

Optimalisasi Daya Tarik Usaha Kecil melalui Desain Visual yang Menarik dan Pemanfaatan Teknologi QR Code: Studi Kasus Warung Es Karpotek Kota Samarinda

Optimizing Small Business Attractiveness through Attractive Visual Design and Utilization of QR Code Technology: Case Study of Karpotek Ice Shop in Samarinda City

Asnawati^{1✉}, Mohammad Arsyad², Raven Naufal Azka³, Muhammad Haiqal Aulia Risian⁴, Muhammad Zainuri⁵, Rifky Fadlian Noor⁶

¹Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia.

²Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia.

³Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia.

⁴Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia.

⁵Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia.

⁶Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia.

✉Corresponding author: asnawati@feb.unmul.ac.id

Abstrak

Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi lokal. Namun, di era digital, UMKM perlu meningkatkan daya tarik usaha melalui visualisasi yang menarik dan sistem pembayaran modern. Kegiatan ini bertujuan mengoptimalkan tampilan visual dan menerapkan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) sebagai metode pembayaran digital pada UMKM di Jalan Kemangi, Samarinda. Metode yang digunakan meliputi analisis lapangan, diskusi, sosialisasi, serta implementasi desain banner dan aktivasi QRIS. Hasil kegiatan diharapkan dapat meningkatkan visibilitas, efisiensi operasional, dan kepercayaan pelanggan. Meskipun ada tantangan teknis seperti kebutuhan perangkat dan akses internet, manfaatnya jauh lebih besar. Integrasi visual dan teknologi digital menjadi strategi penting dalam meningkatkan daya saing UMKM.

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a vital role in local economic development. However, in the digital era, they must enhance their business appeal through engaging visuals and modern payment systems. This activity aims to optimize visual presentation and implement QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) as a digital payment method for an MSME in Jalan Kemangi, Samarinda. The methods used include field analysis, discussion, outreach, banner design, and QRIS activation. The expected outcome is improved visibility, operational efficiency, and customer trust. Although there are technical challenges such as device requirements and internet access, the benefits are significantly greater. Integrating visual design and digital technology is a key strategy to strengthen MSME competitiveness.

This is an open-access article under the CC-BY-SA license.



Copyright © 2025 Asnawati, Mohammad Arsyad, Raven Naufal Azka, Muhammad Haiqal Aulia Risian, Muhammad Zainuri, Rifky Fadlian Noor.

Article history

Received 2025-05-20

Accepted 2025-05-20

Published 2025-06-30

Kata kunci

UMKM;
QRIS;
Visualisasi Usaha;
Digitalisasi.

Keywords

MSMEs;
QRIS;
Visual Design;
Digital Technology.

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran signifikan dalam memajukan perekonomian daerah. Berdampak positif dalam menekan angka pengangguran dan mengurangi kemiskinan. Selain itu, kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional meningkat (Ismail et al., 2023). Di Kalimantan Timur, terdapat 297.207 pelaku usaha mikro, 9.440 pelaku usaha kecil, dan 696 pelaku usaha menengah. Dengan jumlah pelaku usaha yang besar serta adanya pemindahan Ibu Kota Negara (IKN) ke Kalimantan Timur, UMKM memiliki peluang besar untuk berkembang. Namun, untuk bersaing di zaman sekarang, pelaku UMKM perlu berinovasi melalui tampilan-tampilan yang menarik. Langkah ini akan memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat daya saing di tingkat nasional maupun global (Perdana et al., 2023).

UMKM dituntut untuk terus berinovasi agar mampu menarik perhatian konsumen. Salah satu inovasi yang strategis adalah penguatan tampilan visual usaha, baik dari segi kemasan produk, desain media sosial, hingga estetika toko fisik. Menurut Yunita (2022), tampilan visual yang estetik dan profesional dapat mempengaruhi persepsi serta keputusan pembelian konsumen secara signifikan. Ia menyatakan bahwa "desain komunikasi visual yang dirancang secara estetik mampu meningkatkan daya beli konsumen melalui pengalaman visual yang menyenangkan dan menarik perhatian mereka" (Yunita, 2022). Hal ini memperkuat gagasan bahwa tampilan visual bukan sekadar pelengkap, melainkan elemen penting dalam strategi pemasaran.

Di era transformasi digital saat ini masyarakat kini telah diperkenalkan dengan pola hidup tanpa menggunakan uang tunai, yang dikenal sebagai Gerakan Non Tunai atau cashless society. Istilah cashless society merujuk pada kelompok masyarakat yang dalam melakukan transaksi keuangan tidak lagi memakai uang fisik, melainkan menggunakan kartu seperti kartu kredit, kartu debit, atau cash card sebagai alat pembayaran (Katon & Yuniati, 2020). Untuk mendukung transformasi ini, Bank Indonesia meluncurkan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) yang merupakan kode QR standar yang dapat digunakan oleh semua aplikasi pembayaran berbasis QR pada 17 agustus 2019 (Wijoyo et al., 2016). QRIS juga memberikan dampak positif pada efisiensi operasional pedagang UMKM. Dengan QRIS, pedagang dapat mengelola transaksi dengan lebih efisien, mengurangi biaya administratif, dan meminimalkan kebutuhan akan uang fisik. QRIS membantu pedagang dalam mempercepat proses pembayaran dan mempermudah pencatatan transaksi, sehingga mereka dapat fokus pada aspek lain dari bisnis mereka (Wijoyo et al., 2016). Penggunaan QRIS juga dapat berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM, karena dapat menjangkau pelanggan yang lebih memilih untuk melakukan transaksi non-tunai. Selain itu, biaya transaksi yang rendah dan promosi yang sering ditawarkan penyedia layanan pembayaran digital dapat menarik calon pelanggan.

Melihat manfaat tersebut, kami hadir untuk membantu UMKM dalam proses pembuatan dan aktivasi QRIS. Kami percaya bahwa digitalisasi pembayaran adalah langkah penting untuk memajukan bisnis kecil dan menengah agar lebih adaptif dan berdaya saing di pasar modern. Dengan pendampingan yang tepat, kami berkomitmen untuk mempermudah UMKM dalam mengadopsi sistem pembayaran digital yang aman, efisien, dan terintegrasi.

Laporan ini bertujuan untuk mengkaji peran strategis tampilan visual dalam meningkatkan daya tarik usaha kecil serta menyusun strategi visual yang dapat diterapkan secara efektif dan efisien para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

2. Metode

2.1. Tanggalkan Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 30 April 2025. Pengabdian ini menjadi bagian dari upaya untuk meningkatkan daya tarik usaha kecil melalui visualisasi dan digitalisasi pembayaran.

2.2. Lokasi Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan PKM ini akan dilaksanakan di sebuah usaha kecil di Jalan Kemangi yang salah satunya warung es karpotek, kota Samarinda. Usaha kecil ini dipilih karena kami menilai kurangnya visualisasi seperti apa saja yang dijual dan belum adanya sistem pembayaran online.

2.3. Analisis Situasi Lapangan

Sebelum pelaksanaan pemberdayaan, dilakukan analisis awal terhadap kondisi UMKM di Samarinda, yang meliputi pemahaman mereka terhadap pentingnya tampilan visual usaha mereka serta penggunaan QRIS dalam usaha mereka. Berdasarkan pemantauan yang telah dilakukan, ditemukan bahwa masih banyak UMKM yang belum menerapkan pentingnya tampilan visual usaha serta penggunaan QRIS. Selain itu, sebagian besar pelaku masih bergantung dengan metode yang biasa aja dan mereka memiliki keterbatasan dalam memanfaatkan situasi saat ini yang dimana dunia berada di revolusi industri 5.0. Berdasarkan analisis dilapangan kami memilih usaha kecil ini karena kami melihat kurangnya informasi apa saja yang mereka tawarkan selain itu kami menemukan bahwa usaha ini belum menggunakan metode pembayaran digital.

2.4. Pengenalan Kegiatan PKM

Kegiatan PKM ini bertujuan untuk membantu menaikkan daya tarik usaha tersebut melalui inovasi visualisasi. Selain itu, melakukan sosialisasi tentang literasi digital berbasis metode pembayaran online seperti QRIS. Sehingga para pelaku usaha dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat daya saing di tengah perkembangan ekonomi digital. Melalui kegiatan ini, di harapkan pemahaman yang komprehensif mengenai pentingnya pemanfaatan teknologi, khususnya dalam aspek visual tempat mereka dan penggunaan metode pembayaran digital sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha yang berkelanjutan.

2.5. Objek Sosialisasi

Objek dalam kegiatan PKM ini adalah pelaku usaha mikro kecil yang berada di Jalan Kemangi, Kota Samarinda. Pemilihan ini berdasarkan kriteria seperti, usaha aktif yang masih berkembang, belum optimal dalam memanfaatkan teknologi digital serta terbuka terhadap inovasi visualisasi dan metode pembayaran digital. Pelaku usaha ini menjadi mitra dalam pelaksanaan kegiatan baik dalam penerapan visualisasi usaha dan sosialisasi literasi digital, khususnya penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran non-tunai.

2.6. Diskusi & Sosialisasi

Diskusi bersama pemilik usaha untuk menentukan visualisasi seperti apa yang akan kami buat, serta menentukan desain, isi, warna dari banner yang akan kami rancang. Selain itu, diskusi terkait pembuatan metoda pembayaran digital berbasis QRIS kami laksanakan di lokasi usaha bersama dengan pemilik usaha.



Gambar 1. Sosialisasi pembayaran digital kepada pelaku UMKM

Sosialisasi yang kami lakukan kepada pemilik usaha untuk memberi pengetahuan terkait meningkatkan daya tarik usaha. Sosialisasi yang kami berikan mencakup seperti, daya tarik usaha merupakan kemampuan suatu usaha dalam menarik perhatian dan minat dari konsumen secara rasional dan emosional. Daya tarik visual mengacu pada tampilan kemasan, termasuk elemen grafis. Daya tarik visual sendiri berkaitan dengan faktor emosional dan psikologis manusia. Desain yang baik harus menjadi sesuatu yang secara tidak sadar ditanggapi secara positif oleh konsumen (Badri et al., 2022). gerai membutuhkan tampilan visual desain yang dirancang secara optimal untuk meningkatkan minat beli (Gunawan, 2017). iklan memiliki beberapa sifat mendasar, yaitu memberikan informasi atau pesan yang dilakukan secara berulang melalui gambar yang dapat memengaruhi dan menarik perhatian konsumen. Informasi atau pesan yang sesuai dapat membangun kepercayaan konsumen yang mendorong minat membeli.

Kami juga melakukan sosialisasi tentang manfaat dan keutamaan penggunaan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) untuk membantu mempermudah transaksi pembelian dan pencatatan operasional keuangan UMKM. Manfaat QRIS bagi pedagang memiliki beberapa keuntungan seperti mengurangi penggunaan uang tunai, tidak perlu memberikan uang kembalian dan hasil penjualan secara otomatis tersimpan di bank sehingga dapat dipantau kapan saja. Selain itu, cara ini juga menurunkan risiko kehilangan uang, pencurian, atau menerima uang palsu. Dengan mengikuti perkembangan teknologi, metode pembayaran ini memudahkan pelanggan dalam bertransaksi. Setiap transaksi tercatat secara otomatis dan pelanggan dapat melihat riwayat transaksi mereka. Pembayaran juga dapat dilakukan melalui berbagai aplikasi seperti Gopay, Dana, Ovo, Shopeepay, dan aplikasi lain yang mendukung QRIS. Hal ini membantu mengurangi risiko kerugian akibat pembayaran dengan uang palsu (Dwijayanti et al., 2022).

Sosialisasi kami juga mencakup efek negatif yang sering dialami UMKM ketika menggunakan QRIS seperti memerlukan telepon seluler yang selalu aktif ketika berjualan untuk memantau ketika ada transaksi masuk dan memerlukan biaya tambahan untuk paket data yang dimana berakibat ketergantungan pada perangkat dan aplikasi, risiko penipuan transaksi, pencairan dana yang lambat, dan adanya risiko terhadap masalah teknis.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Hasil Kegiatan Visualisasi Usaha

Kegiatan pemberdayaan untuk UMKM yang berada di Jalan Kemangi, Kota Samarinda telah berhasil diimplementasikan sesuai dengan rencana yang ditetapkan. Sebelum dilakukan penambahan tambahan visual, usaha tersebut tidak memiliki tampilan visual yang menunjukkan informasi mengenai produk yang tersedia.

Melalui kegiatan pemberdayaan ini dilakukan penambahan tampilan visual berupa spanduk dengan di dalamnya memiliki informasi produk yang tersedia serta berbagai elemen visual strategis untuk meningkatkan daya tarik usaha. Dirancang dan dipasang banner berukuran 155 cm × 75 cm dengan desain yang menarik. Banner ini menggunakan kombinasi warna yang menarik namun tetap professional, memuat informasi mengenai jenis produk yang tersedia.



Gambar 2. Warung Es Karpotek

Seluruh proses Implementasi visualisasi dilakukan secara kolaboratif dengan pemilik usaha. Pada tahap awal dilakukan diskusi bersama pemilik usaha untuk menentukan preferensi dari sang pemilik usaha terkait gambaran desainnya. Diskusi ini membahas mengenai pemilihan warna, font, dan tata letak elemen visual di dalamnya.

Di setiap rancangan selalu melibatkan pemilik usaha untuk memberikan saran dan masukan terkait informasi yang perlu dimuat dalam banner nantinya. Kolaborasi ini memastikan bahwa hasil akhir visualisasi tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga sesuai dengan keinginan sang pemilik usaha.



Gambar 3. Penyerahan spanduk usaha

Implementasi tampilan visual dengan banner ini didasarkan pada pemahaman bahwa banner memiliki peran strategis dalam menarik perhatian konsumen. Sebagaimana dikemukakan oleh Rosandi, S., & Sudarwanto (2014 dalam Salman & Deniaty Sholihah, 2024) mengungkapkan salah satu metode branding atau pemasaran yang sangat sederhana adalah dengan menggunakan banner sebagai alat promosi yang efisien. Banner adalah alat komunikasi yang efektif sebagai media

pemasaran yang bisa meningkatkan visibilitas UMKM. Desain yang eye-catching dapat meningkatkan minat konsumen untuk melakukan pembelian.

3.2. Penerapan Teknologi Pembayaran Digital (QRIS)

Sistem pembayaran digital adalah metode transaksi yang menggunakan media elektronik atau digital. Kehadiran uang elektronik memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam bertransaksi tanpa perlu menggunakan uang tunai. Selain itu, uang elektronik menawarkan kecepatan dan kenyamanan dalam proses pembayaran, membuatnya lebih praktis dibandingkan metode konvensional. Uang tunai (dalam transaksi bernilai kecil), karena tidak perlu mempunyai sejumlah uang pas untuk transaksi. (Tazkiyyaturrohmah, 2018). Faktor keamanan dalam melakukan transaksi merupakan salah satu yang menjadikan pembayaran secara digital menjadi lebih menarik sehingga menarik minat konsumen untuk menggunakan dompet digital (Prameswari et al., 2021).

Penerapan teknologi pembayaran digital melalui QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) merupakan salah satu langkah strategis dalam mendukung transformasi digital pada sektor UMKM. QRIS adalah sistem pembayaran berbasis QR code yang telah di standarisasi oleh Bank Indonesia.

Dalam kegiatan PKM pada usaha mikro kecil di Jalan Kemangi, Kota Samarinda merupakan salah satu langkah modernisasi untuk meningkatkan efisiensi transaksi dan daya saing usaha. Sebelum pendampingan dilakukan, usaha ini masih menggunakan metode pembayaran konvensional secara tunai, yang memiliki berbagai keterbatasan seperti rawan kehilangan uang, tidak efisien dalam pencatatan transaksi, serta kurang menarik bagi konsumen yang terbiasa menggunakan metode pembayaran digital.



Gambar 4. Barcode QRIS

Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM), kami membantu pelaku usaha dalam proses pendaftaran, verifikasi, hingga aktivasi QRIS melalui penyedia jasa sistem pembayaran digital. Setelah QRIS aktif, kode QR dicetak dan dipajang di tempat usaha sehingga pelanggan dapat langsung melakukan pembayaran menggunakan aplikasi dompet digital seperti GoPay, DANA, OVO, ShopeePay, dan lainnya. Hal ini memberikan kemudahan bagi pelanggan serta meningkatkan profesionalisme dan kepercayaan terhadap usaha tersebut. Selain mempercepat proses transaksi, QRIS juga memberikan manfaat penting dalam pencatatan keuangan yang otomatis dan akurat karena seluruh transaksi tercatat secara digital. Dana yang diterima langsung masuk ke rekening usaha, memudahkan pelaku usaha dalam melakukan evaluasi pendapatan harian tanpa harus menghitung uang secara manual. Penggunaan QRIS juga mengurangi risiko kehilangan uang tunai, kesalahan pengembalian, dan pemalsuan uang.

Namun, tantangan juga muncul, seperti kebutuhan akan ponsel pintar yang harus selalu aktif saat berjualan, penggunaan data internet, serta ketergantungan terhadap jaringan dan perangkat. Meskipun demikian, pelaku usaha menyatakan bahwa manfaat yang dirasakan jauh lebih besar dibandingkan tantangan tersebut. Dengan penerapan QRIS ini, usaha kecil di Jalan Kemangi dapat lebih siap menghadapi era digital, menjangkau konsumen yang lebih luas, dan membangun sistem manajemen usaha yang lebih tertata dan modern. Namun terdapat kelemahan pada pembayaran digital (QRIS) seperti, Keamanan dalam penggunaan QRIS masih bisa ditembus oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab. Biasanya terjadi manipulasi QR code. Dan adanya biaya transaksi QRIS yang dibebankan kepada merchant sebesar 0,7 persen dari transaksi.

3.3. Integrasi Strategis: Visual dan Teknologi Digital

Integrasi Strategis antara Visual dan Teknologi Digital memiliki peran penting dalam pengembangan UMKM, membantu mereka untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperkuat daya saing di era digital. Digitalisasi membantu UMKM meningkatkan visibilitas merek melalui media sosial dan e-commerce, mengelola keuangan secara efisien dengan aplikasi akuntansi digital, serta meningkatkan layanan pelanggan melalui platform daring (Raihana & Azzahra, 2025).

Redesign elemen visual bisnis, seperti logo, banner, dan stiker, adalah contoh penggunaan integrasi visual dan teknologi digital pada UMKM. Ini akan membuat bisnis lebih profesional dan menarik bagi konsumen. Tujuan dari perubahan ini adalah untuk meningkatkan identitas merek, meningkatkan kesadaran konsumen, dan membantu usaha kecil dan menengah (UMKM) menarik perhatian pasar yang lebih luas (Raihana & Azzahra, 2025).

Dengan adopsi QRIS sebagai metode pembayaran, integrasi strategis antara visual dan teknologi digital, khususnya dalam konteks UMKM, semakin diperkuat. Bank Indonesia distandarisasi QRIS untuk mempermudah transaksi digital dan menyatukan berbagai kode QR dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) (Gainau et al., 2024). Analisis menunjukkan bahwa peningkatan jumlah pengguna QRIS dan volume transaksi berkorelasi positif dengan peningkatan pendapatan UMKM. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Erika dkk. (2023 dalam Alifia et al., 2024) di Pekanbaru, penerapan QRIS memiliki manfaat bagi pelaku UMKM, karena mereka merasa lebih nyaman menggunakannya dan menghasilkan lebih banyak uang karena semakin banyak orang yang menggunakan transaksi digital. Efektivitas QRIS juga berkontribusi pada peningkatan pendapatan pelaku UMKM dan meningkatkan kemudahan transaksi dengan nasabah.

4. Simpulan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini berhasil di optimalisasi melalui perancangan dan pemasangan banner informatif serta pendampingan implementasi QRIS pada usaha kecil di Jalan Kemangi, Kota Samarinda, pelaku usaha diharapkan memperoleh peningkatan visibilitas, profesionalisme, dan kepercayaan konsumen. Visualisasi yang menarik terbukti efektif dalam menarik perhatian calon pembeli, sementara QRIS memberikan kemudahan transaksi, akurasi pencatatan keuangan, serta mengurangi risiko kehilangan uang tunai.

Integrasi antara visualisasi yang strategis dan teknologi digital menciptakan sinergi yang memperkuat daya saing UMKM di era transformasi digital. Meski masih terdapat tantangan seperti kebutuhan perangkat aktif dan biaya operasional digital, manfaat yang diperoleh jauh lebih besar. Dengan demikian, pendekatan ini layak direkomendasikan sebagai strategi berkelanjutan untuk pengembangan UMKM di daerah.

Bagi pelaku UMKM disarankan untuk terus mengembangkan tampilan visual usaha secara konsisten, baik melalui kemasan produk, media promosi, maupun desain toko fisik. Pelaku UMKM juga diharapkan aktif memanfaatkan teknologi pembayaran digital seperti QRIS, agar transaksi menjadi lebih efisien dan profesional, serta mampu menjangkau konsumen yang lebih luas, dan bagi pemerintah dan Instansi terkait pemerintah daerah dan lembaga terkait diharapkan dapat memberikan pelatihan berkelanjutan kepada pelaku UMKM mengenai desain komunikasi visual

dan literasi digital, termasuk penggunaan sistem pembayaran elektronik. Hal ini penting untuk memastikan UMKM tetap adaptif terhadap perkembangan teknologi dan tren pasar.

Daftar Pustaka

- Alifia, N., Permana, E., & Harnovinsah. (2024). Analisis Penggunaan QRIS terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 9(1), 102–115.
- Badri, R. E., Pratisti, C., & Putri, A. S. (2022). Pengembangan Inovasi Kemasan Produk Untuk Meningkatkan Daya Tarik Umkm Wedang Jahe di Desa Sidodadi Asri. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 347–353. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v2i2.1268>
- Dwijayanti, A., Anhalsali, S., Rahayu, E. D., Munawar, Z., Komalasari, R., Pramesti, P., & Juliawati, P. (2022). Manfaat Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) pada Nasabah di Bank Jabar Banten (BJB). *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 8(2), 256–264. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v8i2.1155>
- Gainau, P. C., Engko, C., & Gaspersz, Y. T. (2024). Sistem pembayaran QRIS sebagai upaya pengembangan UMKM di kota Ambon. *Journal of Business & Banking*, 13(2), 177–191. <https://doi.org/10.14414/jbb.v13i2.3766>
- Gunawan, C. M. (2017). Studi Komparatif Pengaruh Perubahan Tampilan Visual Desain Interior Gerai Coach terhadap Minat Beli Konsumen di Surabaya. *JURNAL INTRA*, 5(1), 41–48.
- Ismail, K., Rohmah, M., & Ayu Pratama Putri, D. (2023). Peranan UMKM dalam Penguatan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 7(2), 208–217. <https://doi.org/10.31851/neraca.v7i2.14344>
- Katon, F., & Yuniati, U. (2020). Fenomena Cashless Society Dalam Pandemi Covid-19 (Kajian Interaksi Simbolik Pada Generasi Milenial). *Jurnal Signal*, 8(2), 134. <https://doi.org/10.33603/signal.v8i2.3490>
- Perdana, G. N. R., Irawan, B., & Nizar Hidayat, M. (2023). Inovasi Aplikasi Bebaya untuk Pemulihan Perekonomian UMKM di Kota Samarinda. *Matra Pembaruan*, 7(1), 1–12. <https://doi.org/10.21787/mp.7.1.2023.1-12>
- Prameswari, A., Hsb, D. N., Bayani, L. N., & Nurbaiti. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet (Studi Kasus Pada Mahasiswa UINSU Medan). *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2), 126–139. <https://doi.org/10.56114/al-sharf.v2i2.191>
- Raihana, J. N., & Azzahra, N. A. (2025). Transformasi Digital UMKM Desa : Integrasi Desain Visual serta Edukasi Digitalisasi di Muara Badak Ilir. *Jurnal Abdimas Lamin*, 3, 100–115.
- Salman, S., & Deniaty Sholihah, D. (2024). Pemanfaatan Desain Banner Guna Meningkatkan Ketertarikan Konsumen Pada UMKM Kelurahan Gunung Anyar Tambak. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2), 2179–2184. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.2536>
- Tazkiyyaturrohmah, R. (2018). Eksistensi Uang Elektronik Sebagai Alat Transaksi Keuangan Modern. *Muslim Heritage*, 3(1), 23. <https://doi.org/10.21154/muslimheritage.v3i1.1240>
- Wijoyo, H., Suryanti, Rakhmatulloh, A. R., Haryati, D., Indrawan, I., Aprianto, I., Pranata, J., Lisnani, Mahdayeni, Marzuki, Mulyono, S., Srikalimah, Mildawani, I., & Irzawati, I. (2016). Dampak Pandemi Terhadap Kehidupan (H. Wijoyo (Ed.)). *INSAN CENDEKIA MANDIRI*.
- Yunita, G. (2022). PENGARUH DESAIN KOMUNIKASI VISUAL ESTETIKA DALAM DAYA BELI KONSUMEN DI MEDIA SOSIAL. *JURNAL Dasarrupa: Desain Dan Seni Rupa*, 4, 1. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.52005/dasarrupa.v4i2.138>