


# Peningkatan Daya Saing Penginapan Desa Wisata Pagerharjo Melalui Pemasaran Dan Transaksi Digital

<sup>1)</sup>Nico Suharno\*, <sup>2)</sup>Azfa Mutiara Ahmad Pabulo

<sup>1,2)</sup>Jurusan Akuntansi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia  
Email Corresponding: [nicosuharno@gmail.com](mailto:nicosuharno@gmail.com)\*

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
<b>Kata Kunci:</b> Desa Wisata Pemasaran Digital QRIS Homestay Daya Saing UMKM	Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk mendampingi pelaku usaha akomodasi lokal dalam mengoptimalkan pemasaran digital berbasis media sosial dan menerapkan digitalisasi transaksi menggunakan QRIS. Mitra sasaran dalam kegiatan ini adalah Moms Wind Homestay yang terletak di Desa Wisata Pagerharjo, Samigaluh, Kulon Progo. Masalah utama yang dihadapi mitra adalah ketergantungan pada promosi konvensional (mulut ke mulut), dokumentasi visual yang kurang menarik, serta sistem pembayaran yang sepenuhnya masih tunai. Metode pelaksanaan yang digunakan adalah pendampingan partisipatif melalui kunjungan langsung ke lokasi usaha, yang meliputi tahap analisis kebutuhan, pendampingan pembuatan akun Instagram bisnis, pelatihan teknik fotografi komersial menggunakan smartphone, pendaftaran serta aktivasi QRIS, hingga monitoring berkelanjutan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kapabilitas mitra yang signifikan, ditandai dengan terbentuknya akun Instagram bisnis yang aktif, kemampuan mandiri pengelola dalam memproduksi konten visual yang estetik, dan beroperasinya sistem pembayaran QRIS sebagai instrumen transaksi nontunai. Transformasi digital ini terbukti mampu memperluas jangkauan promosi destinasi dan menciptakan pencatatan keuangan yang lebih transparan. Kegiatan pengabdian ini memiliki urgensi penting dalam mendorong kemandirian digital UMKM pedesaan guna meningkatkan daya saing akomodasi lokal di era pariwisata modern.
<b>Keywords:</b> Tourist village Digital Marketing QRIS Homestay MSMEs Competitiveness	<b>ABSTRACT</b> <p>This community service activity aims to assist local accommodation operators in optimizing social media-based digital marketing and implementing transaction digitalization using QRIS. The target partner for this activity is Moms Wind Homestay, located in Pagerharjo Tourism Village, Samigaluh, Kulon Progo. The main problems faced by partners were reliance on conventional word-of-mouth promotion, lack of attractive visual documentation, and a completely cash-based payment system. The implementation method used was participatory mentoring through direct site visits, which included a needs analysis phase, assistance in creating an Instagram business account, training in commercial photography techniques using smartphones, QRIS registration and activation, and continuous monitoring. The results of the activity showed a significant increase in partner capability, marked by the creation of an active Instagram business account, the manager's independent ability to produce aesthetic visual content, and the operation of the QRIS payment system as a non-cash transaction instrument. This digital transformation is proven to expand the scope of destination promotion and create more transparent financial records. This community service activity has an important urgency in encouraging the digital independence of rural MSMEs to increase the competitiveness of local accommodation in the modern tourism era</p> <p style="text-align: right;">This is an open access article under the <a href="https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/">CC-BY-SA</a> license.</p> 

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan sektor pariwisata di Indonesia terus mengalami pertumbuhan yang signifikan, seiring meningkatnya minat wisatawan terhadap pengalaman menginap berbasis masyarakat lokal seperti homestay. Homestay di kawasan desa wisata tidak sekadar menyediakan akomodasi, tetapi juga menawarkan pengalaman autentik yang mempertemukan wisatawan dengan budaya dan kearifan lokal setempat (Williandani et al., 2025). Kondisi ini mendorong tumbuhnya berbagai usaha homestay yang dikelola masyarakat, termasuk di

kawasan Desa Wisata Pagerharjo, sebagai bagian dari upaya pemberdayaan ekonomi warga berbasis potensi pariwisata lokal (Permana, 2021).

Moms Wind Homestay merupakan salah satu usaha penginapan yang dikelola masyarakat di Desa Wisata Pagerharjo, Kecamatan Samigaluh, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara langsung dengan pengelola, Moms Wind Homestay belum memiliki akun media sosial sama sekali sehingga seluruh kegiatan promosi masih sepenuhnya mengandalkan informasi dari mulut ke mulut. Akibatnya, tingkat hunian sangat tidak menentu dan sangat bergantung pada musim liburan, sehingga potensi wisata yang dimiliki belum dapat dimanfaatkan secara optimal untuk meningkatkan pendapatan usaha secara berkelanjutan (Hadi & Yulianto, 2021).

Padahal, penggunaan media sosial secara konsisten dan kreatif terbukti mampu memperluas jangkauan promosi, membangun citra destinasi yang positif, dan menarik wisatawan khususnya dari kalangan generasi muda. Dalam jangka panjang, peningkatan visibilitas homestay di media sosial dapat memperkuat posisi desa wisata dalam peta pariwisata regional, membuka peluang lebih besar untuk menjangkau pasar wisatawan domestik bahkan mancanegara (Syamsiyah et al., 2024). Transformasi digital dalam promosi usaha mikro di desa wisata juga terbukti mampu membuka akses pasar baru dan memperkuat daya saing destinasi secara keseluruhan (Angraini et al., 2024).

Selain persoalan pemasaran, Moms Wind Homestay juga masih menggunakan sistem pembayaran tunai sepenuhnya dan belum mengadopsi instrumen pembayaran digital seperti QRIS. Kondisi ini berpotensi menurunkan kenyamanan wisatawan yang kini semakin terbiasa bertransaksi secara digital, sekaligus menyulitkan pengelola dalam melakukan pencatatan keuangan yang tertib dan transparan. Pelatihan penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran pada desa wisata terbukti mampu meningkatkan kapasitas pengelola dalam memanfaatkan teknologi finansial untuk mendukung operasional usaha secara lebih efisien (Natsir et al., 2023). Lebih jauh, data Bank Indonesia menunjukkan bahwa QRIS telah digunakan oleh lebih dari 58 juta pengguna, menandakan bahwa wisatawan modern sangat terbiasa dan mengharapkan kemudahan transaksi digital dalam setiap aktivitas perjalanannya.

Kajian terdahulu mengenai pengembangan homestay desa wisata umumnya berfokus pada aspek pelayanan, standar akomodasi, dan promosi secara umum, sementara kajian yang secara spesifik mendampingi satu unit homestay melalui integrasi pemasaran digital berbasis media sosial sekaligus digitalisasi transaksi masih sangat terbatas (Prathama et al., 2025). Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk: (1) mendampingi Moms Wind Homestay dalam membangun dan mengoptimalkan pemasaran digital berbasis media sosial, dan (2) mendampingi penerapan digitalisasi transaksi melalui QRIS guna meningkatkan daya saing Moms Wind Homestay secara berkelanjutan di era pariwisata yang semakin digital.

## II. MASALAH

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara langsung kepada pengelola Moms Wind Homestay, teridentifikasi dua permasalahan utama yang secara langsung menghambat peningkatan daya saing usaha penginapan tersebut.

Pertama, belum optimalnya pemasaran digital. Moms Wind Homestay belum memiliki akun media sosial yang aktif dan terkelola dengan baik. Pengelola sesungguhnya telah memiliki sedikit pemahaman dasar tentang media sosial, namun tidak mampu mengelolanya secara konsisten dan terencana. Hal ini sejalan dengan temuan berbagai kajian yang menyatakan bahwa tantangan terbesar pelaku usaha kecil bukan sekadar ketiadaan akun media sosial, melainkan ketidakmampuan dalam mengelola konten secara terjadwal, terstruktur, dan berkelanjutan (Elistia et al., 2026). Selain itu, dokumentasi visual berupa foto kamar dan fasilitas homestay yang tersedia dinilai masih kurang berkualitas dari segi pencahayaan, sudut pengambilan gambar, dan estetika visual, sehingga kurang mampu menarik perhatian calon wisatawan di platform digital. Padahal, UMKM yang menghadapi keterbatasan literasi digital dan minimnya konsistensi dalam pengelolaan konten terbukti mengalami hambatan signifikan dalam membangun brand identity dan memperluas jangkauan pasar melalui media sosial (Putri Sandrina Sitompul et al., 2025). Kondisi ini berdampak langsung pada tingkat hunian Moms Wind Homestay yang sangat tidak menentu dan sangat bergantung pada kunjungan musim liburan semata.

Kedua, sistem transaksi yang masih sepenuhnya tunai. Moms Wind Homestay hingga saat ini belum mengadopsi instrumen pembayaran digital apapun dalam operasional usahanya. Berdasarkan hasil wawancara, pengelola sebenarnya telah mengenal QRIS namun belum memahami cara mendaftarkan diri dan

menggunakannya secara operasional. Kondisi ini menggambarkan bahwa pengelola usaha kecil kerap memahami keberadaan teknologi digital namun menghadapi hambatan teknis dalam proses adopsinya, sehingga diperlukan pendampingan langsung yang bersifat praktis dan aplikatif (Yuliati & Handayani, 2021). Ketiadaan sistem pembayaran digital berpotensi menurunkan kenyamanan wisatawan yang kini semakin terbiasa bertransaksi secara nontunai, sekaligus menyulitkan pengelola dalam melakukan pencatatan keuangan yang tertib dan transparan (Haraswati, Liravirna, 2026).

Kedua permasalahan tersebut saling berkaitan dan secara bersama-sama menyebabkan Moms Wind Homestay belum mampu bersaing secara optimal di tengah perkembangan industri pariwisata yang semakin berbasis digital. Oleh karena itu, diperlukan intervensi berupa pendampingan langsung yang mencakup optimalisasi pemasaran digital dan penerapan digitalisasi transaksi sebagai upaya strategis untuk meningkatkan daya saing Moms Wind Homestay secara berkelanjutan (Herlian et al., 2026).

### III. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Moms Wind Homestay, Desa Wisata Pagerharjo, Kecamatan Samigaluh, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Sasaran kegiatan adalah pengelola Moms Wind Homestay yang belum memiliki akun media sosial aktif dan belum menggunakan sistem pembayaran digital dalam operasional usahanya. Pemilihan sasaran dilakukan secara purposif karena mitra dinilai memiliki potensi besar untuk berkembang namun membutuhkan pendampingan teknis yang bersifat langsung dan praktis guna mengatasi hambatan adopsi teknologi digital (Yuliyanti & Wulandari, 2023).

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendampingan partisipatif dengan kunjungan langsung ke lokasi mitra. Pendampingan dilakukan secara tatap muka oleh penulis di lokasi Moms Wind Homestay secara berkelanjutan. Metode pendampingan langsung dipilih karena terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman mitra secara lebih mendalam melalui praktik langsung, serta mendorong kemandirian pengelola dalam memanfaatkan platform digital secara berkelanjutan (Yanah et al., 2025). Pendekatan ini juga memungkinkan penulis untuk menyesuaikan materi dan teknik pendampingan secara fleksibel sesuai dengan tingkat pemahaman dan kebutuhan riil pengelola di lapangan.

Kegiatan dilaksanakan melalui empat tahapan sistematis sebagai berikut. Pertama, tahap analisis kebutuhan, yaitu observasi lapangan dan wawancara langsung kepada pengelola Moms Wind Homestay untuk mengidentifikasi permasalahan, kondisi pemasaran digital, sistem transaksi, serta kondisi dokumentasi visual yang dimiliki sebelum pendampingan dimulai. Kedua, tahap pendampingan pemasaran digital, meliputi pembuatan akun Instagram bisnis secara langsung bersama pengelola, pengaturan profil usaha, teknik pengambilan foto kamar dan fasilitas homestay menggunakan smartphone, penyusunan caption yang menarik, serta pengenalan strategi pengelolaan konten yang konsisten dan terjadwal. Pendampingan pembuatan akun Instagram bisnis yang dilakukan secara langsung terbukti mampu membantu pengelola UMKM dalam membuat dan mengoptimalkan profil bisnis yang menarik serta meningkatkan pemasaran produk dan layanan secara efektif (Bintang et al., 2025). Ketiga, tahap pendampingan digitalisasi transaksi, mencakup proses pendaftaran QRIS dari awal hingga aktif, simulasi transaksi digital secara langsung, serta edukasi pencatatan keuangan sederhana berbasis data transaksi digital yang otomatis dan transparan. Keempat, tahap monitoring dan evaluasi, yaitu penilaian perkembangan mitra melalui observasi langsung dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah pendampingan sebagai dasar pengukuran keberhasilan kegiatan.

Data dikumpulkan melalui observasi partisipatif selama proses pendampingan berlangsung dan wawancara tidak terstruktur dengan pengelola Moms Wind Homestay. Data dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan membandingkan kondisi mitra sebelum dan sesudah pendampingan. Indikator keberhasilan kegiatan meliputi: (1) Moms Wind Homestay telah memiliki akun Instagram bisnis yang aktif dan terkelola; (2) pengelola mampu memproduksi konten foto dan caption secara mandiri; (3) QRIS telah aktif dan digunakan dalam transaksi usaha; serta (4) adanya peningkatan pemahaman pengelola mengenai pemasaran digital dan pencatatan keuangan berbasis digital.

### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada Tahap pertama yang dilakukan adalah observasi langsung dan wawancara mendalam dengan pengelola Moms Wind Homestay guna mengidentifikasi kondisi awal sebelum pendampingan dimulai. Hasil analisis kebutuhan menunjukkan bahwa Moms Wind Homestay belum memiliki akun media sosial apapun,

seluruh transaksi masih dilakukan secara tunai, serta dokumentasi visual berupa foto kamar dan fasilitas homestay yang tersedia masih kurang berkualitas dari segi pencahayaan dan estetika. Pengelola menunjukkan antusiasme yang tinggi sejak pertemuan pertama dan menyatakan keinginan kuat untuk mempelajari cara memanfaatkan teknologi digital bagi kemajuan usahanya. Kondisi awal ini menjadi dasar penyusunan rencana pendampingan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kapasitas pengelola secara langsung.

Tahap kedua adalah pendampingan pembuatan dan pengelolaan akun Instagram bisnis Moms Wind Homestay secara langsung di lokasi. Pendampingan diawali dengan pembuatan akun Instagram bisnis, pengaturan profil yang mencakup nama akun, bio usaha, foto profil, dan informasi kontak. Selanjutnya dilakukan sesi praktik pengambilan foto kamar dan fasilitas homestay menggunakan smartphone dengan teknik pencahayaan alami, sudut pengambilan gambar yang tepat, serta penataan objek yang menarik. Pengelola juga didampingi dalam menyusun caption yang informatif dan menarik, termasuk penggunaan tagar yang relevan untuk memperluas jangkauan konten kepada calon wisatawan.



Gambar 1. Contoh Penulisan Gambar

Hasil dari tahap ini menunjukkan bahwa akun Instagram Moms Wind Homestay berhasil dibuat dan langsung aktif digunakan untuk mengunggah konten foto kamar dan fasilitas homestay. Keberhasilan ini sejalan dengan temuan pendampingan serupa yang menunjukkan bahwa UMKM yang didampingi secara langsung mampu membuat profil yang unik dan mudah dikenali serta aktif mengunggah konten secara berkala. Pengelola menunjukkan antusiasme yang sangat tinggi selama proses pendampingan berlangsung, bahkan secara mandiri mulai mengambil foto dan mengunggah konten setelah sesi pendampingan selesai. Hal ini menunjukkan bahwa pendampingan langsung yang bersifat praktis dan aplikatif terbukti lebih efektif dalam mendorong kemandirian digital pengelola usaha kecil dibandingkan sekadar pemberian materi teoritis.



Gambar 2. Contoh Penulisan Gambar

Tahap ketiga adalah pendampingan digitalisasi transaksi melalui QRIS, mulai dari pendaftaran hingga aktivasi kode QRIS, dilanjutkan simulasi transaksi digital secara langsung bersama pengelola. Pengelola juga diberikan edukasi sederhana mengenai pemanfaatan riwayat transaksi digital sebagai dasar pencatatan kas yang lebih tertib. Hasil tahap ini menunjukkan QRIS berhasil diaktifkan dan dapat dioperasikan secara mandiri oleh pengelola, sehingga ketergantungan pada transaksi tunai mulai berkurang, sejalan dengan temuan bahwa pendampingan langsung efektif meningkatkan kapasitas pengelola usaha kecil dalam mengadopsi pembayaran digital.



Gambar 3. Contoh Penulisan Gambar

Tahap keempat adalah monitoring dan evaluasi, dilakukan dengan membandingkan kondisi mitra sebelum dan sesudah pendampingan berdasarkan empat indikator keberhasilan yang telah ditetapkan. Hasil monitoring menunjukkan pengelola tetap konsisten mengunggah konten Instagram dan menggunakan QRIS sebagai opsi pembayaran tanpa perlu pendampingan intensif, mengindikasikan adanya transfer keterampilan yang berkelanjutan. Temuan ini mendukung bahwa pendampingan partisipatif yang langsung dan berkelanjutan lebih efektif membangun kemandirian digital pelaku usaha kecil dibandingkan pendekatan satu kali pertemuan.

## V. KESIMPULAN

Rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan melalui metode pendampingan partisipatif ini secara keseluruhan telah berhasil mencapai tujuan utamanya dalam meningkatkan daya saing Moms Wind Homestay di Desa Wisata Pagerharjo melalui implementasi transformasi digital. Intervensi

program terbukti mampu mengubah model operasional manajemen penginapan mitra dari konvensional-pasif menjadi modern dan adaptif. Indikator keberhasilan ditunjukkan secara nyata melalui terbentuknya media promosi digital aktif berupa akun Instagram bisnis, di mana pengelola kini memiliki kapabilitas mandiri untuk memproduksi dan menjadwalkan konten visual komersial yang estetik. Selain itu, transisi dari sistem transaksi tunai eksklusif menuju penerapan instrumen pembayaran QRIS berdampak signifikan pada efisiensi layanan operasional homestay. Kehadiran kode QRIS ini tidak hanya memfasilitasi kebutuhan dan kenyamanan wisatawan modern yang terbiasa dengan budaya nontunai (*cashless*), melainkan juga mendorong perbaikan sistem akuntansi internal pengelola melalui pencatatan mutasi kas masuk yang otomatis, transparan, dan teratur. Sebagai keberlanjutan dari gagasan program ini, disarankan adanya program pendampingan lanjutan di masa mendatang yang berfokus pada optimasi teknik periklanan digital berbayar (*Instagram Ads*) serta kemitraan dengan platform Agen Perjalanan Daring (*Online Travel Agent*) global untuk memperluas jangkauan pasar secara masif.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada Universitas Mercu Buana Yogyakarta, khususnya Program Studi Akuntansi, yang telah memberikan kesempatan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sebagai bagian dari tugas akademik. Ucapan terima kasih secara khusus disampaikan kepada Bapak Azfa Mutiara Ahmad Pabulo selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama pelaksanaan kegiatan. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pengelola Moms Wind Homestay yang telah bersedia menjadi mitra serta berpartisipasi secara aktif selama proses pendampingan, sehingga seluruh rangkaian kegiatan dapat terlaksana dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Angraini, D., Riady, Y., Putimasurai, P., Pratama, A., Sadria, A., & Rosmiati, R. (2024). Transformasi Digital dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Indonesia: Sebuah Tinjauan Sistematis. *Eklektik : Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 7(2), 132. <https://doi.org/10.24014/ekl.v7i2.33958>
- Bintang, A. M., Ramadhan, N. S., Alfajri, O., Peranata, S., & Hasanah, U. (2025). Upaya Digitalisasi melalui Pendampingan Pembuatan Akun Instagram untuk Usaha UMKM Kopi Heloo. *Mestaka: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 309–314. <https://doi.org/10.58184/mestaka.v4i3.646>
- Elistia, E., Yanuar, T., Syah, R., Edastami, M. S., & Atmaja, D. R. (2026). *Strategi Pemasaran Digital bagi Pelaku UMKM di Kelurahan Duri Kepa*. 5(2), 1470–1479.
- Hadi, W., & Yulianto, A. (2021). Menggali Potensi Wisata Alam Untuk Kegiatan Sport Tourism Di Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(2), 142–150. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i2.11053>
- Haraswati, Liravirna, Y. H. (2026). *Analisis persepsi wisatawan terhadap potensi penerapan qris di pulau karampuang*. 02, 179–185.
- Herlian, J. N., Winata, A., Ramadhana, F., Barek, O. S., Sijabat, A., & Fahreza, A. (2026). *Optimalisasi Digital Marketing bagi UMKM Pesisir di Kelurahan Kawal*. 3(1).
- Natsir, K., Bangun, N., Attan, M. B., & Landias, J. S. (2023). Penggunaan Qris Sebagai Alat Pembayaran Digital Untuk Meningkatkan Produktivitas Umkm. *Jurnal Serina Abdimas*, 1(3), 1154–1163. <https://doi.org/10.24912/jsa.v1i3.26208>
- Permana, A. F. (2021). *KONSEPTUALISASI STRATEGI PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT DESA*. 1(1), 13–27.
- Prathama, B. D., Nursansiwati, D. A., & Bima. (2025). Strategi Digitalisasi Berbasis Media Sosial Dalam Pemasaran Produk UMKM Mamin Di Nusa Tenggara Barat. *KREDIBEL Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(3), 459–468.
- Putri Sandrina Sitompul, Maya Martiza Sari, Cecillia Miranda Br Lumban Gaol, & Lokot Muda Harahap. (2025). Transformasi Digital UMKM Indonesia: Tantangan dan Strategi Adaptasi di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini*, 2(2), 09–18. <https://doi.org/10.61132/jumbidter.v2i2.487>
- Syamsiyah, N., Supriatna, A., Yahya, Y., Novianti, E., Isniah, S., & Prawesti, G. (2024). Strategi Marketing Digital Homestay dalam Upaya Pengembangan Pariwisata Desa Wisata Cikolelet Kecamatan Cinangka Kabupaten Serang, Banten. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS*, 2(1), 123–131.
- Williandani, M., Tambunan, L. T., Girsang, D., Sitompul, R., Wirawan, I., Sembiring, S. S., Siringo-ringo, L., & Famuji, B. (2025). *PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DESA TONGGING DALAM MENGGALI DAYA TARIK WISATA, INOVASI PRODUK UMKM BAWANG MERAH, SERTA DIGITALISASI PROMOSI HOMESTAY*. 6(0), 167–186.
- Yanah, N., Mabruroh, R., & Nisak, C. (2025). *Peningkatan Kapasitas Pelaku Usaha melalui Pendampingan Penerapan Strategi Pemasaran Digital Berbasis Participatory Action Research ( PAR )*. 6(3).

- Yuliati, T., & Handayani, T. (2021). Pendampingan Penggunaan Aplikasi Digital Qris Sebagai Alat Pembayaran Pada Umkm. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 811–816. <https://doi.org/10.31004/cdj.v2i3.2612>
- Yuliyanti, S. D., & Wulandari, I. (2023). Pendampingan Digitalisasi Marketing Sebagai Media Pemasaran Pada Pelaku Umkm Di Kelurahan Tambak Kabupaten Klaten. *Al-Ijtima': Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 151–161. <https://doi.org/10.53515/aijpkm.v4i1.93>