



Penguatan Kapasitas UMKM Melalui Digital Branding dan Pemanfaatan QRIS Berbasis Fintech Halal di Ranting 'Aisyiyah Kalilopo

Strengthening The Capacity of MSMEs Through Digital Branding and The Utilization of Halal Fintech-Based QRIS in the 'Aisyiyah Branch of Kalilopo Village

Yayuk Mundiastutik¹, Tuti Nadhifah^{2*}, Dian Rosita³, Anisa Sholikhati⁴, Heni Risnawati⁵, Rahman Abdillah⁶, Naila Husna⁷

^{1,4}Teknologi Laboratorium Medis, Fakultas Ilmu Hukum, Universitas Muhammadiyah Kudus, Indonesia

^{2,6,7}Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi, Pendidikan Dan Hukum, Universitas Muhammadiyah Kudus, Indonesia

³Hukum, Fakultas Ekonomi, Pendidikan dan Hukum, Universitas Muhammadiyah Kudus, Indonesia

⁵Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Pendidikan Dan Hukum, Universitas Muhammadiyah Kudus, Indonesia

*Penulis Korespondensi: tutinadhifah@umkudus.ac.id

Riwayat Artikel:

Naskah Masuk: 25 Februari 2026

Revisi: 22 Maret 2026

Diterima: 28 April 2026

Terbit: 30 April 2026

Keywords: Digital Branding; Digital Literacy; Halal Fintech; MSMEs; QRIS.

Abstract. This community service activity aims to enhance the capacity of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the 'Aisyiyah Branch of Kalilopo Village through strengthening digital branding, utilization of Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS), and improving halal fintech and data security literacy. The main challenges faced by participants include low digital literacy, limited digital marketing strategies, and minimal use of cashless payment systems. The program was implemented through four stages: preparation, implementation, monitoring and evaluation, and reporting. The core activities consisted of socialization, training, and hands-on assistance in using digital platforms and QRIS. Evaluation was conducted using pre-test and post-test methods involving 25 participants. The results showed a significant improvement with an average increase of 36%, including digital branding understanding (48% to 86%), QRIS usage (42% to 88%), halal fintech literacy (50% to 82%), and data security awareness (55% to 83%). These findings indicate that practice-based educational approaches are effective in improving MSMEs' digital literacy and skills. This program contributes to fostering adaptive, inclusive, and sustainable digital transformation among MSMEs.

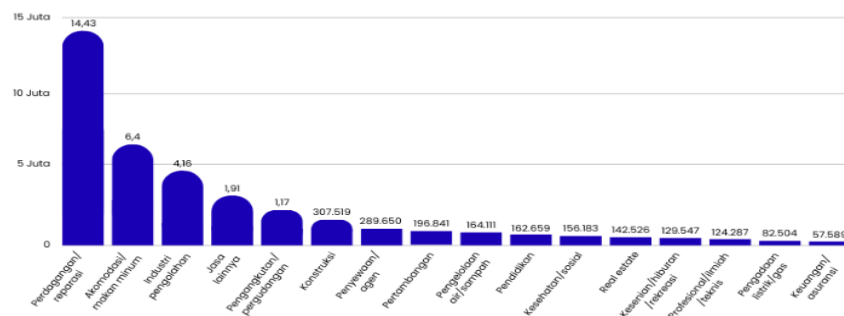
Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Ranting 'Aisyiyah Desa Kalilopo melalui penguatan digital branding, pemanfaatan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS), serta literasi fintech halal dan keamanan data. Permasalahan utama yang dihadapi mitra meliputi rendahnya literasi digital, keterbatasan dalam strategi pemasaran digital, serta minimnya pemanfaatan sistem pembayaran non-tunai. Metode pelaksanaan dilakukan melalui tahapan persiapan, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi, serta penyusunan laporan. Kegiatan inti berupa sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan praktik penggunaan media digital dan QRIS. Evaluasi dilakukan *pre-test* dan *post-test* terhadap 25 peserta. Hasil menunjukkan adanya peningkatan signifikan dengan rata-rata kenaikan sebesar 36%, meliputi pemahaman digital branding (48% menjadi 86%), penggunaan QRIS (42% menjadi 88%), literasi fintech halal (50% menjadi 82%), serta keamanan data (55% menjadi 83%). Hasil ini menunjukkan bahwa pendekatan edukatif berbasis praktik efektif dalam meningkatkan literasi dan keterampilan digital UMKM. Program ini berkontribusi dalam mendorong transformasi digital UMKM yang lebih adaptif, inklusif, dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Digital Branding; Fintech Halal; Literasi Digital; QRIS; UMKM.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian nasional yang memiliki kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Dengan proporsi mencapai sekitar 99% dari keseluruhan unit usaha, UMKM menjadi sektor yang mendominasi struktur ekonomi nasional. Berdasarkan data (Kementerian Koperasi dan UKM, 2024), sektor UMKM berkontribusi sekitar 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional serta mampu menyerap lebih dari 97% tenaga kerja. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa UMKM memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, pemerataan pendapatan, dan penciptaan lapangan kerja.



Gambar 1. Jumlah UMKM Di Indonesia Berdasarkan Sektor Usaha, 31 Desember 2024.

Namun demikian, pelaku UMKM, khususnya yang berada di wilayah pedesaan, masih menghadapi berbagai hambatan, terutama dalam hal akses dan pemanfaatan teknologi yang berperan penting untuk meningkatkan efisiensi operasional serta daya saing usaha (Harahap et al., 2025). Rendahnya tingkat literasi digital, terbatasnya kemampuan dalam membangun branding usaha, serta minimnya pemanfaatan sistem pembayaran digital menjadi faktor penghambat yang berpotensi menurunkan produktivitas, mempersempit jangkauan pasar, dan melemahkan posisi kompetitif UMKM (Herri Wijaya, et., al. 2023). (Kementerian Koperasi dan UKM, 2024) menegaskan bahwa tantangan UMKM ke depan tidak hanya berkaitan dengan inovasi dan teknologi, tetapi juga mencakup aspek literasi digital, produktivitas, legalitas usaha, akses pembiayaan, strategi pemasaran, kualitas sumber daya manusia, serta standardisasi dan sertifikasi produk.

Dalam perspektif ekonomi syariah, UMKM memiliki peran strategis sebagai penggerak ekonomi umat, terutama pada sektor riil berbasis halal, seperti makanan, fashion, dan kerajinan. Potensi ekonomi halal di Indonesia juga sangat besar. Laporan *State of the Global Islamic Economy Report* (Bank Indonesia, 2024) menunjukkan bahwa Indonesia memiliki peluang yang sangat besar dalam pengembangan ekonomi halal global. Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh pelaku UMKM, terutama akibat keterbatasan kemampuan digitalisasi serta akses terhadap layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Kondisi

ini menjadi tantangan sekaligus peluang dalam mendorong transformasi digital UMKM berbasis syariah. Di sisi lain, (Kementerian Koperasi dan UKM, 2024) menegaskan bahwa tantangan UMKM ke depan mencakup aspek inovasi, teknologi, literasi digital, produktivitas, legalitas usaha, pembiayaan, pemasaran, kualitas sumber daya manusia, serta standardisasi dan sertifikasi.

Perkembangan teknologi finansial (*financial technology/fintech*) dan sistem pembayaran digital seperti *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) membuka peluang besar dalam mendukung efisiensi transaksi dan inklusi keuangan. QRIS yang dikembangkan oleh Bank Indonesia bertujuan untuk mengintegrasikan berbagai sistem pembayaran berbasis kode QR agar lebih efisien, aman, dan inklusif bagi masyarakat, termasuk pelaku UMKM. Data Bank Indonesia (Bank Indonesia, 2024) menunjukkan bahwa jumlah merchant pengguna QRIS telah mencapai lebih dari 30 juta, dan sekitar 80% di antaranya merupakan pelaku UMKM.

Selain QRIS, perkembangan fintech halal, seperti *peer-to-peer* (P2P) *lending syariah*, *crowdfunding* berbasis wakaf, dan dompet digital syariah, memberikan alternatif pembiayaan yang lebih inklusif dan sesuai dengan prinsip muamalah Islam. Penelitian (Sriyono et al., 2024) menunjukkan bahwa fintech memiliki peran penting dalam meningkatkan adopsi sistem pembayaran digital di kalangan UMKM. Sementara itu, (Natsir et al., 2023) mengungkapkan bahwa keberhasilan implementasi QRIS sangat dipengaruhi oleh literasi keuangan dan kesiapan digital pelaku UMKM. Pelaku usaha yang memiliki pemahaman teknologi yang baik cenderung lebih cepat mengadopsi sistem pembayaran digital dibandingkan dengan mereka yang memiliki keterbatasan literasi.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga mencatat pertumbuhan positif ekosistem fintech syariah di Indonesia, termasuk peningkatan volume pembiayaan dan proyeksi pertumbuhan pasar yang signifikan hingga tahun 2026 (Departemen Perbankan Syariah Otoritas Jasa Keuangan, 2022). Lebih lanjut, faktor utama yang memengaruhi keputusan UMKM dalam mengadopsi QRIS adalah persepsi kemudahan penggunaan, efisiensi transaksi, dan biaya yang relatif terjangkau. Dalam hal ini, fintech berperan sebagai fasilitator utama dalam mempercepat transformasi digital melalui penyediaan platform yang mudah diakses dan terintegrasi dengan kebutuhan usaha.

Namun demikian, tingkat literasi dan pemanfaatan fintech halal serta QRIS di masyarakat masih tergolong rendah, terutama di wilayah perdesaan. Dalam konteks lokal, UMKM di Desa Kalilopo, khususnya yang berada dalam lingkup Ranting ‘Aisyiyah Kalilopo memiliki peran penting dalam mendukung perputaran ekonomi masyarakat setempat serta

peningkatan kesejahteraan keluarga. Akan tetapi, sebagian pelaku usaha masih menghadapi berbagai kendala dalam mengadopsi teknologi digital dan memanfaatkan sistem pembayaran modern. Keterbatasan pemahaman mengenai strategi *digital branding*, minimnya akses terhadap sistem pembayaran non-tunai melalui QRIS, serta rendahnya literasi mengenai layanan fintech halal menjadi tantangan utama yang menghambat perkembangan dan daya saing usaha. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa proses transformasi digital pada UMKM di tingkat desa masih berlangsung secara lambat, terutama pada komunitas usaha yang belum terbiasa dengan pemanfaatan teknologi sebagai sarana pengembangan bisnis dan perluasan pasar.

Berdasarkan hasil observasi awal, tim pengabdian masyarakat mengidentifikasi meskipun tingkat penggunaan telepon pintar di kalangan anggota Ranting 'Aisyiyah Kalilopo tergolong cukup tinggi, pemanfaatannya masih terbatas pada aktivitas komunikasi sehari-hari dan belum dioptimalkan untuk kegiatan yang bersifat produktif, seperti digital branding, pemasaran melalui media sosial, serta transaksi keuangan digital. Permasalahan utama yang dihadapi meliputi rendahnya kesadaran terhadap pentingnya digitalisasi usaha, keterbatasan pemahaman mengenai strategi pemasaran digital, serta minimnya pengetahuan terkait penggunaan QRIS dan layanan fintech halal. Hal ini selaras dengan penelitian (Cao, 2016) yang menunjukkan bahwa literasi masyarakat terhadap produk fintech syariah masih tergolong rendah, terutama di kalangan pelaku UMKM di wilayah non-perkotaan. Tantangan lain dalam implementasi QRIS juga meliputi kurangnya sosialisasi mengenai manfaat dan mekanisme penggunaannya, keterbatasan infrastruktur digital, seperti akses internet yang belum merata, serta masih tingginya preferensi masyarakat terhadap transaksi tunai (Natsir et al., 2023) Di samping itu, rendahnya kemampuan pelaku UMKM dalam membangun identitas merek dan memanfaatkan platform digital untuk promosi turut memengaruhi visibilitas usaha dan jangkauan pasar.



Gambar 2. Kegiatan Pemberdayaan UMKM di Ranting 'Aisyiyah Desa Kalilopo.

Pengabdian kepada Masyarakat yang telah dilakukan membahas pentingnya penerapan strategi *digital branding* serta pemanfaatan sistem pembayaran QRIS berbasis fintech halal sebagai upaya penguatan kapasitas UMKM di Ranting 'Aisyiyah Kalilopo. Materi yang diberikan meliputi pembuatan konten pemasaran digital, optimalisasi pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, penguatan identitas dan citra produk, serta praktik penggunaan QRIS dalam transaksi usaha sehari-hari. Selain aspek pemasaran dan efisiensi transaksi, program ini juga menekankan pentingnya pemahaman mengenai keamanan data dan perlindungan informasi digital, khususnya dalam penggunaan sistem pembayaran elektronik dan media promosi berbasis daring. Edukasi mengenai keamanan data mencakup perlindungan informasi pribadi konsumen, keamanan akun media sosial dan aplikasi pembayaran, penggunaan kata sandi yang kuat, serta kewaspadaan terhadap potensi penipuan digital (*phishing*), penyalahgunaan data, dan akses tidak sah. Aspek ini menjadi penting untuk meningkatkan kepercayaan konsumen sekaligus memastikan bahwa proses transformasi digital UMKM berlangsung secara aman, bertanggung jawab, dan berkelanjutan (Muh. Misbahul Munir et al., 2024).

Kegiatan pengabdian Kepada Masyarakat dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan, pemahaman, dan keterampilan pelaku UMKM di Ranting 'Aisyiyah Kalilopo dalam menerapkan strategi *digital branding*, memanfaatkan sistem pembayaran QRIS berbasis fintech halal, serta memahami pentingnya keamanan data dalam transaksi digital. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk memperkuat kapasitas peserta dalam mengoptimalkan media digital sebagai sarana promosi usaha, meningkatkan efisiensi transaksi, memperluas jangkauan pasar, dan membangun kepercayaan konsumen melalui pengelolaan informasi yang aman dan bertanggung jawab.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan metode partisipatif (Participatory Action Research/PAR), yang menekankan keterlibatan aktif mitra dalam setiap tahapan kegiatan pengabdian. Pendekatan ini dipilih untuk memastikan bahwa program yang dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan riil pelaku UMKM serta memberikan dampak yang terukur. Subjek pengabdian dalam program ini adalah anggota Ranting 'Aisyiyah Desa Kalilopo yang memiliki usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), khususnya pelaku usaha pada sektor makanan, fashion, dan kerajinan rumah tangga. Pemilihan subjek didasarkan pada hasil observasi awal yang menunjukkan bahwa kelompok tersebut memiliki potensi ekonomi yang cukup besar, namun masih menghadapi keterbatasan dalam pemanfaatan

teknologi digital untuk pengembangan usaha.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan melalui empat tahapan utama, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, tahap monitoring dan evaluasi, serta tahap penyusunan laporan.

Tahap Persiapan

Tahap persiapan dimulai dengan penyusunan program kerja yang mencakup identifikasi kebutuhan UMKM sasaran, penjadwalan kegiatan, serta penentuan materi sosialisasi dan pelatihan. Tim pelaksana melakukan koordinasi dengan pimpinan dan anggota Ranting 'Aisyiyah Kalilopo Klumpit untuk memastikan dukungan serta partisipasi aktif peserta dalam seluruh rangkaian kegiatan. Koordinasi ini juga meliputi pemetaan jenis usaha yang dijalankan peserta serta tingkat kesiapan mereka dalam mengadopsi teknologi keuangan digital. Selanjutnya, dilakukan survei awal untuk menggali informasi terkait kondisi peserta. Hasil survei ini digunakan sebagai dasar dalam penyusunan materi pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan peserta.

Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan dilakukan melalui kegiatan pelatihan, seminar, dan sosialisasi bertema "DIGITAL BRANDING PEMASARAN UNTUK PENINGKATAN KAPASITAS UMKM MELALUI INOVASI PEMBAYARAN DIGITAL QRIS DAN FINTECH HALAL DI RANTING 'AISYIYAH DESA KALILOPO" Tim pengabdian bertindak sebagai narasumber dan fasilitator dengan tujuan memberikan wawasan teoritis sekaligus keterampilan praktis kepada peserta. Materi yang disampaikan meliputi :

- a. Pengertian fintech halal, prinsip dasar, jenis layanan fitech halal, manfaat dan contoh implementasi dengan QRIS
- b. Pengenalan QRIS, manfaat QRIS, Cara kerja QRIS, Jenis QRIS, cara pendaftaran QRIS.
- c. Pentingnya keamanan dalam transaksi digital, risiko penggunaan QRIS, keamanan data, tips aman penggunaan QRIS dan tindakan yang harus dilakukan pelaku usaha jika terjadi masalah

Selain penyampaian materi, tim juga memberikan pelatihan praktik langsung kepada peserta. Pada tahap ini, peserta dibimbing untuk:

- a. Mengunduh dan mendaftarkan akun pembayaran digital, seperti OVO, ShopeePay, Dana dan LinkAja;
- b. Menggunakan QRIS untuk transaksi jual beli;
- c. Menjaga keamanan transaksi digital sesuai prinsip syariah; serta
- d. Membuat konten promosi digital sederhana untuk meningkatkan visibilitas usaha.

Kegiatan ini juga didukung dengan publikasi melalui media massa dan media sosial sebagai bentuk diseminasi hasil pengabdian.

a. Tahap Monitoring dan Evaluasi

Setelah program dilaksanakan, tim melakukan monitoring melalui observasi langsung dan penyebaran kuesioner evaluasi. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar untuk penyempurnaan program lanjutan dan penyusunan publikasi ilmiah hasil pengabdian.

b. Tahap Penyusunan Laporan

Tahap penyusunan laporan hasil kegiatan dilakukan secara berkala setiap triwulan selama satu tahun. Laporan ini bertujuan untuk memantau perkembangan implementasi program, mengukur keberlanjutan dampak terhadap UMKM sasaran, serta mendokumentasikan capaian dan kendala selama pelaksanaan kegiatan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengukur efektivitas program pengabdian, tim pelaksana melakukan evaluasi melalui pre-test dan post-test kepada 50 peserta yang merupakan anggota Ranting 'Aisyiyah Kalilopo yang menjadi pelaku UMKM atau dengan kata lain mempunyai usaha di bidang makanan, fashion, dan kerajinan. Evaluasi dilakukan untuk menilai tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang meliputi *digital branding*, penggunaan QRIS, fintech halal, dan keamanan data dalam transaksi digital.

Berikut adalah tabel hasil pre-test dan post-test yang menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam pemahaman *digital branding*, penggunaan QRIS, fintech halal, dan keamanan data dalam transaksi digital setelah adanya kegiatan pengabdian.

Tabel 1. Hasil pre-test dan post-test peserta Pengabdian Masyarakat Ranting Aisyiyah Kalilopo

No.	Indikator Penilaian	Pre-test (%)	Post-test (%)	Peningkatan (%)
1	Pemahaman <i>digital branding</i>	48	86	38
2	Penggunaan QRIS sebagai pembayaran digital	42	88	46
3	Literasi fintech halal	50	82	32
4	Keamanan data dan transaksi digital	55	83	28
Rata-rata		48,8	84,8	36,0

Sumber: Data hasil pengabdian masyarakat, 2026, diolah penulis.

Peningkatan sebesar 36% menunjukkan bahwa metode edukasi berbasis ceramah interaktif, diskusi kelompok, dan praktik langsung memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan literasi digital peserta. Secara lebih rinci peningkatan pemahaman peserta juga terlihat pada masing-masing indikator. Pada aspek *digital branding*, tingkat pemahaman

peserta meningkat dari 48% pada pre-test menjadi 86% pada post-test. Peningkatan ini terlihat dari kemampuan peserta dalam membuat konten promosi sederhana, memanfaatkan media sosial untuk pemasaran, serta memperkuat identitas visual produk melalui penggunaan nama usaha, logo, dan foto produk yang lebih menarik.

Pada aspek penggunaan QRIS sebagai sarana pembayaran digital, terjadi peningkatan dari 42% menjadi 88%. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta masih mengandalkan transaksi tunai dan belum memahami prosedur penggunaan QRIS. Setelah pendampingan, peserta telah mampu melakukan registrasi akun pembayaran digital, memahami cara menerima pembayaran melalui kode QR, serta menerapkan sistem pembayaran non-tunai dalam transaksi usaha.



Gambar 4. Kegiatan Sosialisasi dan pendampingan prosedur penggunaan QRIS di Ranting 'Aisyiyah Desa Kalilopo.

Sementara itu, pada aspek literasi fintech halal, pemahaman peserta meningkat dari 50% menjadi 82%. Peningkatan ini menunjukkan bahwa peserta mulai memahami konsep layanan keuangan digital yang tidak hanya berbasis teknologi, tetapi juga selaras dengan prinsip-prinsip syariah, seperti keadilan, transparansi, dan larangan riba. Peserta juga mulai mengenali berbagai bentuk layanan fintech halal, termasuk platform pembiayaan usaha mikro berbasis syariah, *peer-to-peer lending* syariah, serta alternatif pembiayaan berbasis akad yang sesuai dengan prinsip muamalah Islam (Muh. Ahsan Kamil & Muhammad Rasyid Ridlo, 2024). Selain itu, pemahaman mengenai pentingnya transparansi dalam transaksi, kejelasan akad, serta penghindaran unsur gharar dan maisir turut mengalami peningkatan (Tuti' Nadiyah et al., 2023). Penelitian (Haikal Dzikri Daulay et al., 2026) juga menjelaskan bahwa integrasi antara literasi digital dan pemahaman nilai-nilai syariah dapat menjadi landasan penting dalam mendorong adopsi teknologi keuangan yang lebih inklusif dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dengan demikian, peningkatan literasi fintech halal tidak hanya berdampak pada

aspek teknis penggunaan, tetapi juga pada kesadaran etis dalam menjalankan aktivitas ekonomi digital.

Pada indikator keamanan data dan transaksi digital, nilai peserta meningkat dari 55% menjadi 83%. Peserta menunjukkan peningkatan pemahaman terkait pentingnya menjaga kerahasiaan data akun, penggunaan kata sandi yang aman, serta kewaspadaan terhadap potensi penipuan digital, seperti *phishing* dan penyalahgunaan data. Selain itu, peserta juga telah mampu menerapkan langkah-langkah preventif, seperti penggunaan kata sandi yang kuat dan unik, tidak membagikan informasi sensitif kepada pihak yang tidak terpercaya, serta memastikan keamanan aplikasi yang digunakan untuk transaksi. Peningkatan pemahaman ini menjadi aspek krusial dalam mendukung keberhasilan transformasi digital UMKM, karena tingkat kepercayaan terhadap sistem digital sangat dipengaruhi oleh persepsi keamanan pengguna. Dengan demikian, literasi keamanan data tidak hanya berfungsi sebagai upaya perlindungan individu, tetapi juga sebagai faktor pendukung dalam membangun ekosistem ekonomi digital yang aman, terpercaya, dan berkelanjutan (Tuti Nadhifah, et., al. 2024).

Pengabdian kepada masyarakat di Ranting 'Aisyiyah Desa Kalilopo diawali dengan edukasi pemanfaatan QRIS sebagai metode pembayaran digital bagi pemilik UMKM. Melalui pendampingan langsung, kami membantu anggota Ranting 'Aisyiyah yang menjadi pelaku usaha kecil memahami cara menggunakan QRIS, mulai dari proses pendaftaran hingga transaksi, agar mereka lebih siap menghadapi era digitalisasi sistem pembayaran. Implementasi QRIS di Ranting 'Aisyiyah Desa Kalilopo menjadi langkah nyata digitalisasi layanan transaksi. Melalui sosialisasi yang kami lakukan, pemilik usaha di wilayah ini kini mampu memanfaatkan QRIS untuk menerima pembayaran secara non-tunai, meningkatkan efisiensi layanan sekaligus memperluas potensi pemasaran usahanya (Vinsensius Engelbertus Lado & Nugraeni, 2025).

Penerapan QRIS tidak hanya berdampak pada kemudahan transaksi, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan profesionalisme dan kepercayaan konsumen terhadap pelaku UMKM (Mai Susanti et al., 2025). Konsumen cenderung merasa lebih aman dan nyaman ketika diberikan alternatif pembayaran non-tunai yang praktis dan transparan. Selain itu, penggunaan QRIS memungkinkan pelaku usaha untuk melakukan pencatatan transaksi secara lebih sistematis, sehingga memudahkan dalam pengelolaan keuangan usaha (Donal et al., 2023). Pelaku UMKM tidak hanya mampu memasarkan produknya melalui media digital, tetapi juga menyediakan sistem pembayaran yang modern dan sesuai dengan preferensi konsumen saat ini. Kombinasi antara pemasaran digital dan kemudahan transaksi ini menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing usaha di tengah perkembangan ekonomi digital (Nike Larasati et al., 2025).

Secara keseluruhan, hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Ranting 'Aisyiyah Desa Kalilopo menunjukkan bahwa penguatan kapasitas UMKM melalui pendekatan terintegrasi antara digital branding, pemanfaatan QRIS berbasis fintech halal, serta peningkatan literasi keamanan data memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha. Peningkatan hasil pre-test dan post-test pada seluruh indikator menunjukkan bahwa intervensi program yang dilakukan efektif dalam mendorong adopsi teknologi digital di tingkat komunitas. Selain itu, pendekatan berbasis partisipasi aktif dan pendampingan langsung terbukti mampu mempercepat proses transformasi digital, terutama pada kelompok masyarakat yang sebelumnya memiliki keterbatasan literasi teknologi. Dengan demikian, program ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan daya saing UMKM, tetapi juga menjadi model pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas yang adaptif, inklusif, dan berkelanjutan dalam menghadapi perkembangan ekonomi digital.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Ranting 'Aisyiyah Desa Kalilopo menunjukkan bahwa penguatan kapasitas UMKM melalui integrasi digital branding, pemanfaatan QRIS berbasis fintech halal, serta peningkatan literasi keamanan data memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha. Hal ini dibuktikan melalui hasil evaluasi pre-test dan post-test yang menunjukkan peningkatan rata-rata sebesar 36% pada seluruh indikator penilaian. Pendekatan yang mengombinasikan metode sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan praktik secara langsung terbukti efektif dalam mendorong adopsi teknologi digital, khususnya bagi pelaku UMKM di wilayah perdesaan yang sebelumnya memiliki keterbatasan literasi digital. Selain itu, pemanfaatan QRIS tidak hanya meningkatkan efisiensi transaksi, tetapi juga memperkuat kepercayaan konsumen dan profesionalisme usaha. Dengan demikian, program ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan daya saing UMKM, tetapi juga dapat menjadi model pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas yang adaptif, inklusif, dan berkelanjutan dalam menghadapi perkembangan ekonomi digital. Ke depan, diperlukan keberlanjutan program melalui pendampingan lanjutan dan penguatan ekosistem digital agar dampak yang dihasilkan dapat lebih optimal dan berjangka panjang.

PENGAKUAN

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Majelis Diktilitbang Pimpinan Pusat Muhammadiyah atas dukungan pendanaan melalui Program Hibah RisetMu, sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Universitas Muhammadiyah Kudus, Ranting 'Aisyiyah Desa Kalilopo, serta seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan berpartisipasi dalam pelaksanaan kegiatan ini.

DAFTAR REFERENSI

- Bank Indonesia. (2024). *Statistik Sistem Pembayaran QRIS Nasional*.
- Cao, W. (2016). *FinTech Acceptance Research in Finland – Case Company Plastic*.
- Departemen Perbankan Syariah Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2022*.
- Donal, Randy Prayogi, Hisam Fauzi, Nur Huda Ananda Prijulianto, Nurfa Sepiyani, Stevani Kristin, Dewi Chytia Lumban Tobing, Anisha Rahmania, Nadila Rose, & Bening Embun Diniari. (2023). SOSIALISASI PEMBAYARAN DIGITAL (QRIS) DAN BRANDING UMKM DI DESA KUALA TOLAM. *J-Abdi Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(5), 945–950.
- Haikal Dzikri Daulay, Nur Sa'diah Saragih, Rodiatul Husna, Shopi Regina, & Zuhri M. Nawawi. (2026). Digitalisasi pembayaran dan strategi branding UMKM Studi kasus pada Apotik Kasih Ibu dan usaha Toko Kue Herawati di Kecamatan Balige dalam perspektif SDGs. *Safari: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 6(1), 144–158.
- Harahap, A., Habibie, K. A., Heriyadi, R., Tanjung, H. A., & Wulandari, S. (2025). Analisis Kepedulian Pelaku UMKM dalam Menjaga Kebersihan di Lingkungan III Kelurahan Denai. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi (JEBAKU)*, 5(1).
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2024). *Data UMKM berdasarkan Sektor Usaha di Indonesia*. Kadin Indonesia.
- Mai Susanti, Nuntufa, & Moh Abd Rahman. (2025). ANALISIS PERSEPSI PELANGGAN PADA PENGGUNAAN QRIS SEBAGAI ALAT TRANSAKSI UMKM DI KOTA PROBOLINGGO. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 8(1), 105–112.
- Muh. Ahsan Kamil, & Muhammad Rasyid Ridlo. (2024). Analisis Potensi Digital Marketing pada UMKM Industri Halal. *SYARIKAT : Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 7(1), 166–177.
- Muh. Misbahul Munir, Arinda Roisatun Nisa', & Khoirul Wafa. (2024). Digitalisasi UMKM Di Era Industri 5.0 Melalui Sosialisasi QRIS, SIAPIK dan Sertifikasi Halal Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Desa Suru. *Al-Bayan: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam*, 4(1), 1–17.
- Nadhifah, T., Wahyuni, D., & Wahyu Fitriana, A. (2024). Konsep Manajemen Syariah Dalam Menghadapi Tantangan Generasi Millennial Di Masa Depan. *Falah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 7(2), 13-28. <https://doi.org/10.55510/fjhes.v7i2.554>
- Natsir, K., Bangun, N., Attan, M. B., & Landias, J. S. (2023). Penggunaan QRIS Sebagai Alat

- Pembayaran Digital Untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM. *Serina Abdimas* ,
1(3).
- Nike Larasati, Riska Fii Ahsani, & Titis Sukma Rosalita. (2025). OptimalisasiUMKMmelaluiDigitalisasiPembayaran dengan QRIS. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)* , 6(4), 6426–6431.
- Sriyono, Adam, J., Kinasih, R. D., Agustina, D., Maulidah, U., & Al Adawiyah, E. R. (2024). Faktor - Faktor Yang Mendorong Adopsi Qris sebagai Solusi Pembayaran Digital untuk Mempermudah Transaksi UMKM. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3(3).
- Tuti' Nadhifah, Nunung Agus Firmansyah, Ahmad Nur Syafiq, Nurul Islamiyah, & Alif Kiky Listiyati. (2023). PENGUATAN EKONOMI USAHA MIKRO DAN KECIL MELALUI SERTIFIKAT HALAL “SELF DECLARE.” *Jurnal Abdimas Indonesia* , 5(2), 106–113.
- Vinsensius Engelbertus Lado, & Nugraeni. (2025). Digitalisasi Brandingdan Pembayaran Pada UMKMWarung Lesehan Syadan Melalui Media Sosial dan Qris. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2), 23421–23427.
- Wijaya, H., Nur Salim, M., Fitria, H., Aufia Abshor, D., & Nur Wakhidah, D. (2023). Mengajarkan Peran Digitalisasi Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Di Desa Banget Kaliwungu Kudus. In *Jurnal Abdimas Indonesia* (Vol. 5).