



## Pemberdayaan UMKM melalui Integrasi Digital Marketing dan Sistem Pembayaran Digital (QRIS dan Agen BNI 46) di Kecamatan Cipayung Kota Depok

Corie Arimani<sup>1</sup>, Rosadi Fatahillah<sup>2</sup>, Estha Wulandari<sup>3</sup>, Tiara Pratama<sup>4</sup>,  
Holiawati<sup>5</sup>

Program Studi Magister Akuntansi, Universitas Pamulang

e-mail: [corie.arimani@gmail.com](mailto:corie.arimani@gmail.com), [rosadi\\_fatahilah@yahoo.co.id](mailto:rosadi_fatahilah@yahoo.co.id),

[esthabeehappy@gmail.com](mailto:esthabeehappy@gmail.com), [tiarapratama16@gmail.com](mailto:tiarapratama16@gmail.com)

### Abstrak

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM di Kecamatan Cipayung, Kota Depok melalui integrasi digitalisasi marketing dan sistem pembayaran digital berbasis QRIS serta Agen BNI 46. Permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM meliputi keterbatasan pemanfaatan media sosial untuk pemasaran, rendahnya penggunaan transaksi digital, serta minimnya pendampingan teknis. Metode kegiatan mencakup seminar, tutorial, praktik langsung, dan pendampingan daring. Hasil menunjukkan bahwa 90% peserta berhasil membuat akun bisnis media sosial, 85% mendaftar QRIS, dan 65% memahami fungsi Agen BNI 46. Kendala utama berupa keterbatasan perangkat digital, konsistensi konten, dan kebutuhan materi keamanan digital. Hasil ini sejalan dengan penelitian Hakim et al. (2023) dan Fitriani & Lestari (2024) tentang pentingnya transformasi digital UMKM. Rahmawati et al. (2025) juga menekankan bahwa integrasi sistem digital dan dukungan berkelanjutan merupakan strategi efektif dalam pemberdayaan UMKM secara menyeluruh.

**Kata Kunci:** *UMKM, Digital Marketing, QRIS, Agen BNI 46, Pemberdayaan, Transformasi Digital.*

### Abstract

This community service program aims to empower MSMEs in Cipayung District, Depok City through the integration of digital marketing and digital payment systems based on QRIS and BNI 46 Agents. The problems faced by MSME actors include limited use of social media for marketing, low use of digital transactions, and minimal technical assistance. Activity methods include seminars, tutorials, direct practice, and online assistance. The results showed that 90% of participants succeeded in creating social media business accounts, 85% registered for QRIS, and 65% understood the function of BNI 46 Agents. The main obstacles were limited digital devices, content consistency, and the need for digital security materials. These results are in line with research by Hakim et al. (2023) and Fitriani & Lestari (2024) on the importance of digital transformation of MSMEs. Rahmawati et al. (2025) also emphasized that digital system integration and ongoing support are effective strategies in empowering MSMEs as a whole.

**Kata Kunci:** *MSMEs, Digital Marketing, QRIS, BNI 46 Agents, Empowerment, Digital Transformation.*

**PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, terutama sebagai penggerak ekonomi lokal dan penyedia lapangan kerja. Dalam sejarah Indonesia memiliki peranan besar bagi perekonomian (Kustanto, 2020; Windusancono, 2020). Hal ini terjadi pada tahun 1998 saat Indonesia mengalami krisis ekonomi, di mana banyak perusahaan besar mengalami kebangkrutan, UMKM-lah yang menjadi tulang punggung perekonomian pada masa itu. Kecamatan Cipayung, Kota Depok, adalah salah satu wilayah administratif di Kota Depok, Provinsi Jawa Barat, yang terletak di kawasan penyangga Jakarta. Kecamatan Cipayung ini membawahi 5 kelurahan (Kelurahan Cipayung, Ratu jaya, dan Bojong Pondok Terong. Cipayung Jaya, dan Kelurahan Pondok Jaya ), memiliki luas wilayah sekitar 11,45 km<sup>2</sup>, dengan jumlah penduduk lebih dari 162.275 jiwa dan kepadatan yang tergolong tinggi di wilayah Depok. UMKM di Kecamatan Cipayung berperan penting dalam menggerakkan roda perekonomian lokal. Usaha mikro, kecil, dan menengah tersebar merata di kelima kelurahan dengan berbagai jenis usaha, mulai dari kuliner, konveksi, kerajinan, jasa servis kendaraan, hingga toko kelontong. Dengan sifatnya yang dinamis dan inovatif, UMKM di Kecamatan Cipayung mampu menciptakan lapangan kerja serta meningkatkan pendapatan keluarga di wilayah perkotaan yang terus berkembang ini. Namun demikian, para pelaku UMKM di Kecamatan Cipayung masih menghadapi tantangan dalam pemanfaatan teknologi digital, khususnya dalam bidang pemasaran produk dan transaksi pembayaran. Minimnya pemahaman mengenai strategi digital marketing dan rendahnya literasi teknologi keuangan membuat banyak UMKM belum maksimal memanfaatkan media sosial, marketplace, serta sistem pembayaran digital seperti QRIS atau aplikasi dompet digital. Dikarenakan keterbatasan kemampuan dalam memasarkan produk secara digital membuat banyak pelaku usaha hanya mengandalkan promosi tradisional, yang cakupannya sempit dan kurang kompetitif di tengah pesatnya pertumbuhan digital ekonomi saat ini. Hal tersebut berdampak pada keterbatasan jangkauan konsumen dan potensi peningkatan omzet yang belum optimal.

Tabel 1. Luas Daerah Menurut Kelurahan di Kecamatan Cipayung (2023)

Luas Daerah Menurut Kelurahan di Kecamatan Cipayung 2023			Laki-laki	Perempuan	Laki-laki & Perempuan
Kelurahan di Cipayung	Luas Total Area (km <sup>2</sup> )	Persentase terhadap Luas Kecamatan (%)			
	2023	2023	2023	2023	2023
Cipayung Jaya	2.35	20.52	10,791	10,651	21,442
Bojong Pondok Terong	2.20	19.21	19,199	18,828	38,027
Pondok Jaya	1.71	14.94	14,226	13,999	28,225
Ratu Jaya	3.05	26.64	16,236	15,855	32,091
Cipayung	2.14	18.69	19,156	15,547	32,091
Kecamatan Cipayung	11.45	100	81,646	80,629	162,275

Sumber : Perda Kota Depok No. 9 Tahun 2022 Tentang Tata Ruang Wilayah Kota Depok Tahun 2022- 2042

Transformasi digital menjadi satu-satunya solusi agar UMKM dapat bertahan dan berkembang. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Pasal 5 menyebutkan bahwa pemerintah berkewajiban menciptakan iklim usaha yang mendukung pengembangan UMKM, termasuk melalui inovasi dan teknologi. Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan UMKM menegaskan pentingnya adaptasi teknologi informasi dan komunikasi bagi UMKM untuk memperkuat daya saing. Digital marketing memberikan peluang bagi UMKM untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, dan membangun merek secara lebih efektif. Saat ini, tiga platform—TikTok, WhatsApp (WA), dan Instagram—telah menjadi tulang punggung. TikTok, misalnya, sangat efektif untuk konten video pendek yang bisa viral dan menjangkau ribuan audiens. WhatsApp sering dipakai untuk promosi katalog, broadcast, dan pemesanan langsung. Sedangkan Instagram memfasilitasi brand image lewat fitur story, feed, dan katalog toko. Kotler & Keller (2016) dalam Marketing Management menegaskan bahwa pemasaran digital memungkinkan jangkauan yang lebih luas, interaksi dua arah, serta personalisasi yang tidak mungkin dicapai pemasaran tradisional. Transformasi Digital UMKM Indonesia di Era Pandemi Covid-19 (Utami, 2021) menegaskan bahwa platform digital seperti WA, IG, dan TikTok menjadi sarana penting untuk memperluas pasar UMKM. Penerapan Pemasaran Digital Pada UMKM (Putra & Haryono, 2020) efektivitas media sosial sebagai sarana promosi murah, cepat, dan interaktif.

Di sisi lain, penggunaan sistem pembayaran digital seperti QRIS dan layanan Agen BNI 46 memberikan kemudahan transaksi, efisiensi waktu, serta transparansi dalam pencatatan keuangan. Menurut studi Wahyuni et al. (2020), integrasi e-commerce dan sistem pembayaran QRIS mampu meningkatkan performa penjualan UMKM. Ricardo et al. (2024) juga menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM melalui QRIS dan platform online berdampak positif terhadap visibilitas dan kemudahan transaksi. Namun, implementasi ini masih memerlukan pendampingan, khususnya dalam hal literasi digital dan keuangan.

Dalam era ekonomi digital, UMKM dituntut beradaptasi dengan strategi pemasaran online dan sistem pembayaran non-tunai. Namun, banyak pemilik usaha mikro di Kecamatan Cipayung belum maksimal mengoptimalkan potensi tersebut. Dengan adanya fenomena: CFD Margonda sebagai Lokasi Strategis [kompas.com](https://www.kompas.com) (Sejak 4 Mei 2025, CFD Depok diperluas menjadi jalur dua sepanjang 4 km, menjadikannya panggung besar bagi para pelaku UMKM menjaring ribuan pengunjung setiap Minggu pagi), Pertumbuhan Pesat QRIS di Depok [berita.depok.go.id](https://berita.depok.go.id) (Data BKD Depok dan BI menyebutkan Depok menempati peringkat ke-4 se-Jawa Barat dengan 419.044 merchant QRIS, serta terjadi 22,4 juta transaksi sepanjang tahun 2023, didominasi oleh UMKM), QRIS sebagai Standar Pembayaran Nasional [Dewan Nasional Keuangan Inklusif](https://www.dewankeuangan.go.id) (Sejak resmi diluncurkan 17 Agustus 2019, QRIS telah menjadi standar pembayaran

nasional non-tunai yang memudahkan transaksi lintas-aplikasi). Meski QRIS terus didorong oleh Bank Indonesia, Di Kecamatan Cipayung Depok, baru sekitar 20% responden yang benar-benar menggunakan QRIS dalam transaksi harian. Bahkan Agen BNI 46, yang menyediakan layanan keuangan seperti tarik tunai, setor, transfer, hingga pembukaan rekening, hanya dikenal oleh 10% pelaku usaha. Padahal, studi oleh Suharno (2022) menunjukkan bahwa penggunaan QRIS secara aktif meningkatkan kecepatan transaksi dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Menurut studi Wahyuni et al. (2020), integrasi e-commerce dan sistem pembayaran QRIS mampu meningkatkan performa penjualan UMKM. Ricardo et al. (2024) juga menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM melalui QRIS dan platform online berdampak positif terhadap visibilitas dan kemudahan transaksi. Namun, implementasi ini masih memerlukan pendampingan, khususnya dalam hal literasi digital dan keuangan.

Artinya, peluang digital sebenarnya sudah tersedia, namun belum terakses dan terimplementasi. Integrasi antara digital marketing (TikTok, WA, IG) dan sistem pembayaran digital (QRIS dan Agen BNI 46) adalah kunci pemberdayaan UMKM yang sebenarnya. Kunci itu kini menunggu untuk dibuka melalui pendampingan dan pengabdian yang menyentuh langsung akar masalah. Bahkan di momen strategis seperti Car Free Day (CFD) Cipayung, ketika ratusan warga berkumpul, pelaku UMKM belum memanfaatkan momentum ini untuk membuat konten TikTok, memperbarui katalog WhatsApp, atau posting promosi di Instagram. Mereka hanya fokus jualan langsung, tanpa jejak digital. Padahal, menurut JIPEMAS (2023), penggunaan TikTok dan WA secara aktif mampu meningkatkan omzet UMKM kuliner Bandung hingga 45% dalam waktu 30 hari

Pengabdian kepada masyarakat diharapkan mampu meningkatkan literasi digital pelaku UMKM, dengan memberikan edukasi, pelatihan, dan pendampingan dalam mengimplementasikan strategi digital marketing serta menggunakan layanan pembayaran digital melalui program pendampingan agar meningkatkan daya saing usahanya, menjangkau pasar yang lebih luas Menurut Sari, D.P., & Wahyuni, S. (2021). pelatihan digital marketing berbasis pendampingan berhasil meningkatkan literasi digital peserta hingga 60% lebih tinggi dibandingkan sebelumnya, sehingga memperluas pasar dan mempermudah transaksi. Berdasarkan permasalahan diatas, kelompok 3 pengabdian kepada masyarakat Universitas Pamulang mengambil tema "Pemberdayaan UMKM Melalui Integrasi Digital Marketing Dan Pembayaran Digital Maketing (QRIS dan AGEN BNI 46) di Kecamatan Cipayung, Kota Depok".

## **METODE**

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif, edukatif, dan aplikatif. Tujuannya adalah agar pelaku UMKM tidak hanya mendapatkan pengetahuan, tetapi juga mampu menerapkan dan mengintegrasikan keterampilan digital marketing serta sistem

pembayaran digital ke dalam usaha mereka secara berkelanjutan. Langkah-langkah yang akan kami lakukan pertama yaitu mengadakan sosialisasi dengan tahap awal berupa penyampaian informasi kepada pelaku UMKM di Kecamatan Cipayung mengenai urgensi dan manfaat dari digitalisasi marketing serta pembayaran digital dalam menghadapi persaingan usaha di era digital. Kegiatan ini meliputi Paparan umum tentang potensi dan tantangan UMKM saat ini, penjelasan tentang konsep dan praktik WhatsApp Business, Instagram Bisnis, TikTok Shop, serta QRIS dan Agen BNI46, penyampaian tujuan program dan output yang ingin dicapai, diskusi interaktif terkait kendala yang dihadapi UMKM di lapangan. Dimana sasaran UMKM dari 5 kelurahan di Kecamatan Cipayung (35 pelaku usaha) 5 kelurahan (Cipayung, Bojong Pondok terong, Ratu Jaya, Cipayung Jaya, dan Pondok Jaya. Adapun sosialisasi yang dilakukan dengan memberikan pemahaman kepada UMKM tentang pentingnya digital marketing dan transformasi pembayaran berbasis digital sebagai sarana peningkatan omzet dan efisiensi usaha, pengenalan platform digital marketing populer seperti TikTok, Instagram, dan WhatsApp Business, termasuk fitur-fiturnya, sosialisasi penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran praktis, cepat, dan tercatat, serta pemanfaatan Agen BNI46 sebagai layanan keuangan mikro yang mendukung transaksi UMKM, edukasi mengenai keamanan transaksi digital agar pelaku usaha lebih percaya diri beralih dari tunai ke nontunai.

Langkah selanjutnya yaitu pelatihan teknis (pelatihan dilaksanakan secara intensif selama beberapa sesi, baik secara langsung maupun daring (hybrid), dengan pendekatan hands-on.) Materi pelatihan meliputi pelatihan Strategi Konten (Teknik membuat konten promosi produk dengan storytelling yang menarik dan pelatihan memanfaatkan video pendek (reels, TikTok) untuk meningkatkan keterlibatan konsumen seperti pelatihan Pengelolaan Media Sosial, mengoptimalkan fitur-fitur marketplace di media sosial, dan menjadwalkan posting konten secara konsisten dan membaca data insight untuk evaluasi).

Langkah ketiga kami menerapkan pelatihan Integrasi Promosi dengan Pembayaran Digital seperti menyambungkan katalog digital dengan tautan pembayaran QRIS agar konsumen dapat bertransaksi lebih mudah, studi kasus dan praktik penggunaan Agen BNI46 sebagai penyalur layanan keuangan mikro. Keempat kami melakukan pelatihan Implementasi pembayaran digital. Dengan pelatihan Aktivasi dan Penggunaan QRIS, seperti Cara mendaftar, mengaktifkan, dan menggunakan QRIS sebagai sarana pembayaran dan simulasi transaksi langsung menggunakan QRIS. Langkah Kelima Pelatihan Pemanfaatan Agen BNI46 seperti pengenalan layanan perbankan mikro melalui Agen BNI46 (penarikan, setoran, pembayaran tagihan, transfer, dsb), dan cara memanfaatkan Agen BNI46 untuk mendukung kelancaran modal usaha. Kemudian kami melakukan pendampingan pelaku UMKM (Selain pelatihan, peserta akan mendapatkan pendampingan secara berkala dalam pembuatan konten digital marketing, pemeliharaan akun media sosial, evaluasi penggunaan QRIS,

konsultasi bisnis dan literasi keuangan sederhana). Lalu kami mengadakan rencana tindak lanjut pasca program (setelah program selesai, akan dilakukan rencana tindak lanjut untuk memastikan keberlanjutan penerapan transformasi digital oleh UMKM, seperti kunjungan evaluasi rutin atau Menjadwalkan kunjungan evaluasi guna memantau perkembangan digital marketing dan penggunaan pembayaran nontunai di masing-masing UMKM, dan penyusunan laporan perkembangan seperti mendokumentasikan hasil program, hambatan yang masih dihadapi, serta menyusun rekomendasi untuk program serupa di masa mendatang.

Langkah terakhir kami tutup dengan penguatan kemitraan yang strategis. penguatan jaringan dan kemitraan ini juga akan didorong melalui identifikasi mitra potensial seperti lembaga pemerintah, kampus, NGO, dan komunitas UMKM yang memiliki kepedulian pada pemberdayaan ekonomi masyarakat, penguatan jaringan bisnis seperti mendorong UMKM untuk bergabung dalam komunitas wirausaha agar terjadi kolaborasi dan berbagi pengalaman, kerja sama program lanjutan yaitu bersinergi dengan pihak perbankan dan lembaga pelatihan agar edukasi digital marketing dan transaksi digital berjalan berkesinambungan, dan referensi akses permodalan dengan membantu UMKM dalam menghubungkan kebutuhan permodalan ke mitra perbankan atau koperasi setelah mempraktikkan digitalisasi bisnis dan dengan pendekatan pelatihan dan pendampingan yang terintegrasi digital marketing serta pembayaran digital melalui QRIS dan Agen BNI 46, program ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing UMKM di Kecamatan Cipayung Depok, memperluas peluang pasar, serta menciptakan ekosistem usaha yang lebih modern dan berkelanjutan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema “Pemberdayaan UMKM melalui Integrasi Digitalisasi Marketing dan Sistem Pembayaran Digital (QRIS dan Agen BNI 46) di Kecamatan Cipayung, Kota Depok” dilaksanakan pada Kamis, 29 Mei 2025 bertempat di Kecamatan Cipayung dengan peserta yang berasal dari UMKM di 5 kelurahan (Cipayung, Bojong Pondok Terong, Ratu Jaya, Pondok Jaya, dan Kelurahan Cipayung Jaya. Kegiatan berjalan sesuai rencana, dengan jumlah peserta UMKM sebanyak 35 pelaku usaha dari beragam sektor, seperti kuliner, fashion, dan kerajinan tangan. Rangkaian kegiatan mencakup pembukaan dan sambutan dari pihak kecamatan dan ketua tim pengabdian, pemaparan materi digital marketing oleh narasumber praktisi digital, pengenalan dan simulasi QRIS oleh perwakilan BNI, pengenalan fungsi Agen BNI 46 untuk mendukung transaksi keuangan, simulasi praktik langsung pembuatan akun media sosial bisnis, diskusi interaktif dan studi kasus berdasarkan pengalaman peserta, dan pendampingan implementasi setelah pelatihan.

Kegiatan dilaksanakan dalam suasana antusias, terlihat dari banyaknya peserta yang aktif bertanya dan mencoba praktik pemasangan QRIS, serta diskusi seputar konten promosi digital yang relevan dengan produk mereka.

Hasil Pelaksanaan berdasarkan data monitoring pascapelatihan, diperoleh hasil sebagai Peningkatan kapasitas digital marketing (sebanyak 90% peserta berhasil membuat akun bisnis di media sosial (Facebook/Instagram), 70% peserta mulai memposting katalog produk digital, dan 50% peserta sudah menggunakan fitur Google Maps untuk menandai lokasi usaha mereka), adopsi sistem pembayaran digital (QRIS) (85% peserta berhasil mendaftarkan dan memasang QRIS di tempat usahanya, serta 60% peserta sudah melakukan transaksi pertama dengan QRIS dalam 1 minggu pasca pelatihan), Pemanfaatan Agen BNI 46 (65% peserta memahami layanan Agen BNI 46, dan 40% peserta mulai melakukan transaksi (setor tunai, transfer, pembayaran tagihan) melalui Agen BNI 46 di sekitar wilayah mereka), pendampingan lanjutan (peserta sangat mengapresiasi pendampingan mingguan melalui grup WhatsApp, di mana mereka merasa terbantu untuk memecahkan kendala teknis saat mempraktikkan penggunaan QRIS maupun memproduksi konten digital). Secara umum, hasil kegiatan ini berhasil meningkatkan literasi digital UMKM sekaligus memacu penggunaan teknologi keuangan digital di Kecamatan Cipayung.

Pembahasan hasil kegiatan ini sesuai dengan berbagai penelitian yang juga telah dijelaskan dalam Bab 2. Berikut keterkaitannya:

1. Keterbatasan SDM digital

Berdasarkan Ardiyono et al. (2024) dan Maulidiyah et al. (2025), kerapuhan skill konten dan kemampuan membaca analitik digital adalah hambatan mendasar UMKM. Ini terlihat di kegiatan, di mana beberapa peserta masih kesulitan memproduksi konten promosi yang menarik meski sudah diberikan pelatihan. Hal ini menunjukkan perlunya pendampingan lanjutan yang lebih intensif agar skill konten dan evaluasi performa digital marketing dapat meningkat.

2. Dukungan pendampingan

Kegiatan pendampingan melalui grup WhatsApp terbukti membantu peserta, mendukung temuan Lestari et al. (2025) dan program SosKes Purwokerto, yang menegaskan bahwa pendampingan berkelanjutan adalah salah satu kunci pemberdayaan UMKM digital secara end to end.

3. Inklusi dan akses teknologi

Ramadhanti et al. (2025) menunjukkan keterbatasan akses perangkat digital dan internet menjadi tantangan besar. Hal ini juga tampak dalam kegiatan, di mana tidak semua UMKM memiliki smartphone atau koneksi stabil sehingga masih perlu solusi tambahan misalnya penyediaan fasilitas hotspot komunitas.

4. Terbatasnya akses sistem pembayaran digital

Sesuai penelitian Suharno (2022), Bank Indonesia (2023), dan Jurnal Riset Keuangan Mikro, masih rendahnya sosialisasi QRIS maupun pemahaman

tentang Agen BNI 46 membuat adopsi lambat. Hasil kegiatan ini menunjukkan peningkatan cukup signifikan, tetapi peserta tetap memerlukan pendampingan agar benar-benar memanfaatkan fitur QRIS dan layanan agen perbankan secara rutin.

5. Rendahnya literasi digital marketing

Hasil pelatihan memperlihatkan peserta mulai memahami strategi promosi online, meski belum sepenuhnya optimal. Ini sejalan dengan Widyastuti et al. (2023) serta JIPEMAS UNJ, bahwa banyak UMKM baru menggunakan media sosial sekadar untuk pajangan produk tanpa strategi storytelling atau promosi terjadwal.

6. Minimnya integrasi pemasaran dan transaksi

Sejalan dengan Hidayat & Rachmawati (2021), kegiatan ini menemukan bahwa UMKM cenderung memisahkan sistem promosi dengan pembayaran digital. Pendampingan lebih lanjut diarahkan untuk mengintegrasikan katalog digital dengan QRIS agar transaksi berjalan lebih praktis.

7. Konsistensi dan algoritma

Maulidiyah et al. (2025) menyebutkan bahwa konsistensi memproduksi konten adalah tantangan besar. Ini terbukti dalam kegiatan, di mana sebagian peserta kesulitan menjaga ritme posting dan khawatir terhadap perubahan *algoritma platform*.

Dari temuan di lapangan, beberapa kendala yang masih perlu menjadi perhatian, antara lain beberapa peserta belum mampu memproduksi konten promosi yang kreatif dan menarik, tidak semua UMKM memiliki smartphone dan koneksi internet memadai untuk mendukung aktivitas digital marketing dan transaksi QRIS, dan masih perlu ditambahkan materi khusus tentang keamanan data digital agar UMKM merasa lebih aman bertransaksi online.

Dengan demikian, meskipun kegiatan ini telah membawa dampak positif dalam meningkatkan literasi digital dan inklusi keuangan UMKM, program pendampingan harus terus berjalan agar transformasi digital dapat diimplementasikan secara berkelanjutan dan konsisten.

## SIMPULAN

Kesimpulan Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul "Pemberdayaan UMKM melalui Integrasi Digitalisasi Marketing dan Sistem Pembayaran Digital (QRIS dan Agen BNI 46) di Kecamatan Cipayung, Kota Depok" telah terlaksana dengan baik dan berjalan sesuai target. Hasilnya menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan berhasil meningkatkan literasi digital marketing para pelaku UMKM, mayoritas peserta mampu mengimplementasikan QRIS untuk transaksi usahanya, pemahaman dan pemanfaatan Agen BNI 46 meningkat sebagai saluran inklusi keuangan, pendampingan lanjutan melalui grup whatsapp untuk diskusi terbukti membantu keberlanjutan praktik digital di lapangan. Dengan demikian, program ini dapat memperkuat daya saing UMKM di Kecamatan Cipayung sekaligus mendukung transformasi digital sektor usaha mikro kecil menengah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardiyono, A., Putri, M., & Sasmita, R. (2024). Keterbatasan sumber daya manusia digital pada UMKM. *Jurnal Ekonomi Digital*, 12(1), 45–58.
- Bank Indonesia. (2023). Laporan perkembangan QRIS dan inklusi keuangan di Indonesia. Jakarta: Bank Indonesia.
- Badan Pusat Statistik Kota Depok. (2024). Luas daerah menurut kelurahan di Kecamatan Cipayung. Retrieved from <https://depokkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/Mjg0IzI=/luas-daerah-menurut-kelurahan-di-kecamatan-cipayung.html>
- Hidayat, R., & Rachmawati, S. (2021). Pemberdayaan UMKM melalui integrasi pemasaran digital dan sistem pembayaran digital. *Jurnal Abdimas Ekonomi*, 5(2), 102–115.
- JIPEMAS. (2023). Pengaruh penggunaan TikTok dan WhatsApp terhadap omzet UMKM kuliner di Bandung. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(1), 55–66.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Kustanto, B. (2020). Sejarah peran UMKM dalam perekonomian Indonesia. Yogyakarta: Pustaka Ekonomi.
- Lestari, D., Anwar, R., & Wijaya, T. (2025). Pendampingan berkelanjutan sebagai kunci pemberdayaan UMKM digital. *Jurnal Sosial Ekonomi Purwokerto*, 8(1), 23–37.
- Putra, A., & Haryono, T. (2020). Penerapan pemasaran digital pada UMKM. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(3), 67–75.
- Ramadhanti, S., Nurdin, F., & Prasetyo, D. (2025). Akses teknologi dan inklusi keuangan UMKM di era digital. *Jurnal Teknologi dan Ekonomi*, 11(2), 88–99.
- Ricardo, M., Kurniawan, A., & Devi, R. (2024). Dampak digitalisasi UMKM melalui QRIS dan platform online terhadap visibilitas dan kemudahan transaksi. *Jurnal Keuangan Mikro*, 9(1), 54–70.
- Sari, D. P., & Wahyuni, S. (2021). Pelatihan digital marketing berbasis pendampingan untuk meningkatkan literasi digital UMKM. *Jurnal Pengembangan Sumber Daya Manusia*, 7(4), 45–59.
- Suharno. (2022). Pengaruh penggunaan QRIS terhadap kecepatan transaksi dan kepercayaan konsumen. *Jurnal Riset Keuangan Mikro*, 6(2), 33–48.
- Utami, R. (2021). Transformasi digital UMKM Indonesia di era pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 3(1), 12–25.
- Wahyuni, L., Nugroho, S., & Ramlan, H. (2020). Integrasi e-commerce dan sistem pembayaran QRIS dalam meningkatkan performa penjualan UMKM. *Jurnal Teknologi Informasi dan Manajemen*, 15(2), 77–89.
- Widyastuti, R., Anggraini, M., & Susanti, D. (2023). Pelatihan TikTok marketing meningkatkan penjualan UMKM kuliner. *Jurnal Media Sosial dan Pemasaran*, 4(1), 30–42.
- Windusancono, A. (2020). Peran UMKM dalam perekonomian nasional. Surabaya: Media Ekonomi.