

Transformasi Ekonomi Digital Desa Melalui Pendampingan UMKM dan Affiliate Marketing

Hanna Hilyati Aulia¹, Rishela Fitri Aulia², Riswanti³, Rizky Fadhilah Ahmad⁴,
Rukhiana Asyifa⁵, Rusmitha Devy⁶

¹²³⁴⁵⁶Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung,
Indonesia

e-mail: [1hannahilyatiaulia@metrouniv.ac.id](mailto:hannahilyatiaulia@metrouniv.ac.id), [2rishelafitri2003@gmail.com](mailto:rishelafitri2003@gmail.com)
[3iburiswanti54@gmail.com](mailto:iburiswanti54@gmail.com), [4rizkyfadhila48@gmail.com](mailto:rizkyfadhila48@gmail.com) [5rukhiاناasyifa01@gmail.com](mailto:rukhiاناasyifa01@gmail.com)
[6rusmitadevi88@gmail.com](mailto:rusmitadevi88@gmail.com)

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam mendukung perekonomian desa, namun masih menghadapi hambatan, seperti kurangnya pemahaman tentang legalitas usaha, keterbatasan akses ke pasar, dan rendahnya penerapan teknologi digital. Di Desa Tegal Ombo, Kecamatan Way Bungur, Kabupaten Lampung Timur, banyak pelaku UMKM sudah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), tetapi belum memahami fungsi dan manfaatnya secara menyeluruh. Selain itu, sistem pembayaran masih didominasi secara tunai, sementara kalangan muda lebih sering menggunakan media digital hanya untuk hiburan. Kegiatan pengabdian ini ditujukan untuk memperkuat UMKM melalui peningkatan legalitas usaha dan literasi keuangan digital, sekaligus melibatkan remaja desa dalam pemasaran produk dengan sistem affiliate marketing. Metode yang digunakan mencakup observasi, sosialisasi, pelatihan teknis, workshop, pendampingan, serta evaluasi kegiatan. Mitra sasaran terdiri dari 5 pelaku UMKM dan 10 remaja desa. Hasil menunjukkan adanya peningkatan pemahaman UMKM mengenai manfaat NIB dan pentingnya digitalisasi usaha meskipun perilaku masyarakat yang terbiasa dengan pembayaran tunai masih menjadi tantangan. Secara umum, program ini telah berkontribusi dalam peningkatan literasi digital, pemahaman legalitas usaha, serta keterampilan pemasaran digital sebagai langkah awal transformasi ekonomi desa menuju arah yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Kata kunci: *Affiliate Marketing, E-Wallet, NIB, QRIS, UMKM*

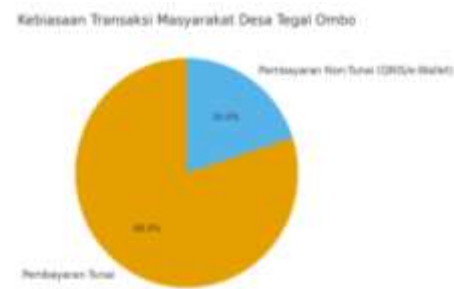
1. PENDAHULUAN

UMKM merupakan tulang punggung perekonomian nasional karena berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. Di Indonesia, UMKM berperan dalam menggerakkan ekonomi lokal dan menyediakan lapangan kerja bagi masyarakat pedesaan. Namun, sebagian besar UMKM menghadapi berbagai kendala, terutama terkait legalitas usaha, keterbatasan akses pasar, dan kurangnya pemanfaatan teknologi digital. Hal ini menyebabkan daya saing UMKM di tingkat lokal maupun nasional masih terbatas.

Di Desa Tegal Ombo, Kecamatan Way Bungur, Lampung Timur, mayoritas UMKM belum memiliki legalitas usaha berupa Nomor Induk Berusaha (NIB). Selain itu, pelaku UMKM masih mengandalkan transaksi tunai dan belum memanfaatkan pembayaran digital seperti QRIS dan e-wallet.



Gambar 1 Grafik Batang Pemahaman UMKM terhadap Digitalisasi Usaha dan Penggunaan E-Wallet Sebelum Pendampingan



Gambar 2 Diagram Lingkaran Proporsi Transaksi Tunai dan Non-Tunai Masyarakat Desa Tegal Ombo

Data tersebut menggambarkan kondisi awal masyarakat yang masih terbatas dalam memahami sistem pembayaran digital sebelum dilakukan pendampingan.

Sementara itu, di sisi generasi muda, khususnya remaja desa, pemanfaatan teknologi digital lebih cenderung ke arah hiburan dibandingkan peluang ekonomi. Padahal, perkembangan model bisnis digital seperti affiliate marketing menawarkan kesempatan baru untuk mengembangkan kewirausahaan berbasis teknologi.

Sejumlah penelitian dan program pengabdian sebelumnya menunjukkan bahwa legalitas usaha melalui NIB dapat meningkatkan akses UMKM terhadap permodalan dan peluang pasar[1]. Penelitian lain menekankan pentingnya digitalisasi sistem pembayaran melalui QRIS dan e-wallet untuk meningkatkan efisiensi transaksi dan daya saing UMKM di era industri 4.0[2]. Dengan adanya digitalisasi keuangan, UMKM mampu memperluas basis konsumen, termasuk generasi muda yang lebih terbiasa dengan transaksi non-tunai.

Di sisi lain, penguatan ekonomi desa juga perlu melibatkan peran generasi muda. Beberapa studi melaporkan bahwa affiliate marketing berpotensi menjadi salah satu bentuk kewirausahaan digital yang mudah diakses, tidak membutuhkan modal besar, dan mampu meningkatkan partisipasi ekonomi remaja[3]. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa pelibatan remaja desa dalam ekonomi digital mampu mendorong terciptanya ekosistem kewirausahaan berbasis komunitas [4]. Dengan demikian, mengintegrasikan pelatihan affiliate marketing bagi remaja desa dengan pendampingan UMKM dalam digitalisasi usaha merupakan strategi sinergis yang relevan.

Program pengabdian masyarakat berbasis digitalisasi UMKM juga pernah dilakukan di beberapa daerah lain dengan hasil yang positif. Misalnya, pendampingan pembuatan NIB dan penggunaan marketplace berhasil meningkatkan jumlah UMKM legal serta memperluas pasar produk lokal [5]. Namun, sedikit penelitian dan pengabdian yang secara khusus mengaitkan UMKM dengan remaja desa dalam kerangka kolaborasi digital. Oleh karena itu, program pengabdian di Desa Tegal Ombo memiliki kebaruan, yakni mempertemukan UMKM sebagai produsen dengan remaja desa sebagai agen promosi digital melalui affiliate marketing.

Solusi yang ditawarkan melalui program ini mencakup tiga aspek utama: (1) pendampingan UMKM untuk memperoleh legalitas usaha melalui NIB, (2) pelatihan penggunaan QRIS dan e-wallet agar transaksi lebih efisien dan aman, serta (3) sosialisasi affiliate marketing bagi remaja desa untuk memfasilitasi promosi dan pemasaran produk UMKM secara digital. Dengan cara ini, diharapkan tercipta sinergi antara UMKM dan generasi muda desa dalam membangun ekosistem ekonomi digital.

Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk memperkuat kapasitas UMKM Desa Tegal Ombo melalui legalitas usaha dan digitalisasi keuangan, sekaligus menyiapkan remaja desa sebagai mitra strategis dalam pemasaran produk lokal berbasis affiliate marketing. Dengan demikian, program ini diharapkan dapat mendorong transformasi ekonomi digital desa yang inklusif dan berkelanjutan.

2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Tegal Ombo, Kecamatan Way Bungur, Kabupaten Lampung Timur. Mitra pada kegiatan pengabdian ini adalah masyarakat yang memiliki usaha atau berminat untuk mengembangkan keterampilan pemasaran produk mereka serta remaja desa yang aktif menggunakan media sosial. Profil mitra utama meliputi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) rumahan, serta remaja desa yang memiliki minat terhadap wirausaha digital. Mereka dilibatkan dalam program affiliate marketing sebagai agen promosi produk UMKM. Untuk kegiatan pendampingan UMKM dilakukan secara door to door atau rumah ke rumah sedangkan untuk pendampingan affiliate dilakukan di rumah ketua pemuda Desa Tegal Ombo, Kecamatan Way Bungur Kabupaten Lampung Timur.

Prosedur pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dirancang dalam beberapa tahapan utama:

1. Observasi

Tahap awal kegiatan diawali dengan koordinasi bersama pemerintah desa dan mitra UMKM untuk menyamakan persepsi serta menentukan arah program yang akan dilaksanakan. Setelah itu dilakukan identifikasi kebutuhan UMKM dan remaja desa melalui observasi lapangan dan wawancara awal guna mengetahui kondisi nyata serta permasalahan yang mereka hadapi, khususnya terkait legalitas usaha, digitalisasi pembayaran, dan peluang pemasaran digital. Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, tim kemudian menyusun materi sosialisasi, modul pelatihan, serta perangkat evaluasi yang disesuaikan dengan kebutuhan mitra dampingan agar program dapat berjalan lebih efektif dan tepat sasaran.

2. Pelaksanaan Kegiatan.

Pelaksanaan kegiatan bagi UMKM dimulai dengan pemberian sosialisasi mengenai urgensi legalitas usaha melalui pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB), pemanfaatan sistem pembayaran digital, serta penggunaan *e-wallet* untuk mempermudah transaksi. Setelah itu, peserta mendapatkan pelatihan teknis terkait prosedur pendaftaran NIB melalui OSS-RBA, langkah aktivasi QRIS, hingga praktik penggunaan dompet digital. Tujuannya agar pelaku UMKM mampu mengelola aktivitas usahanya secara lebih modern dan efisien. Selain itu, dilakukan pula pendampingan secara berkesinambungan dengan mendatangi langsung rumah pelaku usaha sehingga keterampilan yang diperoleh benar-benar dapat diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Adapun kegiatan bagi affiliate marketing ditujukan kepada remaja desa yang diarahkan untuk menjadi agen promosi digital produk UMKM. Prosesnya diawali dengan sosialisasi mengenai peluang affiliate marketing sebagai salah satu strategi dalam mengembangkan perekonomian desa. Selanjutnya, remaja desa mengikuti *workshop* yang mencakup pembuatan akun Shopee Affiliate serta memahami mekanisme program tersebut. Peserta juga diajarkan cara memilih produk yang tepat, mengelola tautan produk, dan strategi membagikan link melalui berbagai media sosial agar dapat menarik minat konsumen. Untuk memastikan keberlanjutan hasil program, para peserta juga memperoleh pendampingan secara rutin sehingga keterampilan digital marketing yang dimiliki dapat terus berkembang dan memberi kontribusi nyata dalam memperluas pemasaran produk lokal.

3. Monitoring dan Evaluasi

Monitoring kegiatan dilakukan secara bertahap selama program berlangsung untuk memastikan bahwa setiap tahapan dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang telah direncanakan. Monitoring dilakukan secara pemantauan langsung pada proses pendampingan UMKM, mulai dari pembuatan NIB, aktivasi QRIS, hingga penggunaan *e-wallet* dalam transaksi. Monitoring juga dilakukan pada pelaksanaan *workshop* affiliate marketing untuk remaja desa, dengan menilai sejauh mana peserta mampu memahami materi, membuat akun affiliate, serta mencoba melakukan promosi produk UMKM melalui media sosial.

Evaluasi program dilakukan melalui observasi, wawancara singkat, dan diskusi bersama mitra dampingan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM berhasil memperoleh NIB dan memahami manfaat digitalisasi usaha, meskipun masih ada kendala berupa keterbatasan literasi digital dan kebiasaan transaksi tunai yang sulit ditinggalkan. Pada sisi remaja desa, respon cenderung positif dengan adanya antusiasme mengikuti pelatihan affiliate marketing, meskipun diperlukan pendampingan lanjutan agar mereka dapat konsisten mengembangkan keterampilan digital marketing.

Secara keseluruhan, program ini telah memberikan dampak nyata berupa peningkatan literasi digital, legalitas usaha, dan keterampilan pemasaran berbasis teknologi. Namun, keberlanjutan hasil program memerlukan tindak lanjut berupa sosialisasi berulang, pendampingan berkelanjutan, serta dukungan dari pemerintah desa dan mitra terkait agar transformasi ekonomi digital di Desa Tegal Ombo dapat terwujud secara lebih optimal.

Tabel 1. Timeline Kegiatan

Tahap	Waktu	Materi	Metode	Penanggung Jawab
Minggu 1	Hari ke-1–3	Sosialisasi pentingnya legalitas usaha & digitalisasi transaksi	Penyuluhan, diskusi	Tim KKN & Dosen Pembimbing
Minggu 2	Hari ke-4–7	Pelatihan pembuatan NIB melalui OSS-RBA	Pelatihan, praktik	Mahasiswa KKN
Minggu 3	Hari ke-8–12	Aktivasi QRIS dan e-wallet untuk UMKM	Workshop, pendampingan	Mahasiswa KKN
Minggu 4	Hari ke-13–20	Sosialisasi & pelatihan affiliate marketing untuk remaja desa	Workshop, roleplay	Mahasiswa KKN & Narasumber
Minggu 5	Hari ke-21–30	Pendampingan berkelanjutan (NIB, QRIS, Affiliate)	Mentoring, praktik	Tim KKN
Minggu 6	Hari ke-31–35	Monitoring hasil (angket, observasi, wawancara)	Evaluasi	Tim KKN
Minggu 7	Hari ke-36–40	Penyusunan laporan & refleksi bersama mitra	Diskusi, dokumentasi	Tim KKN

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian kepada masyarakat di Desa Tegal Ombo menghasilkan beberapa temuan penting. Seluruh UMKM yang menjadi sasaran pendampingan ternyata telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), namun sebagian besar belum memahami fungsi strategisnya. Mereka masih menganggap NIB sekadar syarat administratif, padahal keberadaan NIB dapat meningkatkan akses terhadap permodalan, membuka peluang mengikuti program pemerintah, serta menambah kepercayaan konsumen[6]. Oleh karena itu, tim pengabdian memberikan edukasi mengenai manfaat praktis NIB bagi pengembangan usaha. Gambar 2 menampilkan hasil evaluasi terhadap tingkat pemahaman UMKM mengenai digitalisasi usaha sebelum dan sesudah kegiatan pendampingan. Berdasarkan diagram batang tersebut, terlihat peningkatan yang signifikan dari skor rata-rata 2 (sebelum pendampingan) menjadi 5 (setelah pendampingan). Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi dan pelatihan yang diberikan berhasil meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya legalitas usaha dan pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan bisnis mereka.



Gambar 3. Diagram Batang Pemahaman UMKM Sebelum dan Sesudah Pendampingan

Dalam aspek digitalisasi pembayaran, hasil kegiatan menunjukkan bahwa masyarakat masih sangat bergantung pada transaksi tunai. Hal ini wajar karena sebagian besar penduduk bekerja sebagai petani dan buruh yang menerima penghasilan langsung dalam bentuk uang tunai dan jarang memiliki rekening bank. Akibatnya, meskipun telah diperkenalkan QRIS dan e-Wallet, tingkat penggunaannya masih rendah. Data lapangan memperlihatkan bahwa sekitar 80% transaksi masih berbasis tunai, sedangkan hanya sekitar 20% yang menggunakan sistem non-tunai[7],[8].

Dari sisi konsumen, pola serupa juga terlihat karena mereka merasa lebih nyaman bertransaksi dengan uang tunai. Faktor ini membuat sebagian pedagang enggan mengadopsi pembayaran digital. Meski demikian, terdapat potensi dari generasi muda yang sudah terbiasa dengan aplikasi dompet digital dan QRIS, sehingga dapat berperan sebagai agen perubahan dalam mendorong adopsi pembayaran non-tunai [9].

Selain itu, kegiatan pengabdian juga memperkenalkan affiliate marketing kepada remaja desa. Hasil awal menunjukkan adanya antusiasme, namun untuk memperoleh hasil nyata diperlukan ketekunan dan konsistensi. Hal ini karena affiliate marketing menuntut upaya berkelanjutan dalam membuat konten, membagikan tautan, serta membangun interaksi dengan audiens agar dapat menghasilkan pendapatan[10]. Dengan pendampingan berkelanjutan, remaja diharapkan mampu mengembangkan potensi ekonomi digital sekaligus mendukung pemasaran produk UMKM desa.

Secara keseluruhan, kegiatan ini telah berhasil meningkatkan literasi digital baik dari sisi legalitas usaha maupun pemahaman dasar transaksi digital. Namun, keberlanjutan program masih memerlukan sosialisasi berulang, pendampingan intensif, serta pelatihan lanjutan, terutama bagi generasi muda agar mereka dapat menekuni peluang ekonomi digital secara berkesinambungan.

Berikut dokumentasi kegiatan berupa foto-foto selama sesi materi, praktik, dan interaksi peserta:



Gambar 4 Pendampingan UMKM Produksi Tahu Krispi

Pada gambar 4 kegiatan pendampingan usaha tahu krispi difokuskan pada legalitas usaha dengan pengurusan NIB serta pengenalan sistem pembayaran digital melalui QRIS dan e-wallet, sehingga pelaku usaha lebih siap menghadapi perkembangan teknologi.



Gambar 5 Pendampingan UMKM Produksi Klanting

Pada gambar 5 mahasiswa memberikan sosialisasi mengenai pentingnya legalitas usaha serta penggunaan QRIS dan e-wallet sebagai sarana transaksi yang praktis dan modern kepada UMKM klanting.



Gambar 6 Pendampingan UMKM Produksi Tempe

Gambar 6 pendampingan pada produksi tempe menekankan bimbingan tentang pembuatan NIB sekaligus pemanfaatan QRIS dan e-wallet agar pelaku usaha mampu menerapkan transaksi non-tunai secara efektif.



Gambar 7 Pendampingan UMKM Produksi Tusuk Gigi

Pada gambar 7 kegiatan pendampingan tusuk gigi diarahkan pada penguatan aspek legalitas usaha serta penerapan digitalisasi pembayaran melalui QRIS dan e-wallet guna meningkatkan efisiensi transaksi.



Gambar 8 Pendampingan UMKM Produksi Roti

Pada gambar 8 di UMKM produksi roti, mahasiswa memperkenalkan proses pembuatan NIB serta memberikan arahan penggunaan QRIS dan e-wallet agar pelaku usaha dapat mengelola bisnis dengan lebih profesional.



Gambar 9 Sosialisasi dan Pendampingan Shopee Affiliate Program pada Remaja Desa

Pada gambar 9 Sosialisasi Shopee Affiliate Program diberikan kepada remaja desa dengan materi seputar cara kerja afiliasi dan praktik promosi produk UMKM melalui media sosial, sehingga mereka mampu berperan sebagai agen pemasaran digital.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Tegal Ombo memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman digital masyarakat, baik bagi pelaku UMKM maupun generasi muda desa. Dari sisi legalitas usaha, hampir semua UMKM yang didampingi telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), meskipun pemanfaatannya masih belum optimal. Melalui penjelasan yang diberikan, pelaku usaha mulai menyadari bahwa NIB bukan hanya sebatas administrasi, tetapi juga berfungsi penting untuk memperoleh akses pembiayaan, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan kepercayaan konsumen.

Pada aspek sistem pembayaran, masyarakat masih sangat terbiasa dengan transaksi tunai, sejalan dengan kondisi mayoritas penduduk yang bekerja sebagai petani atau buruh dengan penghasilan harian berbentuk uang tunai. Walaupun begitu, edukasi mengenai penggunaan QRIS dan e-Wallet telah memberikan gambaran awal tentang kemudahan, keamanan, dan efisiensi transaksi digital yang berpotensi diadopsi secara bertahap di masa mendatang.

Sementara itu, keterlibatan remaja desa dalam pelatihan affiliate marketing menjadi peluang penting dalam membangun ekonomi digital. Antusiasme mereka cukup tinggi, namun keberhasilan dalam bidang ini sangat bergantung pada komitmen, ketekunan, dan konsistensi untuk terus berlatih membuat konten, membagikan tautan produk, serta mengembangkan jaringan konsumen.

Secara umum, program ini menjadi langkah awal menuju transformasi ekonomi digital di Desa Tegal Ombo. Namun, agar hasil yang diperoleh dapat berkelanjutan, dibutuhkan pendampingan yang lebih intensif, penyuluhan berulang, dan dukungan dari pemerintah desa maupun lembaga keuangan. Dengan kolaborasi tersebut, diharapkan desa mampu menciptakan ekosistem ekonomi digital yang inklusif, berkelanjutan, dan lebih kompetitif.

5. SARAN

Untuk mendukung keberlanjutan program, diperlukan pendampingan intensif bagi pelaku UMKM agar tidak hanya memahami manfaat NIB dan sistem pembayaran digital, tetapi juga mampu mengaplikasikannya dalam kegiatan usaha sehari-hari. Selain itu, sosialisasi berulang dengan pendekatan sederhana dan praktis perlu terus dilakukan agar masyarakat terbiasa menggunakan QRIS dan e-Wallet, mengingat sebagian besar masih mengandalkan transaksi tunai. Di sisi lain, pemberdayaan generasi muda harus diperkuat melalui pelatihan lanjutan, pendampingan pembuatan konten, serta strategi promosi digital agar mereka dapat konsisten dan tekun dalam mengembangkan peluang usaha online melalui affiliate marketing. Terakhir, peran pemerintah desa sangat penting untuk menjamin keberlanjutan program, baik melalui dukungan kebijakan, penyediaan sarana, maupun fasilitasi kerja sama dengan pihak eksternal dalam membangun ekosistem ekonomi digital desa yang inklusif dan berdaya saing.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pemerintah Desa Tegal Ombo, Kecamatan Way Bungur, Kabupaten Lampung Timur, yang telah memberikan dukungan dan fasilitas selama pelaksanaan program pengabdian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pelaku UMKM, remaja desa, serta masyarakat Desa Tegal Ombo yang telah berpartisipasi aktif dan bersedia menjadi mitra dampingan dalam kegiatan ini. Tidak lupa, penulis menyampaikan penghargaan kepada Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung yang telah memfasilitasi kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) serta mendukung terselenggaranya program pengabdian ini. Penulis juga menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) yang senantiasa memberikan arahan, bimbingan, serta motivasi selama kegiatan berlangsung. Semoga kegiatan ini dapat memberikan manfaat berkelanjutan bagi masyarakat serta menjadi langkah awal dalam mewujudkan transformasi ekonomi digital desa.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] T. Suryanto, "Peningkatan daya saing UMKM melalui legalitas usaha berbasis OSS-RBA," *J. Abdimas*, vol. 4, no. pp. 112–121, 2020.
- [2] T. Haryanti, "Digitalisasi UMKM melalui penggunaan QRIS dan e-wallet," *J. Ekon. dan Bisnis Digit.*, vol. 3, no. 2, pp. 55–64,.
- [3] A. Pradana, "Affiliate marketing sebagai peluang wirausaha generasi muda di era digital," *J. Manaj. dan Kewirausahaan*, vol. 23, no. 1, pp. 78–86,.
- [4] R. Nugroho and R. Pramesti, "Strategi pemberdayaan UMKM berbasis digital marketing pada era pandemi Covid-19," *J. Pengabd. Masy. Indones.*, vol. 2, no. 1, pp. 45–54,.
- [5] B. Indonesia, *Laporan Perkembangan Sistem Pembayaran Indonesia 2022*. Jakarta: Bank Indonesia.
- [6] K. K. UKM RI, *Pedoman Penerbitan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Manfaatnya bagi UMKM*. Jakarta: Kemenkop UKM.

- [7] B. Indonesia, *Laporan Perkembangan Sistem Pembayaran di Indonesia: QRIS sebagai Instrumen Transaksi Digital*. Jakarta: Bank Indonesia.
- [8] M. I. Nasution and A. Pratiwi, "Literasi Keuangan Digital UMKM di Era 4.0," *J. Ekon. dan Bisnis Digit.*, vol. 4, no. 2, pp. 101–115,.
- [9] A. Susanto and R. Ningsih, "Peran Generasi Muda dalam Penerapan QRIS di Desa," *J. Pengabd. Masy. Digit.*, vol. 5, no. 1, pp. 45–56,.
- [10] R. Pratama and S. Wulandari, "Affiliate Marketing sebagai Model Wirausaha Digital bagi Remaja Desa," *J. Kewirausahaan Digit.*, vol. 7, no. 1, pp. 55–67.