Optimalisasi Pengembangan UMKM melalui Penguatan Digitalisasi dan *Waste Management*

Ni Nyoman Sri Rahayu Damayanti[1], A.A. Pt. Agung Mirah Purnama Sari[2], I Wayan Gde Yogiswara Darma Putra[3], I Gde Agung Wira Pertama[4]
[1,2,3,4]Universitas Warmadewa-Jl. Terompong No. 24 Denpasar
E-mail: rahayudamayanti@warmadewa.ac.id, purnamasari@warmadewa.ac.id, yogiswaradarmaputra@gmail.com, agungwirapertama@warmadewa.ac.id
*Penulis koresponden, *email :* rahayudamayanti@warmadewa.ac.id, No. HP 082145925004

Abstrak

Jumlah UMKM di Desa Sangeh relatif Tinggi. Namun demikian, pelaku UMKM mengalami beberapa tantangan dan permasalahan saat menjalankan usahanya. Adapun beberapa tantangan yang dialami adalah kesulitan untuk beradaptasi dengan pembayaran digital seperti Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS), keterbatasan dalam melakukan pemasaran secara digital, serta terbatasnya pengetahuan UMKM terkait pengelolaan limbah yang belum memadai. Hal ini mengindikasikan bahwa diperlukan adanya pemberdayaan bagi para pelaku UMKM. Mengacu pada tantangan tersebut, terdapat tiga program kerja yang diajukan oleh tim pengabdian yaitu dengan memberikan literasi dan simulasi pembayaran digital, literasi dan pendampingan pemasaran produk secara digital, serta pemberian pemahaman terkait pentingnya pengelolaan limbah usaha yang memadai. Setelah pelaksanaan program, mitra UMKM menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai sistem pembayaran digital, khususnya QRIS, serta mampu melakukan dan menerima transaksi menggunakan QRIS. Mitra kini mampu melakukan pemasaran digital secara mandiri dengan memanfaatkan media sosial serta memiliki lokasi usaha yang terdaftar di Google Maps. Tim pengabdian turut memberikan standing banner nama usaha mitra untuk mengenalkan UMKM kepada calon konsumen. Selain itu, mitra memiliki peningkatan pemahaman terkait pentingnya pengelolaan limbah usaha yang memadai.

Kata kunci*: Pembayaran Digital, Pemasaran Digital, Pengelolaan Limbah, UMKM*

Abstract

The number of MSMEs in Sangeh is relatively high. However, MSME owners face various challenges and issues in operating their businesses. These challenges include difficulties adapting to digital payment systems such as the Quick Response Indonesian Standard (QRIS), limitations in digital marketing, and insufficient knowledge regarding proper business waste management. This indicates a need for the empowerment of MSME owners. Addressing these challenges, the community service team proposed three programs: providing literacy and simulations on digital payments; offering literacy and guidance on digital product marketing; and raising awareness about the importance of proper business waste management. Following the program's implementation, MSME partners demonstrated an improved understanding of digital payment systems specifically QRIS and gained the ability to execute and accept transactions using QRIS. Partners are now capable of conducting digital marketing independently via social media and have registered their business locations on Google Maps. The team also provided standing banners displaying the partners' business names to introduce the MSMEs to potential customers. Furthermore, the partners gained a better understanding of the importance of proper business waste management.

Keywords*: Digital Payment, Digital Marketing, Waste Management, MSME*

1. PENDAHULUAN

Desa Sangeh merupakan salah satu desa yang berlokasi di Kecamatan Abiansemal, Kabupaten Badung, Provinsi Bali. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, Desa Sangeh memiliki luas wilayah kurang lebih 485 hektare [1]. Secara geografis, Desa ini berdekatan dengan Kabupaten Tabanan. Desa Sangeh memiliki potensi pada sektor pariwisata dan sektor kewirausahaan. Tercatat sebanyak 769 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Abiansemal [2]. Jumlah yang relatif tinggi menunjukan bahwa UMKM merupakan salah satu penopang perekonomian di daerah tersebut. Sektor kuliner menjadi salah satu UMKM yang mendominasi di Desa Sangeh.

Dominasi sektor UMKM diikuti dengan berbagai tantangan dan permasalahan. Pertama, beberapa UMKM mengeluhkan bahwa mereka mengalami kesulitan untuk beradaptasi dengan

menggunakan pembayaran digital seperti *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS). Beberapa konsumen membatalkan pembeliannya karena UMKM belum bisa menerima pembayaran digital. Hal itu berkontribusi terhadap penurunan penjualan. Kedua, mereka mengeluhkan keterbatasan dalam inovasi pemasaran digital. Mereka mengungkapkan bahwa produk usaha mereka kurang dikenal karena tidak di-branding di media sosial. Padahal, inovasi merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan daya saing dan kinerja usaha [3], [4]. Secara lebih spesifik, kapabilitas dalam bidang pemasaran sangat esensial dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM [5], [6]. Ketiga, beberapa UMKM menghasilkan limbah seperti minyak jelantah, limbah organik, dan non-organik seperti plastik dan *styrofoam* yang belum mampu dikelola secara memadai. Hal ini tentu dapat berkontribusi terhadap pencemaran lingkungan di sekitar usaha tersebut. Terlebih lagi, Bali kini sedang mengalami krisis pengelolaan sampah, sehingga diperlukan strategi pengelolaan limbah yang tepat guna. Adapun beberapa strategi yang dimaksud adalah dengan tidak menyediakan kantong plastik kepada konsumen ketika berbelanja, mendaur ulang produk, mengusahakan sampah organik menjadi kompos, mengimplementasikan waste to energy (WTE), termasuk pembangunan Tempat Pengolahan Sampah *Reduce-Reuse-Recycle* (TPS3R) dan Tempat Pengolahan Sampah Terpadu (TPST) [7].

Mengacu pada permasalahan tersebut, diperlukan adanya pemberdayaan masyarakat pelaku UMKM terkait inovasi pada bidang pemasaran dan inovasi pada pengelolaan limbah. Pendekatan pemberdayaan masyarakat merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan kapasitas mereka dalam mengembangkan diri dan usahanya secara ekonomis [8]. Pengabdian ini melaksanakan tiga program kerja sebagai solusi atas permasalahan yang dihadapi UMKM. Pertama, tim pengabdian melakukan pemberdayaan pelaku UMKM dengan memberikan literasi dan simulasi terkait pembayaran digital yaitu Qris termasuk dalam pembuatan kode QR. Kedua, tim pengabdian memberikan literasi dan pendampingan dalam memasarkan produk secara digital dengan bantuan media sosial. Pemanfaatan media sosial dianggap sebagai salah satu strategi pemasaran yang dapat menjangkau konsumen yang lebih luas [9]. Tim pengabdian juga menawarkan pembuatan titik lokasi usaha pada Google Maps untuk mempermudah konsumen menjangkau lokasi UMKM. Selain itu, pelaku UMKM diberikan bantuan berupa standing banner yang akan dipasang di lokasi usahanya. Ketiga, tim pengabdian memberi literasi berbasis lingkungan terkait pentingnya pengelolaan limbah organik maupun non organik. Dengan terlaksanaakan ketiga program kerja tersebut, diharapkan potensi UMKM dapat digali secara optimal sehingga dapat menunjang kinerja dan keberlangsungan usaha mereka.

Tujuan dilaksanakannya pengabdian ini adalah pertama, meningkatkan literasi dan kemampuan pelaku UMKM dalam melakukan sistem pembayaran digital Qris, termasuk dalam membuat QR code. Tujuan berikutnya adalah untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam memasarkan produk secara digital melalui pemanfaatan media sosial. Selain itu, dengan adanya literasi tentang pentingnya pengelolaan limbah yang memadai, pelaku UMKM dapat memahami pentingnya pengelolaan limbah yang tepat guna. Berdasarkan atas ketiga tujuan tersebut, adapun manfaat yang diberikan kepada pelaku adalah pertama, mempermudah dan memperkaya opsi pembayaran. Selain menerima pembayaran tunai, UMKM juga dapat menerima pembayaran digital. Kedua, UMKM dapat memperluas jangkauan pemasaran produk sehingga dapat menarik lebih banyak konsumen. Ketiga, pelaku UMKM paham bahwa limbah usaha tidak bisa dibuang sembarangan sehingga harus dikelola secara memadai. Mengingat tujuan dan manfaat yang ditawarkan cukup komprehensif untuk mengoptimalkan potensi UMKM, hal itu membuat program kerja ini dianggap relevan untuk dilaksanakan.

2. METODE

Program kerja disusun berdasarkan atas hasil wawancara dan observasi awal yang dilakukan oleh tim pengabdian ke Desa Sangeh. Hasil observasi menunjukan bahwa banyaknya jumlah UMKM di Desa Sangeh belum disertai dengan kemampuan manajerial yang memadai termasuk dalam hal pengelolaan limbah yang dihasilkan UMKM. Atas dasar tersebut, pengabdian ini melaksanakan tiga program kerja yang diharapkan mampu mengatasi permasalahan yang dialami. Sasaran

kegiatan adalah UMKM yang ada di Desa Sangeh. Adapun metode pelaksanaan ketiga program kerja tersebut yaitu sebagai berikut.

A. Literasi dan simulasi pembayaran digital

Pada program ini kami menggunakan metode edukasi partisipatif dan praktik secara langsung. Dengan metode ini, partisipan diajak terlibat secara aktif dalam melaksanakan seluruh proses pembelajaran baik dari tahap pelaksanaan hingga penilaian. Komunikasi yang tercipta adalah komunikasi dua arah sehingga tim pengabdian dan partisipan saling memberikan informasi dan timbal balik. Teknik penyampaian materi yaitu menggunakan teknik ceramah, diskusi, dan praktik secara langsung. Program kerja ini dilaksanakan melalui kunjungan langsung ke pelaku UMKM. Kunjungan langsung dilakukan dengan petimbangan bahwa mitra mengalami kesulitan untuk meninggalkan lokasi dan berkumpul di suatu tempat. Hal itu karena mereka diperlukan dalam aktivitas operasional usaha sehingga tidak mudah untuk meninggalkan lokasi usaha. Kami melakukan pendampingan secara langsung dan personal, sehingga proses transfer informasi bisa berjalan dengan lebih efektif. Selain itu, pendampingan personal memungkinkan tim untuk menyesuaikan pendampingan dengan kondisi dan kemampuan setiap pelaku UMKM.

Materi yang diberikan disesuaikan dengan kebutuhan pelaku UMKM dan dengan bahasa yang sederhana. Hal tersebut dilakukan untuk memastikan bahwa transfer pengetahuan berjalan dengan efektif dan tidak misinterpretasi. Pada program ini, kami memberikan literasi kepada para pelaku UMKM terkait Qris sebagai salah satu *tool* pembayaran digital. Adapun secara lebih rinci, materi yang kami berikan mencakup definisi pembayaran digital, manfaat menyediakan opsi pembayaran digital, dan tata cara menggunakan pembayaran dan penerimaan pembayaran dengan Qris. Setelah penyampaian materi, kami melakukan simulasi penggunaan Qris. Kami memperagakan tahapan transaksi mulai dari pemindaian kode QR, memasukan nominal pembayaran, memasukan kode pin untuk mengonfirmasi transaksi, serta melakukan pengecekan keberhasilan pembayaran. Selain itu, kami juga melakukan simulasi penerimaan pembayaran Qris. Kami memperagakan cara memvalidasi penerimaan dan nominal transaksi. Setelah program kerja selesai dilaksanakan, tim pengabdian akan melakukan evaluasi untuk mengetahui keberhasilan transfer pengetahuan.

B. Literasi dan pendampingan pemasaran produk secara digital

Pada program kerja ini, kami menggunakan metode edukasi partisipatif dan praktik secara langsung. Teknik penyampaian materi adalah dengan ceramah dan diskusi. Sama dengan program kerja pertama, program kerja ini juga dilakukan dengan kunjungan langsung ke masing-masing pelaku UMKM. Tim pengabdian menyiapkan materi terkait pemasaran produk secara digital. Adapun secara lebih rinci materi yang diberikan adalah penjelasan tentang pemasaran produk dan manfaat pemasaran secara digital, platform pemasaran digital, serta simulasi pemasaran digital dengan menggunakan media sosial.

Pada tahap pertama dilakukan ceramah dengan memberikan penjelasan terkait pemasaran digital. Setelah itu tim pengabdian melaksanakan pendampingan dalam membuat konten pemasaran digital. Hal ini dilakukan dengan mendampingi mitra untuk mempersiapkan foto produk serta video pendek produk yang nantinya dapat diunggah pada platform media sosial. Tahapan berikutnya kami melakukan simulasi pemanfaatan media sosial Instagram untuk pemasaran digital. Kami mempraktikkan tata cara pembuatan akun Instagram serta tata cara mengunggah foto, video serta deskripsi produk. Tahap terakhir kami mendampingi mitra dalam pembuatan titik lokasi usaha pada Google Maps. Pembuatan titik lokasi dapat meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas usaha lokal di era digital. Tahapan terakhir adalah melakukan evaluasi atas pemahaman mitra terkait pemasaran digital.

C. Literasi pentingnya pengelolaan limbah

Metode pelaksanaan kegiatan ini adalah edukasi partisipatif. Kami melibatkan mitra secara aktif dalam proses pemberian literasi. Program kerja ini hanya dilakukan kepada UMKM yang menghasilkan limbah usaha. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dengan mengumpulkan pelaku

UMKM di Kantor Desa Sangeh. Tim pengabdian mempersiapkan materi yang berkaitan dengan dampak pembuangan limbah serta pemanfaatan limbah tersebut. Tim pengabdian berperan dalam memberikan pendampingan dari sisi edukasi serta rekomendasi pemanfaatan dan pengembangan nilai ekonomi produk, sehingga pelaku UMKM memperoleh gambaran mengenai peluang pengelolaan limbah sebagai bagian dari kegiatan usaha yang berkelanjutan.

Tahap pertama yaitu tim pengabdian memberikan literasi terkait klasifikasi limbah, dampak pengelolaan limbah yang tidak bijak, manfaat melakukan pengelolaan limbah, serta rekomendasi pemanfaatan limbah yang bernilai tambah. Tim pengabdian memberikan rekomendasi dan opsi terkait pemanfaatan limbah yang bisa dilakukan oleh para UMKM beserta rekomendasi para pakar yang bisa memberikan informasi sekaligus praktik terkait pengelolaan limbah. Pada tahap akhir, kami melakukan evaluasi untuk mengetahui tingkat pemahaman mitra terkait *waste management*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian dilaksanakan di Desa Sangeh, Kecamatan Abiansemal. Sasaran kegiatan pengabdian adalah UMKM yang berada di Desa Sangeh. Jumlah dan jenis UMKM yang beragam dengan permasalahan yang berkaitan erat dengan keberlangsungan usaha UMKM membuat program kerja ini menjadi sangat relevan untuk dilaksanakan. Adapun tahapan implementasi program kerja ini yaitu sebagai berikut.

A. Wawancara dan observasi awal kebutuhan UMKM

Pertama-tama dilakukan wawancara dengan pihak perangkat desa terkait sektor yang memiliki potensi dan tantangan yang ada di Desa Sangeh. Informasi yang diperoleh menunjukan bahwa desa Sangeh memiliki jumlah UMKM yang relatif tinggi denga persaingan yang tinggi namun belum disertai dengan kemampuan manajerial yang memadai. Atas dasar tersebut, kami melakukan wanwancara secara langsung dengan mengunjungi beberapa UMKM secara langsung yang bertujuan untuk memahami lebih rinci terkait tantangan yang dialami. Hasil menunjukan bahwa mereka mengalami kesulitan terkait penerapan pembayaran digital dan pemasaran digital. Namun demikian, kami juga melakukan observasi bahwa pengelolaan sampah bagi UMKM di daerah tersebut masih perlu mendapatkan perhatian. Temuan tersebut kemudian kami jadikan sebagai dasar untuk membuat program kerja yang relevan bagi UMKM. Atas dasar tersebut, kami merumuskan tiga program kerja, yaitu literasi dan simulasi pembayaran digital, literasi dan pendampingan dalam memasarkan produk secara digital, serta literasi pengelolaan limbah menjadi produk bernilai ekonomi. Pelaksanaan program pertama dan kedua dilakukan secara langsung dengan mendatangi pelaku UMKM. Mengingat beberapa pemiliki UMKM telah berusia lanjut, maka ketika pemaparan literasi dan simulasi, dapat diwakili atau dapat mengikutsertakan pengelola lain yang juga dalam satu UMKM yang sama.

B. Pelaksanaan Program Ke-1

Program pertama yaitu literasi dan simulasi pembayaran digital. Pada pelaksanaan ini, tim pengabdian memberikan literasi tentang definisi dan jenis-jenis pembayaran digital. Selain itu, tim pengabdian turut menjelaskan manfaat dan risiko pembayaran digital bagi UMKM. Kemudian, kami mulai memperkenalkan Qris sebagai salah satu opsi pembayaran digital yang efektif dan efisien. Setelah seluruh materi selesai dipaparkan, kami mulai melakukan simulasi pembayaran digital dengan Qris. Pertama, kami mempersiapkan barcode Qris. Kedua, kami mulai mencontohkan pembayaran dengan Qris yaitu dengan melakukan scan barcode. Ketiga, kami menekankan pentingnya melakukan verifikasi penerimaan pembayaran kepada pelaku UMKM. Hal itu untuk memastikan bahwa pembayaran benar-benar diterima dengan nominal yang tepat dan penerima yang benar, sehingga transaksi dinyatakan valid dan berhasil.

C. Pelaksanaan program ke-2

Program kedua adalah literasi dan pendampingan pemasaran produk secara digital. Program kedua adalah program literasi pemasaran digital dan pendampingan pemasaran produk. Dalam

kegiatan ini, tim pengabdian masyarakat memberikan pemahaman kepada peserta mengenai pemasaran digital, termasuk definisi, manfaat, serta perbedaannya dengan pemasaran konvensional atau tradisional. Peserta juga diperkenalkan pada berbagai media pemasaran digital yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM, seperti WhatsApp for Business, Instagram, TikTok dan marketplace. Selanjutnya, tim membantu peserta memilih media yang akan digunakan untuk memasarkan produk. Setelah itu, tim pengabdian mendampingi peserta untuk membuat akun dalam media yang telah dipilih. Peserta berperan dalam melengkapi identitas dalam membuat akun. Setelah akun jadi, peserta diminta untuk melengkapi informasi penting terkait produk. Adapun informasi yang diperlukan adalah deskripsi produk, harga, serta kontak pemesanan. Peserta juga mendapatkan pendampingan praktis dalam pembuatan konten pemasaran digital, mempersiapkan foto produk yang menarik, deskripsi produk, serta pembuatan konten promosi sederhana berupa foto atau video pendek. Terakhir, kegiatan ini dilanjutkan dengan praktik pemasaran langsung, di mana peserta mengunggah foto produk, mempromosikan produk melalui media sosial yang sudah dipilih.

Tim pengabdian juga membuatkan titik lokasi UMKM di Google Maps untuk meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas usaha lokal di era digital. Melalui kegiatan ini, lokasi UMKM yang berpartisipasi dapat diakses secara digital, sehingga memudahkan pelanggan maupun calon pelanggan dalam menemukan lokasi usaha tersebut. Peta digital ini juga diharapkan dapat membantu UMKM memperluas jangkauan pasar, meningkatkan akses pelanggan terhadap usaha mereka, serta mendukung keberlanjutan usaha melalui pemanfaatan teknologi digital secara efektif. Selain itu, tim pengabdian memberikan standing banner nama usaha mitra sebagai upaya untuk memperkenalkan usaha mitra kepada calon konsumen. Banner juga menunjukan identitas mitra seperti logo, nama usaha, dan produk yang dijual.

D. Pelaksanaan program ke-3

Program ketiga adalah memberikan literasi terkait pengelolaan limbah menjadi produk bernilai ekonomi. Jenis UMKM di daerah Sangeh cukup beragam dengan jumlah UMKM di bidang kuliner yang relatif tinggi yang disusul oleh UMKM jenis lainnya seperti UMKM di bidang peternakan dan di bidang kerajinan. Meningkatnya aktivitas UMKM berkaitan erat dengan timbulan berbagai jenis sampah, baik organik maupun anorganik. Oleh karena itu, pengelolaan sampah yang tepat penting tidak hanya untuk menjaga kebersihan lingkungan, tetapi juga untuk mendukung lingkungan bisnis yang lebih berkelanjutan. Hal ini membuat pengelolaan sampah menjadi hal esensial. Kami memberikan literasi tentang jenis limbah. Selain itu, kami memaparkan tentang urgensi serta dampak pembuangan limbah yang tidak tepat. Tidak lupa kami juga menjelaskan terkait *reduce*, *reuse*, dan *recycle* (3R) sehingga pelaku UMKM bisa lebih bijak dalam mengelola sampah. Pada literasi ini, tim pengabdian berfokus pada pentingnya melakukan pemilahan dan pengelolaan sampah.

Kami memberikan edukasi mengenai berbagai jenis sampah dan karakteristiknya. Para peserta diperkenalkan pada perbedaan antara sampah organik dan anorganik, serta pentingnya mengidentifikasi sampah berdasarkan jenisnya sebelum menentukan metode pengelolaan yang tepat. Selain itu, kami menjelaskan urgensi pengelolaan sampah yang tepat dan potensi dampak pembuangan sampah yang tidak semestinya terhadap lingkungan sekitar. Pembuangan sampah yang tidak tepat dapat berkontribusi pada pencemaran lingkungan, mengurangi kebersihan area sekitar, dan berpotensi memengaruhi kenyamanan masyarakat yang tinggal di dekat lokasi usaha. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu menyadari bahwa pengelolaan sampah bukan sekadar masalah lingkungan, melainkan juga bagian penting dari praktik bisnis yang bertanggung jawab.

Tim pengabdian menekankan pentingnya *reduce*, *reuse*, dan *recycle* (3R) agar pelaku UMKM dapat lebih bertanggung jawab dan cermat dalam mengelola sampah yang dihasilkan dari kegiatan usaha mereka. Penerapan prinsip 3R dapat mendorong pelaku UMKM untuk mengurangi timbulan sampah yang tidak perlu, menggunakan kembali material yang masih layak pakai, dan mendaur ulang sampah yang dapat diolah menjadi produk bermanfaat lainnya. Melalui pendekatan ini, sampah tidak hanya dipandang sebagai limbah tetapi juga sebagai produk yang bernilai guna

Dalam program edukasi ini, tim pengabdian masyarakat berfokus pada pentingnya pemilahan dan pengelolaan sampah yang tepat. Pemilahan sampah dari sumbernya diperkenalkan sebagai langkah awal yang sederhana namun penting, yang dapat diterapkan oleh pelaku UMKM dalam kegiatan usaha sehari-hari. Dengan memilah sampah berdasarkan jenisnya, sampah organik dan anorganik dapat dikelola dengan lebih tepat, sementara sampah yang masih memiliki nilai potensial dapat dikumpulkan dan diolah lebih lanjut. Praktik ini diharapkan dapat mendorong kesadaran yang lebih besar di kalangan pelaku UMKM mengenai tanggung jawab mereka terhadap sampah yang dihasilkan dari kegiatan usaha. Dalam jangka panjang, pemilahan dan pengelolaan limbah yang konsisten dapat berkontribusi pada terciptanya lingkungan bisnis yang lebih bersih, sekaligus membuka peluang pemanfaatan limbah menjadi produk bernilai ekonomi.

E. Evaluasi

Pelaksanaan program kerja dimaksudkan untuk meningkatkan kemampuan manajerial pelaku UMKM dengan harapan dapat berkontribusi pada peningkatan daya saing usaha. Peningkatan daya saing selanjutnya akan meningkatkan kinerja UMKM. Untuk memastikan bahwa transfer pengetahuan berjalan efektif, dilakukan proses evaluasi sederhana kepada para peserta. Proses evaluasi juga digunakan utnuk mengetahui apakah mitra paham terhadap literasi yang disampaikan tim pengabdian, dan apakah mitra telah mengimplementasikan program kerja yang telah diajukan sebelumnya. Teknik evaluasi yang digunakan adalah dengan melakukan tanya jawab secara langsung. Terdapat 5 pertanyaan utama yang kami berikan kepda UMKM yang bersedia untuk mengikuti evaluasi. Adapun pertanyaan dan hasil evaluasi terkait pemahaman mitra secara lebih rinci ditampilkan pada Tabel 1. Selain itu, hasil luaran yang dicapai mitra yang menggambarkan kondisi sebelum dan sesudah pengabdian ditampilkan secara lebih rinci pada Tabel 2.

Tabel 1. Hasil Evaluasi

No.	Aspek	Pernyataan Evaluasi	Tidak Tahu (1)	Cukup Tahu (2)	Tahu (3)	Total
1	Pembayaran Digital	Saya mengetahui pembayaran digital seperti QRIS untuk menerima pembayaran dari pelanggan.	0	1	3	4
2	Pembayaran Digital	Saya mengetahui cara melakukan dan menerima pembayaran menggunakan QRIS.	0	1	3	4
3	Promosi Digital	Saya mengetahui cara mempromosikan produk melalui media digital.	0	2	2	4
4	Promosi Digital	Saya mengetahui cara membuat dan mengunggah foto atau informasi produk untuk promosi secara digital.	1	1	2	4
5	Pengelolaan Limbah	Saya mengetahui pentingnya memilah dan mengolah limbah.	0	0	4	4

Tabel 1 menunjukan bahwa terdapat empat peserta yang bersedia secara sukarela untuk mengikuti evaluasi. Dari 4 peserta evaluasi, 1 peserta cukup tahu dan 3 peserta tahu tentang pembayaran digital dan mekanisme pembayaran dengan QRIS. Terdapat 2 peserta cukup tahu dan 2 peserta tahu tentang cara mempromosikan produk melalui media digital. Hasil evaluasi berikutnya menunjukan terdapat 1 peserta yang tidak tahu, 1 peserta cukup tahu, dan 2 peserta tahu cara membuat dan mengunggah foto atau informasi produk untuk promosi secara digital. Terkait pengelolaan limbah, keempat peserta tahu pentingnya memilah dan mengolah limbah. Meskipun hasil evaluasi menunjukan terdapat 1 peserta yang tidak tahu cara membuat dan mengunggah foto atau informasi produk untuk promosi secara digital, secara keseluruhan hasil menunjukan bahwa pengetahuan peseta terkait pembayaran digital, promosi digital, dan literasi terkait pengelolaan limbah relatif meningkat.

Setelah pengabdian dilakukan, kini pelaku UMKM memiliki pemahaman terkait pembayaran digital QRIS dan mampu melakukan dan menerima pembayaran melalui QRIS. Selain itu, kini mitra memiliki konten pemasaran berupa video pendek yang dapat diunggah kedalam media sosial. Hal itu dilakukan untuk mendukung pemasaran digital sehingga segmen konsumen dapat diperluas. Mitra juga memiliki titik lokasi usaha pada Google Maps serta memiliki standing banner yang berisikan nama usaha dan logo usaha. Mitra kini juga memiliki pengetahuan terkait pentingnya pengelolaan limbah hasil usaha dan mitra mulai melakukan tindakan pengelolaan. Beberapa di antaranya adalah secara aktif melakukan pemilahan antara sampah organik dan anorganik. Selain itu, mitra kini lebih bijak dalam membuang limbah. Salah satunya ditunjukkan dari kesadaran mitra dengan tidak membuang limbah minyak jelantah ke tanah.

Tabel 2. Hasil Pencapaian Luaran

No.	Aspek	Kondisi Sebelum Pengabdian	Kondisi Setelah Pengabdian	Luaran yang Dihasilkan
1	Media Pemasaran Digital	Mitra belum memiliki media pemasaran digital untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk.	Mitra telah memiliki media pemasaran digital yang dapat digunakan untuk menampilkan informasi dan mempromosikan produk.	Tersedianya media pemasaran digital mitra serta video pemasaran digital
2	Titik Lokasi Usaha	Lokasi usaha mitra belum tersedia pada Google Maps sehingga pelanggan masih mengalami keterbatasan dalam menemukan lokasi usaha.	Lokasi usaha mitra telah tersedia dan dapat ditemukan melalui Google Maps.	Tersedianya titik lokasi usaha pada Google Maps
3	Pemilahan Sampah	Mitra belum menerapkan pemilahan sampah dalam kegiatan operasional usaha.	Mitra telah mulai melakukan pemilahan sampah berdasarkan jenisnya sebagai bagian dari pengelolaan sampah.	Pemilahan sampah organik dan anorganik telah terlaksana

Tabel 2 menunjukan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara sebelum dan sesudah pengabdian dilaksanakan. Terdapat tiga luaran utama yang dicapai oleh mitra. Pertama, mitra telah memiliki media pemasaran digital serta memiliki video pemasaran digital. Video tersebut nantinya akan ditampilkan pada media sosial yang sekaligus digunakan sebagai media pemasaran bagi mitra. Kedua, mitra telah memiliki titik Lokasi usaha pada Google Maps. Sehingga, konsumen dan calon konsumen dapat mencari Lokasi usaha mitra dengan lebih mudah. Ketiga, mitra telah memilah sampah organik dan anorganik yang dihasilkan oleh usahanya.

Adapun beberapa dokumentasi terkait pelaksanaan pengabdian yaitu sebagai berikut.



(a) (b) (c)

Gambar 1. Pelaksanaan Pengabdian (a) Kajian pendahuluan terkait kebutuhan UMKM (b) Pendampingan UMKM terkaiat literasi pemasaran digital (c) Pendampingan UMKM terkait *waste management*



(a) (b)

Gambar 2. pelaksanaan kegiatan *waste management* (a) Kunjungan ke UMKM oleh tim pengabdian, perangkat Desa Sangeh, serta Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kabupaten Badung terkait *waste management* (b) pemberian *standing banner* kepada UMKM

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah berkontribusi dalam meningkatkan literasi mitra pada aspek keuangan, pemasaran, dan pengelolaan limbah usaha. Setelah pelaksanaan program, mitra UMKM menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai sistem pembayaran digital, khususnya QRIS, serta mampu melakukan dan menerima transaksi menggunakan QRIS. Pencapaian ini dapat membuat mitra menggunakan pembayaran digital sebagai opsi baru dalam usahanya tanpa perlu mengeliminasi pembayaran tradisional seperti menggunakan kas. Pembayaran digital dianggap lebih efektif sehingga pada akhirnya dapat menjaring lebih banyak segmen konsumen.

Selain itu, mitra memperoleh materi pemasaran digital dengan memanfaatkan media sosial. Mitra dan tim pengabdian membuat video promosi singkat yang nantinya dapat diunggah ke media sosial mitra. Hal ini dapat memperluas segmen konsumen sehingga harapannya dapat meningkatkan penjualan mitra yang selanjutnya meningkatkan kinerja dan keberlangsungan usaha mitra. Program kerja ini juga meningkatkan kesadaran mitra akan pentingnya pengelolaan limbah terkait bisnis. Pasca pelatihan, mitra mulai mengambil langkah-langkah untuk mengelola dan mengolah limbah yang dihasilkan dari kegiatan usaha. Secara keseluruhan, program ini telah memperkuat kapabilitas digital, praktik pemasaran, serta kesadaran mitra mengenai praktik bisnis yang bertanggung jawab terhadap lingkungan.

Hasil evaluasi menunjukkan secara keseluruhan pemahaman terkait pembayaran digital, promosi digital, dan literasi terkait pengelolaan limbah relatif meningkat. Meskipun terdapat 1 peserta yang belum tahu cara membuat dan mengunggah foto atau informasi produk untuk promosi secara digital, hal tersebut dapat menjadi bahan evaluasi bagi kami agar ke depannya melakukan literasi tambahan bagi mitra yang belum paham.

Program pengabdian masyarakat dapat dilanjutkan dengan menyediakan pendampingan berkelanjutan terkait pembuatan laporan penjualan sederhana, perumusan strategi *branding* dan *packaging*, serta pengembangan praktik pengelolaan limbah sederhana. Praktik pengelolaan limbah sederhana dapat melibatkan pihak yang ahli di bidangnya, seperti bekerja sama dengan Kementerian Lingkungan Hidup ataupun organisasi yang aktif dalam melakukan pengelolaan limbah. Sinergi ini akan berkontribusi pada optimalisasi pengembangan UMKM menjadi usaha yang menjalankan usahanya dengan memperhatikan aspek keberlanjutan (*sustainability*). Beberapa saran program kerja lanjutan tersebut dapat membuat pengetahuan dan keterampilan terkait aspek keuangan, pemasaran, dan pengelolaan limbah menjadi lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Badan Pusat Statistik, “Kecamatan abiansemal dalam angka,” 2025.
[2] Pemerintah Kabupaten Badung, “Jumlah UMKM di Kecamatan Abiansemal,” 2026.

[3] G. Wang, W. Dou, W. Zhu, and N. Zhou, "The effects of firm capabilities on external collaboration and performance: The moderating role of market turbulence," *J. Bus. Res.*, vol. 68, no. 9, pp. 1928–1936, 2015, doi: 10.1016/j.jbusres.2015.01.002.

[4] B. Tjahjadi, N. Soewarno, and V. Nadyaningrum, "Human capital readiness and global market orientation in Indonesian Enterprises business performance," *Int. J. Product. Perform. Manag.*, vol. 71, no. 1, pp. 79–99, 2022, doi: 10.1108/IJPPM-04-2020-0181.

[5] T. H. Elsharnouby and S. Elbanna, "Change or perish : Examining the role of human capital and dynamic marketing capabilities in the hospitality sector," *Tour. Manag.*, vol. 82, no. April 2020, p. 104184, 2021, doi: 10.1016/j.tourman.2020.104184.

[6] B. Leisen, B. Lilly, and R. D. Winsor, "The effects of organizational culture and market orientation on the effectiveness of strategic marketing alliances," *J. Serv. Mark.*, vol. 16, no. 3, pp. 201–222, 2002, doi: 10.1108/08876040210427209.

[7] Institute for Essential Services Reform, "Mengatasi Krisis Persampahan di bali: Kurangi Sampah dari Sumbernya dan Pengembangan Infrastruktur Pengelolaan Sampah," *Institute for Essential Services Reform*, pp. 1–5, 2026.

[8] P. Subekti, Y. Setianti, and H. Hafiar, "Pemberdayaan masyarakat berbasis lingkungan hidup di desa margalaksana kabupaten bandung barat," *Kawistara*, vol. 8, no. 2, pp. 148–159, 2018, doi: 10.22146/kawistara.30379.

[9] N. M. V. Indriyani, A. R. Sumartini, and I. W. G. Y. D. Putra, "MOVE : Journal of Community Service and Engagement Community Service ' G uidance on Governance and Accounting Recording using Ms . Excel in The Si Kunyit Jamu Business Group in Denpasar ,'" *MOVE J. Community Serv. Engagem.*, vol. 4, no. 2, pp. 57–61, 2024.