



Pemberdayaan UMKM Melalui Transformasi Digital: Meningkatkan Daya Saing Roti Bakar Bahagia di Sektor Kuliner Indonesia

(Empowering MSMEs Through Digital Transformation: Increasing the Competitiveness of Roti Bakar Bahagia in the Indonesian Culinary Sector)

Alexio Manueto ^{1*}, Bella Vista ², Catherine Patricia ³, Della Vista ⁴, Ervina Leonita ⁵,
Lulu Meiliani Orlando ⁶, Maria Jesica Octariani ⁷, Santi Rimadias ⁸

¹⁻⁷ Universitas Multimedia Nusantara, Indonesia

⁸ STIE Indonesia Banking School, Indonesia

Email: alexio.manueto@student.umn.ac.id ^{1*}, bella.vista@student.umn.ac.id ²,
catherine12@student.umn.ac.id ³, della.vista@student.umn.ac.id ⁴, ervina.leonita@student.umn.ac.id ⁵,
lulu.meiliani@student.umn.ac.id ⁶, maria.jesica1@student.umn.ac.id ⁷, santi.rimadias@ibs.ac.id ⁸

Article History:

Received: November 16, 2024;

Revised: November 30, 2024;

Accepted: Desember 24, 2024;

Published: Desember 27, 2024

Keywords: Digital Marketing,
Digital Payments, MSMEs

Abstract: Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in encouraging economic equity in Indonesia by encouraging economic growth, encouraging innovation and creativity, and reducing unemployment. Among the various MSME sectors, the culinary business stands out because it is very promising due to the universal food needs. One of the culinary businesses, Roti Bakar Bahagia, located in Medang Lestari, Tangerang Regency, shows significant growth potential but faces challenges in optimizing digital marketing and payment systems. To overcome these challenges, community service activities are carried out to increase the digital presence and digital payment infrastructure of the business. The assistance provided includes designing and making logos, designing and recreating menu lists, creating Google Maps lists, and integrating digital payment systems through QRIS. These efforts proved to be very beneficial, equipping Roti Bakar Bahagia to increase its competitiveness and sustain growth in the dynamic culinary market.

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam mendorong pemerataan ekonomi di Indonesia dengan mendorong pertumbuhan ekonomi, mendorong inovasi dan kreativitas, serta mengurangi pengangguran. Di antara berbagai sektor UMKM, bisnis kuliner menonjol karena sangat menjanjikan karena kebutuhan pangan yang universal. Salah satu bisnis kuliner, Roti Bakar Bahagia, yang berlokasi di Medang Lestari, Kabupaten Tangerang, menunjukkan potensi pertumbuhan yang signifikan tetapi menghadapi tantangan dalam mengoptimalkan pemasaran digital dan sistem pembayaran. Untuk mengatasi tantangan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan untuk meningkatkan kehadiran digital dan infrastruktur pembayaran digital bisnis tersebut. Bantuan yang diberikan meliputi perancangan dan pembuatan logo, perancangan dan pembuatan ulang daftar menu, pembuatan daftar Google Maps, dan integrasi sistem pembayaran digital melalui QRIS. Upaya-upaya ini terbukti sangat bermanfaat, membekali Roti Bakar Bahagia untuk meningkatkan daya saingnya dan mempertahankan pertumbuhan di pasar kuliner yang dinamis.

Kata Kunci: Pemasaran Digital, Pembayaran Digital, UMKM

1. PENDAHULUAN

Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan usaha produktif milik perseorangan dan/atau badan usaha perseorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang. Mayoritas orang yang menjalankan UMKM di Indonesia merupakan usaha rumah tangga yang memiliki peran besar dalam menyerap tenaga kerja. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UMKM, pada tahun 2019 tercatat sebanyak 65,4 juta unit UMKM beroperasi di Indonesia. Jumlah ini berhasil menciptakan lapangan kerja bagi sekitar 123,3 ribu orang. Angka tersebut menjadi bukti nyata bahwa UMKM memiliki dampak yang signifikan dalam mendukung perekonomian dan mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia (Rimadiaz, 2023). Dengan semakin banyaknya keterlibatan tenaga kerja dalam sektor ini, UMKM terus berkontribusi dalam menciptakan stabilitas sosial dan ekonomi, sekaligus mempercepat pengurangan tingkat pengangguran di berbagai wilayah Indonesia (Kemenkeu, 2023). Hal ini didukung atas pernyataan yang menjelaskan bahwa UMKM adalah usaha yang punya peranan penting dalam perekonomian negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya (Yola Afifa & M. Yarham, 2023).

UMKM dapat ditingkatkan dengan menerapkan teknologi yang ada, karena saat ini kita hidup di era serba teknologi. Kemajuan teknologi yang terus berkembang pesat setiap tahunnya telah membuka jalan bagi Revolusi Industri 4.0, sebuah era baru yang menjadi tonggak penting dalam pembangunan ekonomi (Rimadiaz et al., 2021). Revolusi ini merupakan hasil dari proses panjang yang menggabungkan teknologi canggih dengan sistem ekonomi dan industri modern. Kehadiran teknologi digital tidak hanya mengubah cara kita bekerja, tetapi juga mempengaruhi perilaku, pola pikir, dan gaya hidup masyarakat secara menyeluruh (Haque et al., 2023). Selain itu, penerapan teknologi digital telah mempercepat digitalisasi ekonomi, menciptakan model bisnis baru yang lebih fleksibel dan efisien (Aysa, 2021).

Ekonomi digital menawarkan berbagai alat dan platform yang meningkatkan daya saing UMKM, memperluas akses pasar mereka, mengatasi keterbatasan waktu dan lokasi, serta meningkatkan efisiensi operasional. (Rohmana, 2023). Dengan adanya persaingan UMKM, para pemilik usaha harus memiliki strategi untuk meningkatkan penjualan (Chairunnisa et al., 2024). Strategi didefinisikan secara khusus sebagai tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan (Sope, 2023). Pemerintah turut mendukung percepatan digitalisasi UMKM agar tetap produktif dan mampu beradaptasi

dengan perubahan, termasuk perubahan perilaku konsumen (Rimadiaz et al., 2022). UMKM menghadapi sejumlah kendala dalam memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh ekonomi digital secara maksimal. Tantangan tersebut meliputi keterbatasan akses terhadap teknologi dan internet, pengetahuan dan keterampilan digital yang kurang memadai, serta kekhawatiran terkait keamanan dan privasi data. Selain itu, persaingan yang ketat dari perusahaan-perusahaan besar menghambat pertumbuhan UMKM di era ekonomi digital. Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk mencari cara memanfaatkan potensi ekonomi digital secara efektif.

Dalam memulai usaha ataupun ingin mengembangkan usaha pastinya ada tantangan yang terkadang muncul sehingga membuat para pelaku UMKM harus beradaptasi dengan hal tersebut untuk meningkatkan penjualan. Digitalisasi UMKM sangat penting untuk menciptakan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan (Vivien et al., 2024). Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM dapat meningkatkan efisiensi, inovasi, dan daya saing mereka di pasar global yang semakin kompetitif. Digitalisasi membantu UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan cepat, mempercepat proses transaksi, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan, sehingga akan mendorong pertumbuhan ekonomi.

Dengan adanya kemajuan teknologi yang bisa dimanfaatkan sebagai salah satu media digital untuk memudahkan proses transaksi (Wibowo & Rimadiaz, 2022). Jadi, pelaku usaha harus bisa mengikuti perkembangan saat ini agar mampu mempertahankan usahanya dengan memanfaatkan teknologi yang ada untuk mendorong kemajuan usaha. Tentunya di zaman sekarang yang sudah banyak orang yang menggunakan aplikasi digital untuk mempermudah aktivitas mereka. Namun, disisi lain masih ada sebagian orang yang belum memanfaatkan metode tersebut. Contohnya adalah QRIS. QRIS adalah suatu sistem yang diterbitkan oleh Bank dengan menggunakan QR Code untuk mempermudah, mempercepat, dan menjaga keamanan proses pembayaran (Afifah & Yarham, 2023).

Sebagai tahap awal, tim pengabdian menganalisis SWOT (*Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threats*) pada usaha Roti Bakar Bahagia untuk mengidentifikasi faktor internal maupun eksternal yang mempengaruhi suatu bisnis.

Dari penggalan dan analisis informasi didapatkan fakta bahwa usaha Roti Bakar Bahagia belum optimal dalam menerapkan pemasaran digital dan belum memiliki QRIS. Pada dasarnya, penggunaan via QRIS dapat mempermudah pemilik usaha untuk menghindari terjadinya kesulitan mencari uang kembalian serta mempermudah konsumen untuk membayar karena hanya di *scan* saja. Tak hanya itu, tim pengabdian juga mengetahui bahwa usaha ini tidak memiliki Google Maps yang di mana dengan adanya Google Maps dapat mempermudah

konsumen untuk mencari lokasi usaha tersebut. Selanjutnya, tim pengabdian menambahkan design menu yang lebih menarik.

Selain itu, keberadaan Google Maps juga sangat penting karena banyak pelanggan yang mencari tempat usaha atau tempat makan di sekitar Medang Lestari menggunakan Google Maps. Google Maps merupakan aplikasi peta yang paling favorit dan dibekali fitur yang beraneka macam seperti: menyetel, mengedit, menemukan, dan memasang pin pada rute atau rumah ke alamat kantor (Rindiyan et al., 2023). Semakin banyak orang yang mengandalkan aplikasi ini untuk mencari tempat makan yang menarik. Google Maps tidak hanya membantu untuk mencari lokasi, tetapi juga untuk memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk memberikan rating dan ulasan agar memperkuat reputasi usaha. Hal ini tentu dapat berdampak positif untuk usahanya dalam menarik lebih banyak konsumen dan meningkatkan omset penjualan.

2. METODE PELAKSANAAN

Dalam kegiatan pengabdian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berupa pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pembuatan daftar menu, logo, pembayaran dengan digital yaitu QRIS dan pembuatan lokasi di Google Maps pada warung Roti Bakar Bahagia yang berlokasi di Jl. Medang Lestari, Medang. Kecamatan Pagedangan, Kabupaten Tangerang, Banten 15334. Tim pengabdian melakukan kegiatan ini untuk membantu para pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya. Sebelumnya, tim pengabdian telah meminta persetujuan kepada owner UMKM untuk melaksanakan pengabdian ini. Kegiatan ini dilakukan selama kurang lebih satu bulan oleh tim pengabdian kepada penjual Roti Bakar Bahagia.

Tahapan Perencanaan

1. Mencari UMKM yang ingin dibantu.
2. Mengobservasi UMKM tersebut secara langsung dan meminta izin kepada pemilik usaha.
3. Merencanakan kontribusi yang akan tim pengabdian lakukan.
4. Mulai menetapkan kontribusi yang ingin dilakukan
5. Membuat PPT pengenalan UMKM Roti Bakar Bahagia (Latar belakang deskripsi usaha, analisis SWOT, strategi pemasaran, dan bauran pemasaran) untuk di presentasi di depan kelas.

6. Datang langsung ke tempat usaha Roti Bakar Bahagia untuk melihat apa saja yang kurang dari usaha tersebut.
7. Tim pengabdian mulai melakukan kontribusi dengan membuat desain menu, spanduk, logo, GMaps, dan QRIS pada UMKM Roti Bakar Bahagia.
8. Tim pengabdian berdiskusi dengan pemilik usaha kontribusi apa saja yang disetujui
9. Melakukan pemasangan dari kontribusi yang sudah disetujui oleh pemilik usaha Roti Bakar Bahagia.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah membuat tahapan perencanaan, tim menganalisis SWOT pada Roti Bakar Bahagia yang terdiri dari Strength, Weakness, Opportunity, dan Threats.

1. *Strength* (Kekuatan) merupakan kekuatan yang dimiliki oleh Roti Bakar Bahagia. Roti Bakar Bahagia menyediakan banyak varian rasa sehingga konsumen dapat memilih sesuai selera. Selain memiliki banyak varian rasa, Roti Bakar Bahagia ini juga memiliki harga yang sangat terjangkau dengan penyajian yang sangat sederhana. Roti Bakar Bahagia ini mencakup semua kalangan dari yang muda hingga tua serta lokasi Roti Bakar Bahagia sering didatangi oleh mahasiswa.
2. *Weakness* (Kelemahan) merupakan kelemahan yang dimiliki oleh Roti Bakar Bahagia. Selain memiliki banyak kelebihan, Roti Bakar Bahagia ini juga memiliki beberapa kelemahan, seperti packaging yang kurang menarik, belum memiliki logo serta adanya kenaikan harga sembako yang akan mempengaruhi jalannya usaha.
3. *Opportunity* (Peluang) merupakan peluang yang dapat membantu pengusaha untuk bisa berkembang. Peluang bagi konsumen dengan membeli Roti Bakar Bahagia ini adalah dapat dijadikan sebagai alternatif makanan cemilan dan dapat dinikmati oleh semua kalangan masyarakat serta membuka usaha Roti Bakar ini tidak membutuhkan modal yang besar.
4. *Threats* (Ancaman) merupakan hal yang dapat menghambat jalannya usaha. Ancamannya adalah munculnya kompetitor atau persaingan antara wirausahawan seperti wirausaha roti bakar yang dari segi tampilan yang lebih menarik dibandingkan Roti Bakar Bahagia dan ada jajanan atau makanan lain yang lebih menarik daripada roti bakar bahagia, serta banyaknya jajanan yang lebih sehat daripada roti bakar.

Pada bagian ini, tim pengabdian akan membahas hasil-hasil yang telah dilaksanakan, yaitu pembuatan logo, mendesain ulang dan mencetak daftar menu, membuat QRIS, membuat

Google Maps, serta membuat spanduk untuk Roti Bakar Bahagia. Kegiatan ini dilakukan untuk meningkatkan kualitas UMKM Roti Bakar Bahagia. Kontribusi tim pengabdian kepada UMKM sebagai berikut:



Gambar 1. Perancangan dan Pembuatan Logo

Sebelum dimulainya PKM Pengabdian Masyarakat, UMKM ini belum memiliki logo sehingga tim pengabdian berkontribusi untuk membantu UMKM dengan membuat logo. Dengan pembuatan logo ini, Roti Bakar Bahagia dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas melalui logo yang tim hasilkan.



Gambar 2. Desain menu lama



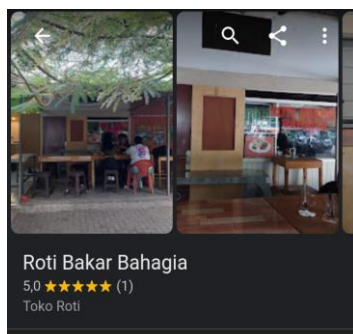
Gambar 3. Desain menu baru

Perubahan menu yang sebelumnya kurang menarik, tim pengabdian memutuskan untuk mendesain ulang menu agar lebih terlihat bagus dan dapat menarik perhatian masyarakat.

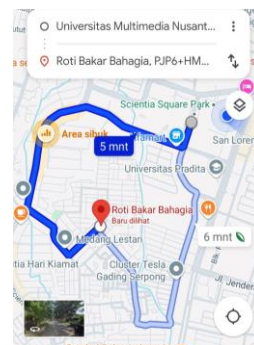


Gambar 4. Pembuatan QRIS

Sebelum melakukan kegiatan Pengabdian Masyarakat, pemilik usaha Roti Bakar Bahagia belum memiliki akses pembayaran melalui QRIS dan hanya memanfaatkan cash dan via transfer. Sehingga tim pengabdian memutuskan untuk membantu pemilik usaha dengan membuat QRIS yang bertujuan untuk memudahkan pemilik usaha dalam melakukan proses pembayaran.



Gambar 5. Pembuatan Maps



Gambar 6. Rute dari UMN ke UMKM

Di era digital ini sudah memiliki teknologi yang sangat canggih ini sehingga tim pengabdian berinisiatif untuk membantu UMKM dengan mendaftarkan lokasi Roti Bakar Bahagia di Google Maps. Dengan adanya Google Maps ini, akan memudahkan masyarakat untuk mencari lokasi UMKM serta mengetahui estimasi menuju lokasi UMKM tersebut. Masyarakat sekarang banyak yang mengandalkan Google Maps untuk mencari lokasi yang ingin dituju karena informasi dari Google Maps sangat akurat. Google Maps tidak hanya berfungsi sebagai peta digital, tetapi juga sebagai platform yang memungkinkan pemilik usaha untuk mempromosikan usahanya dan memberikan kesempatan bagi konsumen untuk mengutarakan pendapatnya dengan memberi rating usaha UMKM di Google Maps. Hal ini akan sangat membantu pemilik usaha dalam membangun dan meningkatkan usahanya.



Gambar 7. Membuat Desain Spanduk

Tim pengabdian telah melakukan pembuatan desain spanduk untuk UMKM Roti Bakar Bahagia. Tujuan tim pengabdian membuat spanduk karena UMKM Roti Bakar Bahagia belum memiliki spanduk sebelumnya dan agar masyarakat mengetahui posisi UMKM Roti Bakar Bahagia.

Evaluasi Program Pengabdian Masyarakat

Tabel 1. Evaluasi Output Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Pelaksanaan Kontribusi	Terlaksana	Tidak Terlaksana
Pembuatan Logo	✓ ☐	
Mendesain Daftar Menu	✓ ☐	
Pembuatan QRIS	✓ ☐	
Pembuatan Google Maps	✓ ☐	
Pembuatan Spanduk		✓ ☐

Jadi, Kontribusi yang telah tim pengabdian laksanakan, terdapat satu kontribusi yang tidak terlaksana dan tidak disetujui oleh pemilik usaha karena dengan adanya spanduk akan menutupi usaha di sebelah UMKM ini. Kontribusi yang sudah terlaksana dan disetujui oleh pemilik usaha adalah pembuatan logo, daftar menu, QRIS, dan Google Maps.

4. KESIMPULAN

Pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Roti Bakar Bahagia yang berlokasi di Medang Lestari. Tim pengabdian melakukan upaya dalam membantu mengembangkan

UMKM Roti Bakar Bahagia untuk meningkatkan ketertarikan masyarakat kepada usaha ini. Upaya yang tim pengabdian lakukan adalah dengan mendesain ulang Menu, membuat QRIS yang mempermudah proses pembayaran di zaman digital, dan mendaftarkan lokasi Roti Bakar Bahagia di Google Maps agar bisa dijangkau lebih luas oleh masyarakat. Kegiatan pengabdian ini berjalan lancar tanpa adanya hambatan, pemilik UMKM merasa antusias dan senang atas adanya kontribusi dari tim pengabdian. Saat ini, Roti Bakar Bahagia sudah memiliki branding produk yang jauh lebih baik dari segi logo dan menu. Diharapkan setelah adanya kontribusi tersebut, Roti bakar Bahagia dapat meningkatkan penjualannya dan mendapatkan perhatian lebih dari masyarakat.

UCAPAN TERIMAKASIH

Pertama-tama tim pengabdian mengucapkan rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatnya sehingga kegiatan ini dapat diselesaikan dengan baik sesuai rencana. Tanpa mengurangi rasa hormat, tim pengabdian juga berterima kasih kepada pemilik UMKM Roti Bakar Bahagia karena telah mengizinkan tim pengabdian untuk memberikan kontribusi dalam meningkatkan penjualannya. Terima kasih tim pengabdian sampaikan pula kepada seluruh anggota tim pengabdian yang telah memberikan ide dan kontribusinya untuk membantu mengembangkan usaha Roti Bakar Bahagia ke kualitas yang lebih baik dari sebelumnya. Akhir kata tim pengabdian mengharapkan dengan adanya laporan ini, dapat memberikan manfaat bagi para pihak yang membutuhkannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aysa, I. R. (2021). Tantangan Transformasi Digital Bagi Kemajuan Perekonomian Indonesia. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 3(2), 140–153. <https://doi.org/10.33367/at.v2i3.1458>
- Chairunnisa, G., Samuel Parlindungan, R., Rimadiah, S., Studi Manajemen, P., Ekonomi, F., & Indonesia Banking School, S. (2024). Pembayaran Qris Dan Pemasaran Media Sosial Untuk Keunggulan Kompetitif RM Bu Entoy. *Jurnal Pemberdayaan : Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 02(01), 2024. <https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jipmhttp://doi.org/10.47233/jipm.v1i1.912>
- Haque, M. G., Rimadiah, S., & Ernaningsih, I. (2023). From flexing to community engagement and repurchase intention: An Indonesian Muslimah luxury brand approach. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 16(2), 253–270. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v16i2.18048>
- Kemenkeu, D. (2023). *Kontribusi UMKM dalam Perekonomian Indonesia*. <https://Djpb.Kemenkeu.Go.Id/>.

<https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikaping/id/data-publikasi/artikel/3134-kontribusi-umkm-dalam-perekonomianindonesia.html>

- Rimadias, S. (2023). Faktor Penentu Kelangsungan Hidup UMKM di Indonesia Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 6(1), 15–28. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v6i1.579>
- Rimadias, S., Alvionita, N., & Amelia, A. P. (2021). Using Social Media Marketing to Create Brand Awareness, Brand Image, and Brand Loyalty on Tourism Sector in Indonesia. *The Winners*, 22(2), 173–182. <https://doi.org/10.21512/tw.v22i2.7597>
- Rimadias, S., Werdiningsih, Y., & Baqi, A. F. (2022). Social Media Marketing on Instagram: Peran Beauty Influencer Dalam Pemasaran Scarlett Whitening Di Media Sosial Instagram. *Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis)*, 7(1), 88–100. <https://doi.org/10.33005/mebis.v7i1.337>
- Rindiyan, Nuzuli, A. K., & Oktaviana, W. (2023). Penggunaan Aplikasi Google Maps Sebagai Media Promosi UMKM di Nagari Batang Arah Tapan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 2(1), 246–250. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v2i1.155>
- Rohmana, D. W. (2023). Peranan Ekonomi Digital dalam Peningkatan Pertumbuhan UMKM: Peluang Dan Tantangan. In *Indonesian Proceedings and Annual Conference of Islamic Law And Sharia Economic (IPACILSE)*, 1(1), 42–48.
- Sope, A. S. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(2), 87–100. <https://doi.org/10.62421/jibema.v1i2.56>
- Vivien, M., Tampubolon, R., Ramadhan, M. F., Rizky, Y. P., Putri, N. A., Adzka, N. A., & Arum, D. P. (2024). Upaya Transformasi Digital UMKM Desa Kalipecabean dengan Optimalisasi QRIS, Google Maps, dan E-Commerce The Efforts of Digital Transformation for MSMEs in Kalipecabean Village Through the Optimization of QRIS, Google Maps, and E-Commerce Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. 3(3). <https://doi.org/10.30640/cakrawala.v3i3.3066>
- Wibowo, P., & Rimadias, S. (2022). Perilaku Penggunaan “Qris Bri Brimo” Pada Pedagang Sebagai Alat Transaksi Pembayaran Digital. *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen*, 14(2), 236–257. <https://doi.org/10.31937/manajemen.v14i2.2851>
- Yola Afifa, & M. Yarham. (2023). Dampak Penggunaan QRIS Pada Pelaku UMKM di Kota Padangsidempuan Sumatera Utara (Studi Kasus Pada Coffe Shop Kopi Koe). *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 3(2), 378–384. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v3i2.2527>