Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X **(Printed)**
6 (2) 2026, Page: 47122-47129

Peningkatan Tata Kelola dan Kemandirian Ekonomi Melalui 5R, Legalitas, Pembayaran dan Pemasaran Digital

Christin Angelina Febriani[1], Dwi Surtiningrum[2], Vina Rizki Nofiantri[3], Safitri Dwi Amanda[4], Syasa Pramuli[5], Muhammad Ferdinan[6], Winda Juliandari[7], Debi Febriyani[8], Niki Hadi Utami[9], Alda Yuniar[10] , Gibral Putra Hermawan[11] , Galuh Danur Wenda[12]

[1]Teknik Industri, [2]Hukum, [3]Akuntansi, [4]Manajemen
Universitas Malahayati

Corresponding Author: Christin Angelina Febriani e-mail: angelina@malahayati.ac.id

Published: Aguztus, 2026

ABSTRACT

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian masyarakat, tetapi pelaku usaha masih memiliki kebutuhan informasi mengenai legalitas, pemasaran, pengelolaan lingkungan usaha, dan pembayaran digital. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memberikan edukasi kepada pelaku UMKM mengenai pengecekan keaslian Nomor Induk Berusaha (NIB), pemasaran UMKM, penerapan konsep 5R (Ringkas, Rapi, Resik, Rawat, dan Rajin), serta QRIS sebagai salah satu alternatif pembayaran digital. Sasaran kegiatan terdiri atas lima unit usaha, yaitu usaha tahu, tempe, geblek, rias pengantin, dan madu di wilayah sasaran KKL-PPM tahun 2026. Metode kegiatan menggunakan pendekatan pendidikan masyarakat melalui observasi dan pendataan awal, penentuan materi, penyampaian edukasi, serta evaluasi pemahaman melalui komunikasi dan tanya jawab. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa empat materi edukasi dapat disampaikan kepada pelaku UMKM, meliputi informasi mengenai pengecekan keaslian NIB, alternatif pemasaran, konsep 5R, dan QRIS. Kegiatan ini memberikan pengetahuan dasar yang dapat menjadi pertimbangan bagi pelaku UMKM dalam mengembangkan pengelolaan usahanya. Karena kegiatan berupa edukasi tanpa praktik, pendampingan, dan pengukuran pretest-posttest, perubahan perilaku, peningkatan omzet, penerbitan NIB, penerapan 5R, dan penggunaan QRIS setelah kegiatan belum dapat diukur.

Kata kunci: UMKM; Budaya Kerja 5R; Legalitas Usaha; QRIS; Pemasaran Digital

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in supporting community economic activities, yet business actors still require information regarding business legality, marketing, workplace organization, and digital payments. This community service activity aimed to provide education to MSME actors regarding the verification of Business Identification Numbers (NIB), MSME marketing, the implementation of the 5R concept (Sort, Set in Order, Shine, Standardize, and Sustain), and QRIS as an alternative digital payment method. The target group consisted of five business units, namely tofu, tempeh, geblek, bridal makeup, and honey businesses in the target area of the 2026 KKL-PPM program. The activity used a community education approach consisting of initial observation and data collection, determination of educational materials, delivery of educational materials, and simple evaluation through communication and questions and answers. The results showed that four educational topics were successfully delivered to MSME actors, covering information on NIB verification, marketing alternatives, the 5R concept, and QRIS. The activity provided basic knowledge that can be considered by MSME actors in developing their business management. Since the activity was limited to education without practical training, mentoring, or pretest-posttest measurement, changes in behavior, increased turnover, NIB issuance, 5R implementation, and QRIS adoption after the activity could not be measured.

Keywords: *MSMEs; 5R Work Culture; Business Legality; QRIS; Digital Marketing*

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan bagian penting dalam kegiatan perekonomian masyarakat karena menjadi salah satu bentuk kegiatan usaha yang berkembang di lingkungan masyarakat dan mendukung pemenuhan kebutuhan ekonomi. Keberadaan UMKM di tingkat lokal memiliki karakteristik yang beragam, baik dari jenis usaha, skala kegiatan, cara pemasaran, sistem pembayaran, maupun pengelolaan tempat usaha. Keragaman tersebut menyebabkan kebutuhan informasi dan pengembangan kapasitas setiap pelaku UMKM juga berbeda. Oleh karena itu, pemberdayaan UMKM tidak hanya berkaitan dengan peningkatan penjualan, tetapi juga perlu mencakup aspek legalitas, pemasaran, tata kelola lingkungan usaha, dan pemanfaatan teknologi pembayaran.

Legalitas merupakan salah satu aspek yang perlu dipahami oleh pelaku UMKM. Nomor Induk Berusaha (NIB) merupakan identitas resmi bagi pelaku usaha untuk memulai atau menjalankan usaha di Indonesia. Sistem Online Single Submission (OSS) juga menyediakan fasilitas pencarian data NIB pelaku usaha. Pemahaman mengenai legalitas tidak berhenti pada kepemilikan dokumen, tetapi juga mencakup kemampuan mengetahui sumber resmi dan melakukan pengecekan terhadap informasi NIB. Edukasi mengenai pengecekan keaslian NIB menjadi penting agar pelaku usaha memiliki pengetahuan dasar dalam memastikan informasi legalitas usahanya dan tidak hanya bergantung pada pihak lain.

Selain legalitas, pemasaran menjadi aspek penting dalam keberlangsungan UMKM. Produk dan jasa yang dihasilkan pelaku usaha membutuhkan penyampaian informasi yang tepat agar dapat dikenal oleh konsumen. Perkembangan media digital memberikan alternatif bagi pelaku UMKM untuk memperkenalkan produk dan jasa melalui berbagai media yang sesuai dengan karakteristik usaha. Namun, pemanfaatan media pemasaran pada pelaku UMKM tidak selalu sama. Sebagian pelaku usaha telah menggunakan media sosial, sedangkan sebagian lainnya masih mengandalkan pemasaran secara langsung. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya edukasi mengenai pemasaran agar pelaku UMKM mengetahui berbagai pilihan media dan dapat mempertimbangkan penggunaannya sesuai dengan kebutuhan usaha.

Pengelolaan lingkungan tempat usaha juga menjadi bagian yang perlu diperhatikan. Salah satu konsep yang dapat diperkenalkan kepada pelaku UMKM adalah 5R, yaitu Ringkas, Rapi, Resik, Rawat, dan Rajin. Konsep tersebut memberikan dasar pemahaman mengenai pemilahan barang yang diperlukan, penataan barang dan peralatan, kebersihan lingkungan kerja, pemeliharaan kondisi yang telah tertata, serta pembentukan kebiasaan untuk menjaga keteraturan secara konsisten. Dalam konteks UMKM, edukasi 5R dapat menjadi pengetahuan dasar untuk membantu pelaku usaha memahami pentingnya lingkungan kerja yang tertata dan bersih.

Perkembangan teknologi juga memengaruhi sistem pembayaran dalam kegiatan usaha. Salah satu alternatif pembayaran digital adalah Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). Bank Indonesia menjelaskan bahwa QRIS merupakan standar QR Code pembayaran yang ditetapkan untuk memfasilitasi transaksi pembayaran di Indonesia dan diarahkan sebagai salah satu pintu masuk UMKM ke dalam ekosistem digital. Melalui QRIS, konsumen dapat melakukan pembayaran menggunakan aplikasi pembayaran yang mendukung QRIS, sedangkan pelaku usaha memiliki satu standar QR Code untuk menerima pembayaran. Oleh karena itu, pengenalan QRIS menjadi relevan sebagai bagian dari edukasi digitalisasi UMKM. "(Bank indonesia, 2025)"

Berdasarkan hasil pendataan awal pada wilayah pelaksanaan KKL-PPM, ditemukan 5 unit usaha dengan jenis usaha yang beragam. Usaha tersebut meliputi rias pengantin, tahu, tempe, geblek, dan madu. Keragaman tersebut menunjukkan bahwa UMKM di wilayah sasaran memiliki karakteristik usaha yang berbeda dan membutuhkan informasi yang dapat disesuaikan dengan kondisi masing-masing.

Hasil observasi juga menunjukkan adanya perbedaan dalam pemanfaatan media pemasaran dan metode pembayaran "(Aisa et al., 2023; Mubarok, 2021)". UMKM rias pengantin telah memanfaatkan Facebook, TikTok, dan Instagram serta menggunakan transfer bank. Usaha geblek belum menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran dan masih menggunakan pembayaran

tunai. Usaha tahu telah melakukan pemasaran melalui pasar dan menggunakan pembayaran digital, sedangkan usaha tempe telah memiliki legalitas usaha serta menggunakan pembayaran tunai dan transfer. Kondisi tersebut menjadi dasar pemilihan materi edukasi yang diberikan kepada pelaku UMKM.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat diarahkan pada edukasi mengenai pengecekan keaslian NIB, pemasaran UMKM, penerapan konsep 5R, dan QRIS. Kegiatan ini tidak diarahkan pada praktik atau pendampingan langsung, tetapi pada pemberian informasi dan pengetahuan yang dapat menjadi dasar bagi pelaku UMKM dalam memahami dan mempertimbangkan pengembangan usahanya.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan edukasi kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya memastikan keaslian informasi NIB melalui kanal resmi, meningkatkan pengetahuan mengenai alternatif pemasaran, memperkenalkan konsep 5R dalam pengelolaan lingkungan usaha, serta memberikan pemahaman mengenai QRIS sebagai salah satu alternatif pembayaran digital. Kegiatan diharapkan dapat menambah pengetahuan pelaku UMKM mengenai aspek administratif, pemasaran, pengelolaan lingkungan usaha, dan digitalisasi transaksi.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan pendidikan masyarakat melalui edukasi kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pendekatan tersebut dipilih karena kegiatan berfokus pada penyampaian informasi dan peningkatan pengetahuan mengenai beberapa aspek yang berkaitan dengan pengelolaan UMKM. Kegiatan tidak berupa pelatihan praktik, pendampingan, pembuatan dokumen legalitas, pembuatan QRIS, maupun penerapan langsung prinsip 5R.

Kegiatan dilaksanakan di wilayah sasaran KKL-PPM Universitas Malahayati tahun 2026 pada bulan juli tepatnya pada tanggal 28 dengan sasaran pelaku UMKM yang telah teridentifikasi melalui kegiatan observasi dan pendataan awal. Berdasarkan hasil pendataan, terdapat 5 unit usaha yang menjadi bagian dari data UMKM wilayah sasaran. Jenis usaha yang ditemukan meliputi Rias Pengantin, Tahu, Tempe, Geblek dan Jack Tris madu. Pemilihan sasaran didasarkan pada hasil observasi dan pendataan awal terhadap UMKM di wilayah pelaksanaan kegiatan.

Tahap pertama kegiatan adalah observasi dan pendataan UMKM. Observasi dilakukan untuk memperoleh informasi awal mengenai jenis usaha dan kondisi pengelolaan usaha. Selain itu, dilakukan komunikasi dengan pelaku usaha untuk mengetahui informasi yang berkaitan dengan legalitas, pemasaran, metode pembayaran, serta kondisi lingkungan usaha. Hasil pendataan digunakan sebagai dasar dalam menentukan materi edukasi yang relevan.

Tahap kedua adalah penentuan materi edukasi berdasarkan kondisi UMKM yang ditemukan. Materi yang disusun meliputi empat aspek, yaitu pengecekan keaslian NIB, pemasaran UMKM, penerapan konsep 5R, dan QRIS. Materi legalitas berisi informasi mengenai NIB dan cara melakukan pengecekan melalui kanal resmi."(Syamsi et al., 2023)" Materi pemasaran membahas pentingnya pemasaran serta alternatif penggunaan media pemasaran. Materi 5R memperkenalkan prinsip Ringkas, Rapi, Resik, Rawat, dan Rajin. "(Supriyati et al., 2024) Sementara itu, materi QRIS memberikan informasi mengenai fungsi dan manfaat QRIS sebagai salah satu alternatif pembayaran digital. "(bank indonesia, 2025)"

Tahap ketiga adalah pelaksanaan edukasi kepada pelaku UMKM. Penyampaian materi dilakukan secara langsung menggunakan bahasa yang sederhana dan disesuaikan dengan karakteristik pelaku usaha. Edukasi dilakukan dengan memberikan penjelasan mengenai materi yang telah disiapkan serta memberikan kesempatan kepada pelaku UMKM untuk memahami informasi yang berkaitan dengan kondisi usaha masing-masing.

Tahap keempat adalah evaluasi pemahaman secara sederhana melalui komunikasi dan tanya jawab setelah penyampaian materi. Evaluasi digunakan untuk mengetahui respons dan pemahaman peserta terhadap informasi yang diberikan. Karena kegiatan tidak menggunakan instrumen pretest dan posttest, hasil kegiatan tidak dinyatakan dalam bentuk skor peningkatan pengetahuan. Evaluasi

kegiatan dilakukan secara sederhana melalui komunikasi dan tanya jawab dengan pelaku UMKM setelah penyampaian materi. Capaian kegiatan dianalisis secara deskriptif berdasarkan pelaksanaan edukasi, respons peserta, dan materi yang telah disampaikan. Kegiatan ini tidak menggunakan instrumen prestest dan posttest.

Indikator keberhasilan kegiatan ditentukan berdasarkan terlaksananya penyampaian empat materi edukasi kepada lima UMKM sasaran, yaitu pengecekan keaslian NIB, pemasaran UMKM, konsep 5r, dan QRIS, serta adanya respons dan kesempatanya bertanya jawab dari peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran UMKM Sasaran

Hasil pendataan awal menunjukan terdapat 5 unit usaha yang berada diwilayah sasaran kegiatan. Jenis usaha yang ditemukan cukup beragam, mulai dari usaha produksi, perdagangan, dan jasa. Keberagaman tersebut menunjukan bahwa kegiatan ekonomi masyarakat tidak hanya terpusat pada satu jenis usaha.

No	Jenis Usaha	Pelaku Usaha
1.	Tahu	Ibu Sumarni
2.	Tempe	Pak Mugiono
3.	Geblek	Pak Puji Hartono
4.	Rias Pengantin	Bu Winda
5.	Madu	Pak Jack

Sumber:Hasil pendataan UMKM,2026.

Berdasarkan Tabel 1, terdapat variasi jenis usaha dan karakteristik pelaku usaha. Kondisi tersebut menjadi pertimbangan dalam menentukan materi edukasi agar informasi yang diberikan tetap relevan dengan kebutuhan UMKM. Data pendataan juga menjadi dasar bahwa kegiatan pemberdayaan tidak hanya ditujukan kepada satu jenis usaha, tetapi mencakup berbagai bentuk usaha masyarakat di wilayah sasaran.

Edukasi Pengecekan Keaslian NIB

Edukasi kedua berfokus pada aspek legalitas usaha melalui materi **pengecekan keaslian NIB.** Materi diberikan karena legalitas merupakan salah satu aspek administratif yang perlu dipahami oleh pelaku UMKM. NIB merupakan identitas resmi pelaku usaha dan informasi mengenai NIB dapat dicari melalui sistem OSS.

Dalam kegiatan edukasi, pelaku UMKM diberikan informasi mengenai fungsi NIB serta pentingnya melakukan pengecekan melalui kanal resmi. Materi juga diarahkan untuk memberikan pemahaman bahwa pelaku usaha perlu memperhatikan sumber informasi ketika memperoleh atau memeriksa dokumen legalitas usaha.

Hasil kegiatan pada aspek ini berupa tersampaikannya informasi mengenai legalitas dan pengecekan NIB kepada pelaku UMKM. Kegiatan tidak mencakup pembuatan NIB maupun perubahan status legalitas usaha. Oleh karena itu, capaian yang dibahas adalah aspek edukasi dan pengetahuan yang diberikan, bukan jumlah NIB yang berhasil dibuat atau diverifikasi setelah kegiatan.

Edukasi Pemasaran UMKM

Materi ketiga berfokus pada pemasaran UMKM. Hasil pendataan menunjukan bahwa pemanfaatan media pemasaran berbeda antara satu usaha dengan usaha lainnya. UMKM rias pengantin Bu Winda telah menggunakan facebook,Tiktok, dan Instagram sebagai media pemasaran.

Sementara itu, usaha geblek Pak Puji Hartono belum menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran. Usaha tahu juga telah melakukan pemasaran melalui pasar.

Perbedaan tersebut menjadi dasar pemberian edukasi mengenai pentingnya pemasaran dan pemilihan media yang sesuai dengan karakteristik usaha. Edukasi tidak diarahkan untuk mengubah media pemasaran yang digunakan secara langsung, tetapi memberikan pengetahuan mengenai alternatif pemasaran yang dapat dipertimbangkan oleh pelaku UMKM.

Materi edukasi mencakup pentingnya mengenalkan produk atau jasa kepada konsumen, menyampaikan informasi produk secara jelas, serta memanfaatkan media yang sesuai dengan karakteristik konsumen. Media sosial diperkenalkan sebagai salah satu alternatif pemasaran yang dapat digunakan oleh pelaku UMKM untuk memperluas penyampaian informasi mengenai produk dan jasa.

Hasil kegiatan pada aspek pemasaran berupa tersampaikannya pengetahuan mengenai alternatif pemasaran kepada pelaku UMKM. Karena kegiatan hanya berupa edukasi dan tidak dilakukan pengukuran penjualan sebelum dan sesudah kegiatan, tidak terdapat klaim mengenai peningkatan omzet atau jumlah konsumen. "(Rachmadani et al., 2023; Aisa et al, 2023)"

Edukasi Penerapan Konsep 5R

Materi keempat adalah konsep **5R**,yaitu Ringkas, Rapi, Resik, Rawat, dan Rajin. Edukasi ini diberikan untuk memperkenalkan pentingnya keteraturan dan kebersihan dalam lingkungan usaha.

Ringkas dijelaskan sebagai kegiatan memilah barang yang diperlukan dan tidak diperlukan. Rapi berkaitan dengan penataan barang dan peralatan agar mudah ditemukan dan digunakan. Resik berkaitan dengan menjaga kebersihan lingkungan usaha. Rawat berkaitan dengan mempertahankan kondisi lingkungan yang telah tertata dan bersih. Rajin berkaitan dengan pembentukan kebiasaan untuk menjaga dan mempertahankan prinsip-prinsip tersebut secara konsisten.

Penyampaian materi 5R memberikan pengetahuan dasar mengenai cara memandang lingkungan usaha sebagai salah satu bagian yang perlu dikelola. Materi tersebut relevan bagi berbagai jenis UMKM karena prinsipnya dapat disesuaikan dengan kondisi tempat usaha, baik usaha produksi, perdagangan, jasa, maupun usaha lainnya.

Namun, karena kegiatan yang dilakukan hanya berupa edukasi, hasil kegiatan tidak menyatakan bahwa pelaku UMKM telah menerapan 5R secara langsung. Capaian yang dapat dilaporkan adalah tersampaikannya informasi mengenai konsep dan manfaat 5R kepada pelaku usaha.

Edukasi QRIS

Materi kelima membahas QRIS sebagai salah satu alternatif pembayaran digital. Bank Indonesia menetapkan QRIS sebagai standar QR Code pembayaran untuk memfasilitasi transaksi pembayaran di Indonesia. QRIS juga diarahkan sebagai salah satu pintu masuk UMKM ke dalam ekosistem digital.

Hasil pendataan menunjukkan adanya perbedaan sistem pembayaran yang digunakan oleh pelaku usaha. UMKM rias pengantin menggunakan transfer bank, usaha tahu telah menggunakan pembayaran digital, sedangkan beberapa usaha lainnya masih menggunakan pembayaran tunai. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan sistem pembayaran digital belum sama pada setiap usaha.

Edukasi QRIS diberikan untuk memperkenalkan fungsi, manfaat, dan konsep dasar pembayaran digital kepada pelaku UMKM. Informasi tersebut diharapkan dapat membantu pelaku usaha memahami adanya alternatif pembayaran yang dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan usaha dan konsumennya.

Kegiatan ini tidak mencakup pembuatan atau aktivasi QRIS. Oleh karena itu, hasil kegiatan tidak menyatakan adanya penambahan jumlah UMKM pengguna QRIS. Capaian yang dilaporkan terbatas pada tersampaikannya informasi mengenai QRIS dan manfaatnya sebagai alternatif pembayaran digital.

Rekapitulasi Hasil Edukasi

Tabel 2. Rekapilutasi Materi dan Capaian Edukasi UMKM

Aspek Edukasi	Materi yang Disampaikan	Capaian Kegiatan
Legalitas	Pengecekan keaslian NIB melalui kanal resmi	Informasi mengenai fungsi NIB dan pengecekan keaslian NIB tersampaikan
Pemasaran	Alternatif pemasaran UMKM dan pemanfaatan media pemasaran	Informasi mengenai pemasaran dan pemilihan media yang sesuai tersampaikan
5R	Ringkas, Rapi, Resik, Rawat, dan Rajin	Pelaku UMKM memperoleh pengetahuan mengenai konsep 5R
Qris	Pengenalan QRIS dan manfaat pembayaran digital	Informasi mengenai QRIS sebagai alternatif pembayaran digital tersampaikan

Sumber: Hasil kegiatan edukasi UMKM, 2026

Berdasarkan Tabel 2, kegiatan edukasi mencakup empat aspek yang saling melengkapi dalam pengelolaan UMKM. Legalitas memberikan dasar pengetahuan administratif, pemasaran berkaitan dengan penyampian informasi produk dan jasa kepada konsumen,"(Setiawan, 2023; Soebandhi et al., 2022; widia, 2021)" 5R berkaitan dengan pengetahuan mengenai keteraturan lingkungan usaha, sedangkan QRIS berkaitan dengan perkembangan sistem pembayaran digital.

Keempat materi tersebut dipilih berdasarkan kondisi UMKM yang ditemukan dalam kegiatan pendataan. Perbedaan jenis usaha dan cara pengelolaan usaha menunjukkan bahwa kebutuhan informasi setiap pelaku UMKM tidak sepenuhnya sama. Oleh karena itu, edukasi menjadi pendekatan yang sesuai untuk memberikan pengetahuan dasar yang dapat dipertimbangkan oleh pelaku usaha sesuai kondisi masing-masing.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian menghasilkan tersampaikannya empat materi edukasi kepada sasaran UMKM, yaitu pengecekan keaslian NIB, pemasaran, 5R, dan QRIS. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kegiatan telah memberikan informasi yang berkaitan dengan aspek administratif, pemasaran, lingkungan usaha, dan digitalisasi pembayaran. Namun, karena kegiatan hanya berupa edukasi tanpa pretest-posttest, praktik, atau pendampingan lanjutan, perubahan perilaku, peningkatan omzet, penerapan 5R, penerbitan NIB, maupun penggunaan QRIS setelah kegiatan belum dapat diukur.



Gambar 1 (atas) Edukasi legalitas Pengecekan NIB UMKM, Gambar 2 (bawah) Edukasi pemasaran UMKM



Gambar 3 (atas) Edukasi penerapan 5R UMKM, Gambar 4 (bawah) Edukasi QRIS UMKM

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui edukasi UMKM dilaksanakan berdasarkan hasil pendataan dan observasi terhadap 5 unit usaha dengan jenis usaha yang beragam. Edukasi difokuskan pada empat aspek, yaitu pengecekan keaslian Nomor Induk Berusaha (NIB), pemasaran UMKM, penerapan konsep 5R (Ringkas, Rapi, Resik, Rawat, dan Rajin), serta pengenalan QRIS sebagai salah satu alternatif pembayaran digital. Kegiatan memberikan informasi dan pengetahuan dasar kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya legalitas usaha, pemilihan media pemasaran, keteraturan dan kebersihan lingkungan usaha, serta perkembangan sistem pembayaran digital. Karena kegiatan yang dilaksanakan berupa edukasi, capaian kegiatan terbatas pada tersampaikannya materi dan pemahaman awal pelaku UMKM, sehingga perubahan perilaku, peningkatan omzet, penerapan 5R, penerbitan NIB, maupun penggunaan QRIS setelah kegiatan belum dapat diukur. Keberlanjutan kegiatan diharapkan dapat dilakukan melalui penerapan pengetahuan secara mandiri oleh pelaku UMKM sesuai dengan kebutuhan dan kondisi masing-masing usaha.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Malahayati yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan KKL-PPM sebagai bagian dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada pihak perangkat wilayah setempat dan para pelaku UMKM yang telah memberikan waktu dan kesempatan untuk mengikuti kegiatan edukasi. Apresiasi juga disampaikan kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan kegiatan edukasi mengenai pengecekan keaslian NIB, pemasaran UMKM, penerapan 5R, dan QRIS, sehingga kegiatan dapat terlaksana dengan baik.

REFERENCES

Aisa, A., Purbowo, P., Sulaikho, S., Ramadhani, M. I., Mubarok, F., Lestari, P., Mariyanti, M., & Annisa, R. (2023). Pengembangan UMKM melalui digital marketing di Desa Gambiran. Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 4(3), 129–131.

Mubarok, A. (2021). Pemanfaatan digital marketing bagi pelaku usaha mikro kecil menengah di Desa Bakalan Kabupaten Kediri. Jurnal Bina Desa, 3(2).

Rachmadani, W. S., Margunani, M., & Rachmadi, M. F. (2023). Assistance and digitalization of MSMEs based on optimization of digital promotional content creation. Indonesian Journal of Devotion and Empowerment, 5(2).

Setiawan, I. (2023). Optimalisasi dan pengembangan produk UMKM melalui digital marketing. Abdimas Galuh, 5(1).

Soebandhi, S., Ariska, R. A., & Purwitasari, F. (2022). Perluasan pangsa pasar dengan menggunakan metode pemasaran digital pada Asosiasi UMKM Amangtiwi. Jurnal Abdimas, 26(2).

Supriyati, S., Khofiyah, N. A., Nurhidayanti, N., Efendi L., R., Febrinasari, T., & Widya, A. R. (2024). Pengenalan 5R (Ringkas, Rapi, Resik, Rawat, dan Rajin) untuk menjaga kebersihan dan melatih kedisiplinan sejak dini. Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara, 5(1), 346–351. https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2524

Syamsi, M. N., Ervanto, K. F., Iftikhar, R., Aushafina, N. H., Vitara, C. R. A., & Billah, M. (2023). Pendampingan pengurusan legalitas usaha berupa Nomor Induk Berusaha (NIB) bagi UMKM di Desa Kebondalem, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang. Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat, 1(3), 167–173. https://doi.org/10.47861/jipm-nalanda.v1i3.333

Widia, E. (2021). Diseminasi penggunaan sosial media dalam perluasan sebaran pemasaran pada produk UMKM. Dharma: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2(1), 99–114.

Bank Indonesia (2025) *Quick Response code Indonesia Standard* (QRIS)