

PENINGKATAN MOTIVASI BERINOVASI UNTUK KELANGSUNGAN USAHA PEDAGANG DI KELURAHAN SUKAMAJU KECAMATAN CIBEUNYING KIDUL

Indra Taruna Anggapradja¹, Vina Silviani Marinda²
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Widyatama, Bandung

Jl. Cikutra No. 204 A Bandung, 022-7275855
indra.taruna@widyatama.ac.id, vina.silviani@widyatama.ac.id

Abstrak

Sebagai kawasan yang padat penduduk, Kecamatan Cibeunying Kidul tidak memiliki lahan sawah. Dalam data BPS, disebutkan Cibeunying Kidul memiliki lahan bukan sawah seluas 515,34 hektare. Sebagai kawasan pemukiman yang mengandalkan sektor perdagangan, di Cibeunying Kidul terdapat 10 bank yang dikelola pemerintah. Dalam menghadapi perubahan jaman dan teknologi yang pesat maka para pedagang dituntut untuk selalu berinovasi. Selera calon konsumen juga selalu dinamis seiring berjalannya waktu, apalagi sekarang sudah masuk era digital. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membantu, mendampingi dan meningkatkan motivasi para pedagang di Kecamatan Cibeunying Kidul. Kegiatan ini juga bertujuan untuk mengenalkan media promosi serta metode pembayaran yang mudah agar lebih memudahkan dalam bertransaksi dalam berdagang. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini diadakan pada bulan Februari sampai bulan Juni 2023. Metode yang digunakan pada kegiatan ini yakni survey lapangan dan wawancara pada para pedagang di Kelurahan Sukamaju, Kecamatan Cibeunying. Tujuan dari survey lapangan dilakukan adalah metode yang digunakan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang masalah yang dihadapi oleh komunitas yang menjadi sasaran pengabdian masyarakat, serta untuk mengidentifikasi potensi solusi yang dapat diterapkan. Hasilnya adalah peserta disarankan mencoba membuat akun media sosial seperti Instagram dan Tiktok untuk memperkenalkan produk-produk mereka dan untuk inovasi peningkatan teknologi, pembicara dari Universitas Widyatama memaparkan manfaat pembayaran atau transaksi menggunakan QR Code Indonesian Standard (QRIS).

Kata Kunci: *Motivasi, Inovasi*

Abstract

As a densely populated area, Cibeunying Kidul District does not have rice fields. In BPS data, it is stated that Cibeunying Kidul has non-rice fields covering an area of 515.34 hectares. As a residential area that relies on the trade sector, in Cibeunying Kidul there are 10 government-managed banks. In facing rapid changes in times and technology, traders are required to always innovate. The tastes of potential consumers are always dynamic as time goes by, especially now that we have entered the digital era. This community service activity aims to help, accompany and increase the motivation of traders in Cibeunying Kidul District. This activity also aims to introduce promotional media and easy payment methods to make trading transactions easier. This Community Service Activity will be held from February to June 2023. The methods used in this activity are field surveys and interviews with traders in Sukamaju Village, Cibeunying District. The purpose of the field survey carried out is the method used to gain a better understanding of the problems faced by the community that is the target of community service, as well as to identify potential solutions that can be implemented. The result was that participants were advised to try creating social media accounts such as Instagram and Tiktok to introduce their products and for technological improvement innovations, speakers from Widyatama University explained the benefits of payments or transactions using the Indonesian Standard QR Code (QRIS).

Key Words: *Motivation, Innovations*

1. Pendahuluan

Kota Bandung (kotamadya) adalah ibu kota provinsi Jawa Barat. Kota ini pada zaman dahulu dikenal sebagai Parijs van Java (bahasa Belanda) atau “Paris dari Jawa.” Karena terletak di dataran tinggi, Bandung dikenal sebagai tempat yang berhawa sejuk. Hal ini menjadikan Bandung sebagai salah satu kota tujuan wisata. Sedangkan keberadaan perguruan tinggi negeri dan banyak perguruan tinggi swasta di Bandung membuat kota ini dikenal sebagai salah satu kota pelajar di Indonesia. [1].

Sejak didirikan tahun 1801, Bandung yang asalnya hanyalah sebuah Desa, mengalami perkembangan dan perluasan wilayah. Dan pada tahun 1921 Wilayah Cibeunying sudah termasuk ke dalam Kotamadya Bandung. Sejak saat itu berkembanglah wilayah Cibeunying dengan segala potensi unggulannya, terutama kuliner dan kesenian sampai dengan sekarang. Cibeunying berasal dari kata “Ci” dan “Beunying”. Ci berasal dari kata Cai dalam Bahasa sunda, yang berarti Air. Di Kota Bandung banyak daerah yang diawali kata Ci/Cai karena banyak sungai dan anak sungai yang menjadi pusat kehidupan di Kota Bandung pada zaman dahulu. Sedangkan kata Beunying diambil dari nama tanaman local (*Ficus fistulosa* Reinw. ex Blume) merupakan jenis tumbuhan dari family Moraceae atau keluarga beringin. Masih satu kerabat dengan nangka, murbei, pohon bodhi, karet munding, dan ampelas. Beunying adalah pohon dengan tinggi yang dapat mencapai 10 m. Daunnya tebal dan berbentuk bulat telur sampai lonjong hingga lanset. Permukaan bagian atas mengkilat bertangkai panjang. Karangan bunga periuk, tumbuh dari ketiak daun atau bergerombol pada batang. Beunying hidup di tempat sejuk dan dekat sumber air dengan elevasi hingga 2.000 m [2].

Sebagai kawasan yang padat penduduk, Kecamatan Cibeunying Kidul tidak memiliki lahan sawah. Dalam data BPS, disebutkan Cibeunying Kidul memiliki lahan bukan sawah seluas 515,34 hektare. Sebagai kawasan pemukiman yang mengandalkan sektor perdagangan, di Cibeunying Kidul terdapat 10 bank yang dikelola pemerintah, empat bank swasta, dan tiga koperasi Industri Kecil dan Kerajinan Rakyat, serta sembilan Koperasi simpan pinjam [2].

Para masyarakat di Kecamatan Cibeunying kebanyakan berprofesi sebagai pedagang. Peningkatan migrasi desa-kota yang tidak diimbangi dengan perluasan lapangan kerja formal ditambah dengan maraknya praktek korupsi dan birokrasi pemerintah yang berbelit-belit serta perubahan tatanan ekonomi global yang mendorong praktek tenaga kerja fleksibel atau tenaga kerja informal berkontribusi terhadap berkembangnya kegiatan ekonomi informal perkotaan [3].

Dalam menghadapi perubahan jaman dan teknologi yang pesat maka para pedagang dituntut untuk selalu berinovasi. Selera calon konsumen juga selalu dinamis seiring berjalannya waktu, apalagi sekarang sudah masuk era digital. Calon konsumen akan lebih memiliki preferensi dalam membeli produk serta persaingan yang lebih marak lagi.

Inovasi merupakan suatu proses untuk mewujudkan, mengkombinasikan, atau mematangkan suatu pengetahuan/gagasan ide, yang kemudian disesuaikan guna mendapat nilai baru suatu produk, proses, atau jasa [4]. Inovasi adalah alat spesifik bagi perusahaan dimana dengan inovasi dapat mengeksplorasi atau memanfaatkan perubahan yang terjadi sebagai sebuah kesempatan untuk menjalankan suatu bisnis yang berbeda. Hal ini dapat dipresentasikan sebagai sebuah disiplin, pembelajaran, dan dipraktekkan [5].

Ketidakmampuan atau ketidakmotivasi pedagang untuk berinovasi dapat memiliki dampak negatif pada bisnis mereka. Pedagang yang tidak berinovasi cenderung tetap menggunakan model bisnis dan produk yang sama dari waktu ke waktu. Ini dapat menyebabkan mereka kehilangan daya saing di pasar yang terus berubah dan di mana pesaing mungkin lebih berinovasi. Perubahan dalam tren konsumen atau situasi ekonomi dapat memengaruhi bisnis. Tanpa motivasi untuk berinovasi, mereka mungkin kesulitan menyesuaikan diri dengan perubahan tersebut dan bisa berisiko kehilangan pangsa pasar. Ketika pedagang tidak berinovasi, mereka mungkin tidak mampu menarik pelanggan baru atau mempertahankan pelanggan yang ada. Akibatnya, pendapatan mereka dapat mengalami penurunan yang signifikan. Jika pedagang tidak dapat mengatasi tantangan atau perubahan di pasar karena kurangnya motivasi untuk berinovasi, bisnis mereka dapat menghadapi risiko kegagalan. Banyak bisnis pedagang memiliki margin keuntungan yang tipis, sehingga ketidakmampuan untuk berinovasi dapat menjadi masalah serius.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membantu, mendampingi dan meningkatkan motivasi para pedagang di Kecamatan Cibeunying Kidul. Kegiatan ini juga bertujuan

untuk mengenalkan media promosi serta metode pembayaran yang mudah agar lebih memudahkan dalam bertransaksi dalam berdagang.

2. Metode

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini diadakan pada bulan Februari sampai bulan Juni 2023. Metode yang digunakan pada kegiatan ini yakni survey lapangan dan wawancara pada para pedagang di Kelurahan Sukamaju, Kecamatan Cibeunying. Tujuan dari survey lapangan dilakukan adalah metode yang digunakan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang masalah yang dihadapi oleh komunitas yang menjadi sasaran pengabdian masyarakat, serta untuk mengidentifikasi potensi solusi yang dapat diterapkan. Survey lapangan dapat membantu memahami dengan lebih baik masalah-masalah yang dihadapi oleh komunitas lokal. Ini melibatkan identifikasi masalah utama, penyebabnya, dan dampaknya terhadap masyarakat. Melalui survey lapangan, kegiatan dapat berinteraksi langsung dengan anggota komunitas, mendengarkan pandangan mereka, dan membangun hubungan yang kuat. Ini penting untuk memastikan partisipasi dan dukungan komunitas dalam proyek pengabdian masyarakat. Metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya (perlakuan tidak seperti dalam eksperimen) [6]. Sedangkan tujuan dari wawancara adalah untuk mendapatkan data yang lebih mendalam tentang topik penelitian. Ini memungkinkan peneliti untuk memahami pemikiran, pandangan, dan pengalaman responden secara rinci. Wawancara yang dilakukan dengan baik dapat membantu membangun hubungan yang baik antara peneliti dan responden, sehingga memungkinkan para responden untuk lebih terbuka dalam berbagi informasi. Wawancara adalah salah satu kaedah mengumpulkan data yang paling biasa digunakan dalam penelitian sosial. Wawancara digunakan untuk mendapatkan informasi yang berhubungan dengan fakta, kepercayaan, perasaan, keinginan, dan sebagainya yang dipenuhi untuk memenuhi tujuan penelitian. [7].

Berikut uraian kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di Kelurahan Sukamaju Kecamatan Cibeunying.

Dalam rangka mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh para UMKM atau warga Kec.

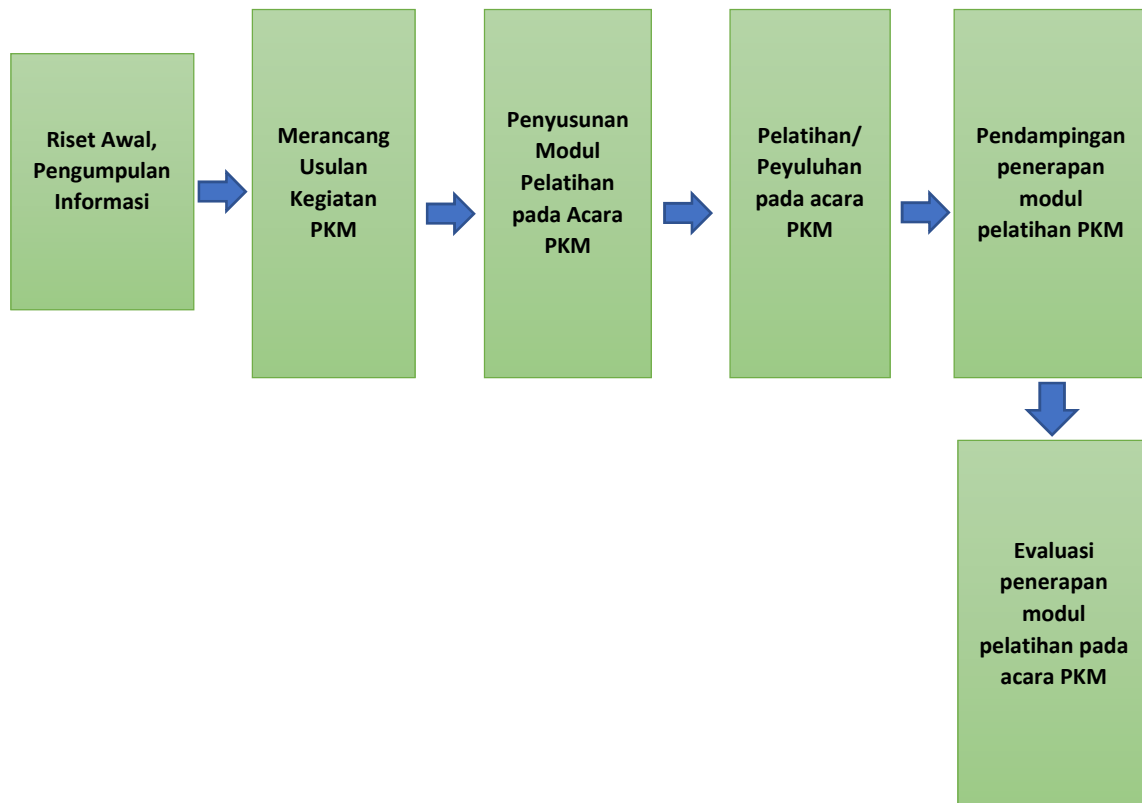
Cibeunying Kidul dalam mencoba untuk merintis atau menjalankan usaha yang kini dijalannya, maka teknis pelaksanaan yang dapat dilakukan, di antaranya:

1. Bersifat proaktif dan intensif, artinya tim pengusul program secara aktif, day to day, terjun ke lapangan membantu mitra. Bersama-sama mencari dan menemukan solusi dari setiap permasalahan mitra di lapangan.
2. Pendekatan praktis dan aplikatif, artinya berbagai teori-teori mengenai cara memasarkan produk secara digital dan lainnya secara langsung dipraktikkan, serta memberikan motivasi bagi para mitra bahwa dibalik segala kesulitan terdapat peluang-peluang yang dapat dimanfaatkan, sehingga melalui itu dapat diukur seberapa efektif ide atau solusi permasalahan tim pengusul bagi kemajuan mitra.
3. Menekankan pada keberhasilan pendekatan personil, artinya program ini sangat membutuhkan kemampuan tim pengusul dalam melakukan pendampingan pada mitra. Bagaimana mitra bisa percaya dan mau mengikuti berbagai saran dan masukan tim pengusul tanpa terkesan menggurui.
4. Pelatihan dan pendampingan direncanakan akan dilakukan terhadap para mitra secara berkelanjutan.

Adapun untuk penilaian keberhasilan dari pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang diadakan melalui kegiatan pelatihan/penyuluhan dan pendampingan ini adalah sebagai berikut:

1. Para mitra yang diundang pada acara PkM ini diharapkan semuanya dapat menghadiri acara pelatihan/penyuluhan tersebut.
2. Dapat dilaksanakannya seluruh kegiatan pendampingan dan pemantauan terhadap para mitra PkM, dengan metode yang telah ditentukan yang diadakan setelah dilakukannya acara pelatihan/penyuluhan tersebut. Dilakukannya penyebaran kuesioner yang dibagikan kepada para mitra PkM setelah mengikuti acara pelatihan/penyuluhan.

Berikut ini merupakan gambar yang menjelaskan langkah-langkah dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini:



Gambar 1. Kerangka Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM)

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Hasil Survey Lapangan

Berdasarkan hasil survey lapangan yang dilakukan, terdapat berbagai permasalahan yang terjadi pada para pedagang di Kelurahan Sukamaju, Kecamatan Cibeunying. Permasalahan-permasalahan tersebut yaitu, usaha kecil sering kali memiliki akses terbatas terhadap modal, sehingga menyulitkan mereka untuk berinvestasi dalam pertumbuhan, mempekerjakan karyawan yang terampil, atau menghadapi kemerosotan keuangan. Usaha kecil sering kali memerlukan modal untuk memperluas operasinya, berinvestasi pada peralatan atau teknologi baru, mempekerjakan lebih banyak karyawan, atau membuka lokasi tambahan. Tanpa sumber daya keuangan yang memadai, mereka mungkin kehilangan peluang pertumbuhan dan kehilangan pangsa pasar dibandingkan pesaing. Mempertahankan arus kas yang sehat sangat penting untuk operasional bisnis sehari-hari. Usaha kecil mungkin kesulitan untuk menutupi pengeluaran mereka atau membayar tagihan tepat waktu jika mereka tidak memiliki sumber keuangan yang memadai. Hal ini dapat menyebabkan denda keterlambatan, rusaknya hubungan pemasok, dan bahkan kebangkrutan dalam kasus yang parah.

Mengikuti kemajuan teknologi dapat menjadi tantangan bagi usaha kecil karena keterbatasan anggaran dan kurangnya keahlian TI. Ketertinggalan dalam teknologi dapat membuat usaha kecil menjadi kurang kompetitif di pasar. Pelanggan sering kali mengharapkan bisnis menawarkan pengalaman online yang nyaman, saluran komunikasi yang efisien, serta produk dan layanan terkini. Jika suatu bisnis tidak dapat memenuhi ekspektasi ini, maka bisnis tersebut mungkin akan kehilangan pelanggannya karena pesaing yang dapat memenuhinya. Teknologi yang ketinggalan jaman dapat menyebabkan inefisiensi dalam operasional bisnis. Hal ini dapat mengakibatkan biaya lebih tinggi, waktu produksi lebih lama, dan penurunan produktivitas. Proses yang tidak efisien juga dapat membuat frustrasi karyawan dan pelanggan. Kemajuan teknologi sering kali membuka pasar dan sumber pendapatan baru. Bisnis yang tidak dapat mengikuti perkembangan mungkin kehilangan peluang untuk memperluas basis pelanggan atau mendiversifikasi penawaran mereka. Dalam krisis

ekonomi yang parah, beberapa usaha kecil mungkin tidak dapat bertahan dan terpaksa menutup usahanya. Hal ini dapat menyebabkan hilangnya pekerjaan dan tekanan ekonomi pada masyarakat setempat.

Perlambatan ekonomi atau kejadian tak terduga, seperti pandemi COVID-19, dapat berdampak besar terhadap usaha kecil yang mungkin tidak memiliki sumber daya untuk menghadapi penurunan pendapatan dalam jangka waktu lama. Ketidakpastian ekonomi dapat menyebabkan fluktuasi arus kas karena pelanggan menunda pembayaran atau mengurangi pesanan mereka. Hal ini dapat menimbulkan tantangan dalam memenuhi kewajiban keuangan seperti membayar pemasok, sewa, dan gaji karyawan.

3.2. Hasil Wawancara

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap para pedagang di Kelurahan Sukamaju, kecamatan Cibeunying, ditemukan bahwa pedagang kesulitan mengembangkan pasarnya. Hal tersebut bisa disebabkan oleh usaha kecil seringkali memiliki sumber daya keuangan yang terbatas, yang dapat membatasi kemampuan mereka untuk berinvestasi dalam pemasaran, periklanan, dan upaya ekspansi lainnya. Hal ini dapat mempersulit menjangkau pelanggan baru atau memasuki pasar baru. Usaha kecil mungkin kurang dikenal dan terlihat mereka dibandingkan dengan pesaing yang lebih besar dan lebih mapan. Membangun kesadaran merek di pasar baru dapat memakan waktu dan biaya. Pemasaran dan promosi yang efektif sangat penting untuk perluasan pasar. Usaha kecil mungkin tidak memiliki keahlian pemasaran atau anggaran untuk membuat dan melaksanakan kampanye pemasaran yang sukses di area baru.

Para pedagang di Kelurahan Sukamaju perlu ditingkatkan motivasi untuk berinovasi, untuk mendorong inovasi, usaha kecil harus menciptakan budaya yang mendorong kreativitas, eksperimen, dan perbaikan berkelanjutan. Mereka juga dapat mencari masukan dari karyawan, pelanggan, dan pakar industri untuk menghasilkan ide-ide inovatif. Inovasi memungkinkan usaha kecil membedakan dirinya dari pesaing. Dengan menawarkan produk, layanan, atau solusi unik, mereka dapat menonjol di pasar dan menarik pelanggan yang mencari sesuatu yang baru dan berharga. Produk atau layanan yang inovatif dapat membuka pasar dan segmen pelanggan baru. Diversifikasi ini dapat mengurangi ketergantungan bisnis pada satu pasar atau basis pelanggan, sehingga meningkatkan ketahanannya.

3.3. Pencapaian Target Jumlah Peserta

Berdasarkan data yang didapat dari daftar hadir, jumlah peserta acara Pengabdian Kepada Masyarakat mengenai Peningkatan Motivasi Berinovasi untuk Kelangsungan Usaha Pedagang di Kelurahan Sumakaju, Kecamatan Cibeunying yaitu 22 orang.

Sedangkan untuk profil peserta, kebanyakan peserta yang mengikuti acara adalah dari kalangan pedagang di sekitaran pasar terdekat. Pedagang-pedagang tersebut kebanyakan menjual produk-produk kuliner tradisional Kota Bandung.

3.4. Pencapaian Target Kegiatan

Pembicara dari Universitas Widyatama memperkenalkan penggunaan media sosial sederhana bagi para peserta. Peserta disarankan mencoba membuat akun media sosial seperti Instagram dan Tiktok untuk memperkenalkan produk-produk mereka. Instagram dianggap Ideal untuk bisnis dengan produk atau layanan yang menarik secara visual, Instagram berfokus pada konten foto dan video. Ini sangat bagus untuk menampilkan produk, sekilas di balik layar, dan kolaborasi influencer. Instagram juga memiliki fitur belanja bawaan untuk bisnis e-commerce. Meskipun TikTok mendapatkan popularitas di kalangan pengguna muda, TikTok juga meluas ke khalayak yang lebih luas. Ini sangat bagus untuk bisnis yang ingin membuat konten video pendek dan menarik untuk menjangkau demografi yang lebih muda. Platform media sosial memberi usaha kecil cara yang hemat biaya untuk meningkatkan visibilitas mereka dan membangun kesadaran merek. Dengan mempertahankan kehadiran yang konsisten di platform ini, Anda dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan memperkenalkan merek Anda kepada calon pelanggan. Media sosial memungkinkan terjadinya interaksi langsung dengan pelanggan. Anda dapat menanggapi komentar, pesan, dan ulasan, menumbuhkan rasa kebersamaan dan kepercayaan. Terlibat dengan audiens Anda juga memberikan umpan balik dan wawasan berharga mengenai preferensi dan kebutuhan mereka. Media sosial adalah layanan informasi berbasis online untuk membentuk suatu hubungan dan interaksi serta komunikasi sesama pengguna yang memungkinkan untuk memposting dari aktifitas dan segala jenis bentuk kegiatan yang dilakukan [8].

Untuk inovasi peningkatan teknologi, pembicara dari Universitas Widyatama memaparkan manfaat pembayaran atau transaksi menggunakan QR Code Indonesian Standard (QRIS). QR Code Merupakan jenis barcode dua dimensi yg berisi informasi lebih banyak dari barcode dan dapat dibaca dari berbagai arah secara horizontal dan vertical. Hal ini sangat penting karena trend demografi yang bergeser. Karakteristik calon konsumen milenial sudah tidak lagi *cash-based behavior*. QRIS menjadi inovasi terbaru dalam digital payment, yakni Quick Response Code Indonesian Standard. QRIS yang telah diinisiasikan oleh Bank Indonesia memberikan kemudahan dalam bertransaksi dimana pun dan kapanpun [9].



Gambar 2. Foto Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM)

Para pedagang di Kelurahan Sukamaju, Kecamatan Cibeunying harus lebih termotivasi dalam melakukan inovasi. Usaha kecil sering kali beroperasi di pasar yang sangat kompetitif. Inovasi dapat membantu mereka menonjol dengan menawarkan produk, layanan, atau pendekatan unik yang tidak dimiliki pesaing. Diferensiasi ini dapat menarik pelanggan dan memberikan keunggulan kompetitif pada bisnis. Pasar terus berkembang, dan preferensi pelanggan berubah. Usaha kecil yang berinovasi dapat beradaptasi dengan perubahan ini dengan lebih efektif. Baik itu adaptasi terhadap tren teknologi baru atau perubahan perilaku konsumen, inovasi memungkinkan usaha kecil untuk tetap relevan. Pedagang Kaki Lima (PKL) sebagai salah satu komponen sektor informal berperan dalam mengembangkan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat sehingga mampu memperluas lapangan pekerjaan. Melalui Usaha Mikro dan Kecil, PKL terbukti menyerap tenaga kerja yang tidak dapat dipekerjakan pada sektor formal seperti di industri [10].

Para pedagang tersebut dianjurkan untuk menggunakan platform media sosial seperti Tik-tok dan Instagram. Tik-tok bisa jadi sangat penting karena Algoritme TikTok dirancang untuk mempromosikan konten yang menarik dan kreatif, yang berarti bahwa bisnis kecil pun berpotensi menjadi viral dan mendapatkan eksposur besar-besaran dengan cepat. Format TikTok mendorong konten autentik dan mentah, yang dapat membantu usaha kecil terhubung dengan audiens mereka secara pribadi dan memanusiakan merek mereka. Sedangkan Instagram adalah platform yang sangat visual, menjadikannya ideal untuk menampilkan produk atau layanan melalui gambar dan video. Konten visual dapat melibatkan dan memikat audiens, sehingga secara efektif menceritakan kisah merek Anda. Basis pengguna Instagram yang luas dan fitur-fitur yang mudah ditemukan seperti hashtag dan geotag dapat membantu usaha kecil meningkatkan visibilitas merek dan menjangkau audiens yang lebih luas. Pada para pedagang terutama yang tergolong usaha mikro, media sosial dapat membantu perkembangan usaha mikro [11].

Pedagang juga disarankan untuk menggunakan transaksi dengan menggunakan QRIS atau Quick Response Code Indonesian Standard guna mengikuti tren millennial yang tidak pernah

membawa uang cash. Karena QRIS menawarkan manfaat untuk pedagang, Bisnis dapat mengurangi risiko dan biaya yang terkait dengan penanganan uang tunai, seperti pencurian, kesalahan penghitungan, dan kebutuhan akan penyimpanan yang aman. Pembayaran QRIS cepat dan mudah. Mereka mengurangi waktu transaksi di tempat penjualan, yang dapat memperpendek antrian dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Sedangkan untuk konsumen Pembayaran QRIS mudah digunakan dan nyaman bagi konsumen. Mereka dapat melakukan pembayaran menggunakan ponsel cerdasnya tanpa memerlukan uang tunai atau kartu fisik. Beberapa penyedia pembayaran QRIS menawarkan reward, cashback, atau diskon untuk mendorong transaksi digital sehingga memberikan nilai tambah bagi konsumen.

4. Kesimpulan

Dapat disimpulkan bahwa kegiatan PKM yang diselenggarakan telah mencapai tujuan yang telah ditetapkan, terutama jika diukur dari jumlah peserta, materi yang disampaikan, dan tujuan kegiatan. Dengan mengikuti acara ini, peserta dapat memahami pentingnya motivasi dalam berinovasi yang harus selalu dikembangkan baik secara ilmu maupun pengalaman agar produk yang dihasilkan dapat menghasilkan penjualan yang baik bahkan dapat memenangkan persaingan. Dalam seminar yang diselenggarakan oleh Universitas Widyatama, pembicara memperkenalkan penggunaan media sosial sederhana kepada para peserta, memberikan saran agar mereka mencoba membuat akun Instagram dan TikTok untuk mempromosikan produk-produk mereka. Instagram dianggap ideal untuk bisnis dengan konten visual yang menarik, sementara TikTok cocok untuk menciptakan konten video pendek dan menjangkau demografi yang lebih muda. Pembicara juga menggarisbawahi manfaat media sosial dalam meningkatkan visibilitas dan kesadaran merek bagi usaha kecil, memberikan mereka cara yang hemat biaya untuk terlibat langsung dengan pelanggan dan mendapatkan umpan balik berharga. Selain itu, pembicara membahas inovasi teknologi dengan memaparkan manfaat QR Code Indonesian Standard (QRIS) dalam pembayaran atau transaksi, mengingat pergeseran perilaku konsumen yang cenderung non-tunai. Dalam konteks ini, pedagang di Kelurahan Sukamaju didorong untuk melakukan inovasi agar dapat bersaing dalam pasar yang kompetitif, dengan pembicara menekankan bahwa inovasi dapat membantu mereka menonjol dan beradaptasi dengan perubahan tren dan preferensi pelanggan. Oleh karena itu, penggunaan platform media sosial seperti TikTok dan Instagram juga direkomendasikan untuk pedagang tersebut, dengan penekanan khusus pada keunggulan masing-masing platform dalam mencapai eksposur besar-besaran dan meningkatkan visibilitas merek, serta memotivasi inovasi yang diperlukan bagi pertumbuhan usaha mikro.

Daftar Pustaka

- [1] A. Fatubun, "Kecamatan Cibeunying Kidul, Wilayah dan Penduduknya Terkin," AyoBandung.com, Bandung, 2023.
- [2] I. Arum, "Sejarah Kecamatan Cibeunying Kidul Kota Bandung Jawa Barat," SeputarNews.Com, Bandung, 2022.
- [3] R. Setia, D. Mukbar, G. Surawijaya and V. Firmansyah, "Ekonomi Informal Perkotaan: sebuah Kasus Tentang Pedagang Kaki Lima di Kota Bandung," *AKATIGA*, 2009.
- [4] R. Luecke, *Managing change and transition*, Harvard Business Press, 2003.
- [5] P. Drucker, *Innovation and Entrepreneurship*, HarperCollins e-books, 2009.
- [6] Sugiyono, *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D* / Sugiyono, Bandung: Alfabeta, 2014.
- [7] M. Rosaliza, "Wawancara, Sebuah Interaksi Komunikasi Dalam Penelitian Kualitatif," *Jurnal Ilmu Budaya Volume 11 No. 2*, 2015.
- [8] A. Barsah, A. Syah and A. Pratama, "Peran Media Sosial (Medsos) Dalam Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) Desa Antajaya Bogor," *Jurnal PADMA: Pengabdian Dharma Masyarakat*, vol. 2, no. 4, 2022.

- [9] S. Aisyah, N. Rahmadyah, N. Andriani, D. Novriansyah, A. Putri and E. Mayori, "Implementasi Teknologi Finansial Dalam QRIS Sebagai Sistem Pembayaran Digital Pada Sektor UMKM di Kota Binjai," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat KARYA*, vol. 3, no. 1, pp. 102-106, 2023.
- [10] Jumhur, "Pedagang Kaki Lima (PKL) sebagai salah satu komponen sektor informal," *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, vol. 4, no. 1, pp. 125-139, 2015.
- [11] G. C. Dewi, "Dampak pemakaian media sosial terhadap perkembangan usaha mikro (Studi pada usaha makanan kaki lima). Jurnal Manajemen dan Kearifan Lokal Indonesia," *Jurnal Manajemen dan Kearifan Lokal Indonesia*, vol. 3, no. 1, pp. 1-11, 2019.