Jurnal Bina Desa
Volume 8 (3) (2026) 380-390
p-ISSN 2715-6311 e-ISSN 2775-4375
https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jurnalbinadesa

Penguatan Identitas dan Digitalisasi UMKM Singkong Keju Cak Mur melalui Logo dan QRIS Desa Ngingit

Wenny Mamilianti[1]✉, Mochammad Andyvandermeyde[1], A. Nurul Huda[1], Maghfirotul Lailiya[1], Muhammad Cholilur Rochman[1]

[1]Universitas Yudharta Pasuruan

wennymfp@yudharta.ac.id

Abstrak. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memperkuat identitas produk sekaligus mendukung digitalisasi transaksi pada UMKM Singkong Keju Cak Mur milik Bapak Mursidi di Desa Ngingit, Kecamatan Tumpang, Kabupaten Malang. Usaha yang berdiri sejak tahun 2017 memasarkan singkong keju dan jemblem melalui outlet lokal serta WhatsApp. Sebelum pendampingan, UMKM belum memiliki logo sebagai identitas visual dan belum menggunakan QRIS, sehingga seluruh pembayaran dilakukan secara tunai. Kegiatan dilaksanakan melalui observasi dan wawancara pada 4 Juli 2026, kemudian dilanjutkan dengan diskusi, perancangan logo, serta pendampingan pembuatan QRIS pada 16 Juli 2026. Logo dirancang sederhana dengan menampilkan unsur singkong keju dan variasi rasa sesuai hasil diskusi bersama pemilik, dibuat menggunakan Canva dan bantuan kecerdasan buatan, lalu mengalami satu kali revisi sebelum disetujui. Pembuatan QRIS dilakukan melalui layanan BRI menggunakan BRImo dan BRI Merchant, dengan proses aktivasi berlangsung sekitar lima menit tanpa kendala, kemudian QRIS dicetak dan dipasang pada gerobak penjualan. Hasil kegiatan meliputi logo UMKM, file desain, QRIS aktif, serta media pembayaran yang siap digunakan. Pemilik memberikan tanggapan positif karena memperoleh identitas produk dan alternatif transaksi non-tunai, sedangkan konsumen merasakan kemudahan pembayaran. Kegiatan ini meningkatkan kesiapan UMKM menghadapi transformasi digital, meskipun dampak ekonomi belum diukur secara kuantitatif melalui peningkatan penjualan maupun omzet.
Kata Kunci: Digitalisasi Transaksi, Logo, QRIS, Singkong Keju, UMKM

Abstract. *This initiative aimed to support transaction digitalization and strengthen the identity of "Singkong Keju Cak Mur," an UMKM owned by Mr. Mursidi in Ngingit Village, Tumpang District, Malang Regency. Established in 2017, the business sells cheese cassava (singkong keju) and jemblem through outlets and WhatsApp. Before assistance, the UMKM lacked a logo and did not use QRIS, so payments were made in cash. Activities included observation and interviews on 4 July 2026, followed by discussions, logo design, and QRIS assistance on 16 July 2026. The logo incorporated cheese cassava and flavour-variant elements based on discussions with the owner, and was designed using Canva with AI assistance before one round of revision. QRIS activation through BRI using BRImo and BRI Merchant took about five minutes. Deliverables included the logo, design files, active QRIS, and printed payment media. The owner responded positively, while consumers benefited from cashless payments. Economic impacts on sales and revenue were not quantitatively measured in this activity.*
Keywords: *Transaction Digitalization, Logo, QRIS, Cheese Cassava, UMKM*

Pendahuluan

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan salah satu bentuk pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi yang memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan KKN

Koresponden: wennymfp@yudharta.ac.id

Submitted: 2026-08-24
*Accepted:*2026-10-12
Publisher:2026-10-31

Publisher by Pusat Pengembangan KKN, LPPM, Universitas Negeri Semarang

Kelompok 17 Universitas Yudharta Pasuruan dilaksanakan di Desa Ngingit, Kecamatan Tumpang, Kabupaten Malang, dengan tema "Penguatan Karakter Masyarakat melalui Pendidikan dan Pengembangan Potensi Desa".

Desa Ngingit memiliki potensi ekonomi yang berasal dari sektor pertanian, peternakan, serta Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Salah satu potensi lokal yang berkembang adalah pengolahan singkong menjadi berbagai produk pangan, seperti singkong keju dan jemblem. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa singkong tidak hanya menjadi komoditas pertanian, tetapi juga menjadi bahan baku kegiatan ekonomi masyarakat dan UMKM di Desa Ngingit, sejalan dengan laporan KKN Kelompok 17 yang mencatat singkong sebagai salah satu komoditas unggulan desa yang diolah menjadi berbagai produk UMKM.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang memiliki skala lebih kecil dibandingkan perusahaan besar dan memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM mencakup berbagai kegiatan usaha dan umumnya memiliki keterbatasan dalam hal sumber daya, tenaga kerja, modal, serta akses terhadap pasar dan pembiayaan (Tambunan, 2021) UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian, tetapi masih menghadapi berbagai tantangan dalam pengelolaan keuangan, termasuk pencatatan transaksi usaha. Penggunaan sistem pembayaran digital melalui Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) dapat mendukung efisiensi transaksi sekaligus meningkatkan akuntabilitas pencatatan keuangan UMKM (Kesuma & Prawitasari, 2026). Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi besar dalam sistem ekonomi, termasuk sektor UMKM, dan salah satu wujud nyata digitalisasi tersebut adalah penerapan sistem pembayaran non-tunai berbasis QRIS yang dicanangkan oleh Bank Indonesia (Siddiqi et al., 2025). Dalam konteks negara berkembang, penerapan sistem pembayaran berbasis kode QR menjadi salah satu alternatif untuk mendorong ekosistem transaksi non-tunai, meskipun keterbatasan infrastruktur masih menjadi salah satu tantangan dalam akses terhadap pembayaran digital. Pada konteks Indonesia, adopsi QRIS oleh UMKM dipengaruhi oleh faktor kompatibilitas, kondisi pendukung, kepercayaan, dan keunggulan relatif (Rafferty & Fajar, 2022). UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 60,5% dan penyerapan tenaga kerja sebesar 96,9% dari total tenaga kerja nasional (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2022). Transformasi digital menjadi faktor penting dalam pengembangan UMKM, terutama dalam meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan membangun daya saing di era digital (Rahayu et al., 2025)

Seiring dengan meningkatnya kesadaran konsumen terhadap kesehatan dan legalitas produk, informasi pada label menjadi semakin penting. Konsumen cenderung mempertimbangkan informasi yang jelas dan informatif pada kemasan produk sebelum melakukan pembelian, termasuk informasi mengenai komposisi, masa kedaluwarsa, serta legalitas produk. Kejelasan informasi tersebut dapat berkontribusi terhadap kepercayaan konsumen. Di sisi lain, keterbatasan kemampuan dalam membangun identitas visual masih menjadi salah satu tantangan bagi UMKM dalam memperkuat daya tarik produknya. Kajian sistematis terhadap literatur pemasaran menunjukkan bahwa logo sebagai elemen identitas visual dapat memengaruhi persepsi, sikap, citra merek, dan niat beli konsumen (Liang et al., 2024). Selain aspek visual, sebagian UMKM juga masih menghadapi keterbatasan dalam pemenuhan legalitas usaha dan pemanfaatan teknologi digital untuk memperluas akses pasar serta meningkatkan daya saing (Firmansyah et al., 2025). Lemahnya aspek branding, khususnya desain logo, juga menjadi salah satu hambatan dalam meningkatkan daya saing produk UMKM (Firdaus et al., 2025)

Pengembangan UMKM tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menghasilkan produk, tetapi juga membutuhkan identitas yang dapat membantu konsumen mengenali produk serta sistem transaksi yang sesuai dengan perkembangan teknologi. Branding melalui identitas visual dapat menjadi salah satu upaya untuk memperjelas karakter produk, sedangkan penggunaan pembayaran digital dapat memberikan alternatif transaksi yang lebih praktis bagi konsumen. Salah satu UMKM yang menjadi sasaran pendampingan adalah Singkong Keju Cak Mur milik Bapak Mursidi. Usaha tersebut telah berjalan sejak tahun 2017 dan menjual produk berupa singkong keju dan jemblem. Penjualan dilakukan secara luring melalui outlet di wilayah Kecamatan Tumpang serta melalui WhatsApp. Berdasarkan hasil observasi, UMKM tersebut belum memiliki logo; identitas produk sebelumnya hanya berupa foto produk dengan kemasan menggunakan kotak biasa. Pada aspek transaksi, UMKM Singkong Keju Cak Mur sebelumnya belum memiliki QRIS sehingga pembayaran dilakukan secara tunai dan konsumen belum memiliki alternatif pembayaran non-tunai. Adopsi sistem pembayaran digital seperti QRIS dapat memberikan kemudahan transaksi, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperluas akses pasar bagi pelaku UMKM. Digital payment juga dapat mendorong inklusi keuangan dan mempercepat transformasi ekonomi digital di sektor UMKM (Rozikin et al., 2026)

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian difokuskan pada penguatan identitas produk melalui pembuatan logo dan digitalisasi transaksi melalui pembuatan QRIS. Pembuatan logo diarahkan untuk menghasilkan identitas visual sederhana yang sesuai dengan karakter produk dan varian rasa, sedangkan QRIS dibuat melalui layanan BRI dengan pendampingan mahasiswa. Dengan memanfaatkan aplikasi desain grafis Canva yang mudah digunakan, pelaku UMKM dapat merancang logo, label, dan kemasan produk secara mandiri tanpa harus mengeluarkan biaya besar untuk jasa desain profesional (Wasito, 2023). Melalui pembuatan dan perbaikan logo, UMKM dapat memperkuat identitas visual dan meningkatkan keterkenalan produk di mata konsumen (Novita & Takarini, 2026). Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan identitas visual baru kepada Singkong Keju Cak Mur serta membantu pemilik UMKM memiliki alternatif pembayaran non-tunai. Pelatihan dan pendampingan penggunaan aplikasi keuangan digital juga dapat meningkatkan kapasitas dan pemahaman pelaku UMKM dalam pengelolaan keuangan berbasis digital (Bangsawan et al., 2026)

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pendampingan dilaksanakan pada 4 Juli 2026 untuk tahap observasi dan pada 16 Juli 2026 untuk pembuatan logo serta aktivasi QRIS. Sasaran kegiatan adalah UMKM Singkong Keju Cak Mur milik Bapak Mursidi. Outlet produk berada di wilayah Kecamatan Tumpang, sedangkan pelaksanaan pendampingan dilakukan di rumah Bapak Mursidi yang berlokasi di Dusun Alas Gede, Desa Ngingit, Kecamatan Tumpang, Kabupaten Malang. Kegiatan melibatkan empat mahasiswa KKN dan Bapak Mursidi selaku pemilik UMKM.

Metode kegiatan dilakukan melalui tahapan observasi dan wawancara, perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi hasil. Observasi dan wawancara digunakan untuk memperoleh informasi mengenai kondisi awal UMKM, produk, pemasaran, identitas visual, dan sistem pembayaran. Tahap pembuatan logo diawali dengan diskusi bersama pemilik UMKM mengenai konsep identitas visual. Konsep yang disepakati adalah logo sederhana yang menampilkan unsur singkong keju dan varian rasa. Logo dibuat menggunakan Canva dengan bantuan kecerdasan buatan. Setelah dilakukan satu kali revisi, hasil akhir disetujui oleh pemilik dan digunakan sebagai stiker, sedangkan file desain diberikan kepada pemilik. Tahap digitalisasi transaksi

dilakukan melalui pendampingan pembuatan QRIS menggunakan layanan BRI, yaitu BRImo dan BRI Merchant. Pemilik telah memiliki rekening BRI sehingga proses dapat dilakukan dengan pendampingan mahasiswa hingga QRIS berhasil aktif. Proses aktivasi berlangsung sekitar lima menit tanpa kendala. Setelah aktif, QRIS dicetak dan dipasang pada gerobak atau outlet, kemudian pemilik diberikan edukasi mengenai penggunaan serta pengecekan pembayaran.

Pelaku UMKM dilibatkan secara langsung dalam penggunaan mobile banking dan QRIS menggunakan perangkat masing-masing agar tidak hanya memahami secara teoretis, tetapi juga memiliki pengalaman langsung dalam bertransaksi digital sesuai dengan aktivitas usaha mereka. Pendampingan dilakukan secara individual dan kelompok untuk mengakomodasi perbedaan tingkat pemahaman dan kemampuan teknis antarpelaku UMKM (Hutabarat et al., 2026). Evaluasi dilakukan berdasarkan hasil luaran serta tanggapan pemilik dan konsumen. Evaluasi tidak menggunakan data kuantitatif mengenai peningkatan penjualan karena data penjualan sebelum dan sesudah kegiatan tidak tersedia.

Hasil Dan Pembahasan

Kondisi Awal Mitra

Hasil observasi menunjukkan bahwa UMKM Singkong Keju Cak Mur merupakan usaha milik Bapak Mursidi yang telah berdiri sejak tahun 2017, bergerak pada bidang kuliner dengan produk utama singkong keju dan jemblem. UMKM ini telah memiliki konsumen dari lingkungan sekitar dan memasarkan produknya secara langsung melalui outlet di wilayah Kecamatan Tumpang, serta memanfaatkan WhatsApp sebagai sarana komunikasi dan penerimaan pesanan. Hal ini menunjukkan pemanfaatan saluran komunikasi digital yang masih relatif sederhana dan belum didukung identitas visual yang konsisten.

Sebelum kegiatan pendampingan, UMKM belum memiliki logo yang secara khusus digunakan sebagai identitas visual. Identitas produk sebelumnya lebih banyak ditampilkan melalui foto produk, sedangkan kemasan yang digunakan berupa kotak biasa tanpa identitas visual yang kuat dan konsisten. Ketiadaan logo menyebabkan UMKM belum memiliki elemen visual yang dapat diterapkan secara konsisten pada berbagai media pemasaran, seperti kemasan, stiker produk, media sosial, papan usaha, maupun media promosi lainnya.

Selain permasalahan identitas produk, hasil observasi juga menunjukkan keterbatasan pada sistem transaksi. Sebelum pendampingan, pembayaran masih didominasi oleh transaksi tunai, sedangkan perkembangan kebiasaan konsumen dalam menggunakan pembayaran digital menunjukkan adanya peluang untuk menyediakan metode pembayaran yang lebih beragam. Dalam konteks ini, penggunaan QRIS dipandang relevan sebagai bentuk digitalisasi transaksi, meskipun penerapannya dalam kegiatan ini lebih diarahkan sebagai upaya meningkatkan kemudahan pembayaran, bukan sebagai indikator langsung peningkatan omzet, karena belum tersedia data transaksi pembanding sebelum dan sesudah penerapan.

Berdasarkan hasil observasi tersebut, teridentifikasi dua permasalahan utama, yaitu belum tersedianya identitas visual berupa logo yang dapat digunakan secara konsisten, serta belum tersedianya sistem pembayaran digital sebagai alternatif pembayaran tunai. Kedua permasalahan ini dipilih sebagai fokus intervensi karena relatif sederhana untuk ditangani namun memiliki potensi manfaat langsung bagi pengenalan produk dan pelayanan konsumen.

Tabel 1. Kondisi Awal dan Solusi Permasalahan UMKM Singkong Keju Cak Mur

No.	Aspek	Kondisi Sebelum Pendampingan	Solusi yang Diberikan	Hasil
1	Identitas produk	Belum memiliki logo	Pembuatan logo sesuai karakter produk	Tersedia logo UMKM
2	Identitas visual	Identitas produk hanya berupa foto produk	Perancangan identitas visual	Logo dapat digunakan sebagai stiker dan media promosi
3	Sistem pembayaran	Pembayaran dilakukan secara tunai	Pendampingan pembuatan QRIS	QRIS berhasil aktif
4	Pembayaran non-tunai	Belum tersedia QRIS	Edukasi penggunaan QRIS	Pemilik memiliki alternatif pembayaran digital
5	Aset desain	Belum memiliki file identitas visual	Pemberian file desain logo	File dapat digunakan kembali untuk kebutuhan usaha

Berdasarkan Tabel 1, permasalahan yang ditemukan pada mitra dapat ditangani melalui dua bentuk solusi utama, yaitu penguatan identitas visual dan digitalisasi transaksi, tanpa mengarah pada perubahan produk atau proses produksi.

Proses Perancangan Logo

Tahap perancangan logo dilakukan setelah mahasiswa memperoleh informasi mengenai kondisi UMKM melalui observasi dan wawancara. Proses diawali dengan diskusi bersama Bapak Mursidi untuk menggali informasi mengenai karakter produk, jenis produk yang ditawarkan, variasi rasa, serta harapan pemilik terhadap identitas usaha yang akan dikembangkan. Berdasarkan hasil diskusi, pemilik menginginkan logo yang dapat menggambarkan produk singkong keju sekaligus menunjukkan variasi rasa yang tersedia.

Desain logo dibuat dengan konsep sederhana, komunikatif, dan mudah dikenali, agar tetap terlihat jelas ketika digunakan dalam berbagai ukuran dan media, seperti stiker, kemasan produk, papan usaha, maupun media promosi digital. Perancangan dilakukan menggunakan aplikasi Canva dengan memanfaatkan fitur kecerdasan buatan sebagai alat bantu pengembangan ide visual, tanpa mengabaikan hasil observasi, karakteristik produk, serta masukan pemilik UMKM. Setelah rancangan awal selesai, mahasiswa melakukan konsultasi kembali dengan pemilik sebagai tahap validasi sederhana, dan dilakukan satu kali revisi hingga diperoleh logo yang disetujui.



Gambar 1. Proses diskusi dan perancangan identitas visual bersama pemilik UMKM Singkong Keju Cak Mur
(Sumber; Dokumentasi Pribadi, 2026)

Gambar 1 menunjukkan proses perancangan identitas visual yang dilakukan secara bertahap dengan mempertimbangkan masukan pemilik UMKM. Keterlibatan pemilik menjadi bagian penting agar identitas visual yang dihasilkan dapat merepresentasikan karakter produk dan digunakan secara berkelanjutan.

Hasil Perancangan Logo

Hasil akhir dari proses perancangan adalah tersedianya logo baru untuk UMKM Singkong Keju Cak Mur yang memasukkan unsur singkong keju dan variasi rasa sehingga memiliki keterkaitan dengan produk utama yang dijual. Setelah melalui satu kali revisi, desain akhir memperoleh persetujuan pemilik dan digunakan sebagai stiker pada media penjualan.



Gambar 1. Logo akhir UMKM Singkong Keju Cak Mur
(Sumber; Dokumentasi Pribadi, 2026)

Pembuatan logo memberikan perubahan pada aspek identitas visual UMKM: sebelum kegiatan, Singkong Keju Cak Mur belum memiliki tanda visual yang dapat digunakan secara konsisten, sedangkan setelah kegiatan pemilik memiliki logo yang digunakan sebagai identitas produk sekaligus file desain yang dapat dimanfaatkan kembali untuk berbagai kebutuhan usaha. Temuan ini sejalan dengan kajian yang menunjukkan bahwa logo berperan penting dalam membentuk kesadaran merek, persepsi, dan citra produk di mata konsumen (Liang et al., 2024). Penguatan identitas visual ini menjadi langkah awal membangun branding UMKM, dan

keberlanjutan manfaatnya bergantung pada konsistensi pemilik dalam menggunakan logo pada berbagai media.

Proses Pembuatan dan Aktivasi QRIS

Selain penguatan identitas produk, kegiatan pendampingan juga diarahkan pada digitalisasi transaksi. Berdasarkan hasil observasi, sebelum kegiatan berlangsung pembayaran pada UMKM Singkong Keju Cak Mur masih dilakukan secara tunai sehingga konsumen belum memiliki pilihan pembayaran non-tunai. Untuk mengatasi hal tersebut, mahasiswa memberikan pendampingan pembuatan QRIS melalui layanan BRI, yaitu BRImo dan BRI Merchant. Pemilik UMKM telah memiliki rekening BRI sehingga proses pembuatan dapat dilakukan dengan pendampingan mahasiswa hingga QRIS berhasil diaktifkan, dengan waktu aktivasi sekitar lima menit dan tanpa kendala. Setelah aktif, kode QR dicetak dan dipasang pada gerobak atau outlet, disertai penjelasan mengenai cara penggunaan dan pengecekan pembayaran yang masuk.

Tabel 2. Tahapan Digitalisasi Transaksi melalui QRIS

No.	Tahapan	Kegiatan	Hasil
1	Identifikasi	Mengidentifikasi sistem pembayaran yang digunakan	Diketahui pembayaran masih dilakukan secara tunai
2	Persiapan	Memastikan ketersediaan rekening BRI	Rekening BRI tersedia
3	Pembuatan	Pendampingan melalui BRImo dan BRI Merchant	Pengajuan QRIS dilakukan
4	Aktivasi	Menunggu proses aktivasi	QRIS aktif dalam waktu sekitar lima menit
5	Implementasi	QRIS dicetak dan dipasang	QRIS siap digunakan
6	Edukasi	Penjelasan penggunaan dan pengecekan transaksi	Pemilik memahami penggunaan QRIS

Berdasarkan Tabel 2, digitalisasi transaksi dilakukan melalui tahapan sederhana yang disesuaikan dengan kondisi pemilik UMKM. Pendampingan tidak hanya berfokus pada keberhasilan memperoleh QRIS, tetapi juga memastikan QRIS dapat digunakan dalam kegiatan penjualan secara mandiri setelah pendampingan berakhir.

Hasil Implementasi QRIS

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa UMKM Singkong Keju Cak Mur telah memiliki QRIS aktif sebagai alternatif pembayaran non-tunai yang dicetak dan dipasang pada gerobak atau outlet sehingga dapat digunakan konsumen ketika bertransaksi. Kemudahan dan kecepatan proses aktivasi yang dialami pemilik sejalan dengan temuan bahwa pengalaman pengguna yang positif, di samping kepercayaan terhadap kualitas layanan, menjadi pendorong utama adopsi pembayaran berbasis kode QR di negara berkembang (Ly et al., 2025) Digitalisasi transaksi ini juga memberikan kemudahan bagi pemilik dalam menyediakan alternatif pembayaran sekaligus pengetahuan mengenai cara memeriksa pembayaran yang masuk. Penerapan QRIS dapat

mendukung efisiensi transaksi non-tunai, mempercepat proses pembayaran, serta mendorong inklusi keuangan melalui digitalisasi sistem pembayaran (Dedi Harianto & Ahmad, 2025).

Dengan demikian, penerapan QRIS pada UMKM Singkong Keju Cak Mur tidak hanya memberikan alternatif pembayaran bagi konsumen, tetapi juga membantu pemilik mengenal dan menggunakan sistem pembayaran digital dalam aktivitas usahanya.

Tanggapan Pemilik dan Manfaat bagi Konsumen

Pemilik UMKM Singkong Keju Cak Mur memberikan tanggapan positif terhadap kegiatan pendampingan karena membantu mengatasi permasalahan yang sebelumnya dihadapi, khususnya pada aspek identitas produk dan sistem pembayaran. Logo yang dirancang berdasarkan karakteristik produk dan hasil diskusi bersama dapat digunakan sebagai salah satu elemen dalam memperkenalkan produk kepada konsumen, sedangkan QRIS memberikan alternatif pembayaran yang dapat digunakan sesuai kebiasaan konsumen. Dari sisi konsumen, keberadaan QRIS memberikan kemudahan pembayaran secara cashless, terutama bagi konsumen yang lebih sering menggunakan aplikasi pembayaran digital.

Meskipun terdapat perubahan pada aspek identitas produk dan fasilitas transaksi, dampak kegiatan terhadap peningkatan penjualan dan omzet belum dapat diketahui secara kuantitatif karena belum tersedianya data penjualan yang terdokumentasi secara sistematis sebelum dan sesudah pendampingan. Oleh karena itu, evaluasi hasil pendampingan lebih diarahkan pada perubahan kondisi mitra, ketercapaian luaran, penerapan fasilitas pembayaran digital, serta tanggapan pemilik dan konsumen. Hasil ini dapat menjadi dasar bagi kegiatan pendampingan lanjutan yang lebih berkelanjutan, terutama melalui pencatatan transaksi secara rutin, pemantauan penggunaan QRIS, evaluasi respons konsumen, serta pengembangan strategi branding dan pemasaran digital.

Luaran Kegiatan

Kegiatan pendampingan menghasilkan beberapa luaran yang dapat digunakan secara langsung oleh UMKM Singkong Keju Cak Mur, terdiri atas logo UMKM, file desain logo, QRIS aktif, dan cetakan QRIS. Logo digunakan sebagai stiker pada media penjualan, sedangkan QRIS dipasang pada gerobak atau outlet untuk mendukung transaksi non-tunai.

Tabel 3. Luaran Kegiatan Pendampingan UMKM Singkong Keju Cak Mur

No.	Luaran	Bentuk	Pemanfaatan
1	Logo UMKM	Desain visual	Identitas produk
2	File desain logo	File digital	Kemasan dan media promosi
3	QRIS aktif	Kode QR	Pembayaran non-tunai
4	Cetakan QRIS	Media fisik	Dipasang pada gerobak/outlet
5	Edukasi QRIS	Pendampingan langsung	Penggunaan dan pengecekan transaksi

Berdasarkan Tabel 3, luaran kegiatan memiliki karakter yang dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan: logo dapat dikembangkan pada berbagai media pemasaran, sedangkan QRIS dapat digunakan dalam transaksi sehari-hari selama layanan tersebut tetap aktif.

Keterbatasan Kegiatan

Kegiatan pendampingan memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam interpretasi hasil. Pertama, belum tersedianya data kuantitatif mengenai perubahan penjualan dan omzet, karena data transaksi sebelum dan sesudah penerapan QRIS tidak tersedia. Kedua, ruang lingkup kegiatan yang difokuskan pada pembuatan logo dan QRIS menyebabkan aspek pengembangan UMKM lainnya, seperti strategi pemasaran digital, pengelolaan media sosial, pencatatan keuangan, dan pengembangan kemasan, belum dibahas secara mendalam. Ketiga, penerapan branding masih berada pada tahap awal sehingga keberhasilannya dalam jangka panjang bergantung pada konsistensi pemilik dalam menggunakan logo pada seluruh media promosi. Keempat, waktu pelaksanaan yang relatif terbatas belum memungkinkan pemantauan berkelanjutan terhadap perkembangan usaha setelah penerapan QRIS dan branding. Kelima, tingkat pemanfaatan hasil pendampingan masih sangat bergantung pada keterlibatan dan konsistensi pemilik usaha dalam menggunakan QRIS dan identitas visual secara aktif.

Potensi Keberlanjutan Program

Kegiatan pendampingan memiliki potensi untuk dikembangkan secara berkelanjutan karena luaran yang dihasilkan dapat terus digunakan oleh mitra. Logo yang telah dibuat dapat dikembangkan sebagai identitas visual pada kemasan, banner, stiker, media sosial, WhatsApp, dan berbagai media promosi lainnya, sedangkan file desain memungkinkan penggunaan logo secara berulang sesuai kebutuhan usaha. Pada aspek transaksi, QRIS yang telah aktif dapat terus digunakan sebagai alternatif pembayaran non-tunai, dan program selanjutnya dapat diarahkan pada penguatan pemasaran digital, pengembangan kemasan, pencatatan transaksi, serta evaluasi dampak ekonomi secara berkala.

Simpulan

Kegiatan pendampingan pada UMKM Singkong Keju Cak Mur milik Bapak Mursidi di Desa Ngingit berhasil menghasilkan identitas visual baru melalui pembuatan logo dan mendukung digitalisasi transaksi melalui QRIS. Logo dibuat berdasarkan diskusi bersama pemilik dengan konsep sederhana yang menampilkan unsur singkong keju dan varian rasa, telah digunakan sebagai stiker, dan file desainnya diberikan kepada pemilik. QRIS dibuat melalui pendampingan menggunakan layanan BRI melalui BRImo dan BRI Merchant, berhasil aktif dalam waktu sekitar lima menit tanpa kendala, kemudian dicetak dan dipasang pada gerobak atau outlet. Pemilik telah menggunakan QRIS untuk menerima pembayaran dan memberikan tanggapan positif terhadap kegiatan, sedangkan konsumen merasakan manfaat dari tersedianya alternatif pembayaran cashless.

Kegiatan ini belum mengukur peningkatan penjualan atau omzet karena tidak tersedia data kuantitatif sebelum dan sesudah kegiatan, sehingga dampak yang dapat disimpulkan terbatas pada tersedianya identitas visual dan alternatif pembayaran digital yang telah digunakan oleh UMKM. Pemilik UMKM disarankan untuk mempertahankan penggunaan logo secara konsisten pada media promosi dan kemasan serta terus memanfaatkan QRIS sebagai alternatif pembayaran, sedangkan pengembangan berikutnya dapat diarahkan pada penguatan pemasaran digital, pengembangan kemasan, dan pengelolaan media sosial.

Referensi

Atik Novita, & Takarini, N. (2026). Penguatan Identitas Usaha Melalui Logo Guna Meningkatkan Visual Branding UMKM di Kejawan Putih Tambak. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Patikala*, *5*(3), 4189–4198. https://doi.org/10.51574/patikala.v5i3.4454

Bangsawan, S., MS, M., Febrian, A., Febrianto, I., Nugroho, D., Nama, G. F., Pramudiyanto, K. N. P., & Pahlawan, P. N. M. (2026). Optimalisasi Pengelolaan Keuangan UMKM melalui Pelatihan dan Pendampingan Penggunaan Aplikasi Keuangan Digital. *I-Com: Indonesian Community Journal*, *6*(3), 1185–1196. https://doi.org/10.70609/icom.v6i3.10975

Dedi Harianto, & Ahmad. (2025). Transformasi Digital Sistem Pembayaran di Indonesia: Studi atas Peran QRIS. *Journal of Accounting, Economics, and Business Education*, 276–280. https://doi.org/10.62794/jaebe.v3i1.7546

Firmansyah, E. A., Yusuf, U., Pratama, V. A. W., Fahmi, Z., & Hidayanti, A. N. (2025). Penguatan Kapasitas UMKM melalui Pendampingan Legalitas Usaha dan Digital Marketing. *Muria Jurnal Layanan Masyarakat*, *7*(2), 126–132. https://doi.org/10.24176/mjlm.v7i2.15976

Hutabarat, A. S., Effendy, M., & Setiawan, J. M. (2026). Pendampingan Penggunaan Mobile Banking dan QRIS untuk Peningkatan Transaksi UMKM. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, *7*(1), 42–52. https://doi.org/10.37641/jadkes.v7i1.4957

Jannatul Firdaus, Nurul Hidayat, Najiatun, Hertin Khalifatun Nisa Arifah, Edi Awan, & Rahmat Zulkarnain. (2025). Penguatan Branding UMKM Camilan Khas Madura melalui Pelatihan dan Pendampingan Desain Logo untuk Meningkatkan Nilai Tambah Produk. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, *4*(1), 6422–6427. https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2652

Juliamita Kesuma, K. D., & Putri Prawitasari, P. (2026). The Influence Of Qris Usage On Financial Recording Accountability With Financial Literacy As A Mediation Variable: Evidence From Msmes In Denpasar, Indonesia. *International Journal of Global Accounting, Management, Education, and Entrepreneurship*, *6*(2), 223–228. https://doi.org/10.48024/ijgame2.v6i2.246

Liang, L., Zainal Abidin, S. B., Shaari, N. B., Yahaya, M. F. Bin, & Jing, L. (2024). Logo Impact on Consumer's Perception, Attitude, Brand Image and Purchase Intention: A 5 Years Systematic Review. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, *14*(3). https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v14-i3/20084

Ly, B., Ly, R., & Ma, S. (2025). User-centric drivers of QR payment adoption in emerging economies: trust, quality, and social influence. *Future Business Journal*, *11*(1), 258. https://doi.org/10.1186/s43093-025-00681-w

Rafferty, N. E., & Fajar, A. N. (2022). Integrated QR Payment System (QRIS) : Cashless Payment Solution in Developing Country from Merchant Perspective. *Asia Pacific Journal of Information Systems*, *32*(3), 630–655. https://doi.org/10.14329/apjis.2022.32.3.630

Rahayu, V., Yuniar Nur Fitaningrum, Muchamad Rosul Zein, Afredo Aditya Putra, Nurul Aliya Isnatul Nadlifah, Imano, N. A., Nabilah Dwi Lindasari, & Joko Mijiarto. (2025). Transformasi Digital melalui Branding dan Visual Produk pada UMKM di Kelurahan Dukuh Kupang, Surabaya. *Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Masyarakat*, *8*(4), 773–778. https://doi.org/10.29303/jppm.v8i4.9803

Rozikin, M., Nurvitasari, A., Cahyaningsih, R., Rahma, A. R., Azzahra, D. S., Krishnaprabhacitta, L., Khaerani, A. Z., Putra, A. I. M., Arifianti, N., & Saputro, R. A. (2026). Digitalisasi UMKM melalui Implementasi QRIS: Program Pengabdian Masyarakat di Desa Gulon. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, *3*(12), 7245–7250. https://doi.org/10.59837/jpmba.v3i12.4055

Siddiqi, M. F., Masruro, U., Azizah, D. U., & Syifaiyah, Y. (2025). Pendampingan teknologi digital dengan pengembangan sistem pembayaran QRIS sebagai solusi praktis bagi pelaku UMKM Kota Probolinggo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, *4*(2), 1101–1108. https://doi.org/10.58266/jpmb.v4i2.610

Tambunan, T. (2021). Micro, small and medium enterprises in times of crisis: Evidence from Indonesia. *Journal of the International Council for Small Business*, *2*(4), 278–302. https://doi.org/10.1080/26437015.2021.1934754

Wasito, W. (2023). Pendampingan Umkm Aneka Kripik Melalui Pembuatan Logo Dan Penggunaan Media Online. *Mafaza : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *3*(1), 52–64. https://doi.org/10.32665/mafaza.v3i1.1653