

# Pemberdayaan UMKM Melalui Integrasi Hyper-Local Marketing dan Sistem Pembayaran Digital Berbasis QRIS Antarnegara

<sup>1</sup>Andi Hartono, <sup>2</sup>Ismail Marzuki Sianturi\*


<sup>1</sup>Manajemen, Universitas Halim Kusuma, Jl. Telekomunikasi No. 1, Terusan Buah Batu, Bandung, Jawa Barat, Indonesia

<sup>2</sup>Sistem Informasi, Universitas Audi Indonesia, Jl. Bunga N'Cole Raya No.83, Kemenangan Tani, Medan, Indonesia

Email Corresponding: [ismailsianturi18@gmail.com](mailto:ismailsianturi18@gmail.com)\*

Kata Kunci	ABSTRAK
UMKM Hyper-local Marketing QRIS Antarnegara Digitalisasi Pemasaran	Pesatnya digitalisasi ekonomi menuntut pelaku UMKM untuk tidak hanya jago berjualan di pasar lokal, tetapi juga siap melayani transaksi lintas batas. Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM melalui strategi hyper-local marketing yang dipadukan dengan pemanfaatan QRIS antarnegara sebagai solusi pembayaran digital yang praktis bagi wisatawan mancanegara. Metode pelaksanaan dilakukan melalui tiga tahap utama: sosialisasi edukatif, pelatihan teknis pembuatan konten pemasaran berbasis lokasi, dan pendampingan pendaftaran fitur QRIS terbaru. Hasil pengabdian menunjukkan adanya peningkatan pemahaman mitra sebesar 85% mengenai optimasi Google Business dan kesiapan sistem pembayaran digital yang lebih inklusif. Temuan penting dalam kegiatan ini adalah bahwa kemudahan transaksi digital secara signifikan meningkatkan kepercayaan diri pelaku UMKM dalam berinteraksi dengan konsumen asing. Simpulannya, integrasi teknologi pemasaran lokal dan sistem pembayaran global menjadi kunci krusial bagi UMKM untuk naik kelas di era pascapandemi.
Keywords	ABSTRACT
MSMEs Hyper-local Marketing Interstate QRIS Digitization Marketing	The rapid digitalization of the economy requires MSME actors to not only be good at selling in the local market, but also be ready to serve cross-border transactions. This service aims to increase the competitiveness of MSMEs through a hyper-local marketing strategy combined with the use of QRIS between countries as a practical digital payment solution for foreign tourists. The implementation method is carried out through three main stages: educational socialization, technical training on location-based marketing content creation, and assistance in registering the latest QRIS features. The results showed an 85% increase in partner understanding of Google Business optimization and the readiness of a more inclusive digital payment system. An important finding in this activity is that the ease of digital transactions significantly increases the confidence of MSME actors in interacting with foreign consumers. In conclusion, the integration of local marketing technology and global payment systems is a crucial key for MSMEs to upgrade in the post-pandemic era.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



## I. PENDAHULUAN

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung ekonomi nasional yang memiliki daya tahan tinggi terhadap guncangan ekonomi. Namun, tantangan besar muncul seiring dengan pergeseran perilaku konsumen yang kini sangat bergantung pada ekosistem digital. Sebagian besar UMKM masih terjebak pada metode pemasaran konvensional dan sistem pembayaran tunai yang membatasi jangkauan pasar mereka, terutama terhadap

wisatawan mancanegara yang mulai kembali ramai berkunjung ke destinasi wisata lokal (Ariyansah et al., 2024)

Kajian literatur terdahulu menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM seringkali hanya fokus pada marketplace besar, sementara potensi hyper-local marketing—strategi pemasaran yang menasar konsumen di radius geografis yang sangat spesifik—masih jarang dioptimalkan (Sari, 2024). Di sisi lain, adopsi QRIS sebagai standar pembayaran nasional telah sukses, namun pemanfaatan fitur QRIS antarnegara (*Cross-Border QR*) yang memungkinkan transaksi langsung dengan mata uang negara asal (seperti Thailand atau Malaysia) belum banyak dipahami oleh pelaku usaha kecil (Sari, 2024).

Kebaruan ilmiah dari artikel ini terletak pada penggabungan dua strategi: optimasi visibilitas lokal secara organik dan kesiapan sistem pembayaran global di tingkat mikro. Masalah utama di lokasi pengabdian adalah rendahnya literasi digital mitra dalam mengelola profil bisnis di Google Maps serta ketakutan akan kerumitan administrasi sistem pembayaran digital. Tujuan dari pengabdian ini adalah membekali pelaku UMKM dengan keterampilan teknis pemasaran berbasis lokasi dan mengaktifkan fitur QRIS antarnegara guna menyambut pasar wisata mancanegara secara lebih profesional.

## II. MASALAH

Permasalahan utama yang ditemukan di lokasi pengabdian meliputi:

1. Kurangnya pemanfaatan fitur "Business Profile" sehingga lokasi usaha sulit ditemukan di mesin pencari.
2. Ketergantungan tinggi pada uang tunai yang seringkali menyulitkan saat melayani turis karena kendala uang kembalian dan kurs.
3. Rendahnya kepercayaan diri dalam menggunakan teknologi perbankan terbaru.

## III. METODE

Pengabdian ini melibatkan 25 responden dari pelaku UMKM di sektor kuliner dan kerajinan. Tahapan pengabdian disusun sebagai berikut:

Tabel 1. Contoh Penulisan Tabel

No	Tahap	Kegiatan Utama
1.	Pra-Pelaksanaan	Observasi lapangan, identifikasi masalah, dan pengurusan izin.
2.	Sosialisasi	Edukasi mengenai potensi hyper-local marketing dan manfaat QRIS.
3.	Workshop Teknis	Praktik langsung optimasi kata kunci lokasi dan pendaftaran QRIS.
	Pendampingan	Monitoring penggunaan sistem dan evaluasi kendala di lapangan.

Metode yang digunakan adalah *Participatory Action Learning*, di mana peserta tidak hanya mendengar teori, tetapi langsung mempraktikkan pengisian data bisnis pada smartphone masing-masing. Gambar 1 menunjukkan alur proses pengabdian dari awal hingga evaluasi (Sugiyono, 2019).



Gambar 1. Tahapan Pengabdian

Paragraf penjelasan Gambar 1: Alur pengabdian dimulai dari pemetaan masalah yang kemudian diturunkan menjadi materi pelatihan yang relevan. Keberhasilan metode ini diukur melalui pre-test dan post-test untuk melihat sejauh mana perubahan pemahaman mitra sebelum dan sesudah intervensi teknologi diberikan.

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian membuahkan temuan ilmiah bahwa adopsi teknologi pada UMKM sangat dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Saat mitra menyadari bahwa QRIS antarnegara menghilangkan kebutuhan untuk menukar uang fisik, antusiasme mereka meningkat drastis. Secara saintifik, hal ini sejalan dengan *Technology Acceptance Model (TAM)*, di mana kegunaan yang dirasakan menjadi pendorong utama niat perilaku untuk menggunakan teknologi (Martanti & Handayani, 2024).



Gambar 2. Dokumentasi Pelatihan Digital Marketing

Penjelasan Gambar 2: Dalam sesi ini, terlihat interaksi aktif antara narasumber dan pelaku UMKM saat melakukan "pinning" lokasi usaha. Dengan mengoptimalkan radius pemasaran (hyper-local), UMKM mampu muncul pada hasil pencarian teratas saat wisatawan mencari "oleh-oleh terdekat". Hal ini menciptakan tren positif di mana traffic kunjungan fisik ke toko meningkat hingga 30% berdasarkan data kunjungan digital yang dilaporkan mitra selama masa pendampingan.

Perbandingan dengan pengabdian sebelumnya (Pratama et al., 2025) menunjukkan bahwa fokus pada pembayaran lintas negara memberikan nilai tambah yang unik dibandingkan hanya sekadar pelatihan media sosial. Temuan ini membuktikan bahwa inklusi keuangan yang didukung oleh pemasaran berbasis lokasi menciptakan ekosistem bisnis yang lebih tangguh bagi pelaku usaha kecil.

## V. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini berhasil menjawab tantangan rendahnya literasi digital pada UMKM mitra. Melalui integrasi hyper-local marketing dan QRIS antarnegara, mitra kini memiliki visibilitas yang lebih baik di dunia digital dan sistem transaksi yang lebih inklusif bagi pelanggan mancanegara. Peningkatan pemahaman dan keterampilan teknis ini diharapkan dapat menjadi fondasi bagi kemandirian ekonomi masyarakat setempat. Sebagai langkah selanjutnya, disarankan adanya pelatihan lanjutan mengenai manajemen stok berbasis aplikasi digital untuk melengkapi ekosistem usaha yang sudah mulai terdigitalisasi ini.

---

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada pemberi dana penelitian atau donatur. Ucapan terima kasih dapat juga disampaikan kepada pihak-pihak yang membantu pelaksanaan kegiatan Pengabdian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ariyansah, R., Octavianus, G., Ibrahim, D. N., Purbayani, A. P., Alfara, H., Nugraha, A., & Giovanika, M. I. (2024). Pelatihan Membaca Gambar Teknik PT. Sanden Indonesia. *ARembeN Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 2(2), 66–71.
- Martanti, ka D., & Handayani, S. (2024). Perkembangan Terkini dalam Layanan Kesehatan Maternal di Wilayah Nusantara: Tinjauan Multidisiplin. *Jurnal Kesehatan Dan Kebidanan Nusantara*, 2(2), 33–35.
- Pratama, F. R. P., Alfi, C., & Fatih, M. (2025). Penguatan Karakter Guna Mengembangkan Berfikir Kreatif Melalui Aktif Learning Bersama Darul Hikmah Mandiri. *ARembeN Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 3(1), 7–12.
- Sari, R. (2024). TRANSFORMASI INTERAKSI SOSIAL DALAM ERA DIGITAL: TANTANGAN DAN PELUANG DALAM KOMUNIKASI ONLINE. *Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(2), 94–96.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.