness. *Community Empowerment*, 8(5), 676–681. <https://doi.org/10.31603/ce.9122>
- Anatan, L., & Nur. (2023). Micro, Small, And Medium Enterprises' Readiness For Digital Transformation In Indonesia. *Economies*, 11(6), Article 156. <https://doi.org/10.3390/economies11060156>
- Armiani. (2023). Pendampingan UMKM Dalam Penerapan Teknologi Digital Guna Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Jurnal Abdi Masyarakat Nusantara*, 1(2), 16–25. <https://doi.org/10.61754/jurdiasra.v1i2.54>
- Ayundyayasti, P., Sarana, S., Sadida, A., Sugiarti, S., & Suwondo, A. (2023). Analysis Of The Adoption Of Digital Marketing In Msmes In The Era Of The Covid-19 Pandemic. *Journal Of Applied Business Administration*, 7(1). <https://www.mendeley.com/catalogue/21f1daac-05d2-321f-850e-89a14160a39c>
- Ben Slimane, S., Coeurderoy, R., & Mhenni, H. (2022). Digital Transformation Of Small And Medium Enterprises: A Systematic Literature Review And An Integrative Framework. *International Studies Of Management & Organization*, 52(2), 96–120. <https://doi.org/10.1080/00208825.2022.2072067>
- Bidasari, S., Sahrir, Goso, & Hamid, R. S. (2023). Peran Literasi Keuangan Dan Literasi Digital Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 7(2), 1635–1645. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1404>
- Dellon, A. B. C., Retang, A. L., Triwijayati, A., & Hellyani, C. A. (2025). Peran QRIS Dalam Digitalisasi Sistem Pembayaran UMKM: Analisis Manfaat Dan Hambatan. *Jurnal Manajemen Bisnis Era Digital*, 3(2). <https://doi.org/10.61132/jumabedi.v3i2.1324>
- Farah, I., Suseno, B. D., & Suadma, U. (2023). The Antecedents And Consequences Of Digital Competence: How To Support The Performance Of Organizations. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 19(1). <https://doi.org/10.21067/jem.v19i1.8432>
- Gotama, R. T., Hoo, W. C., Teck, T. S., & Ismail, M. (2022). Study Of Relationships Between Companies' Digitalisation, Resources And Capabilities On Competitive Advantage Of Small And Medium Enterprises In Indonesia. *International Journal Of Academic Research In Economics And Management And Sciences*, 11(2), 106–120. <https://doi.org/10.6007/ijarems/v11-i2/13171>



- Indriastuti, M., & Kartika, I. (2022). The Impact Of Digitalization On Msmes' Financial Performance: The Mediating Role Of Dynamic Capability. *Jurnal Economia*, 18(2), 240–255. <https://doi.org/10.21831/economia.v18i2.42790>
- Khoerunisya, Z. P., Yustiana, T., Sofyana, A., & Febrianto, A. S. (2023). The Effect Of Digital Transformation On The Business Strategy Of Smes In The City Of Bandung. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 16(1), 63–71. <https://doi.org/10.55208/bistek.v16i1.357>
- Laituri, M., Luizza, M. W., Hoover, J. D., & Allegretti, A. M. (2023). Questioning The Practice Of Participation: Critical Reflections On Participatory Mapping As A Research Tool. *Applied Geography*, 152, 102900. <https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2023.102900>
- Lar, L. A., Dean, L., Adekeye, T., Oluwole, A. S., Lawong, D., Kevin, G., Yashiyi, J., Gwani, N., Usman, H., Danjuma, M., Faneye, A., Kafil-Emiola, M. A., Okoko, O. O., Isiyaku, S., Thomson, R., & Ozano, K. (2023). Lessons From Participatory Community Mapping To Inform Neglected Tropical Disease Programmes In Nigeria. *International Health*, 15(Suppl. 1), I6–I17. <https://doi.org/10.1093/inthealth/ihac074>
- Pingali, S. R., Singha, S., Arunachalam, S., & Pedada, K. (2023). Digital Readiness Of Small And Medium Enterprises In Emerging Markets: The Construct, Propositions, Measurement, And Implications. *Journal Of Business Research*, 164, 113973. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113973>
- Pramana, L. V., Putri, N. V. A., Rahman, F., & Prasetya, P. (2024). The Effects Of Sonic Logo And Visual Logo Repetition Towards Brand Recall, Recognition, Attitude, And Purchase Intention. *Journal Of Consumer Sciences*, 9(3), 338–361. <https://doi.org/10.29244/jcs.9.3.338-361>
- Rupeika-Apoga, R., & Petrovska, K. (2022). Barriers To Sustainable Digital Transformation In Micro-, Small-, And Medium-Sized Enterprises. *Sustainability*, 14(20), 13558. <https://doi.org/10.3390/su142013558>
- Sari, I. K., Kasmini, L., Rosdiana, R., & Manurung, M. M. H. (2023). The Online Evaluation Of The Teacher Certification Program Using The CIPP Model. *Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, 27(2). <https://doi.org/10.21831/pep.v27i2.57914>
- Silaban, P., Silaban, F. S., & Sitompul, S. Y. (2025). The Impact Of Digitalization On The Sales Performance Of Msmes In Medan City. *Journal Of Management: Small And Medium Enterprises (Smes)*, 18(3). <https://doi.org/10.35508/jom.v18i3.25947>
- Skare, M., De Las Mercedes De Obesso, M., & Ribeiro-Navarrete, S. (2023). Digital Transformation And European Small And Medium Enterprises (Smes): A Comparative Study Using Digital Economy And Society Index Data. *International Journal Of Information Management*, 68, 102594. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2022.102594>
- Sucipto, S., Nasih, A. M., Raharjo, K. M., & Fatihin, M. K. (2024). How Does Community Education Encourage Sustainable Development? A Comprehensive Strategy Strengthens The Role Of Community Facilitators. *Cakrawala Pendidikan*, 43(2). <https://doi.org/10.21831/cp.v43i2.66623>



- Tourky, M., Foroudi, P., Gupta, S., & Shaalan, A. (2021). Conceptualizing Corporate Identity In A Dynamic Environment. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 24(2), 113–142. <https://doi.org/10.1108/qmr-01-2018-0003>
- Ward, S. (2023). Using Theory-Based Evaluation To Understand What Works In Asset-Based Community Development. *Community Development Journal*, 58(2), 206–224. <https://doi.org/10.1093/cdj/bsab046>
- Wirabuana, C., Marbanie, R., Sensuse, D. I., Hidayat, D. S., & Purwaningsih, E. H. (2023). Perceptions Of The Use Of Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) For Payment And Its Impact On Consumer Behavior. *Jurnal Sistem Informasi*, 20(2), 143–160. <https://doi.org/10.21609/jsi.v20i2.1416>