



PENGUATAN KAPASITAS ADAPTIF DAN DAYA SAING UMKM MELALUI PENDAMPINGAN TRANSFORMASI DIGITAL BERKELANJUTAN

Ovina Salsabila¹, Putri Jamilah², Novie Kurniasih³, Hanina Maulida⁴, Fera Putri Dea⁵

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas
Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, Indonesia^{1, 2, 3, 4, 5}

*Email: ovina.salsabila@uhamka.ac.id

Corresponding author:

Ovina Salsabila
Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka
ovina.salsabila@uhamka.ac.id

ABSTRAK

Transformasi digital menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan kapasitas adaptif dan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di tengah perkembangan ekonomi digital. Namun, masih banyak pelaku UMKM yang menghadapi keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital, khususnya pada sistem pembayaran non-tunai, pemasaran digital, dan akses terhadap platform pemasaran daring. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat kapasitas adaptif dan daya saing UMKM melalui pendampingan transformasi digital berkelanjutan. Metode yang digunakan meliputi observasi, wawancara, sosialisasi, pelatihan, pendampingan, serta monitoring dan evaluasi terhadap 12 UMKM di Kampung Tengah dan Pisangan, Jakarta Timur. Program pendampingan difokuskan pada implementasi QRIS sebagai sistem pembayaran digital, optimalisasi pemasaran melalui media sosial, serta integrasi dengan platform ShopeeFood bagi UMKM yang memenuhi kriteria. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa seluruh UMKM mitra berhasil mengadopsi sistem pembayaran digital melalui QRIS, sementara sebagian UMKM mengalami peningkatan kapasitas dalam pengelolaan media promosi digital dan perluasan akses pasar melalui platform digital. Pendampingan secara berkelanjutan terbukti mampu meningkatkan literasi digital, efisiensi transaksi, serta kesiapan UMKM dalam beradaptasi dengan perkembangan ekosistem ekonomi digital.

Kata Kunci: UMKM; transformasi digital; QRIS; pemasaran digital; pendampingan berkelanjutan.

ABSTRACT

Digital transformation has become a key strategy for enhancing the adaptive capacity and competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) amid the rapid development of the digital economy. However, many MSMEs still face challenges in utilizing digital technologies, particularly in adopting cashless payment systems, digital marketing, and online marketplace platforms. This community service program aimed to strengthen the adaptive capacity and competitiveness of MSMEs through sustainable digital transformation assistance. The program employed observation, interviews, socialization, training, mentoring, as well as monitoring and evaluation involving 12 MSMEs located in Kampung Tengah and Pisangan, East Jakarta. The assistance focused on implementing the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) as a digital payment system, optimizing digital marketing through social media, and integrating eligible MSMEs with the ShopeeFood platform. The results indicated that all participating MSMEs successfully adopted QRIS as a digital payment method, while several MSMEs improved their capacity to manage digital promotional content and expanded their market reach through digital platforms. Sustainable assistance proved effective in enhancing digital literacy, improving transaction efficiency, and strengthening MSMEs' readiness to adapt to the evolving digital economy.

Keywords: MSMEs; digital transformation; QRIS; digital marketing; sustainable assistance.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam menopang perekonomian masyarakat. UMKM tidak hanya menjadi sumber pendapatan bagi pelaku usaha, tetapi juga membuka lapangan kerja, memperkuat aktivitas ekonomi lokal, dan mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Peran tersebut membuat UMKM perlu terus menyesuaikan

diri dengan perubahan lingkungan usaha, terutama setelah teknologi digital semakin banyak digunakan dalam transaksi, promosi, dan pelayanan konsumen (Jasri dkk., 2022).

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara pelaku usaha menjalankan kegiatan bisnis. Perubahan ini terlihat dari meningkatnya penggunaan pembayaran digital, media sosial, dan layanan pesan-antar berbasis aplikasi. Utami dan Sitorus (2024) menjelaskan bahwa teknologi digital dalam sektor perekonomian mendorong pelaku usaha kecil untuk melakukan transformasi digital agar mampu mengikuti persaingan dan perubahan pasar. Penelitian tersebut juga menyatakan bahwa transformasi digital perlu didukung oleh kesiapan sumber daya manusia, infrastruktur, serta kemampuan pelaku usaha dalam memahami dan menggunakan teknologi digital secara tepat.

Transformasi digital pada UMKM tidak cukup hanya dilakukan dengan mengenalkan teknologi kepada pelaku usaha. Proses tersebut perlu dilakukan secara bertahap agar pelaku usaha mampu memahami, menggunakan, dan mengembangkan teknologi dalam aktivitas usaha. Utami & Sitorus (2024) menjelaskan bahwa transformasi digital UMKM mencakup tiga tahapan, yaitu kompetensi digital, digitalisasi usaha, dan transformasi digital. Kompetensi digital berkaitan dengan pemahaman pelaku usaha mengenai pentingnya digitalisasi dan media digital. Digitalisasi usaha berkaitan dengan pemilihan serta penggunaan media digital yang sesuai dengan kebutuhan usaha. Transformasi digital berkaitan dengan upaya pelaku usaha melakukan inovasi agar usaha mampu bertahan dan berkembang melalui perluasan jaringan.

Meski teknologi digital terus berkembang, tidak semua UMKM mampu mengadopsinya secara mandiri. Sebagian pelaku usaha masih menghadapi keterbatasan pengetahuan, keterampilan, sarana, dan prasarana. Kondisi tersebut membuat proses digitalisasi belum berjalan optimal, terutama pada usaha mikro yang masih mengandalkan transaksi tunai dan promosi konvensional. Utami & Sitorus (2024) menegaskan bahwa keterbatasan kompetensi, sarana, dan prasarana menjadi hambatan dalam digitalisasi sehingga pelaku usaha mikro membutuhkan pendampingan transformasi digital. Hasil penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa pelaku usaha yang telah didampingi mulai merasakan manfaat melalui adanya pelanggan *online*, bertambahnya pelanggan, dan kemudahan transaksi.

Salah satu bentuk transformasi digital yang relevan bagi UMKM adalah penerapan pembayaran digital melalui Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). Penggunaan QRIS memberi alternatif pembayaran yang lebih praktis bagi konsumen dan pelaku usaha. Pembayaran digital membantu mempercepat transaksi, mengurangi kendala uang kembalian, serta memudahkan pelaku usaha dalam memantau riwayat transaksi. Utami dan Sitorus (2024) menunjukkan bahwa setelah pelaku usaha melakukan digitalisasi, proses pembayaran menjadi lebih mudah karena banyak pembeli menggunakan pembayaran digital dalam transaksi. Kemudahan pembayaran tersebut juga menjadi daya tarik bagi calon pembeli (Purwana & Aditya, 2021).

Selain pembayaran digital, pemasaran digital juga menjadi bagian penting dalam peningkatan daya saing UMKM. Fazra El Ghifari dkk. (2024) menjelaskan bahwa *digital marketing* dapat membantu kegiatan promosi, pemasaran, dan penjualan. *Digital marketing* juga memungkinkan produsen dan konsumen berinteraksi secara lebih mudah. Melalui media sosial, pelaku UMKM dapat menyampaikan informasi produk, membangun komunikasi dengan konsumen, memperluas jangkauan pasar, serta menghemat biaya promosi.

Media sosial menjadi salah satu sarana yang banyak digunakan dalam kegiatan pemasaran digital. Nuraini dkk. (2025) menyebutkan bahwa Instagram, TikTok, Facebook, dan *website* termasuk media yang populer digunakan untuk pemasaran. Media sosial membantu percepatan informasi, pemasaran, ulasan konsumen, hubungan dengan konsumen, serta jangkauan kepada konsumen dari berbagai kalangan. Hasil penelitian pada UMKM Waken Café juga menunjukkan bahwa penerapan *digital marketing* dengan bantuan teknologi digital mampu meningkatkan jumlah konsumen, penjualan, dan perluasan target pasar.

Perluasan akses pasar juga dapat dilakukan melalui layanan pesan-antar daring. Platform tersebut memberi peluang bagi UMKM kuliner untuk menjangkau konsumen yang tidak datang langsung ke lokasi usaha. Rifianing Prasetya dkk. (2023) menjelaskan bahwa kerja sama dengan layanan pesan-antar dapat menjadi solusi bagi konsumen yang ingin membeli makanan tanpa harus datang langsung ke tempat usaha. Temuan tersebut relevan dengan kebutuhan UMKM kuliner yang ingin memperluas jangkauan penjualan melalui platform digital.

Berdasarkan hasil observasi awal terhadap 12 UMKM di wilayah Kampung Tengah dan Pisangan, Jakarta Timur, sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan transaksi tunai. Beberapa UMKM belum memiliki QRIS secara mandiri, belum memanfaatkan media sosial secara optimal, dan belum terintegrasi dengan platform layanan pesan-antar. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa permasalahan utama UMKM mitra tidak hanya berkaitan dengan keterbatasan fasilitas digital, tetapi juga berkaitan dengan rendahnya literasi dan keterampilan dalam menggunakan teknologi untuk mendukung usaha.

Kegiatan pendampingan transformasi digital ini dilakukan untuk membantu UMKM menerapkan teknologi digital secara bertahap dan sesuai kebutuhan usaha. Bentuk pendampingan meliputi pembuatan QRIS, pelatihan penggunaan aplikasi merchant, pengecekan mutasi saldo, transfer dana ke rekening pribadi, pembuatan dan pengelolaan media sosial, pembuatan konten promosi, serta pendampingan pendaftaran merchant ShopeeFood bagi UMKM yang memenuhi kriteria (Setiawan dkk., 2021). Pendampingan ini diharapkan mampu memperkuat kapasitas adaptif UMKM, meningkatkan efisiensi transaksi, memperluas jangkauan promosi, dan mendorong daya saing usaha secara berkelanjutan.

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mendeskripsikan pelaksanaan pendampingan transformasi digital pada 12 UMKM melalui implementasi QRIS, optimalisasi media sosial, pembuatan konten promosi, serta integrasi platform digital. Kegiatan ini juga bertujuan untuk melihat perubahan yang dirasakan pelaku UMKM setelah memperoleh pendampingan, terutama pada aspek kemudahan transaksi, peningkatan literasi digital, perluasan akses pasar, dan kesiapan usaha dalam menghadapi perkembangan ekonomi digital (Purnomo dkk., 2024).

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode pendampingan partisipatif (*participatory mentoring*) dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode pendampingan partisipatif dipilih karena menempatkan mitra sebagai subjek yang terlibat secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi permasalahan, penyusunan solusi, pelaksanaan program, hingga evaluasi hasil. Menurut Siswadi dan Syaifuddin (2024), pendekatan pendampingan partisipatif mampu meningkatkan efektivitas program

pemberdayaan karena proses pembelajaran dilakukan secara kolaboratif sesuai dengan kebutuhan nyata masyarakat. Melalui pendekatan tersebut, pelaku UMKM diharapkan mampu mengimplementasikan transformasi digital secara bertahap dan berkelanjutan melalui pemanfaatan sistem pembayaran digital, platform pemasaran digital, serta media promosi berbasis konten.

Pelaksanaan kegiatan mengacu pada model pendampingan UMKM yang diawali dengan observasi, identifikasi kebutuhan mitra, pelaksanaan edukasi dan pelatihan, implementasi program, serta evaluasi hasil. Tahapan tersebut disusun berdasarkan model pendampingan digital marketing yang dikembangkan oleh Murdianingsih et al. (2024), yang menekankan pentingnya penyesuaian materi pendampingan dengan karakteristik dan kebutuhan masing-masing pelaku usaha sehingga proses transfer pengetahuan dapat berlangsung secara lebih efektif.

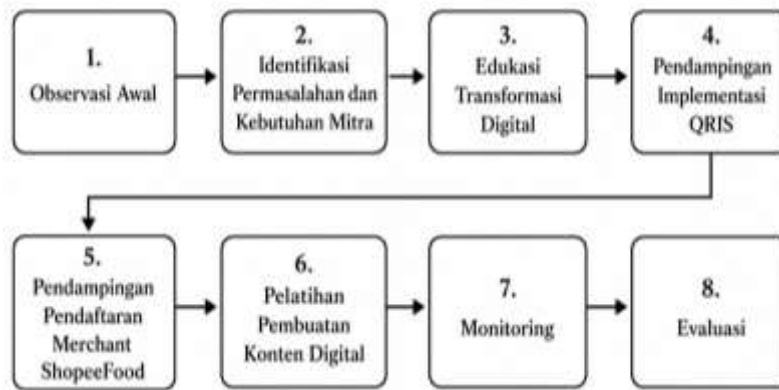
Kegiatan pengabdian dilaksanakan di wilayah Kampung Tengah dan Pisangan, Jakarta Timur pada awal April sampai dengan pertengahan Juni 2026. Sasaran kegiatan adalah 12 pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak pada berbagai bidang usaha. Fokus pendampingan meliputi implementasi sistem pembayaran digital menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS), pendampingan pendaftaran merchant ShopeeFood bagi UMKM yang memenuhi persyaratan, serta pelatihan pembuatan foto produk, desain promosi, dan konten media sosial sebagai bagian dari strategi digital marketing.

Tahap pelaksanaan diawali dengan observasi lapangan, wawancara, dan identifikasi kebutuhan untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi usaha, tingkat pemanfaatan teknologi digital, serta berbagai kendala yang dihadapi oleh masing-masing mitra. Informasi yang diperoleh pada tahap awal digunakan sebagai dasar dalam menyusun materi pendampingan sehingga program yang dilaksanakan sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan setiap UMKM (Purwanto dkk., 2025).

Selanjutnya dilaksanakan program pendampingan yang meliputi edukasi mengenai pentingnya transformasi digital, pendampingan pembuatan dan implementasi QRIS, pendampingan pendaftaran merchant ShopeeFood, serta pelatihan pembuatan foto produk dan konten promosi digital. Tahapan tersebut mengacu pada model pendampingan implementasi QRIS yang dikemukakan oleh Martiyanti et al. (2023), yang terdiri atas observasi, sosialisasi, pendampingan implementasi, monitoring, dan evaluasi sebagai upaya meningkatkan pemanfaatan sistem pembayaran digital pada pelaku UMKM. Selama proses pendampingan, setiap mitra memperoleh bimbingan secara langsung sehingga mampu memahami serta mengimplementasikan teknologi digital sesuai dengan kebutuhan usahanya.

Tahap akhir kegiatan adalah monitoring dan evaluasi. Monitoring dilakukan untuk mengetahui perkembangan implementasi QRIS dalam transaksi, proses pendaftaran dan pemanfaatan merchant ShopeeFood, serta penggunaan konten digital sebagai media promosi. Selanjutnya, evaluasi dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi guna menilai efektivitas program pendampingan terhadap peningkatan literasi digital, efisiensi transaksi, perluasan akses pasar, serta peningkatan kapasitas pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya secara berkelanjutan.

Alur pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Transformasi digital menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan kapasitas adaptif UMKM di tengah perkembangan ekonomi berbasis teknologi. Perubahan perilaku konsumen yang semakin mengutamakan layanan digital menuntut pelaku usaha untuk mampu menyesuaikan proses bisnis dengan perkembangan tersebut. Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian, sebagian besar UMKM mitra masih menghadapi keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital, terutama pada sistem pembayaran non-tunai, pemasaran digital, dan pengelolaan usaha. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas adaptif perlu dilakukan melalui pendampingan yang berkelanjutan agar pelaku UMKM mampu mengikuti perubahan lingkungan bisnis (Tabel 1).

Tabel 1. Rekapitulasi Hasil Pendampingan Transformasi Digital pada UMKM Mitra

Aspek	Kondisi Sebelum Pendampingan	Hasil Setelah Pendampingan
Jumlah UMKM Mitra	12 UMKM menjadi sasaran program	12 UMKM memperoleh pendampingan transformasi digital
Implementasi QRIS	Sebagian besar UMKM masih menggunakan transaksi tunai dan belum memiliki QRIS	UMKM sasaran telah difasilitasi dan didampingi dalam implementasi QRIS sesuai kebutuhan masing-masing
Pembayaran Digital	Belum tersedia alternatif pembayaran non-tunai	Tersedia pembayaran digital melalui QRIS sehingga transaksi lebih cepat dan praktis
Pencatatan Transaksi	Pencatatan pendapatan masih manual	Riwayat transaksi dapat dipantau melalui aplikasi merchant QRIS
Digital Marketing	Media sosial belum dimanfaatkan secara optimal	UMKM memperoleh pelatihan pembuatan foto produk, video promosi, dan konten media sosial
Platform Digital	Sebagian besar belum memanfaatkan platform digital	UMKM yang memenuhi persyaratan didampingi dalam integrasi platform ShopeeFood
Literasi Digital	Pengetahuan pelaku usaha mengenai digitalisasi masih terbatas	Literasi digital meningkat melalui edukasi, pelatihan, dan pendampingan langsung
Monitoring	Belum ada evaluasi penggunaan teknologi digital	Dilakukan monitoring dan evaluasi penggunaan QRIS serta implementasi digital marketing

Menurut Verhoef et al. (2021), transformasi digital merupakan proses perubahan organisasi melalui pemanfaatan teknologi digital yang mampu menciptakan nilai baru sekaligus meningkatkan kemampuan organisasi dalam menghadapi perubahan. Sejalan dengan itu, Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia (2024)

menegaskan bahwa penguatan literasi digital merupakan salah satu strategi utama dalam meningkatkan daya tahan dan keberlanjutan UMKM di Indonesia.

Rajanya Pisang Goreng merupakan usaha makanan ringan yang menjual pisang nangka dan pisang tanduk goreng dengan berbagai pilihan topping. Harga produk dimulai dari Rp15.000 per porsi. Berdasarkan hasil observasi awal, usaha ini masih memiliki kendala pada sistem pembayaran dan promosi digital. Transaksi masih dilakukan secara tunai. Pemilik usaha juga belum memiliki QRIS mandiri karena sebelumnya masih menggunakan QRIS bersama dengan pedagang lain. Selain itu, usaha ini belum memiliki media sosial yang dapat digunakan untuk branding dan promosi produk.

Pendampingan yang diberikan kepada Rajanya Pisang Goreng meliputi pembuatan QRIS mandiri dan pembuatan akun media sosial usaha (Gambar 2). Tim pendamping membantu pelaku usaha menyiapkan data dan dokumen yang diperlukan untuk pendaftaran QRIS. Setelah QRIS aktif, pelaku usaha diberikan pelatihan teknis mengenai cara menerima pembayaran digital, mengecek mutasi saldo masuk, dan melakukan transfer dana ke rekening pribadi. Selain itu, tim juga membantu pembuatan akun media sosial agar produk dapat dipromosikan secara lebih luas.



Gambar 2. Pendampingan Pada Usaha Rajanya Pisang Goreng.

Setelah pendampingan, Rajanya Pisang Goreng telah memiliki QRIS mandiri sebagai alternatif pembayaran non-tunai. Pelaku usaha juga mulai memiliki media promosi digital yang dapat digunakan untuk memperkenalkan produk, membangun identitas usaha, dan menjangkau konsumen baru. Tindak lanjut yang perlu dilakukan adalah memantau penggunaan QRIS dalam transaksi harian dan mendorong pemilik usaha untuk mengunggah konten promosi secara konsisten.

Gorengan Dading Jawa merupakan usaha milik Pak Nasirin yang telah berjualan sejak tahun 2002. Produk yang dijual meliputi bakwan, tempe goreng, tahu goreng, odading, pisang goreng, dan molen. Pada awal usaha, harga gorengan sebesar Rp500 per buah. Setelah harga bahan baku meningkat, harga jual berubah menjadi Rp5.000 untuk empat gorengan.

Keadaan awal usaha menunjukkan bahwa seluruh transaksi masih dilakukan secara tunai. Pemilik usaha belum memiliki QRIS sehingga pelanggan yang ingin membayar secara digital belum dapat dilayani. Selain itu, usaha ini belum memiliki media sosial khusus untuk branding usaha. Kondisi tersebut membuat sistem pembayaran dan promosi masih berjalan secara konvensional.

Pendampingan yang diberikan meliputi pembuatan QRIS mandiri dan pembuatan akun media sosial (Gambar 3). Tim melakukan survei dan observasi awal, membantu menyiapkan dokumen pendaftaran QRIS, mendampingi proses pengajuan QRIS, serta memberikan

pelatihan penggunaan QRIS setelah aktif. Pelaku usaha juga diberikan pemahaman mengenai manfaat QRIS, seperti mempercepat transaksi, mengurangi ketergantungan pada uang tunai, serta memberikan kenyamanan bagi pelanggan.

Setelah pendampingan, Gorengan Dading Jawa telah memiliki QRIS sebagai metode pembayaran non-tunai. Pelaku usaha mulai memahami cara menerima pembayaran digital, mengecek transaksi masuk, dan menggunakan QRIS dalam kegiatan usaha sehari-hari. Tindak lanjut yang dapat dilakukan adalah memastikan QRIS dipasang di tempat yang mudah terlihat pelanggan dan mendorong pemilik usaha untuk mulai memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi.



Gambar 3. Pendampingan Pada Gorengan Dading Jawa.

Es Jeruk Madu Pislam 3 merupakan usaha minuman milik Bu Aini yang baru berjalan sejak April 2026. Produk yang dijual meliputi jeruk peras, es teh solo, teh hijau, milo, nutrisari, dan beberapa snack. Usaha ini beroperasi pada malam hari, mulai pukul 18.30 sampai 22.00 WIB, karena pemilik usaha menggunakan gerobak milik temannya. Harga produk dimulai dari Rp5.000.

Pada kondisi awal, transaksi penjualan masih dilakukan secara tunai. Pemilik usaha belum memiliki QRIS mandiri sehingga konsumen yang ingin melakukan pembayaran digital belum dapat dilayani. Keterbatasan ini dapat mengurangi fleksibilitas pembayaran, terutama bagi konsumen yang terbiasa menggunakan dompet digital.

Pendampingan yang diberikan berupa pembuatan QRIS mandiri. Tim membantu pelaku usaha menyiapkan dokumen, melakukan proses pendaftaran, serta memberikan arahan mengenai cara menggunakan QRIS setelah aktif (Gambar 4). Pelaku usaha juga dijelaskan cara mengecek pembayaran masuk dapat memastikan transaksi berjalan dengan aman.



Gambar 4. Pendampingan Pendaftaran QRIS Pada Usaha Es Jeruk Madu Pislam 3.

Setelah pendampingan, Es Jeruk Madu Pislam 3 telah memiliki QRIS sebagai alternatif pembayaran non-tunai. Keberadaan QRIS membantu usaha ini memberikan pilihan pembayaran yang lebih praktis kepada pelanggan. Tindak lanjut yang disarankan adalah memasang QRIS di area gerobak yang mudah terlihat dan melatih pelaku usaha agar rutin memantau riwayat transaksi digital,

Dimsum Mentai Birru merupakan usaha rumahan yang dikelola oleh Ibu Tika bersama suaminya. Produk yang dijual meliputi dimsum orisinal, mentai, keju, carbonara, lava, dan varian campur. Setiap pembelian dilengkapi saus dan chili oil. Harga produk berkisar antara Rp10.000 sampai Rp50.000.

Keadaan awal usaha menunjukkan bahwa Dimsum Mentai Birru telah memiliki akun TikTok, tetapi belum digunakan secara optimal. Akun tersebut belum aktif karena pelaku usaha belum rutin memproduksi konten. Akibatnya, promosi digital belum berjalan baik dan jangkauan pasar masih terbatas pada masyarakat sekitar lokasi usaha. Selain itu, sistem transaksi juga masih menggunakan metode tunai.

Pendampingan yang diberikan meliputi optimalisasi media sosial TikTok dan pendaftaran QRIS (Gambar 5). Tim memberikan edukasi mengenai teknik pengambilan video produk, pengambilan footage, editing sederhana menggunakan ponsel, serta penyusunan teks promosi yang menarik. Pelaku usaha juga dibantu dalam pemasangan QRIS agar konsumen memiliki pilihan pembayaran non-tunai.

Setelah pendampingan, Dimsum Mentai Birru telah memiliki fasilitas pembayaran QRIS dan memperoleh pendampingan konten TikTok. Pelaku usaha mulai memahami cara membuat konten promosi sederhana untuk memperkenalkan produk kepada konsumen. Tindak lanjut program diarahkan pada monitoring penggunaan QRIS dan evaluasi konsistensi publikasi konten TikTok agar promosi digital dapat berjalan secara berkelanjutan.

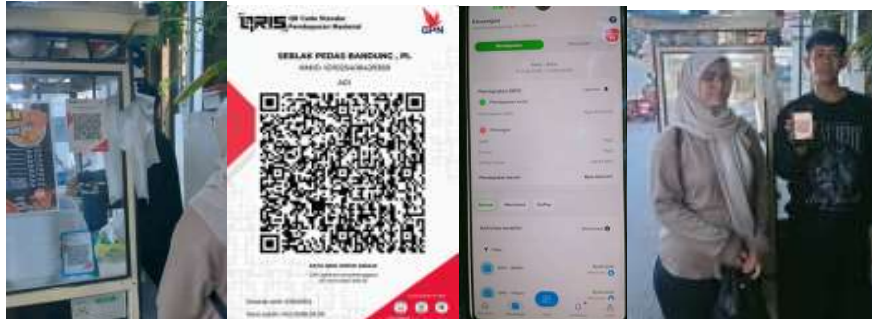


Gambar 5. Pendampingan Dimsum Mentai Birru.

Seblak Pedas Bandung merupakan usaha kuliner milik Bang Rifki yang telah dirintis sejak tahun 2012. Produk utama yang dijual adalah seblak dengan harga mulai dari Rp10.000 sampai Rp16.000. Konsumen juga dapat menambahkan berbagai topping dengan harga tambahan Rp2.000 sampai Rp3.000.

Kondisi awal usaha menunjukkan bahwa sistem transaksi masih konvensional. Pelaku usaha belum memiliki fasilitas pembayaran digital QRIS. Seluruh transaksi masih dilakukan secara tunai sehingga konsumen yang ingin membayar melalui dompet digital atau mobile banking belum dapat dilayani. Kondisi ini berpotensi menyebabkan hilangnya konsumen digital. Pendampingan yang diberikan meliputi pendaftaran dan pemasangan QRIS. Tim mendampingi pelaku usaha mulai dari observasi, pengecekan kesiapan perangkat ponsel, pemasangan QRIS di area kasir, sampai pelatihan pengecekan notifikasi dana masuk. Pelaku usaha juga dilatih untuk melakukan transfer saldo ke rekening pribadi secara mandiri (Gambar 6).

Setelah pendampingan, Seblak Pedas Bandung telah memiliki QRIS berbasis e-wallet. Pelaku usaha mulai mampu memantau riwayat transaksi masuk dan melakukan transfer dana secara mandiri. Tindak lanjut pendampingan diarahkan pada pemantauan penggunaan QRIS dalam transaksi harian serta penguatan disiplin pelaku usaha dalam mencatat pemasukan digital.



Gambar 6. Pendampingan QRIS Pada Seblak Pedas Bandung.

Siomay Mang Udin merupakan usaha kuliner yang dirintis oleh Bapak Solehudin sejak tahun 1987. Usaha ini awalnya dijalankan dengan sistem keliling. Produk yang dijual meliputi siomay, tahu putih, tahu coklat, telur, kol, kentang, pare, dan kerupuk pangsit. Harga pembelian bersifat fleksibel sesuai permintaan konsumen, dengan rata-rata transaksi sekitar Rp10.000.

Pada kondisi awal, transaksi usaha masih sepenuhnya menggunakan uang tunai. Usaha belum memiliki fasilitas QRIS sehingga pilihan pembayaran konsumen masih terbatas. Saat kondisi ramai, pelaku usaha perlu menyiapkan uang kembalian secara manual. Hal ini dapat memperlambat pelayanan dan menimbulkan potensi kesalahan dalam transaksi.

Pendampingan yang diberikan meliputi pendaftaran QRIS dan edukasi operasional. Tim membantu mengecek kesiapan perangkat ponsel, mendampingi proses pendaftaran, memasang atribut QRIS, serta melatih pelaku usaha dalam memeriksa saldo masuk dan melakukan transfer dana ke rekening pribadi (Gambar 7). Pelaku usaha juga diarahkan untuk memahami manfaat pembayaran digital dalam mempercepat pelayanan.



Gambar 7. Pendampingan Pada Usaha Siomay Mang Udin.

Setelah pendampingan, Siomay Mang Udin telah memiliki sistem pembayaran QRIS. Pelaku usaha memperoleh pemahaman teknis mengenai cara mengecek mutasi saldo dan mengelola pembayaran digital. Tindak lanjut yang perlu dilakukan adalah memantau intensitas penggunaan QRIS oleh konsumen serta membiasakan pelaku usaha melakukan rekapitulasi keuangan digital secara tertib.

Nassa Jus Buah merupakan usaha minuman yang menjual jus buah segar untuk masyarakat sekitar. Pada kondisi awal, seluruh transaksi masih dilakukan secara tunai. Usaha belum memiliki fasilitas pembayaran digital sehingga konsumen yang terbiasa membayar

secara non-tunai memiliki keterbatasan saat bertransaksi. Selain itu, rekapitulasi pendapatan harian masih dilakukan secara manual.

Pendampingan yang diberikan kepada Nassa Jus Buah meliputi edukasi pembayaran digital, pendaftaran QRIS, dan pelatihan penggunaan aplikasi merchant (Gambar 8). Tim melakukan wawancara dan peninjauan langsung untuk memahami kendala transaksi tunai. Setelah itu, pelaku usaha diberikan pemahaman mengenai manfaat QRIS, cara penggunaan QRIS, serta keuntungan pembayaran digital bagi penjual dan konsumen.

Setelah pendampingan, Nassa Jus Buah telah memiliki QRIS sebagai metode pembayaran digital. QRIS memberikan alternatif pembayaran yang lebih praktis bagi pelanggan dan membantu pelaku usaha memantau pemasukan melalui riwayat transaksi digital. Tindak lanjut kegiatan diarahkan pada pemantauan penggunaan QRIS secara berkala dan pemasangan tanda QRIS pada area yang mudah terlihat pelanggan.



Gambar 8. Pendampingan Pada Usaha Nassa Jus Buah.

Sate Padang merupakan usaha kuliner makanan berat yang melayani kebutuhan konsumsi masyarakat sekitar. Pada kondisi awal, operasional usaha masih bersifat konvensional. Penjualan masih berfokus pada konsumen yang datang langsung ke lokasi. Usaha belum memiliki QRIS dan belum terintegrasi dengan layanan pesan-antar daring. Kondisi tersebut membuat jangkauan pasar dan potensi penjualan belum maksimal.

Pendampingan yang diberikan meliputi pembuatan QRIS dan pendaftaran merchant ShopeeFood (Gambar 9). Tim membantu pelaku usaha memahami manfaat layanan pesan-antar daring, menyiapkan data pendaftaran merchant, melakukan proses aktivasi, serta memberikan arahan mengenai pengelolaan pesanan digital. Selain itu, pelaku usaha juga diberikan simulasi pembayaran digital agar sistem dapat digunakan dalam operasional harian.

Setelah pendampingan, usaha Sate Padang telah memiliki QRIS dan mulai terintegrasi dengan ShopeeFood. Konsumen memperoleh kemudahan dalam melakukan pemesanan dan pembayaran. Akses pasar menjadi lebih luas karena produk tidak hanya bergantung pada pembeli yang datang langsung ke lokasi. Tindak lanjut yang diperlukan adalah memantau penggunaan QRIS dan ShopeeFood secara berkala serta membantu pelaku usaha meningkatkan kualitas tampilan produk pada platform digital.

Ayam Geprek Jumbo merupakan usaha kuliner makanan siap saji yang menjual ayam geprek kepada masyarakat sekitar. Pada kondisi awal, transaksi harian masih dilakukan secara manual menggunakan uang tunai. Saat gerai ramai, proses pelayanan menjadi kurang efisien karena pelanggan harus menunggu pembayaran dan uang kembalian. Selain itu, pelaku usaha belum memiliki rekam jejak keuangan digital yang dapat digunakan untuk memantau pendapatan harian.



Gambar 9. Pendampingan Pembuatan QRIS dan Pendaftaran Shopee Merchant Pada Usaha Sate Padang.

Pendampingan yang diberikan meliputi aktivasi QRIS dan pelatihan penggunaan aplikasi merchant (Gambar 10). Tim melakukan observasi aktivitas usaha, memberikan edukasi tentang manfaat QRIS, mendampingi proses aktivasi, serta melakukan simulasi transaksi pembayaran digital. Pelaku usaha juga diarahkan untuk memanfaatkan riwayat transaksi digital sebagai dasar pencatatan pendapatan.

Setelah pendampingan, Ayam Geprek Jumbo telah memiliki fasilitas pembayaran QRIS. Proses transaksi menjadi lebih cepat dan risiko kesalahan uang kembalian dapat dikurangi. Riwayat transaksi pendapatan juga dapat terdokumentasi melalui sistem digital. Tindak lanjut kegiatan diarahkan pada monitoring penggunaan QRIS dan pemanfaatan data transaksi digital untuk pembukuan usaha yang lebih tertib.



Gambar 10. Pendampingan Pada Usaha Ayam Geprek Jumbo.

Warung Gulai merupakan usaha kuliner makanan siap saji berupa nasi gulai yang dikelola oleh Bang Adit. Usaha ini masih tergolong baru karena baru berpindah lokasi jualan. Pada kondisi awal, transaksi masih dilakukan secara tunai. Pelaku usaha belum memiliki QRIS sehingga metode pembayaran masih terbatas. Selain itu, pencatatan pendapatan harian belum memiliki rekam jejak digital yang terstruktur.

Pendampingan yang diberikan meliputi pembuatan QRIS, persiapan dokumen, proses pendaftaran, serta pelatihan penggunaan aplikasi merchant (Gambar 11). Tim mendampingi pelaku usaha dalam memahami cara mengecek mutasi saldo masuk dari pembeli. Pendampingan ini diberikan agar pelaku usaha dapat mengelola transaksi digital secara mandiri.

Setelah pendampingan, Warung Gulai telah memiliki fasilitas pembayaran digital melalui QRIS yang terhubung dengan layanan merchant/e-wallet. Konsumen memperoleh alternatif pembayaran yang lebih praktis. Pelaku usaha juga mulai memahami cara memantau transaksi masuk secara digital. Tindak lanjut program diarahkan pada pemantauan

penggunaan QRIS dan pendampingan lanjutan agar Bang Adit mampu melakukan pencatatan keuangan digital secara disiplin.



Gambar 11. Pendampingan Pendaftaran QRIS Pada Warung Gulai.

Teh Hijau Haraja merupakan usaha minuman yang menjual teh hijau untuk memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat sekitar. Pada kondisi awal, seluruh transaksi masih mengandalkan uang tunai. Usaha belum memiliki fasilitas pembayaran non-tunai sehingga konsumen yang terbiasa menggunakan pembayaran digital memiliki keterbatasan dalam bertransaksi. Rekapitulasi pendapatan harian juga masih dilakukan secara manual.

Pendampingan yang diberikan meliputi pendaftaran QRIS, digitalisasi sistem transaksi, dan edukasi penggunaan aplikasi merchant (Gambar 12). Tim membantu pelaku usaha menyiapkan dokumen pendaftaran, mengisi data usaha, mengajukan akun merchant, serta memantau kendala teknis dalam penggunaan aplikasi QRIS. Pelaku usaha juga diberikan arahan tentang cara memeriksa dana masuk dari pembeli.



Gambar 12. Pendampingan Pada Usaha Teh Hijau Haraja.

Setelah pendampingan, Teh Hijau Haraja telah memiliki QRIS dan terhubung dengan layanan GoPay Merchant. Konsumen memperoleh kemudahan pembayaran, sedangkan pelaku usaha mulai memiliki riwayat transaksi digital. Tindak lanjut kegiatan diarahkan pada pemantauan frekuensi penggunaan QRIS dan penguatan kemandirian pemilik usaha dalam menyusun catatan keuangan digital secara konsisten.

Toko Buah Segar Pak Mus merupakan usaha milik Pak Mustopa yang menjual buah segar untuk kebutuhan masyarakat sekitar. Usaha ini telah berjalan cukup lama, tetapi sistem pembayarannya masih terbatas pada transaksi tunai. Pada kondisi awal, belum tersedia QRIS yang dapat memudahkan pelanggan dalam melakukan pembayaran digital. Kondisi tersebut membuat proses transaksi kurang fleksibel dan pencatatan pendapatan belum terdokumentasi secara digital.

Pendampingan yang diberikan meliputi pendaftaran QRIS dan pelatihan penggunaan aplikasi merchant (Gambar 13). Tim membantu pelaku usaha menyiapkan dokumen, mengisi

data usaha, mengajukan akun merchant, serta memberikan edukasi mengenai cara memantau saldo masuk dari pembeli. Pendampingan ini diarahkan agar pelaku usaha mampu menggunakan pembayaran digital secara mandiri.

Setelah pendampingan, Toko Buah Segar Pak Mus telah memiliki QRIS dan terhubung dengan layanan GoPay Merchant. Konsumen memperoleh pilihan pembayaran yang lebih mudah, sedangkan pelaku usaha mulai dapat memantau transaksi melalui sistem digital. Tindak lanjut program diarahkan pada pemantauan rutin penggunaan QRIS dan penguatan kemampuan Pak Mustopa dalam melakukan pembukuan digital secara disiplin.



Gambar 13. Pendampingan Pada Toko Buah Segar Pak Mus.

Review dari pelaku UMKM menunjukkan bahwa pendampingan transformasi digital memberikan dampak langsung pada aktivitas usaha harian. Dampak yang paling banyak dirasakan adalah transaksi menjadi lebih praktis, pelayanan lebih cepat, risiko kendala uang kembalian berkurang, serta riwayat pembayaran lebih mudah dipantau. Temuan lapangan ini sesuai dengan bentuk pendampingan yang diberikan kepada 12 UMKM, yaitu pembuatan QRIS, pelatihan pengecekan mutasi saldo, transfer dana ke rekening pribadi, pembuatan media sosial, optimalisasi konten digital, dan integrasi ShopeeFood pada UMKM tertentu.

Secara umum, hasil *review* UMKM mendukung penelitian Aisyah dkk. (2023) yang menjelaskan bahwa pendampingan QRIS pada UMKM mampu meningkatkan efektivitas dan efisiensi transaksi digital karena pelaku usaha tidak perlu lagi menghabiskan waktu untuk mencari uang kembalian. Penelitian Cahyani (2025) juga menunjukkan bahwa implementasi QRIS dapat membuat transaksi lebih cepat, lebih akurat, dan tercatat secara otomatis dalam sistem pembayaran digital.

Pada usaha Gorengan Dading Jawa, pemilik usaha menyampaikan bahwa sebelum pendampingan seluruh pelanggan membayar secara tunai. Setelah QRIS digunakan, sebagian pelanggan mulai memilih pembayaran digital karena dianggap lebih praktis. Pelaku usaha juga merasa lebih mudah melayani pembeli karena tidak perlu sering menyiapkan uang kembalian. *Review* ini menunjukkan bahwa QRIS memberi dampak pada efisiensi pelayanan, terutama pada usaha makanan ringan dengan intensitas transaksi kecil dan berulang. Kondisi tersebut sejalan dengan penelitian Alifia & Permana (2024a) yang menjelaskan bahwa QRIS memudahkan pembayaran, mengurangi ketergantungan pada uang tunai, meminimalkan kesalahan transaksi, dan memungkinkan pencatatan transaksi otomatis.

Review dari Rajanya Pisang Goreng menunjukkan dua dampak utama, yaitu peningkatan layanan pembayaran dan mulai terbentuknya identitas digital usaha. Sebelum pendampingan, usaha ini hanya menerima pembayaran tunai. Setelah memiliki QRIS, pelanggan yang ingin membayar secara digital sudah dapat dilayani. Selain itu, pelaku usaha juga mulai memiliki akun media sosial untuk memperkenalkan produk kepada konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa pendampingan tidak hanya membantu transaksi, tetapi juga membuka peluang promosi

digital. Praja dkk. (2025) menjelaskan bahwa media sosial dapat menjadi alat pemasaran digital bagi UMKM karena mampu membangun *brand awareness*, mencari calon pembeli, membangun kedekatan dengan konsumen, dan menjadi media promosi yang efektif.

Pada Es Jeruk Peras Madu, pelaku usaha menilai QRIS membantu karena pelanggan kini memiliki pilihan pembayaran tunai maupun digital. *Review* tersebut memperlihatkan bahwa QRIS meningkatkan fleksibilitas pembayaran. Pelaku usaha juga tidak perlu khawatir ketika tidak memiliki uang kembalian. Manfaat ini penting bagi usaha minuman skala mikro karena transaksi biasanya bernilai kecil dan membutuhkan pelayanan cepat. Temuan ini didukung oleh penelitian Apriyansyah & Samiono (2024) yang menyatakan bahwa QRIS memberikan kemudahan dan efisiensi transaksi karena pelanggan dapat membayar secara cepat tanpa harus membawa uang tunai.

Pada Dimsum Mentai Birru, pelaku usaha menyampaikan bahwa QRIS membuat usaha terlihat lebih profesional. Pelanggan menjadi lebih mudah membayar tanpa membawa uang tunai. Selain itu, pendampingan pembuatan konten media sosial membantu pelaku usaha mulai mempromosikan produk secara *online* dan menjangkau lebih banyak pelanggan Febriyantoro & Arisandi (2018). *Review* ini menunjukkan bahwa transformasi digital tidak hanya berkaitan dengan sistem pembayaran, tetapi juga dengan citra usaha dan strategi pemasaran. Putri dkk. (2025) menyatakan bahwa penerapan *digital marketing* dapat meningkatkan visibilitas merek, menarik pelanggan, dan berdampak pada peningkatan penjualan UMKM.

Pada Seblak Pedas Bandung, pelaku usaha menyatakan bahwa setelah dibuatkan QRIS, pelanggan mulai dapat membayar menggunakan *e-wallet*. Pelaku usaha juga belajar melihat transaksi masuk dan memindahkan saldo ke rekening pribadi. Hal ini menunjukkan bahwa pendampingan QRIS memberikan dampak pada peningkatan literasi keuangan digital. Pelaku usaha tidak hanya menerima fasilitas pembayaran, tetapi juga memahami cara mengelola dana masuk secara mandiri. Caswito dkk. (2025) menjelaskan bahwa transaksi melalui QRIS dapat tercatat otomatis sehingga data transaksi dapat diakses kembali dan digunakan untuk evaluasi penjualan.

Review dari Siomay Mang Udin menunjukkan bahwa QRIS membantu pelanggan mulai terbiasa membayar secara digital. Pelaku usaha merasa transaksi menjadi lebih praktis dan pencatatan pemasukan lebih mudah karena setiap transaksi dapat dicek melalui aplikasi. Hal ini menunjukkan adanya perubahan dari pencatatan manual menuju pencatatan berbasis sistem digital. Penelitian Alfiana et al. (2025) juga menyebutkan bahwa QRIS memudahkan pelaku UMKM dalam memantau dan menganalisis riwayat transaksi serta mengatur keuangan usaha.

Pada Nassa Jus Buah, pelaku usaha menyampaikan bahwa pembayaran menjadi jauh lebih praktis setelah menggunakan QRIS. Banyak pelanggan mulai memilih pembayaran menggunakan *e-wallet* sehingga transaksi berlangsung lebih cepat tanpa perlu menyiapkan uang kembalian. *Review* ini menunjukkan bahwa QRIS meningkatkan kenyamanan bagi dua pihak, yaitu penjual dan pelanggan. Alifia & Permana (2024b) bahwa penggunaan QRIS memberikan pengaruh positif bagi UMKM karena transaksi menjadi lebih efektif dan efisien, terutama karena pelaku usaha tidak lagi bergantung pada proses pencarian uang kembalian.

Pada Sate Padang, *review* menunjukkan bahwa manfaat pendampingan tidak hanya dirasakan pada aspek pembayaran, tetapi juga pada perluasan akses pasar. Pelaku usaha merasa terbantu karena telah memiliki QRIS dan *merchant* ShopeeFood (Jayanti & Karnowati,

2023). Kehadiran ShopeeFood memberi peluang usaha untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, tidak hanya pembeli yang datang langsung ke lokasi. Skare dkk. (2023) menjelaskan bahwa pemanfaatan *online food delivery* seperti ShopeeFood dan GoFood dapat membantu UMKM memasarkan produk dengan jangkauan yang lebih luas, menarik lebih banyak konsumen, dan meningkatkan penjualan. Zahra Firdausya dkk. (2023) juga menemukan bahwa pelatihan *merchant* ShopeeFood membantu UMKM berjualan melalui platform digital dan membuat pelaku usaha merasa terbantu karena memperoleh pengetahuan yang berguna bagi usahanya.

Pada Ayam Geprek Jumbo, pelaku usaha menyampaikan bahwa setelah memiliki QRIS, transaksi menjadi lebih praktis karena pelanggan memiliki pilihan membayar secara tunai maupun digital. Pembayaran juga menjadi lebih cepat sehingga pelayanan terasa lebih lancar. *Review* ini memperkuat temuan bahwa QRIS dapat membantu UMKM kuliner yang memiliki arus pembeli cukup tinggi. Transaksi digital dapat mengurangi antrean dan mempercepat pelayanan. Penelitian Sulaiman dkk. (2021) juga menunjukkan bahwa QRIS mempercepat proses transaksi dan memperbaiki kualitas pencatatan laporan keuangan pada UMKM warung makan.

Pada Nasi Gulai, pelaku usaha menilai QRIS memberikan rasa aman karena pembayaran dari pelanggan langsung masuk ke rekening. Pelaku usaha juga tidak perlu khawatir terhadap risiko uang palsu atau uang robek ketika transaksi sedang ramai. *Review* ini menunjukkan bahwa QRIS tidak hanya berdampak pada kecepatan transaksi, tetapi juga pada keamanan pengelolaan uang. Utami (2024) menjelaskan bahwa QRIS dapat menurunkan risiko uang palsu, mengurangi kebutuhan uang kembalian, dan memungkinkan transaksi tercatat otomatis sehingga *merchant* dapat mengakses riwayat transaksi kapan saja.

Pada Teh Hijau Haraja, pelaku usaha menyampaikan bahwa sebelum memiliki QRIS, beberapa pelanggan muda batal membeli karena tidak membawa uang tunai. Setelah QRIS tersedia, transaksi menjadi lebih lancar dan usaha terlihat lebih modern. *Review* ini menunjukkan bahwa QRIS membantu UMKM menyesuaikan diri dengan kebiasaan konsumen muda yang lebih akrab dengan pembayaran digital. Alifia, Permana, dan Harnovinsah (2024) menyatakan bahwa generasi muda cenderung lebih menyukai pembayaran digital dibandingkan transaksi tunai.

Pada Toko Buah Segar Pak Mus, pelaku usaha menyampaikan bahwa proses pembuatan QRIS dibantu sampai tuntas dan langsung dapat digunakan untuk berjualan. Dampak yang dirasakan adalah transaksi di kasir menjadi lebih cepat dan praktis karena pelanggan cukup memindai QRIS. *Review* ini menunjukkan bahwa pendampingan langsung menjadi faktor penting dalam keberhasilan adopsi QRIS. Pelaku UMKM tidak cukup hanya diberi informasi, tetapi juga perlu didampingi sampai mampu menggunakan sistem secara mandiri. Hal ini sejalan dengan penelitian Sasongko dkk. (2020) yang menempatkan pendampingan penggunaan QRIS sebagai bagian penting dalam meningkatkan produktivitas UMKM.

Berdasarkan seluruh *review* UMKM, pendampingan transformasi digital memberikan manfaat pada tiga aspek utama. Aspek pertama adalah efisiensi transaksi melalui QRIS. Manfaat ini tampak pada Gorengan Dading Jawa, Es Jeruk Peras Madu, Siomay Mang Udin, Nassa Jus Buah, Ayam Geprek Jumbo, Nasi Gulai, Teh Hijau Haraja, dan Toko Buah Segar Pak Mus. Aspek kedua adalah penguatan promosi digital melalui media sosial, seperti pada Rajanya Pisang

Goreng dan Dimsum Mentai Birru. Aspek ketiga adalah perluasan akses pasar melalui platform ShopeeFood, seperti pada Sate Padang.

Hasil *review* juga menunjukkan bahwa pendampingan yang dilakukan secara langsung lebih mudah diterima oleh pelaku UMKM. Pelaku usaha tidak hanya memperoleh fasilitas digital, tetapi juga memahami cara menggunakannya. QRIS membantu mempercepat transaksi, mengurangi kendala uang kembalian, meningkatkan keamanan pembayaran, dan memudahkan pencatatan. Media sosial membantu UMKM memperkenalkan produk secara lebih luas. ShopeeFood membuka peluang pemasaran digital bagi usaha kuliner. Karena itu, pendampingan transformasi digital berkelanjutan menjadi strategi yang relevan untuk meningkatkan kapasitas adaptif dan daya saing UMKM.

KESIMPULAN

Kegiatan pendampingan transformasi digital berkelanjutan berhasil meningkatkan kapasitas adaptif dan daya saing UMKM di Kampung Tengah dan Pisangan, Jakarta Timur. Melalui pelatihan, implementasi QRIS, optimalisasi digital marketing, serta pendampingan berkelanjutan, pelaku UMKM semakin mampu memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung transaksi, memperluas pemasaran, dan beradaptasi dengan perkembangan ekonomi digital sehingga lebih siap menghadapi persaingan usaha.

Pemanfaatan QRIS, digital marketing, dan platform digital perlu dilakukan secara konsisten oleh pelaku UMKM, didukung oleh pendampingan berkelanjutan dari perguruan tinggi serta kolaborasi pemerintah dan pemangku kepentingan dalam menyediakan pelatihan, literasi digital, dan akses teknologi yang lebih luas guna memperkuat keberlanjutan digitalisasi UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Program Studi Pendidikan Ekonomi, serta seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, fasilitas, dan kerja sama selama pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada para pelaku UMKM di Kampung Tengah dan Pisangan, Jakarta Timur, yang telah berpartisipasi aktif sehingga kegiatan pendampingan transformasi digital dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Aisyah, S., Sepfiani, P., Putri, L. P., Gunawan, D. I., & Nararya, H. L. (2023). PENDAMPINGAN PENGGUNAAN QRIS PADA UMKM UPAYA PENINGKATAN PRODUKTIVITAS UMKM DI KOTA MEDAN. *Nusantara: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1), 142–151. <https://doi.org/10.55606/NUSANTARA.V3I1.614>
- Alifia, N., & Permana, E. (2024a). Analisis penggunaan QRIS terhadap peningkatan pendapatan UMKM. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 9(1), 102–115. <https://doi.org/10.21067/JRPE.V9I1.9940>
- Apriyansyah, B., & Samiono, B. E. (2024). Pelatihan Digital Marketing Melalui Aplikasi Merchant Shopee Food Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Prosiding Seminar Nasional Pemberdayaan Masyarakat (SENDAMAS)*, 1(1), 127–132. <https://doi.org/10.36722/PSN.V1I1.3252>

- Cahyani, I. G. (2025). IMPLEMENTASI SISTEM PEMBAYARAN DIGITAL BERBASIS QRIS DALAM MENINGKATKAN EFISIENSI PENCATATAN LAPORAN KEUANGAN PADA UMKM WARUNG MAKAN DI ERA INDUSTRI 4.0. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi dan Bisnis Digital*, 2(4), 415–424. <https://doi.org/10.70248/JPMEDB.V2I4.3371>
- Caswito, A., Risqina Putri Aulia, A., Yurfana Aisal, N., Suardi Nur Chairat, A., Ridwan, M., Studi Kewirausahaan, P., Teknologi dan Bisnis Energi, F., & Teknologi PLN, I. (2025). Implementasi Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM. *JIPITI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(3), 201–208. <https://jipiti.technolabs.co.id/index.php/pkm/article/view/64>
- Fazra El Ghifari, L., Supendi, M., & Muhammadiyah Hamka, U. (2024). Penerapan Strategi Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Waken Cafe. *Jurnal Niara*, 16(3), 504–512. <https://doi.org/10.31849/NIARA.V16I3.15295>
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD : Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/JMD.V1I2.175>
- Jasri, Arfan, N., Hasanuddin, & Hasan, H. A. (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research*, 6(2), 212–224. <https://doi.org/10.30631/ILTIZAM.V6I2.1452>
- Jayanti, E., & Karnowati, N. B. (2023). DIGITALISASI UMKM DAN LITERASI KEUANGAN UNTUK KEBERLANJUTAN UMKM DI KABUPATEN CILACAP. *Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha*, 31(1), 51–64. <https://doi.org/10.32477/JKB.V31I1.504>
- nuraini, A., Supendi, M., Fitriani, I. S., Ramadanty, A., & Shofiyatin, M. (2025). Transformasi Pembayaran Digital Dengan Qris: Tingkatkan Transaksi, Permudah Pembayaran. *PRAXIS: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(3), 65–77. <https://doi.org/10.47776/RB896091>
- Praja, E., Panggabean, A., Khairani, R., Purba, M. I., Luck, J. B., Sinaga, A. B., Octora, T., Putri, D. S., Nasution, I. A., Lubis, N. W., & Redaksi, D. (2025). Edukasi Fintech untuk UMKM UP2K PKK Tanjung Morawa Berbasis Perilaku Konsumen Cashless. *Wahana Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(2), 132–139. <https://doi.org/10.56211/WAHANA.V4I2.1553>
- Purnomo, S., Nurmalitasari, N., & Nurchim, N. (2024). Digital transformation of MSMEs in Indonesia: A systematic literature review. *Journal of Management and Digital Business*, 4(2), 301–312. <https://doi.org/10.53088/JMDB.V4I2.1121>
- Purwana, D., & Aditya, S. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01>
- Purwanto, A., Salman, A. B., Jaya, A., Pratiwi, F., Herati, U. N., & Mawarni, S. (2025). Sosialisasi Pemasaran Digital: Profil Google Bisnis, Whatsapp Bisnis, Instagram, dan Facebook Bagi UMKM Desa Rumpia Kabupaten Wajo. *Compile Journal of Society Service*, 3(1), 39.
- Putri, N. R., Laksniyunita, W., Nur, K., Prilosadoso, B. H., & Zai, Y. Y. M. (2025). PERAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI PEMASARAN DIGITAL BAGI UMKM. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 14(2), 2390–2402. <https://doi.org/10.34127/JRLAB.V14I2.1589>
- Rifianing Prasetya, S., Rivai, R. A., Bagus, M., Hutama, Y., Rama, A., & Agata, D. F. (2023). Pemanfaatan Online Food Delivery (Shopee Food Dan Gofood) Dalam Pemasaran Dan



- Penjualan Produk UMKM Di Gunung Anyar Tambak. *Jurnal Pengabdian Bersama Masyarakat Indonesia*, 1(3), 24–33. <https://doi.org/10.59031/JPBML.V1I3.180>
- Sasongko, D., Rahma Putri, I., Nur Alfiani, V., Dyah Qiranti, S., Sinta Sari, R., & Elka Allafa, P. (2020). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 92–96. <https://doi.org/10.21107/PANGABDHI.V6I2.7809>
- Setiawan, T., Susetyo, D. P., Pranajaya, E., Setiawan, T., Susetyo, D. P., & Pranajaya, E. (2021). EDUKASI LITERASI DIGITAL : PENDAMPINGAN TRANSFORMASI DIGITAL PELAKU UMKM SUKABUMI PAKIDULAN. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(7), 1599–1606. <https://doi.org/10.53625/JABDI.V1I7.692>
- Skare, M., de las Mercedes de Obesso, M., & Ribeiro-Navarrete, S. (2023). Digital transformation and European small and medium enterprises (SMEs): A comparative study using digital economy and society index data. *International Journal of Information Management*, 68, 102594. <https://doi.org/10.1016/J.IJINFOMGT.2022.102594>
- Sulaiman, E., Handayani, C., Widyastuti, S., Cirebon, S., & Cirebon, S. P. (2021). TRANSFORMASI DIGITAL TECHNOLOGY-ORGANIZATION-ENVIRONMENT (TOE) DAN INOVASI DIFUSI E-BUSINESS UNTUK UMKM YANG BERKELANJUTAN: MODEL KONSEPTUAL. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Kreatif*, 7(1), 51–62. <https://doi.org/10.36805/MANAJEMEN.V7I1.1947>
- Utami, N., & Sitorus, O. F. (2024). Transformasi Digital Usaha Mikro Mendukung Ekonomi Digital. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, 8(3). <https://doi.org/10.29408/jpek.v8i3.25796>
- Zahra Firdausya, L., Perwira Ompusunggu, D., & kunci, K. (2023). USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI ERA DIGITAL ABAD 21: Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umk) Era Digital Di Abad Ke-21. *TALI JAGAD JOURNAL*, 1(1), 14–18. <https://doi.org/10.55732/UNU.TJJ.2023.01.3>