

## Sosialisasi Identitas Visual Produk Tali Tampar & Implementasi Pembayaran QRIS Bagi UMKM Lokal Sumber Waru Pamekasan

Haryo Triajie<sup>1\*</sup>, Siti Fitriani<sup>2</sup>, Jamila Jamila<sup>3</sup>, Naufal Irfanuddin<sup>4</sup>,  
Muhammad Imam Hanafi<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas Trunojoyo Madura

\*Corresponding author, e-mail: [haryotriajie@trunojoyo.ac.id](mailto:haryotriajie@trunojoyo.ac.id).

### Abstrak

Branding logo untuk sebuah produk sangat diperlukan agar bisa bersaing dengan produk serupa yang dijual di daerah sekitar saja. Selain itu, di era yang sudah canggih atau biasa disebut modern semua hal dilakukan secara cepat dan praktis termasuk dalam metode pembayaran, salah satunya melalui QRIS. Pengabdian ini bertujuan untuk merancang identitas visual produk tali tampar atau tali pita serta membantu pelaku UMKM mengimplikasikan akun digital untuk pembayaran berbasis QRIS di Desa Sumber Waru, Pamekasan. Pengabdian ini menggunakan metode sosialisasi partisipatif. Tahapan metode sosialisasi partisipatif yaitu analisis kebutuhan terhadap UMKM di Desa Sumber Waru, perancangan materi sosialisasi, pelaksanaan sosialisasi, pendampingan teknis, dan evaluasi kegiatan sosialisasi. Hasil dari kegiatan sosialisasi yaitu pelaku UMKM tali tampar di Desa Sumber Waru menyadari pentingnya logo untuk produk tali tampar mereka dan meminta untuk membuat logo khusus untuk tali tampar mereka. Logo yang dihasilkan sesuai dengan permintaan pelaku usaha di Desa Sumber Waru dan logo ini sebagai logo kolektif untuk usaha serupa, yaitu tali tampar. Disamping itu, pembuatan akun QRIS untuk UMKM di Desa Sumber Waru belum terealisasi dengan baik. Warga masih merasa ragu untuk mengimplementasikan pembayaran digital ini. Namun, 4 pelaku UMKM memiliki minat untuk mengimplementasikan metode pembayaran modern ini.

**Kata Kunci:** Identitas visual; Pembayaran digital; QRIS.

### Abstract

Logo branding for a product is very necessary in order to be able to compete with similar products sold in the surrounding area. In addition, in the era that is already sophisticated or commonly called modern, all things are done quickly and practically, including payment methods, one of which is through QRIS. This devotion aims to design the visual identity of slapstick rope or ribbon products and help UMKM owners to imply digital accounts for QRIS-based payments in Sumber Waru Village, Pamekasan. This devotion used participatory socialization methods. The stages of the participatory socialization method are the analysis of the needs of UMKM in Sumber Waru Village, the design of socialization materials, the implementation of socialization, technical assistance, and the evaluation of socialization activities. The result of the socialization activity was that the slapstick UMKM owners in Sumber Waru Village realized the importance of the logo for their slapstick rope products and asked to make a special logo for their slapstick rope. The logo produced is in accordance with the request of business actors in Sumber Waru Village and this logo is a collective logo for similar businesses, namely slap ropes. In addition, the creation of QRIS accounts for UMKMs in Sumber Waru Village has not been realized properly. Residents still feel hesitant to implement this digital payment. However, 4 UMKM owners have an interest in implementing this modern payment method.

**Keywords:** Digital payment; QRIS; Visual identity.

**How to Cite:** Triajie, H. et al. (2026). Sosialisasi Identitas Visual Produk Tali Tampar & Implementasi Pembayaran QRIS Bagi UMKM Lokal Sumber Waru Pamekasan. *Abdi: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 8(1), 54-62.



This is an open access article distributed under the Creative Commons Share-Alike 4.0 International License. If you remix, transform, or build upon the material, you must distribute your contributions under the same license as the original. ©2026 by author.

## Pendahuluan

Desa Sumber Waru adalah salah satu desa yang berada di wilayah Kecamatan Waru, Kabupaten Pamekasan, Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Desa ini berada di bagian utara Kabupaten Pamekasan, Madura. Desa ini memiliki koordinat geografis sekitar 7°0'39.42"S113°32'21.012"E. Desa ini berada memiliki karakteristik seperti jalan yang berkelok-kelok dikarenakan sdesa ini berada di dataran tinggi.



**Gambar 1. Komoditas Unggulan Desa Sumber Waru Pamekasan**

Komoditas unggulan Desa Sumber Waru yaitu lahan persawahan yang ditanami oleh tanaman padi. Padi merupakan tanaman utama di lahan sawah yang berada di Desa Sumber Waru. Selain tanaman padi, tanaman tembakau juga merupakan sumber pendapatan utama para petani di musim kemarau. Berdasarkan Gambar 1 diatas, selain memanfaatkan dari lahan pertanian, masyarakat Desa Sumber Waru juga memiliki usaha tersendiri. Usaha yang dimiliki oleh warga Desa Sumber Waru yaitu UMKM yang memproduksi pembuatan tali pita atau tali tampar. Dalam pembuatan produk tali tampar ini, warga Desa Sumber Waru memproduksinya melalui 2 cara yaitu dipilin secara manual atau diproduksi menggunakan mesin khusus. Namun, hasil wawancara dengan kepala Dusun mengatakan bahwa hanya sedikit warga yang memproduksi tali pita atau tampar menggunakan mesin. Dapat disimpulkan bahwa warga di desa ini sebagian besar masih menggunakan cara manual dalam pembuatan tali tampar.

Produk tali tampar yang mereka produksi membutuhkan sebuah branding untuk membantu perluasan penjualan produk mereka agar dapat bersaing dengan produk serupa atau lainnya dikarenakan mereka hanya menjual produk di daerah sekitar saja. Menurut [Nurhadi \(2015\)](#), branding adalah sesuatu yang bisa di lihat, di ingat, di baca tentang suatu produk, jasa atau bisnis tertentu. Branding bukan sekadar penamaan atau pembuatan logo, melainkan mencakup keseluruhan identitas dan nilai yang ingin disampaikan kepada konsumen. Strategi branding yang tepat yaitu harus sesuai dengan perkembangan yang ada di lingkungan tersebut ([Karsono, Purwanto, & Salman 2021](#)). Melalui strategi branding yang tepat, sebuah produk dapat dikenal lebih luas, membangun kepercayaan, serta memiliki daya saing yang lebih tinggi di pasaran. Oleh karena itu, hal ini sangat penting tidak hanya bagi perusahaan besar, tetapi juga bagi pelaku usaha mikro dan menengah (UMKM), terutama yang berada di daerah pedesaan.

Salah satu komponen utama dalam strategi branding adalah identitas visual. Identitas visual mencakup elemen-elemen desain seperti logo, tipografi, warna, kemasan produk, serta tampilan visual lainnya yang mewakili citra usaha secara konsisten. Menurut [Milasari \(2021\)](#) identitas visual yang dirancang dengan baik akan memudahkan konsumen mengenali produk, menumbuhkan rasa percaya, dan memperkuat citra merk. Hal ini juga di dukung oleh [Harttadi, Lukitasari & Yulianto \(2023\)](#) bahwa branding memiliki banyak sekali manfaat diantaranya yaitu menarik perhatian, mengenal produk tersebut dan akhirnya bisa di ingat oleh konsumen. Sayangnya, masih banyak UMKM di Indonesia yang belum menyadari pentingnya identitas visual dalam meningkatkan nilai jual dan daya tarik produk mereka. [Oscario \(2013\)](#) dan [Sulistyo & Wikartika \(2024\)](#) menyatakan bahwa branding logo untuk sebuah produk itu sangat berharga bagi sebuah bisnis, maka seharusnya desain logo harus terancang dengan matang.

Selain itu, di era yang sudah canggih atau biasa di sebut modern semua hal di lakukan secara cepat dan praktis termasuk dalam metode pembayaran. Masyarakat pada umumnya melakukan transaksi pembayaran secara tunai, namun dikarenakan era digitalisasi yang semakin terus berkembang mengubah cara transaksi menjadi non tunai atau transfer. Namun, pembayaran yang diterapkan oleh warga di Desa Sumber Waru dalam menjual tali tampar atau tali pita yang mereka hasilkan masih menggunakan metode pembayaran tradisional, yaitu secara tunai atau cash. Dari masalah tersebut, dapat disimpulkan bahwa warga juga membutuhkan sebuah transformasi dalam metode pembayaran, yaitu dengan beralih ke sistem pembayaran digital. Pembayaran digital adalah pemindahan sejumlah uang melalui alat pembayaran elektronik dimana pembayar membayar ke penerima dalam bentuk informasi digital mengenai penyimpanan dan pemrosesan uang elektronik ([Aisyah et al. 2023; Kurniawan et al. 2023](#)). Di sisi lain, menurut ([Handayani & Soeparan 2022](#)) pembayaran digital adalah pembayaran non tunai yang tidak menggunakan uang sebagai alat pembayaran melainkan dengan cara transfer antar bank ataupun transfer intra bank melalui jaringan internal bank sendiri. Sementara itu, menurut [Idayanti and Ulandari \(2023\)](#) transaksi digital

menggunakan media elektronik seperti sms, internet banking atau melalui e-wallet. Salah satu contoh pembayaran digital adalah QRIS. (Natsir et al. 2023), (Damayanti et al. 2023) and Satrio, Dewana & Muji (2024) mengatakan bahwa QRIS atau Quick Response Indonesian Standard. QRIS di dukung oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia yang memiliki fungsi sebagai satu kode QR yang dapat di gunakan oleh semua jenis e-wallet seperti Dana, OVO, Gopay. Sayangnya, sebagian masyarakat belum mengenal sistem pembayaran digital ini. Meskipun demikian, produk tali tamper yang mereka produksi memiliki kualitas yang bersaing dan nilai fungsi yang tinggi. Oleh karena itu, sosialisasi identitas visual pada produk tali tamper sekaligus implementasi sistem pembayaran digital sangat dibutuhkan untuk membantu perkembangan UMKM di Desa Sumber Waru.

Terdapat beberapa pengabdian masyarakat sebelumnya yang memiliki permasalahan serupa dengan pengabdian masyarakat ini. Pertama, (Ainun, Maming & Wahida 2023) yang telah melakukan pengabdian masyarakat terkaot dengan pentingnya peran logo dalam membangun branding UMKM Istana Gorengan. (Natasia et al. 2024) telah melakukan pengabdian masyarakat berupa sosialisasi dan pendampingan penerapan QRIS pada UMKM Cendol Segar Abis. Pengabdian masyarakat yang terakhir yaitu (Fauziah, Aziz & Setiawan 2024) yang telah melakukan sosialisasi pengenalan QRIS terhadap UMKM di Desa Cipedes, Bandung yang didominasi oleh ibu-ibu pengajian. Selanjutnya, Ardiansyah & Nur (2024) melakukan pengabdian masyarakat tentang pengembangan logo sebagai peningkatan branding pada UMKM Anton's Kitchen di Kelurahan Ngagel Rejo Surabaya. Terakhir, Purnomo et al (2024) yang melakukan pengabdian tentang penguatan identitas produk UMKM melalui branding dan pembuatan logo pada produk Rajutan Layang di desa Batulayang, Bogor. Dapat disimpulkan bahwa, pengabdian masyarakat ini berfokus pada UMKM tali anyaman yaitu tali tamper dan toko kelontong yang ada di Desa Sumber Waru. Oleh karena itu, tujuan utama dari pengabdian masyarakat ini untuk merancang identitas visual pada tali anyaman yang berbasis budaya lokal Madura dan pendampingan implementasi QRIS pada UMKM di Desa Sumber Waru sebagai sistem pembayaran digital.

## Metode Pelaksanaan

Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan sosialisasi partisipatif. Sosialisasi partisipatif merupakan strategi sosialisasi yang tidak hanya menyampaikan informasi, namun dapat terjadinya pertukaran opini antara pelaksana dan masyarakat (Nur et al. 2024; Nuryana, Jatnika, and Firsanty 2025). Metode ini sangat relevan untuk pengabdian ini karena metode ini bisa menentukan sejauh mana masyarakat dapat memahami informasi, menerima, dan terlibat aktif dalam pelaksanaan program masyarakat. Adapun beberapa tahapan dari metode sosialisasi partisipatif sebagai berikut:

### Analisis kebutuhan

Dalam tahap ini, pengabdian melakukan wawancara singkat terhadap pemilik UMKM tali tamper di Desa Sumber Waru.

### Perancangan materi sosialisasi

Setelah mengetahui permasalahan yang ada di UMKM tali tamper Desa Sumber Waru, pengabdian merancang pembuatan materi untuk sosialisasi yang dilakukan dalam tahap kedua ini.

### Pelaksanaan sosialisasi

Kegiatan sosialisasi ini dilaksanakan di Dusun Guluan 1, Desa Sumber Waru, Kecamatan Waru, Kabupaten Pamekasan. Kegiatan ini memiliki mencakup penjelasan materi, diskusi atau tanya jawab.

### Pendampingan teknis

Setelah pengabdian memaparkan materi tentang pentingnya branding logo dan sistem pembayaran digital terhadap masyarakat, dalam tahap ini pengabdian membantu pembuatan logo sederhana dan akun QRIS bagi masyarakat yang berminat dengan mendata pemilik usaha yang ingin dibuatkan logo khusus untuk produknya dan akun QRIS.

### Evaluasi kegiatan sosialisasi

Dalam tahap ini, pengabdian melakukan evaluasi apakah materi sosialisasi yang dijelaskan dapat peningkatan jumlah UMKM yang berhasil memiliki logo dan akun QRIS untuk kemajuan UMKM di Desa Sumber Waru.

## Hasil dan Pembahasan

Kegiatan sosialisasi ini di laksanakan pada tanggal 5 Juli 2025 yang di hadiri oleh warga Dusun Guluan 1 yang terdiri dari bapak, ibu, dan remaja dusun. Sosialisasi ini menghabiskan waktu sekitar 1 jam 30 menit. Warga yang menghadiri acara sosialisasi branding logo UMKM ini membawa *smartphone* mereka sebagai alat komunikasi, mencatat sebagian penjelasan materi, menghubungi para panitia jika ada yang di tanyakan lebih lanjut, dan ada yang ingin di bantu untuk pembuatan logo usahanya atau jika ada yang ingin meminta untuk membuat akun QRIS. Selain itu, warga yang turut meramaikan acara ini sebagian besar memiliki usaha milik sendiri seperti usaha tali tampar dan usaha tali pita.

**Tabel 1. Pembuatan logo & akun QRIS UMKM Desa Sumber Waru Pamekasan**

No.	Kegiatan	Jumlah
1.	Pembuatan Logo UMKM	1 UMKM serupa
2.	Pembuatan akun QRIS	4 UMKM
<b>Total</b>		<b>5 UMKM</b>

Berdasarkan tabel 1 di atas, terdapat 4 UMKM yang berminat untuk menerapkan pembayaran digital untuk UMKM mereka. 4 UMKM tersebut terdiri dari 2 toko serba guna, 1 kedai, dan 1 toko sosis. Sementara itu, dalam pembuatan logo untuk UMKM di Desa Sumber Waru ini hanya membuat 1 logo UMKM. Namun, 1 logo ini akan digunakan oleh semua UMKM serupa, yaitu UMKM tali tampar atau tali pita di Desa Sumber Waru.

### Pembahasan

#### *Analisis Kebutuhan*

Dalam kegiatan ini, para pengabdian melakukan wawancara terhadap pemilik usaha tali tampar di Desa Sumber Waru Pamekasan. Dari hasil wawancara yang diperoleh, penjualan tali tampar ini juga masih dijual di daerah sekitar dan didistribusikan di pasar terdekat. Pemilik usaha juga menjelaskan bahwa sebagian warga di desa ini menggunakan metode pembayaran lama dalam bertransaksi jual beli produk, yaitu pembayaran tunai atau cash.

#### *Perancangan Materi Sosialisasi*

Setelah mengetahui permasalahan yang warga hadapi, dalam tahap ini pengabdian merancang 2 materi yang akan disampaikan atau dijelaskan kepada warga Desa Sumber Waru. Kegiatan sosialisasi ini memiliki 2 materi yaitu: 1) Sosialisasi tentang branding logo UMKM, 2) Sistem pembayaran digital QRIS. Kedua materi ini disusun dengan bahasa yang sederhana agar mudah dipahami oleh masyarakat Desa Sumber Waru. Materi terkait dengan branding logo, pengabdian menyiapkan materi seperti pentingnya sebuah logo untuk suatu produk, komponen branding, dan manfaat logo. Materi pembayaran digital QRIS, pengabdian menyiapkan materi seputa tentang QRIS, seperti apa itu QRIS, tujuan atau manfaat dari QRIS bagi pedagang dan pembeli, cara menggunakan atau transaksi menggunakan QRIS, komponen dalam QRIS, dan yang terakhir ciri-ciri atau contoh penipuan agar warga selalu waspada.

#### *Pelaksanaan Sosialisasi*

Kegiatan sosialisasi ini dilaksanakan di Dusun Guluan 1, Desa Sumber Waru, Kecamatan Waru, Kabupaten Pamekasan. Sosialisasi ini memiliki jangka waktu dari jam 12.30 – 14.00 WIB yang dihadiri oleh 15 peserta.



**Gambar 2. Materi Sosialisasi Branding Logo UMKM**

Berdasarkan Gambar 2 diatas, pengabdian memaparkan materi tentang branding suatu produk melalui identitas visual atau logo. Dalam kegiatan sesi tanya jawab, pemahaman warga dusun Guluan 1 mengenai

penting nya identitas visual atau logo untuk sebuah produk masih di bilang sangat minim. Warga dusun Guluan 1 hanya menggunakan smartphone mereka untuk komunikasi dan mencari hiburan video di waktu luang mereka. Padahal di sisi lain, mereka bisa menggunakan smartphone mereka untuk merancang, mendesain dan membuat logo sendiri untuk usaha tali tampar dan tali pita mereka. Akan tetapi, keterbatasan pengetahuan dan keterampilan warga dalam menggunakan teknologi yang lebih canggih berdampak pada usaha mereka yang belum memiliki identitas atau logo khusus.



**Gambar 3. Materi Pembayaran Digital QRIS**

Gambar 3 diatas menunjukkan memaparkan mengenai pembayaran digital QRIS. Terkait sosialisasi tentang pembuatan QRIS, masyarakat dusun Guluan 1 masih merasa ragu untuk mengganti system pembayaran tunai mereka ke sistem yang lebih cepat dan praktis. Pada sesi tanya jawab dalam materi ini, alasan utama mengapa mereka masih ragu dalam hal ini yaitu mereka menyadari bahwa pengetahuan mereka sangat minim mengenai digitalisasi pembayaran secara non tunai untuk usaha mereka. Akibatnya, sampai sekarang mereka masih tetap bertahan dengan pembayaran tunai ketika memasarkan produk usaha tali tampar mereka.

#### ***Pendampingan Teknis***

Setelah dilakukannya sosialisasi mengenai branding logo UMKM, para pelaku UMKM mulai tertarik untuk membuat logo untuk usaha mereka. Kesadaran ini muncul dari pemahaman mereka setelah mendapatkan materi bahwa logo adalah identitas untuk usaha mereka yang dapat memperkuat citra produk dan logo juga dapat memperluas jangkauan pemasaran. Kesadaran akan pentingnya identitas visual dalam memasarkan produk mendorong para pengusaha lokal untuk mulai merancang logo usaha mereka sendiri. Masyarakat dusun Guluan 1 bisa memilih bentuk logo, warna bahkan slogan pada logo yang akan menjadi identitas produk mereka. Logo yang dirancang ini tidak hanya menjadi simbol visual, tetapi juga cerminan dari identitas lokal serta karakter khas dari produk yang dihasilkan. Inisiatif ini diharapkan dapat memperkuat citra produk Dusun Guluan 1 di pasar yang lebih luas, serta meningkatkan daya saing dan kebanggaan masyarakat terhadap produk lokal.

Kepala Dusun Guluan 1 memberikan ide menarik sebagai solusi atas banyaknya warga yang memiliki jenis usaha serupa, yaitu produksi tali tampar. Mengingat kesamaan produk yang dihasilkan, Kepala Dusun menyarankan untuk membuat satu logo kolektif yang dapat digunakan bersama oleh para pelaku usaha. Dengan adanya satu identitas visual yang terpadu, diharapkan produk-produk tersebut memiliki citra yang lebih kuat, profesional, dan mudah dikenali di pasaran. Langkah ini juga membuka peluang untuk pengelolaan dan pemasaran produk secara kolektif. Misalnya, semua hasil produksi dapat dikumpulkan melalui satu koordinator atau perwakilan, yang nantinya bertugas menjual dan mendistribusikan produk dalam skala yang lebih besar. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan efisiensi produksi dan pemasaran, tetapi juga memperkuat semangat gotong royong dan solidaritas antar warga. Jika diterapkan dengan baik, inisiatif ini berpotensi menjadikan produk tali tampar dari Dusun Guluan 1 sebagai unggulan yang mampu bersaing di pasar yang lebih luas, sekaligus memperkuat identitas ekonomi lokal.



**Gambar 4. Survei Hasil Produk Tali Tampar**

Berdasarkan Gambar 4 diatas, para pengabdian melakukan survey hasil produk tali tampar yang diproduksi oleh UMKM di Desa Sumber Waru. Pada survey ini, para pengabdian menanyakan langsung kepada pemilik usaha tali tampar bagaimana cara pembuatan tali tampar ini. Pemilik usaha menjelaskan dengan detail bahwa mereka memproduksi produk ini menggunakan mesin. Namun, bagi warga yang tidak memiliki mesin pembuat tali tampar, mereka membuatnya secara manual. Dalam sesi ini, pengabdian menawarkan kembali apakah pemilik usaha ingin dibuatkan logo khusus untuk produk yang mereka hasilkan. Dengan antusias pemilik usaha meminta untuk dibuatkan logo khusus untuk produk tali tamparnya.



**Gambar 5. Logo untuk UMKM tali tampar di Desa Sumber Waru Pamekasan**

Gambar 5 diatas menunjukkan hasil akhir dari pembuatan logo untuk UMKM tali tampar. Makna dari setiap elemen yang terdapat pada logo diatas yaitu: (1) Tali yang melingkar; mencerminkan hubungan yang tanpa ujung dan menyimpul menjadi satu. Logo ini akan digunakan oleh pelaku usaha serupa di Waru Pamekasan. (2) Frasa “Tali Tampar”; mencerminkan nama produk yang warga desa produksi atau usaha mereka. (3) Frasa “Sumber Djati Waru Pamekasan”; frasa ini mencerminkan bahwa produk tali tampar ini berasal atau diproduksi oleh Waru Pamekasan, Madura. (4) Lingkaran merah; lingkaran merah ini memiliki makna kesatuan dan hubungan yang tanpa memiliki ujung. Sedangkan warna merah mencerminkan suku Madura.

Desain dari logo tersebut sudah sesuai dengan permintaan pemilik usaha tali tampar. Elemen tali tampar yang melingkar dan frasa “Sumber Djati Waru Pamekasan” memiliki makna yang sama dengan pengabdian yang dilakukan oleh [Purmono \(2004\)](#) dan [Ainun, Maming, & Wahida \(2023\)](#) yaitu menggambarkan ikatan komunitas yang kuat dan pemilihan nama juga memperkuat identitas lokal desa sebagai produsen dari produk tersebut atau tempat dimana produk ini diproduksi.



**Gambar 6. Pendampingan pembuatan akun QRIS di toko serba guna Desa Sumber Waru Pamekasan**



**Gambar 7. Pendampingan pembuatan akun QRIS di toko serba guna Desa Sumber Waru Pamekasan**



**Gambar 8. Pendampingan pembuatan akun QRIS di kedai Desa Sumber Waru Pamekasan**



**Gambar 9. Pendampingan pembuatan akun QRIS di toko sosis Desa Sumber Waru Pamekasan**

Di sisi lain, pengabdian juga mendata pelaku UMKM yang berminat untuk dibuatkan akun QRIS pada UMKM mereka. Berdasarkan 6, 7, 8 & 9 diatas, pelaku UMKM inilah yang berminat untuk membuat akun QRIS. Gambar 6 dan 7 menunjukkan toko serba guna yang ada di Desa Sumber Waru. Gambar 8 menunjukkan kedai yang berada di desa ini dan Gambar 9 menunjukkan toko sosis yang pelakunya juga berminat untuk pembuatan akun QRIS. Dalam pembuatan akun QRIS ini, keempat toko tersebut sudah berada di tahap verifikasi. Hal ini menunjukkan persamaan dengan pengabdian yang dilakukan oleh Natasia (2024) yang menunjukkan setelah memaparkan materi sosialisasi tentang QRIS, pelaku usaha menunjukkan ketertarikan mengimplementasikan alat pembayaran digital ini.

Namun, Sebagian warga di Desa Sumber Waru masih merasa ragu untuk menerapkan sistem pembayaran digital ini dan lebih memilih melakukan transaksi secara tunai. Fakta ini juga didukung oleh pengabdian sebelumnya. (Fauziah, Aziz, and Setiawan 2024) menjelaskan bahwa beberapa faktor yang menyebabkan warga tidak menerapkan sistem pembayaran digital yaitu keterbatasan informasi dan sosialisasi, literasi digital yang rendah, akses infrastruktur teknologi, dan kebiasaan menggunakan transaksi uang tunai.

#### ***Evaluasi Kegiatan Sosialisasi***

Dalam tahap ini, pengabdian melakukan evaluasi apakah materi sosialisasi yang dijelaskan dapat meningkatkan jumlah UMKM yang berhasil memiliki logo dan akun QRIS untuk kemajuan UMKM di Desa Sumber Waru. Pengabdian juga menanyakan terkait dengan pemahaman identitas visual kepada pemilik usaha setelah para pengabdian memaparkan materi tentang pentingnya suatu identitas visual bagi sebuah produk. Pemilik usaha mengatakan bahwa mereka sadar bahwa sebuah logo itu sangat penting bagi identitas produk mereka. Mengenai pembuatan akun QRIS untuk usaha mereka, sebagian besar warga masih ragu untuk menerapkan sistem pembayaran digital ini. Para warga masih merasa takut akan isu seperti penipuan dan lebih memilih melakukan transaksi secara tunai. Akibatnya, sampai sekarang mereka masih tetap bertahan dengan pembayaran tunai ketika memasarkan produk usaha tali tampar mereka.

Hasil evaluasi dari kegiatan sosialisasi pentingnya sebuah logo bagi suatu produk menunjukkan UMKM tali tampar Desa Sumber Waru memiliki logo khusus untuk semua UMKM serupa. Disamping itu, 4 pelaku UMKM di Desa Sumber Waru mulai menerapkan sistem pembayaran digital ini untuk usaha mereka. Meskipun sebagian warga di Desa Sumber Waru masih ragu untuk menerapkan metode pembayaran digital, diharapkan materi sosialisasi mengenai pembayaran digital dapat menjadi pertimbangan bagi mereka yang masih memilih untuk melakukan transaksi secara tradisional atau secara tunai.

---

## Kesimpulan

Langkah awal yang dilakukan oleh warga Desa Sumber Waru adalah merancang logo sebagai simbol identitas visual produk tali tampar yang mereka produksi. Logo yang dihasilkan sudah sesuai dengan permintaan pemilik usaha yang merepresentasikan produk yang mereka hasilkan dan asal produk tersebut diproduksi. Namun, sistem pembayaran yang masih berbasis uang tunai menandakan bahwa digitalisasi dalam transaksi belum sepenuhnya diterapkan. Setelah dilakukannya sosialisasi tentang pembayaran digital, ada sedikit kemajuan oleh 4 pelaku UMKM di desa ini. Ke-empat pelaku UMKM ini memiliki minat untuk menerapkan pembayaran digital di UMKM mereka.

Dari keterbatasan pengabdian ini, ada beberapa saran atau rekomendasi untuk pengabdian selanjutnya. Dalam pengabdian ini menunjukkan perlunya program sosialisasi lanjutan untuk meningkatkan keterampilan dan meyakinkan warga untuk mengadopsi pembayaran digital. Sosialisasi selanjutnya diharapkan dapat mengurangi rasa keraguan yang warga desa rasakan. Dalam kegiatan ini tidak dilengkapi dengan instrumen evaluasi seperti pre-post tes, indicator adopsi QRIS atau survey persepsi. Akibatnya, perubahan pemahaman warga di Desa Sumber Waru tidak dapat dibuktikan secara kuantitatif. Sebaiknya pengabdian selanjutnya dilengkapi dengan instrumen pengukuran agar hasil lebih valid dan dapat dibandingkan dengan pengabdian sebelumnya.

## Daftar Pustaka

- Ainun, Nurul, Rian, M., & Altri W. (2023). Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Branding Pada UMKM. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)* 6(1):674–81.
- Aisyah, Siti, Niken, R., Nia, A., Deby, N., Amelia, P., & Elsa, M. (2023). Implementasi Teknologi Financial Dalam Qris Sebagai Sistem Pembayaran Digital Pada Sektor Umkm di Kota Binjai. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3(1):102–6.
- Ardiansyah, Feri, & Dhani, I. N. (2024). Pengembangan Logo Sebagai Peningkatan Branding Pada UMKM Di Kelurahan Ngagel Rejo Surabaya. *Dedication: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 8(2),237–42. doi:10.31537/dedication.v8i2.1980D.
- Damayanti, Umi, R., Ade, R. N., Ratna, N., & Chelly, N. K. (2023). Literasi Sistem Pembayaran Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Pada Siswa Sekolah Menengah Atas di Pekanbaru. *Jurnal Pengembangan Dan Pengabdian Masyarakat Multikultural* 1(1):17–21.
- Fauziah, Anjani, A., Alfien, A. A., & Heri, S. (2024). Sosialisasi Pengenalan QRIS Dalam Transformasi Sistem Transaksi Guna Memudahkan Ekonomi Masyarakat Desa Cipedes. *Proceedings Uin Sunan Gunung Djati Bandung* 5(3), 1–14.
- Handayani, Nugrah, L. P., & Poppy, F. S. (2022). Peran Sistem Pembayaran Digital dalam Revitalisasi UMKM. *Jurnal Mahasiswa: Jurnal Ilmiah Penalaran dan Penelitian Mahasiswa* 4(3):238–50.
- Harttadi, Muhammad, U. I., Evelyne, H. L., & Arif, Y. (2023). Perancangan Visual Branding OM Cuppu Barbershop Di Gondangrejo Karanganyar. *Jurnal Kemadha* 13(1):99–118.
- Idayanti, Rini, & Pepi, U. (2023). Peran Aplikasi Dompot Digital Indonesia (DANA) Dalam Memudahkan Masyarakat Melakukan Pembayaran Digital. *Islamic Banking and Finance Journal* 3(2).
- Karsono, Karsono, Purwanto, P., & Abdul, M. B. S. (2021). Strategi Branding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7(2),869–80.
- Kurniawan, Ervandy, Syafira S., Catur, H. W., & Purnama, R. S. (2023). Analisis Minat Penggunaan Digital Payment Di Kota Medan. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi* 1(1), 234–47.
- Milasari, D. (2021). Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Di Pasar Tradisional Boyolangu Kec. Boyolangu Tulungagung. *Publiciana* 14(1):169–87.
- Natasia, Leni, Anastasia, N., Nur, A. F., & Rurinna, N. A. (2024). Sosioalisasi Dan Pendampingan Penerapan QRIS Sebagai Inovasi Pembayaran Untuk Kemajuan UMKM. *Digulis: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat* 2(1), 19–25.
- Natsir, Khairina, Nurainun, B., Michelle, B. A., & Joceline, S. L. (2023). Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Digital Untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM. *Jurnal Serina Abdimas* 1(3), 1154–63.
- Nur, Balqis, Mutiara, J., Andi, R., & Andi, M. F. (2024). Metode Partisipatif Dalam Pemberdayaan Masyarakat.
- Nurhadi, Zikri, F. (2015). Brand dalam Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian* 1(1):44–61.
-

- 
- Nuryana, Risyha, S., Dyana, C. J., & Farah, P. F. (2025). Efektivitas Sosialisasi Sebagai Pendekatan Partisipatif Dalam Program Sosial: Tinjauan Sistematis Literatur. *Share: Social Work Journal* 15(1), 35–47.
- Oscario, Angela. (2013). Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Brand. *Humaniora* 4(1), 191–202.
- Purnomo, Agustina, M, Tri, D. B., Nurul, A., Francisco, C., Nur, R., Putri, S., Uswatun, K., Muhama,d R., Muhammad, R. F., & Muhammad, R. S. (2024). Penguatan Identitas Produk UMKM Melalui Branding Dan Pembuatan Logo: Studi Kasus Produk Rajutan “Rajut Layang” Di Desa Batulayang, Cisarua Bogor. *Karimah Tauhid* 3(11), 32.
- Satrio, Yugo, D., Tri, I. D., & Atipa, M. (2024). Manfaat Teknologi Digital Payment QRIS Bagi UMKM. *Merdeka Indonesia Jurnal International* 4(1), 32–39.
- Sulistyo, Yuwono, & Ira, W. (2024). Pembuatan Logo Guna Membangun Branding Pada UMKM Sambel Pecel Lima Dua Kelurahan Gunung Anyar. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara* 5(1):48–54.