

INOVASI SEDERHANA, DAMPAK MAKSIMAL: PENGUATAN IDENTITAS USAHA DAN DIGITALISASI PEMBAYARAN PADA SALAH SATU UMKM KULINER DI JALAN RAPPOCINI RAYA

Shadry Andriani¹, Regina², Ahmad Faqhruddin Abdur-Rabb³,
Laode Muhammad Iksan Yusuf⁴, Ayu Kartini Parawansa⁵

¹⁻⁴) Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar, Indonesia

⁵) Program Studi Agroteknologi, Fakultas Pertanian dan Bioremediasi Lahan, Universitas Muslim Indonesia

*Email Correspondence: ¹shadry.andriani@unm.ac.id, ²regina@unm.ac.id,
³ahmad.faqhruddin@unm.ac.id, ⁴iksan.yusuf@unm.ac.id, ⁵ayukartini.parawansa@umi.ac.id

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia sebagai penggerak ekonomi lokal dan penyedia lapangan kerja. Namun, di tengah perkembangan era digital, banyak UMKM masih menghadapi keterbatasan dalam penguatan identitas usaha dan pemanfaatan teknologi digital, khususnya sistem pembayaran. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan inovasi sederhana melalui penguatan identitas usaha dan digitalisasi pembayaran pada salah satu UMKM kuliner di Jalan Rappocini Raya. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penguatan identitas usaha melalui pembuatan spanduk, logo, price list, dan stiker produk mampu meningkatkan visibilitas dan daya tarik konsumen. Selain itu, penerapan sistem pembayaran digital QRIS memberikan kemudahan transaksi, meningkatkan efisiensi, serta memperluas jangkauan pasar. Inovasi sederhana ini terbukti memberikan dampak nyata terhadap peningkatan daya saing usaha. Dengan demikian, strategi berbasis inovasi sederhana yang aplikatif dan berbiaya rendah dapat menjadi solusi efektif dalam mendorong transformasi UMKM di era digital.

Kata kunci: *UMKM, identitas usaha, digitalisasi pembayaran, QRIS*

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in Indonesia's economy but still face limitations in strengthening business identity and utilizing digital technology, especially in payment systems. This study aims to analyze the implementation of simple innovations through strengthening business identity and payment digitalization in a culinary MSME located on Rappocini Raya Street. The research uses a qualitative approach with observation, interviews, and documentation techniques. The results show that strengthening business identity through banners, logos, price lists, and product stickers increases visibility and customer attraction. Furthermore, the implementation of QRIS digital payment systems improves transaction efficiency and expands market reach. These simple innovations have proven to provide a real impact on improving business competitiveness.

Keywords: *MSMEs, Business Identity, Digital Payment, QRIS*

PENDAHULUAN

UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia sebagai penggerak ekonomi lokal dan penyedia lapangan kerja. Namun, dalam era digital, banyak UMKM masih menghadapi keterbatasan dalam penguatan identitas usaha dan pemanfaatan teknologi digital, khususnya sistem pembayaran. Hal ini berdampak pada rendahnya daya saing usaha serta keterbatasan dalam merespons perubahan perilaku konsumen yang semakin terdigitalisasi. Oleh

karena itu, diperlukan inovasi sederhana yang mampu menjawab kebutuhan UMKM secara praktis dan aplikatif.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia sebagai penggerak ekonomi lokal dan penyedia lapangan kerja. Namun, di tengah perkembangan era digital, banyak UMKM masih menghadapi keterbatasan dalam penguatan identitas usaha dan pemanfaatan teknologi digital, khususnya dalam sistem pembayaran. Kondisi ini menyebabkan rendahnya daya saing UMKM dibandingkan usaha yang telah mengadopsi inovasi berbasis teknologi, serta membatasi kemampuan pelaku usaha dalam merespons perubahan perilaku konsumen yang semakin terdigitalisasi (Tambunan, 2022; ADB, 2023).

Salah satu aspek penting dalam meningkatkan daya saing UMKM adalah penguatan identitas usaha. Identitas usaha yang mencakup logo, spanduk, kemasan, dan elemen visual lainnya berfungsi sebagai sarana komunikasi visual antara pelaku usaha dan konsumen. Identitas yang jelas tidak hanya memudahkan konsumen dalam mengenali produk, tetapi juga membangun citra dan kepercayaan terhadap usaha tersebut. Penelitian oleh Setiawan dan Lestari (2024) menunjukkan bahwa penguatan identitas visual melalui media promosi sederhana mampu meningkatkan daya tarik konsumen serta memperluas jangkauan pasar UMKM, terutama pada sektor kuliner.

Selain itu, perkembangan teknologi digital juga mendorong perubahan dalam sistem transaksi, dimana penggunaan pembayaran non-tunai menjadi semakin umum di masyarakat. Implementasi *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) menjadi salah satu bentuk digitalisasi yang relevan bagi UMKM. Menurut Prabowo et al. (2024), penggunaan QRIS memberikan kemudahan dalam transaksi, meningkatkan efisiensi waktu, serta mengurangi risiko kesalahan dalam pembayaran. Lebih lanjut, studi oleh Nugroho dan Hapsari (2025) mengungkapkan bahwa adopsi pembayaran digital tidak hanya meningkatkan kenyamanan pelanggan, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan volume transaksi dan pencatatan keuangan yang lebih tertib bagi pelaku UMKM.

Integrasi antara penguatan identitas usaha dan digitalisasi sistem pembayaran menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan performa UMKM. Hal ini diperkuat oleh penelitian Wibowo et al. (2025) yang menyatakan bahwa kombinasi antara branding usaha dan pemanfaatan teknologi pembayaran digital mampu meningkatkan daya saing usaha secara signifikan, terutama dalam menarik konsumen dari kalangan muda yang lebih adaptif terhadap teknologi. Namun demikian, implementasi kedua aspek tersebut masih menghadapi berbagai kendala, seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan sumber daya, serta kurangnya pendampingan yang bersifat praktis dan aplikatif.

Permasalahan tersebut juga ditemukan pada salah satu UMKM kuliner di Jalan Rappocini Raya yang masih memiliki keterbatasan dalam hal identitas usaha, seperti belum adanya spanduk, logo, dan daftar harga yang jelas. Selain itu, sistem pembayaran yang digunakan masih bersifat konvensional (tunai), sehingga belum mampu mengakomodasi kebutuhan konsumen yang mulai beralih ke pembayaran digital.

Dalam konteks tersebut, diperlukan pendekatan pendampingan yang tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga aplikatif dan kontekstual. Kegiatan pengabdian ini dirancang sebagai bentuk implementasi pembelajaran berbasis praktik yang melibatkan Mahasiswa Ekonomi Pembangunan UNM dan Para dosen dalam mendampingi UMKM secara langsung. Pendampingan ini mengadopsi pendekatan partisipatif-kolaboratif berbasis kebutuhan, dimana mahasiswa berperan sebagai fasilitator yang menjembatani antara permasalahan yang dihadapi pelaku usaha dengan solusi yang relevan dan mudah diterapkan.

Mahasiswa tidak bertindak sebagai pemberi solusi secara sepihak, melainkan sebagai mitra diskusi yang aktif menggali kebutuhan melalui observasi dan komunikasi langsung di lapangan. Pendekatan ini menciptakan ruang interaksi yang mendorong lahirnya inovasi dari perspektif pelaku usaha itu sendiri, sehingga solusi yang dihasilkan lebih kontekstual, adaptif, dan berkelanjutan (Ramaswamy & Ozcan, 2020; Salam et al., 2021).

Lebih lanjut, pendekatan yang digunakan menekankan pada prinsip human-centered facilitation, yaitu memahami kondisi usaha dari perspektif pelaku UMKM, termasuk keterbatasan, kebiasaan, dan preferensi dalam menjalankan usaha. Berdasarkan pendekatan ini, solusi yang dirancang bersifat sederhana namun berdampak nyata, seperti pembuatan spanduk yang memuat identitas usaha dan daftar harga, desain logo sebagai identitas visual, serta fasilitasi penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran digital.

Selain itu, kegiatan ini juga mengusung prinsip low-cost innovation, yaitu menghadirkan inovasi dengan biaya rendah namun memiliki nilai manfaat tinggi bagi pengembangan usaha. Pendampingan tidak hanya berhenti pada tahap perancangan, tetapi juga mencakup implementasi langsung dan pendampingan penggunaan, sehingga pelaku UMKM dapat mengadopsi inovasi tersebut secara berkelanjutan.

Model pendampingan ini menghasilkan proses pembelajaran dua arah (*two-way learning*), dimana mahasiswa memperoleh pengalaman praktis dalam memahami dinamika usaha, sementara pelaku UMKM mendapatkan manfaat nyata dalam meningkatkan kapasitas dan daya saing usahanya. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya berkontribusi terhadap pengembangan UMKM, tetapi juga menjadi sarana efektif dalam membentuk kompetensi mahasiswa yang adaptif, solutif, dan responsif terhadap permasalahan ekonomi riil.

Dengan demikian, kegiatan pendampingan ini diharapkan mampu menciptakan sinergi yang kuat antara perguruan tinggi dan UMKM dalam menghasilkan inovasi sederhana yang relevan, aplikatif, dan berdampak nyata, sekaligus mendukung transformasi UMKM menuju usaha yang lebih modern, adaptif, dan kompetitif di era digital.

TINJAUAN PUSTAKA

Penguatan identitas usaha (*branding*) merupakan elemen penting dalam meningkatkan daya saing UMKM karena mampu membangun persepsi positif konsumen. Selain itu, digitalisasi pembayaran melalui QRIS menjadi bagian dari transformasi ekonomi digital yang meningkatkan efisiensi transaksi dan inklusi keuangan. Integrasi antara *branding* dan *digital payment* terbukti mampu meningkatkan performa usaha secara signifikan.

1. UMKM dan Perannya dalam Perekonomian

UMKM merupakan sektor yang memiliki kontribusi besar dalam perekonomian, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Menurut Tambunan (2022), UMKM berperan sebagai penggerak utama ekonomi lokal serta memiliki ketahanan yang relatif tinggi dalam menghadapi krisis ekonomi. Oleh karena itu, penguatan kapasitas UMKM menjadi salah satu strategi penting dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan.

2. Penguatan Identitas Usaha (*Branding*)

Penguatan identitas usaha merupakan bagian dari strategi pemasaran yang bertujuan untuk menciptakan citra positif dan meningkatkan daya saing usaha. Identitas

usaha mencakup elemen visual seperti logo, warna, desain kemasan, dan media promosi yang berfungsi sebagai pembeda dengan kompetitor. Menurut Kotler dan Keller (2016), branding memiliki peran penting dalam membangun persepsi konsumen serta meningkatkan loyalitas pelanggan.

Penelitian Setiawan dan Lestari (2024) menunjukkan bahwa penggunaan identitas visual yang sederhana namun konsisten mampu meningkatkan daya tarik konsumen serta memperkuat positioning usaha di pasar. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi dalam aspek visual tidak harus kompleks, tetapi dapat dilakukan secara sederhana dan efektif.

3. Digitalisasi Pembayaran pada UMKM

Digitalisasi pembayaran merupakan bagian dari transformasi ekonomi digital yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan inklusi keuangan. Salah satu bentuk digitalisasi yang banyak digunakan di Indonesia adalah QRIS, yang memungkinkan transaksi non-tunai secara cepat dan mudah.

Menurut Prabowo et al. (2024), penggunaan QRIS mampu meningkatkan efisiensi transaksi serta mengurangi risiko kesalahan dalam pembayaran. Selain itu, Nugroho dan Hapsari (2025) menyatakan bahwa adopsi pembayaran digital berkontribusi terhadap peningkatan kinerja UMKM melalui peningkatan volume transaksi dan pencatatan keuangan yang lebih tertib.

4. Integrasi *Branding* dan *Digital Payment*

Integrasi antara penguatan identitas usaha dan digitalisasi pembayaran menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM. Wibowo et al. (2025) menyatakan bahwa kombinasi antara branding usaha dan penggunaan teknologi digital mampu meningkatkan daya tarik konsumen serta memperluas pasar.

Selain itu, pendekatan inovasi sederhana atau *low-cost innovation* menjadi solusi yang relevan bagi UMKM yang memiliki keterbatasan sumber daya. Inovasi tidak harus bersifat kompleks, tetapi dapat berupa langkah-langkah sederhana yang memiliki dampak signifikan terhadap perkembangan usaha.

5. Pendekatan Partisipatif dalam Pemberdayaan UMKM

Pendekatan partisipatif-kolaboratif menempatkan pelaku UMKM sebagai subjek aktif dalam proses pengembangan usaha. Ramaswamy dan Ozcan (2020) menekankan pentingnya co-creation dalam menciptakan nilai bersama antara pelaku usaha dan pihak pendamping.

Selain itu, Salam et al. (2021) menyatakan bahwa pendekatan partisipatif mampu menghasilkan solusi yang lebih kontekstual dan berkelanjutan karena didasarkan pada

kebutuhan nyata di lapangan. Pendekatan ini juga sejalan dengan konsep *experiential learning* yang menekankan pembelajaran melalui pengalaman langsung (Kolb, 1984).

METODE

Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan partisipatif berbasis pengalaman langsung (*experiential learning*), dengan melibatkan Mahasiswa Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Makassar (UNM) sebagai pelaksana utama kegiatan pendampingan, serta para dosen sebagai pembimbing akademik. Pendekatan ini menekankan pada proses pembelajaran melalui keterlibatan langsung mahasiswa dalam mengidentifikasi permasalahan, merancang solusi, serta mengimplementasikan inovasi bersama pelaku UMKM (Kolb, 1984; Eyler, 2020).

Pelaksanaan program didasarkan pada prinsip utama yaitu mahasiswa sebagai fasilitator, UMKM sebagai subjek aktif, serta inovasi yang dikembangkan bersifat sederhana, aplikatif, dan berbiaya rendah (*low-cost innovation*). Pendekatan ini dinilai efektif dalam kegiatan pemberdayaan UMKM karena mampu menghasilkan solusi yang kontekstual dan mudah diimplementasikan (OECD, 2021; World Bank, 2022).

Kegiatan pendampingan dilaksanakan selama kurang lebih enam minggu melalui beberapa tahapan sistematis, yaitu:

1. Tahap Persiapan dan Orientasi

Mahasiswa melakukan koordinasi tim, pembagian tugas, serta pembekalan terkait konsep pendampingan UMKM dan strategi inovasi sederhana.

2. Tahap Identifikasi dan Pemetaan UMKM

Mahasiswa melakukan pencarian dan seleksi UMKM mitra berdasarkan potensi usaha serta kesediaan untuk didampingi.

3. Tahap Observasi dan Wawancara

Dilakukan melalui observasi langsung dan komunikasi dengan pelaku usaha untuk mengidentifikasi kondisi usaha, permasalahan, serta kebutuhan pengembangan, khususnya dalam aspek identitas usaha dan sistem pembayaran.

4. Tahap Perancangan Solusi

Mahasiswa bersama pelaku UMKM merumuskan solusi seperti pembuatan spanduk usaha, desain logo, penyusunan daftar harga, serta penerapan sistem pembayaran digital (QRIS).

5. Tahap Implementasi dan Pendampingan

Mahasiswa melaksanakan penerapan solusi dan mendampingi pelaku usaha dalam penggunaannya, termasuk penggunaan QRIS dan penguatan tampilan usaha.

6. Tahap Evaluasi dan Refleksi

Dilakukan evaluasi terhadap perubahan usaha serta refleksi pembelajaran mahasiswa terhadap kegiatan yang telah dilaksanakan.

Dosen berperan dalam memberikan arahan konseptual, melakukan monitoring kegiatan, serta memastikan bahwa proses pendampingan berjalan sesuai dengan tujuan pembelajaran dan pengabdian (Biggs & Tang, 2011).

Lokasi kegiatan dilaksanakan pada salah satu UMKM kuliner di Jalan Rappocini Raya, Kota Makassar, yang dipilih berdasarkan potensi pengembangan usaha dan kesediaan pelaku usaha untuk berkolaborasi.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, wawancara, serta dokumentasi kegiatan lapangan. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif untuk melihat perubahan

sebelum dan sesudah pendampingan, khususnya dalam aspek identitas usaha dan digitalisasi pembayaran (Miles et al., 2014; Creswell & Creswell, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan yang dilaksanakan selama kurang lebih enam minggu menunjukkan adanya perubahan yang cukup signifikan pada aspek identitas usaha dan sistem pembayaran pada UMKM kuliner di Jalan Rappocini Raya. Sebelum dilakukan pendampingan, usaha tersebut masih memiliki keterbatasan dalam hal identitas visual dan sistem transaksi, dimana belum terdapat spanduk usaha, logo, maupun daftar harga yang jelas, serta masih menggunakan metode pembayaran tunai secara konvensional.



Gambar 1. Tim Pengabdian dan Pelaku UMKM Es Buah Puspita

Setelah dilakukan pendampingan, beberapa output konkret yang berhasil dihasilkan antara lain:

1. Pembuatan Spanduk Usaha (Banner)

Spanduk yang dibuat memuat nama usaha “Es Buah Puspita” serta daftar harga produk.

Keberadaan spanduk ini berfungsi sebagai identitas usaha sekaligus media informasi bagi pelanggan.

2. Penyusunan *Price List*

Daftar harga disusun secara jelas dan komunikatif sehingga memudahkan pelanggan dalam mengetahui harga produk tanpa harus bertanya terlebih dahulu.

3. Pembuatan Logo Usaha

Logo sederhana dirancang sebagai identitas visual yang dapat meningkatkan daya tarik serta memperkuat citra usaha di mata konsumen.

4. Pembuatan Stiker Produk

Stiker digunakan sebagai elemen tambahan dalam branding produk, sehingga memberikan kesan lebih profesional dan menarik.

5. Penerapan Sistem Pembayaran Digital (*QRIS*)

Pelaku UMKM telah memiliki akun QRIS yang dapat digunakan untuk menerima pembayaran non-tunai, sehingga memberikan kemudahan bagi pelanggan yang terbiasa menggunakan pembayaran digital.

6. Pendampingan Proses Penjualan

Mahasiswa turut membantu dalam aktivitas penjualan, sehingga terjadi peningkatan interaksi dengan pelanggan dan memperluas jangkauan promosi secara langsung.

Berdasarkan hasil observasi setelah implementasi, kegiatan pendampingan memberikan beberapa dampak positif, antara lain:

a. Peningkatan visibilitas usaha

Spanduk dan logo membuat usaha lebih mudah dikenali oleh pelanggan di sekitar lokasi.

b. Efisiensi dalam proses transaksi

Dengan adanya QRIS dan daftar harga, proses jual beli menjadi lebih cepat dan praktis.

c. Peningkatan daya tarik konsumen

Tampilan usaha yang lebih rapi dan informatif menarik minat pelanggan, terutama dari kalangan muda.

d. Kemudahan dalam komunikasi harga

Price list mengurangi pertanyaan berulang dari pelanggan, sehingga meningkatkan efisiensi pelayanan.



Gambar 2. Pembuatan Logo Usaha oleh Tim Pengabdi kepada Pelaku UMKM

Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa inovasi sederhana yang dilakukan melalui penguatan identitas usaha dan digitalisasi pembayaran mampu memberikan dampak nyata terhadap pengembangan UMKM. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa identitas visual merupakan elemen penting dalam membangun persepsi konsumen dan meningkatkan daya saing usaha (Kotler & Keller, 2016)

Selain itu, penerapan QRIS sebagai sistem pembayaran digital terbukti mampu meningkatkan efisiensi transaksi dan memberikan kemudahan bagi pelanggan, khususnya dalam konteks masyarakat yang semakin terbiasa dengan transaksi non-tunai (Bank Indonesia, 2023). Adopsi teknologi sederhana seperti ini menjadi langkah awal yang penting dalam proses transformasi digital UMKM.

Dari sisi pendekatan, keberhasilan kegiatan ini tidak terlepas dari penggunaan pendekatan partisipatif-kolaboratif berbasis kebutuhan, dimana pelaku UMKM dilibatkan secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan ini memungkinkan solusi yang dihasilkan lebih sesuai dengan kondisi nyata di lapangan, sehingga lebih mudah diterapkan dan berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan konsep pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) yang menekankan pentingnya keterlibatan langsung dalam proses pembelajaran (Kolb, 1984).



Gambar 3. Penambahan Fitur Pembayaran QRIS

Selain itu, penerapan prinsip low-cost innovation terbukti efektif dalam konteks UMKM, dimana inovasi tidak harus bersifat kompleks atau mahal, tetapi cukup sederhana namun tepat sasaran. Pendekatan ini menjadi solusi yang realistis bagi UMKM yang memiliki keterbatasan sumber daya.



Gambar 4. Pemasangan X-Banner Sebagai CONtoh Visibilitas Usaha

Namun demikian, terdapat beberapa keterbatasan dalam kegiatan ini, seperti waktu pendampingan yang relatif singkat serta belum adanya pengukuran kuantitatif terkait peningkatan pendapatan usaha. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan lanjutan agar dampak yang dihasilkan dapat lebih optimal dan berkelanjutan.

SIMPULAN

Kegiatan pendampingan UMKM yang dilakukan melalui penguatan identitas usaha dan digitalisasi sistem pembayaran menunjukkan bahwa inovasi sederhana dapat memberikan dampak nyata terhadap peningkatan daya saing usaha. Hasil kegiatan menunjukkan adanya perubahan yang signifikan pada aspek visibilitas, efisiensi transaksi, dan daya tarik konsumen. Pembuatan spanduk, logo, *price list*, serta penerapan QRIS mampu membantu pelaku UMKM dalam memperkenalkan usahanya secara lebih profesional sekaligus mempermudah proses transaksi. Hal ini membuktikan bahwa keterbatasan sumber daya bukan menjadi hambatan utama selama inovasi yang dilakukan bersifat kontekstual, aplikatif, dan sesuai dengan kebutuhan usaha.

Selain itu, pendekatan partisipatif-kolaboratif yang menempatkan mahasiswa sebagai fasilitator terbukti efektif dalam menghasilkan solusi yang relevan dan berkelanjutan. Melalui keterlibatan

langsung dalam proses observasi, perancangan, hingga implementasi, mahasiswa tidak hanya memperoleh pengalaman pembelajaran berbasis praktik, tetapi juga mampu memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan UMKM. Sinergi antara perguruan tinggi dan pelaku usaha ini menjadi model pemberdayaan yang potensial untuk terus dikembangkan, terutama dalam mendukung transformasi UMKM menuju usaha yang lebih adaptif, inovatif, dan kompetitif di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Asian Development Bank. (2023). *Asian development outlook 2023: Mobilizing financing for development*. Manila: Asian Development Bank.
- Bank Indonesia. (2023). *Quick response code Indonesian standard (QRIS) dan digitalisasi sistem pembayaran di Indonesia*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Biggs, J., & Tang, C. (2011). *Teaching for quality learning at university*. McGraw-Hill.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Sage Publications.
- Eyler, J. (2020). *The power of experiential education*. Liberal Education.
- Firmansyah, H., & Putri, A. N. (2024). Analisis pengaruh digital payment (QRIS) terhadap peningkatan kinerja UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(1), 45–56.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Nugroho, A., & Hapsari, D. (2025). Pengaruh adopsi pembayaran digital terhadap peningkatan kinerja UMKM. *Jurnal Ekonomi Digital dan Bisnis*, 4(1), 45–58.
- OECD. (2021). *Enhancing SME and entrepreneurship resilience*. OECD Publishing.
- Prabowo, R., Santoso, B., & Wicaksono, A. (2024). Implementasi QRIS dalam meningkatkan efisiensi transaksi pada usaha mikro kecil dan menengah. *Jurnal Manajemen dan Teknologi*, 6(2), 112–120.
- Ramaswamy, V., & Ozcan, K. (2020). *The co-creation paradigm: Building value through shared experience*. Stanford University Press.
- Salam, A., Yusuf, M., & Rahman, L. (2021). Model pemberdayaan UMKM berbasis partisipatif dalam meningkatkan kapasitas usaha. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(2), 85–94.
- Sari, D. P., & Ramadhan, M. R. (2023). Penguatan branding UMKM melalui identitas visual dan media promosi digital. *Jurnal Pemasaran Modern*, 4(2), 120–130.
- Setiawan, I., & Lestari, R. (2024). Strategi penguatan identitas visual dalam meningkatkan daya saing UMKM kuliner. *Jurnal Pemasaran dan Kewirausahaan*, 5(1), 23–34.
- Tambunan, T. (2022). *UMKM di Indonesia: Perkembangan dan tantangan*. Kencana.
- Wibowo, H., Prasetyo, E., & Kurniawan, D. (2025). Integrasi branding dan digital payment dalam meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Inovasi Bisnis*, 7(1), 66–78.

Wicaksono, A., & Lestari, R. (2025). Transformasi digital UMKM melalui adopsi sistem pembayaran non-tunai dan strategi pemasaran berbasis teknologi. *Jurnal Manajemen Inovasi*, 6(1), 10–22.

World Bank. (2022). *Digital transformation of small and medium enterprises*. Washington, DC: World Bank.