

PENDAMPINGAN UMKM BERBASIS PEMBAYARAN DIGITAL DAN PACKAGING DI KELURAHAN KP. RAMBUTAN

Novelia Utami¹, Eka Haryati², Deviyani Vionita³, Hermansyah⁴

^{1,2,3,4}Pendidikan Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka

email: noveliautami@uhamka.ac.id¹, ekaharyati200@gmail.com²,

deviyanivionita@gmail.com³, hemacandra1212@gmail.com⁴

ABSTRAK

Penelitian ini membahas program pendampingan UMKM berbasis pembayaran digital dan kemasan produk di Kelurahan Kp. Rambutan. Tujuan dari program ini adalah untuk meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional UMKM melalui penerapan teknologi pembayaran digital dan peningkatan kualitas kemasan produk. Metode yang digunakan penulis yaitu dengan melakukan kegiatan pendampingan kepada pemilik usaha melalui wawancara pelaku umkm dilanjut dengan penjelasan pentingnya digitalisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan pembayaran digital melalui QRIS dan peningkatan kemasan produk telah memberikan dampak positif yang signifikan terhadap penjualan dan kepuasan pelanggan. Selain itu, UMKM di Kp. Rambutan juga melaporkan peningkatan efisiensi dan pengelolaan bisnis. Temuan ini mengindikasikan bahwa program pendampingan berbasis teknologi dapat menjadi strategi efektif dalam mendukung perkembangan UMKM di era digital.

Kata Kunci: UMKM, Pembayaran Digital, Kemasan Produk, Pendampingan, QRIS, Kp. Rambutan

ABSTRACT

This study discusses a mentorship program for MSMEs based on digital payment and product packaging in the Kp. Rambutan Village. The program aims to enhance the competitiveness and operational efficiency of MSMEs through the implementation of digital payment technology and the improvement of product packaging quality. The author's method involved conducting mentorship activities with business owners through interviews with MSME actors followed by explanations of the importance of digitization. The results showed that the application of digital payments via QRIS and the improvement of product packaging had a significantly positive impact on sales and customer satisfaction. Additionally, MSMEs in Kp. Rambutan reported increased efficiency and business management. These findings indicate that technology-based mentorship programs can be an effective strategy in supporting the development of MSMEs in the digital era.

Keywords: MSMEs, Digital Payment, Product Packaging, Mentorship, QRIS, Kp. Rambutan

PENDAHULUAN

Aktivitas pengabdian masyarakat bertujuan untuk memberikan pengaruh positif kepada masyarakat di sekitar lokasi pelaksanaan pengabdian (Fajarwati et al., 2023). Pelaku usaha UMKM di Kelurahan Rambutan, Ciracas, Jakarta Timur tergolong usaha menengah, karena masih skala ruko dan pemasarannya juga masih terbatas di sekitar kamoung ciracas saja. Namun, usaha ini menjadi salah satu bidang usaha yang

cukup berkembang. Terlebih lagi, sasaran dari pengabdian ini sering kali adalah kelompok yang belum sepenuhnya memahami bagaimana teknologi dapat mendukung aktivitas mereka. Era yang semakin maju dengan perkembangan teknologi yang pesat, baik secara langsung maupun tidak langsung, sistem perdagangan turut dipengaruhi (Burhanuddin et al., 2022). Perkembangan teknologi sangat berpengaruh pada aspek kehidupan salah satunya adalah mendukung pedagang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam mengembangkan inovasi melalui pemanfaatan teknologi.

Perkembangan terhadap teknologi dapat memberikan perubahan salah satunya adalah aspek ekonomi. Berdasarkan penelitian (Sundari, 2019) terdapat empat prinsip yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi bagi pertumbuhan suatu usaha, yaitu :

1. Memberikan informasi yang transparan
2. Memberikan kemudahan teknis dalam pekerjaan
3. Memberikan kesesuaian dalam kebutuhan yang diharapkan

Keempat prinsip tersebut dapat menjadi peluang bagi pertumbuhan usaha yang bisa dijadikan bekal bagi pelaku usaha untuk terus mengembangkan usahanya. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran vital dalam perekonomian Indonesia. Mereka tidak hanya berkontribusi signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB) tetapi juga menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, sehingga membantu mengurangi tingkat pengangguran. Namun, UMKM sering kali menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan usahanya, mulai dari keterbatasan akses terhadap modal, teknologi, hingga keterampilan manajerial (Munthe et al., 2023).

Salah satu pendekatan untuk mengatasi tantangan tersebut adalah melalui pendampingan berbasis pembayaran digital dan packaging. Transformasi digital, khususnya dalam hal pembayaran, dapat memberikan keuntungan kompetitif bagi UMKM dengan memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi transaksi, dan memberikan kemudahan bagi konsumen. Di sisi lain, packaging yang baik tidak hanya melindungi produk tetapi juga dapat menjadi alat pemasaran yang efektif, meningkatkan daya tarik produk, dan membangun citra merek (B et al., 2020).

Pendampingan berbasis pembayaran digital melibatkan penggunaan teknologi untuk memfasilitasi transaksi yang lebih cepat, aman, dan efisien. Ini termasuk penggunaan platform e-wallet, QR code, dan sistem pembayaran online lainnya. QR code merupakan sebuah kode yang digunakan salah satunya yaitu untuk pembayaran yang dapat membantu para pelaku UMKM untuk mencegah adanya pencurian uang dan uang palsu hal ini untuk mendukung mengembangkan perekonomian yang berbasis digitalisasi (Syarifah et al., 2023). Pemanfaatan teknologi ini, UMKM dapat lebih mudah mengelola arus kas, mengurangi risiko kehilangan uang tunai, dan menyediakan pengalaman belanja yang lebih baik bagi pelanggan. Pemanfaatan pembayaran digital dapat mencegah penyebab kecurangan yang akan dialami oleh para pelaku usaha dimana tujuan digitalisasi ini untuk

mendorong pelaku usaha untuk terus memajukan usahanya (Ramiyanti & Arianto, 2023).

Sementara itu, aspek packaging melibatkan desain dan material yang digunakan untuk membungkus produk. Packaging yang baik tidak hanya sekedar bungkus, tetapi juga berfungsi sebagai media promosi yang mencerminkan identitas merek dan menarik perhatian konsumen. Dengan desain yang menarik dan informasi produk yang jelas, packaging dapat meningkatkan persepsi nilai produk dan membedakan produk UMKM dari pesaingnya (Puryono et al., 2022).

Pendampingan dalam kedua aspek ini, yaitu pembayaran digital dan packaging, dapat menjadi solusi strategis bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing di era digital. Melalui program-program pendampingan yang tepat, UMKM dapat memanfaatkan teknologi dan desain untuk mencapai pertumbuhan yang lebih berkelanjutan. Artikel ini akan mengulas lebih lanjut tentang pentingnya pendampingan UMKM berbasis pembayaran digital dan packaging, serta manfaat yang dapat diperoleh dari pendekatan ini.

MATERI DAN METODE

Metode Kegiatan

Metode yang digunakan penulis yaitu dengan melakukan kegiatan pendampingan kepada pemilik usaha melalui wawancara pelaku umkm dilanjutkan dengan penjelasan pentingnya digitalisasi dalam pembayaran online umkm, penggunaan desain yang modern dan menarik seperti label pada produk, serta evaluasi kegiatan yang meliputi (Nazhif & Nugraha, 2023):

1. Tahap persiapan :

- Membuat instrumen wawancara yang akan ditujukan ke targte UMKM
- Melakukan observasi awal ke beberapa pelaku UMKM untuk mendapatkan informasi secara detail dan dapat melihat kondisi dilokasi usaha baik dari produksi atau pemasaran yang digunkaan. Maka dengan melihat kondisi dan desain ynag digunakan pemilik usaha tersebut, tim pengabdian memutuskan untuk membantu pembuatan pembayaran online (Qriss) dan membuat desain packaging.
- Melakukan koordnisasi dan komunikasi kepada pelaku umkm terkait desain yang dibuat untuk disesuaikan keinginan pemilik UMKM

2. Tahap Pelaksanaan :

- Mendaftarkan akun pemilik usaha umkm pada aplikasi pembayaran digital
- Melakukan sesi dokumentasi bersama pemilik usaha UMKM
- Kegiatan pendampingan dilakukan selama satu bulan
- Menjelaskan tata cara pembuatan desain di aplikasi canva yang dapat dimanfaatkan dalam pembuatan packaging kepada pelaku umkm
- Penyusunan loog book selama kegiatan pendampingan berlangsung
- Penutupan dengan memberikan hasil dari pendampingan kepada dua pelaku umkm yaitu hasil barcode Qriss dan Packaging

3. Tahap Evaluasi

- Melakukan diskusi tanya jawab tentang pembuatan Qriss dan packaging produk untuk memberikan pemahaman terhadap digitalisasi kepad pelaku umkm.
- Mengkonfirmasi desain kepada pelaku usaha untuk memberikan argumentasinya dalam pembuatan design packaging seperti menambahkan informasi yang sesuai dengan produk usahanya.

Lokasi Kegiatan

Pendampingan UMKM dilakukan di Jl. Tanah Merdeka No. 20 RT. 11 / RW. 2, Rambutan, Kec. Ciracas, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13830

Peserta Kegiatan

Pendampingan UMKM dilakukan kepada tiga pelaku UMKM

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini melibatkan kerjasama antara dosen dan mahasiswa Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka yang bertugas mendampingi sosialisasi penggunaan QRIS dan *packaging* pada UMKM. Upaya ini diharapkan dapat mendorong dan mendukung perekonomian bisnis UMKM. Sebelum kegiatan pengabdian dimulai, mahasiswa yang akan bertindak sebagai pendamping diberikan pelatihan mengenai penggunaan QRIS dan cara mengimplementasikannya.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran vital dalam perekonomian Indonesia (Vinatra et al., 2023). UMKM adalah motor penggerak dalam perkembangan dan pertumbuhan ekonomi. Lebih dari 90 persen bisnis di dunia merupakan UMKM, dan di negara-negara berkembang, UMKM berkontribusi terhadap 80 persen dari penciptaan lapangan kerja baru. Jumlah UMKM yang sangat besar menunjukkan peran pentingnya sebagai penggerak utama dalam pertumbuhan, perkembangan, dan pembangunan ekonomi (Br Tarigan et al., 2022). Salah satu segmen UMKM yang cukup berkembang adalah penjual jus. Namun, banyak dari mereka yang masih menghadapi tantangan dalam mengadopsi teknologi pembayaran digital. QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) adalah solusi pembayaran yang dapat membantu UMKM meningkatkan efisiensi transaksi dan memberikan kenyamanan kepada pelanggan (Astriditia & Dwi Nugroho, 2021)

Penggunaan QRIS memudahkan pelaku UMKM dalam menerima berbagai metode pembayaran. Dengan satu kode QRIS di merchant DANA, pelanggan dapat melakukan pemindaian menggunakan aplikasi apa saja, seperti LinkAja, Gopay, OVO, DANA, dan ShopeePay (Fasa et al., 2023).

Manfaat Penggunaan QRIS bagi UMKM Penjual Jus

Pembayaran nontunai dengan memanfaatkan uang elektronik mendatangkan peluang baru yang oleh para user dimanfaatkan untuk meminimalkan penggunaan transaksi uang tunai (Natsir et al., 2023).

1. Kemudahan Transaksi

Penggunaan QRIS memudahkan pembayaran karena pelanggan dapat membayar dengan berbagai aplikasi dompet digital atau mobile banking.

2. Transaksi Lebih Cepat dan Aman

Transaksi menjadi lebih cepat dan aman karena tidak perlu mengelola uang tunai.

3. Laporan Keuangan Lebih Tertata

Penggunaan QRIS membantu penjual jus dalam pencatatan transaksi sehingga memudahkan pengelolaan keuangan.

4. Menarik Pelanggan Baru

Dengan menawarkan metode pembayaran yang modern, UMKM dapat menarik metode pembayaran yang modern, UMKM dapat menarik pelanggan yang lebih suka menggunakan pembayaran digital.

Langkah - langkah Pendampingan Pembuatan QRIS

1. Sosialisasi dan Edukasi

Tahap pertama adalah memberikan sosialisasi dan edukasi kepada penjual jus mengenai manfaat QRIS. Penjual perlu memahami bagaimana QRIS bekerja dan bagaimana hal itu dapat membantu bisnis mereka. Berikut adalah dokumentasi sosialisasi.



Gambar 1. Sosialisasi kepada Penjual Jus Cita Rasa

2. Registrasi dan Pembuatan QRIS

Pendampingan melibatkan membantu penjual dalam proses registrasi QRIS. Langkah-langkah ini mencakup:

- Memilih Penyedia Layanan QRIS: Penjual jus perlu memilih penyedia layanan pembayaran yang mendukung QRIS.
- Mengisi Formulir Registrasi: Pendamping membantu penjual dalam mengisi formulir registrasi dan melengkapi dokumen yang diperlukan.

- Verifikasi dan Aktivasi: Setelah pendaftaran, penyedia layanan akan memverifikasi dan mengaktifkan QRIS untuk penjual.

Berikut adalah dokumentasi proses registrasi dan pembuatan QRIS.



Gambar 2. Proses Mendaftar Qriss

3. Implementasi dan Penggunaan

Setelah QRIS diaktifkan, pendampingan berlanjut ke tahap implementasi:

- Pelatihan Penggunaan : Pendamping memberikan pelatihan kepada penjual dan karyawan mereka tentang cara menggunakan QRIS dalam transaksi sehari-hari.
- Promosi kepada Pelanggan: Penjual jus diberikan panduan tentang cara mempromosikan QRIS kepada pelanggan mereka untuk meningkatkan penggunaan.

Berikut adalah dokumentasi Implementasi dan Penggunaan



Gambar 3. Pemasangan Qriss Code

4. Monitoring dan Evaluasi

Pendampingan tidak berhenti setelah implementasi. Penting untuk melakukan monitoring dan evaluasi (Arifudin et al., 2020):

- Pemantauan Transaksi: Melakukan pemantauan transaksi harian untuk memastikan QRIS digunakan dengan benar.
- Feedback dan Perbaikan: Mengumpulkan feedback dari penjual dan pelanggan untuk memperbaiki dan mengoptimalkan penggunaan QRIS.

UMKM "CITA RASA JUS" adalah sebuah usaha penjual jus yang telah mendapatkan pendampingan dalam pembuatan QRIS. Setelah mengikuti seluruh proses pendampingan, "CITA RASA JUS" melaporkan peningkatan transaksi sebesar 30% dalam dua bulan pertama. Pelanggan merasa lebih nyaman dan aman dalam melakukan pembayaran, dan pemilik usaha lebih mudah dalam mengelola keuangan harian mereka.

Pendampingan selanjutnya yang kami lakukan yaitu pendampingan pembuatan packaging yang menarik pada pelaku usaha Marta Snack Kue Basah dan Aneka Gorengan. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah tulang punggung ekonomi Indonesia (Kristian Pakpahan, 2020). Dua di antaranya yang berpotensi besar adalah UMKM yang bergerak di bidang kuliner, seperti Marta Snack Kue Basah dan Aneka Gorengan. Meskipun memiliki produk berkualitas, UMKM sering menghadapi tantangan dalam hal packaging yang menarik dan fungsional. Pentingnya pendampingan bagi UMKM tersebut dalam mengembangkan packaging yang efektif untuk meningkatkan daya tarik produk dan memperluas pasar (Citaningtyas Ari Kadi et al., 2022).

Berdasarkan tahapan-tahapan kegiatan yang sudah dilakukan, kami berusaha memberikan inovasi-inovasi yang dibutuhkan oleh UMKM Marta Snack Kue Basah dan Aneka Gorengan dalam memperluas segmen pasar sehingga penjualan produk mengalami peningkatan dan produk-produk yang ditawarkan lebih banyak dikenal.

Pentingnya Packaging bagi UMKM Kuliner

Packaging yang baik bukan hanya sekadar pembungkus produk, tetapi juga menjadi salah satu elemen kunci dalam pemasaran (Nurhablisyah, 2021). Beberapa manfaat packaging yang baik antara lain:

1. Melindungi Produk: Memastikan produk tetap segar dan aman selama penyimpanan dan pengiriman.
2. Menarik Perhatian Konsumen: Desain yang menarik dapat menarik perhatian konsumen dan mendorong mereka untuk membeli.
3. Meningkatkan Citra Brand: Packaging yang profesional dapat meningkatkan citra brand dan kepercayaan konsumen.
4. Informasi Produk: Menyediakan informasi penting seperti bahan, tanggal kadaluarsa, dan cara penyimpanan.

Langkah-langkah Pendampingan Packaging

Pendampingan dimulai dengan analisis kebutuhan dan kondisi packaging saat ini pada UMKM Marta Snack Kue Basah dan Aneka Gorengan. Hal ini melibatkan

penilaian packaging saat ini melihat bagaimana produk dikemas saat ini dan mengidentifikasi kelemahan dan kekuatannya. Selanjutnya mengidentifikasi kebutuhan spesifik masing-masing UMKM berdasarkan jenis produk, target pasar, dan distribusi. Berikut dokumentasi kunjungan pertama untuk melihat bagaimana produk dikemas.



Gambar 4. Penyerahan hasil design kemasan

Berdasarkan analisis awal, langkah berikutnya adalah desain dan pengembangan packaging. Mengembangkan desain visual yang menarik dan sesuai dengan identitas brand. Ini termasuk logo, warna, dan grafis (Hananto, 2019). Pemilihan bahan packaging yang tepat untuk memastikan produk terlindungi dengan baik dan tetap menarik selain itu, memastikan packaging mudah digunakan oleh konsumen dan sesuai untuk produk yang dikemas (Gurning, 2023).



Gambar 5. Design Kemasan

Setelah desain final disetujui, langkah selanjutnya adalah produksi dan implementasi. Bekerja sama dengan produsen packaging untuk memproduksi dalam jumlah yang dibutuhkan. Memberikan pelatihan kepada UMKM tentang cara mengemas produk dengan packaging baru secara efisien. Pendampingan berlanjut dengan evaluasi dan penyesuaian yaitu, mengumpulkan umpan balik dari konsumen mengenai packaging baru.



Gambar 6. Proses Pemasangan Design Kemasan ke Produk

Marta Snack Kue Basah, yang terkenal dengan kue basah tradisionalnya, mendapatkan desain packaging baru yang lebih modern dan higienis. Packaging baru ini tidak hanya menarik perhatian konsumen, tetapi juga menjaga kue tetap segar lebih lama. Setelah implementasi, Marta Snack melaporkan peningkatan penjualan sebesar 25% dalam tiga bulan pertama.

UMKM Aneka Gorengan, yang menjual berbagai jenis gorengan, menerima pendampingan untuk membuat packaging yang tidak hanya menarik tetapi juga dapat menahan minyak dan menjaga kerenyahan. Packaging baru ini dirancang dengan bahan anti-minyak dan ventilasi yang memastikan gorengan tetap renyah. Dampaknya, Aneka Gorengan mengalami peningkatan jumlah pesanan, terutama dari konsumen yang memesan untuk acara khusus.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan pengabdian yang penulis lakukan kepada UMKM yang sedang dijalankan oleh pemilik usaha memberikan dampak yang positif bagi penjualan mereka, pelaku UMKM penjual jus buah "Cita Rasa Jus" memiliki efek memudahkan bagi pelanggan dalam melakukan pembayaran secara online dan memudahkan penjual maupun pembeli ketika tidak ada uang kembalian. Pemilik UMKM kuliner "Marta Snack Kue Basah" dan "Aneka Gorengan" sebelum dilakukan pendampingan produk tidak memiliki label kemasan dan tidak menarik, setelah dilakukan pendampingan produk terlihat lebih menarik dengan ditambahkan informasi kontak dan alamat penjual untuk memudahkan pembeli memesan secara online.

Saran kegiatan Lanjutan

Penulis berharap dengan dilakukannya pendampingan kepada UMKM dapat memberikan dampak positif bagi para pelaku usaha, untuk kedepannya sosialisasi tentang pentingnya pengelolaan uang kepada pelaku UMKM dapat terus mendorong keterbukaan mereka akan manfaat dari penggunaan teknologi terhadap perkembangan usaha yang dilakukan dengan bijak.

UCAPAN TERIMA KASIH (Bila Perlu)

Penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen, teman-teman yang telah memberi dukungan, saran dan masukan terhadap pengabdian ini.

REFERENSI

- Arifudin, O., Wahrudin, U., Rusmana, F. D., & Tanjung, R. (2020). Pendampingan UMKM Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Dan Hasil Penjualan Opak Makanan Khas Jawa Barat. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(2), 313–322. <https://doi.org/10.22437/jkam.v4i2.10560>
- Astridtia, O., & Dwi Nugroho, A. (2021). *ANALISIS PENERAPAN PEMBAYARAN DIGITAL QRIS DALAM KEMUDAHAN UMKM DI KOTA SURABAYA*. [http://repository.uinsu.ac.id/15610/1/SKRIPSI%20Final%20Ayunda%20Azhari%20\(1\)%20\(1\).pdf](http://repository.uinsu.ac.id/15610/1/SKRIPSI%20Final%20Ayunda%20Azhari%20(1)%20(1).pdf)
- B, M., Wijaya, A., Kholiyah, S., A.Chodiq, & Tommy, H. (2020). TRANSFORMASI DIGITAL DAN STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS UMKM YANG ADAPTIF & BERKELANJUTAN PASCA PANDEMI COVID-19. *JURNAL ANALIS KEBIJAKAN*, 4(2).
- Br Tarigan, Z. N. A., Dewi, F. N., & Pribadi, Y. (2022). KEBERLANGSUNGAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH DI MASA PANDEMI: DUKUNGAN KEBIJAKAN PEMERINTAH. *Jurnal BPPK: Badan Pendidikan Dan Pelatihan Keuangan*, 15(1), 12–23. <https://doi.org/10.48108/jurnalbppk.v15i1.666>
- Burhanuddin, Ibrahim, Saleh, M., Sobry, M., & Syafruddin, A. (2022). JURNAL PENGABDIAN PADA MASYARAKAT INDONESIA IMPLEMENTASI PEMBERDAYAAN MELALUI BUDIDAYA IKAN NILA MELALUI EKSTENSIF PLUS MASA PANDEMI COVID-19 DI PAGESANGAN KOTA MATARAM. In *JPPMI* (Vol. 1, Issue Februari).
- Citaningtyas Ari Kadi, D., Rizal Ula Ananta Fauzi, & Hari Purwanto. (2022). Labeling Dan Packaging Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Keripik Tempe Barokah Desa Garon Balerejo Madiun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat "Wiryakarya,"* 1(1). <https://e-journal.unipma.ac.id/index.php/WKFEB/article/view/11795>
- Fajarwati, Y. P., Raihana, R., & Al Khairi, M. (2023). Upaya Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) Melalui Pemanfaatan Pendidikan di Desa Siabu Kecamatan Salo. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 7(2), 384–391. <https://doi.org/10.37859/jpumri.v7i2.5790>
- Fasa, M. I., Hilal, S., & Normasyhuri, K. (2023). Strategi Peningkatan Pertumbuhan Bisnis UMKM Provinsi Lampung Dengan Penerapan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). *Jurnal SOLMA*, 12(3), 1557–1568. <https://doi.org/10.22236/solma.v12i3.13122>
- Gurning, L. R. (2023). Desain Struktur Kemasan Produk Makanan Berbahan Dasar Kertas Karton sebagai Oleh-oleh Guna Meningkatkan Penjualan. *Magenta /*

- Official Journal STMK Trisakti*, 7(02), 1101–1111.
<https://doi.org/10.61344/magenta.v7i02.106>
- Hananto, B. A. (2019). PERANCANGAN LOGO DAN IDENTITAS VISUAL UNTUK KOTA BOGO. *Titik Imaji*, 2(1). <https://doi.org/10.30813/v2i1.1525>
- Kristian Pakpahan, A. (2020). *COVID-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. <https://read.oecd->
- Munthe, A., Yarham, M., & Siregar, R. (2023). Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMAK)*, 2(3).
- 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.v1i3.26208>
- Nazhif, M. N., & Nugraha, I. (2023). BRANDING UMKM UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK ECOPRINT ANDIN COLLECTION. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(1), 261. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v7i1.12673>
- Nurhablisyah, N. (2021). Analisis Elemen Visual Kemasan Indomie Goreng Edisi Ramadhan dalam Tinjauan Komunikasi Pemasaran. *GANDIWA Jurnal Komunikasi*, 1(1), 1–11. <https://doi.org/10.30998/g.v1i1.692>
- Puryono, D. A., Sudiati, L. E., & Haryanti, N. (2022). PENDAMPINGAN UMKM KERIPIK TEMPE DESA LANGSE KECAMATAN MARGOREJO DALAM MENDESAIN LABEL PRODUK. *Jurnal Pasopati*, 4(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/pasopati.2022.14029>
- Ramiyanti, S., & Arianto, B. (2023). Pendampingan Literasi Keuangan Digital Bagi UMKM Digital di Kelurahan Tembung Kota Serang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 158–167. <https://doi.org/https://doi.org/10.47776/praxis.v1i3.621>
- Sundari, C. (2019). Revolusi Industri 4.0 Merupakan Peluang dan Tantangan Bisnis Bagi Generasi Milenial di Indonesia. *Call For Papers, Universitas Tidar*.
- Syarifah, T., Wahyuni, D., Masyitah, E., & Sajidah, Q. (2023). Pelatihan dan Pendampingan UMKM Melalui Qris dan Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/cdj.v4i4.19205>
- Vinatra, S., Bisnis, A., Veteran, U., & Timur, J. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 1–08. <https://doi.org/10.59581/jap-widyakarya.v1i1.832>