



Edukasi Digital Marketing dan Pembayaran *Cashless* sebagai Upaya Pengembangan UMKM di Desa Pisangan Jaya

Mochamad Eko Nugroho¹, Eka Sahari Arosanto², Yossy Arisandi³, Hendro Purnomo⁴, Anto Saryono⁵

Program Studi Teknik Industri, Universitas Tangerang Raya

e-mail: me.nugroho@gmail.com

Abstrak

Program pengabdian masyarakat melalui Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini dilaksanakan untuk menjawab permasalahan rendahnya literasi digital pelaku UMKM di Desa Pisangan Jaya RT 02 RW 014 Kecamatan Sepatan, Kabupaten Tangerang. Minimnya pemahaman mengenai pemasaran digital, penggunaan platform online, dan penerapan pembayaran cashless menyebabkan UMKM setempat sulit berkembang dan tidak mampu memperluas pasar. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital, khususnya melalui edukasi digital marketing, optimalisasi WhatsApp Business, Google Business Profile, serta penggunaan sistem pembayaran berbasis QRIS. Metode pelaksanaan meliputi observasi lapangan, koordinasi dengan perangkat desa, penyusunan materi, praktik langsung penggunaan aplikasi, serta sosialisasi bertema "Penguatan UMKM Berbasis Teknologi". Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta terkait strategi promosi digital, pembuatan konten, kemudahan transaksi non-tunai, dan pentingnya pencatatan keuangan digital. Program ini membantu UMKM lebih siap menghadapi persaingan melalui pemanfaatan teknologi modern serta memberikan dampak positif terhadap pengembangan ekonomi lokal.

Kata Kunci: *UMKM, Digital Marketing, QRIS, Literasi Digital, Pengabdian Masyarakat.*

Abstract

This community service program, the Community Service Program (KKN), was implemented to address the low digital literacy of MSMEs in Pisangan Jaya Village, RT 02 RW 014, Sepatan District, Tangerang Regency. This lack of understanding of digital marketing, the use of online platforms, and the implementation of cashless payments hinders local MSMEs' growth and market expansion. This activity aims to increase the capacity of MSMEs to utilize digital technology, specifically through digital marketing education, optimization of WhatsApp Business, Google Business Profile, and the use of QRIS-based payment systems. Implementation methods included field observation, coordination with village officials, material development, hands-on application use, and outreach on the theme "Strengthening MSMEs Based on Technology." The results of the activity demonstrated an increased understanding of participants regarding digital promotion strategies, content creation, the convenience of cashless transactions, and the importance of digital financial records. This program helps MSMEs better prepare for competition through the use of modern technology and has a positive impact on local economic development.

Keywords: *MSMEs, Digital Marketing, QRIS, Digital Literacy, Community Service.*

PENDAHULUAN

Desa Pisangan Jaya RT 02 RW 014 Kecamatan Sepatan, Kabupaten Tangerang, merupakan wilayah padat penduduk dengan aktivitas ekonomi masyarakat yang cukup beragam. Sebagian besar warganya menjalankan usaha berskala rumah tangga seperti kuliner, fashion, laundry, hingga agribisnis sederhana. Meskipun memiliki potensi ekonomi yang besar, pelaku UMKM di wilayah ini masih menghadapi berbagai kendala dalam mengembangkan usahanya, terutama dalam hal penerapan teknologi digital. Literasi digital yang masih rendah membuat para pelaku usaha belum memanfaatkan aplikasi pemasaran dan penjualan online seperti WhatsApp Business, Google Business Profile, marketplace, serta pembayaran digital berbasis QRIS (Alfiyyani et al., 2024).

Promosi yang dilakukan masih terbatas pada metode konvensional seperti word of mouth dan grup WhatsApp warga, sehingga jangkauan pasar tidak luas. temuan serupa juga disampaikan oleh Maulana et al. (2024) bahwa UMKM di daerah perdesaan cenderung lambat dalam mengadopsi pemasaran digital akibat minimnya keterampilan teknologi. Selain itu, pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual, yang menyebabkan UMKM kesulitan dalam mengevaluasi perkembangan usahanya, sebagaimana ditemukan oleh Nurfani et al. (2025) bahwa pembukuan digital berpengaruh besar terhadap efisiensi dan kontrol bisnis. Kurangnya inovasi produk juga membuat UMKM kurang kompetitif di tengah meningkatnya persaingan usaha. Menurut (Mardikaningsih, 2023), inovasi berperan langsung terhadap keunggulan bersaing UMKM. Oleh karena itu, pendampingan berbasis teknologi menjadi kebutuhan mendesak agar UMKM mampu bertahan dan berkembang pada era digital (Morisson & Fikri, 2025).

Melihat kondisi tersebut, diperlukan edukasi mengenai digitalisasi usaha sebagai upaya peningkatan kapasitas UMKM. Kegiatan KKN Universitas Tangerang Raya menjadi bentuk kontribusi nyata dalam meningkatkan literasi digital pelaku UMKM melalui pelatihan penggunaan platform pemasaran, sistem pembayaran modern, dan strategi promosi digital. Digital marketing terbukti meningkatkan penjualan UMKM hingga 50% menurut kajian Fakhriyyah et al. (2022), sementara penggunaan pembayaran cashless mampu meningkatkan kecepatan transaksi dan profesionalitas usaha (MAULIDA, 2025).

Program KKN ini juga mendorong pelaku UMKM untuk berinovasi melalui pembuatan konten menarik dan peningkatan kualitas produk. Hal ini sejalan dengan penelitian Godwin et al. (2024) yang menegaskan bahwa inovasi digital berperan dalam memperluas pasar. Dengan demikian, digitalisasi UMKM merupakan langkah strategis dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memperkuat kemandirian ekonomi desa (Amalina et al., 2025).

METODE

Metode pelaksanaan program KKN ini dirancang secara sistematis untuk memastikan seluruh kegiatan berjalan efektif dan sesuai dengan tujuan pengabdian masyarakat. Pelaksanaan program dilakukan melalui berbagai tahapan, mulai dari observasi, koordinasi, penyusunan materi, hingga sosialisasi dan evaluasi. Seluruh kegiatan dilaksanakan oleh mahasiswa kelompok lima di wilayah Desa Pisangan Jaya, Kecamatan Sepatan.

Tahapan pelaksanaan program dimulai dengan melakukan observasi lapangan dan identifikasi kebutuhan. Pada tahap ini, mahasiswa melakukan tinjauan langsung ke wilayah Desa Pisangan Jaya untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi para pelaku UMKM, khususnya terkait kurangnya pemanfaatan platform digital untuk promosi dan penjualan. Informasi tambahan diperoleh melalui diskusi bersama perangkat RT dan ibu-ibu PKK setempat.

Tahap berikutnya adalah koordinasi dengan kelompok mitra, yaitu perangkat desa dan Ketua RT 02. Mahasiswa meminta izin pelaksanaan program sekaligus menjelaskan rencana kegiatan, ruang lingkup, serta pembagian peran selama program berlangsung.

Setelah koordinasi dilakukan, mahasiswa memasuki tahap perancangan dan persiapan sosialisasi. Persiapan ini mencakup pembuatan materi mengenai penguatan UMKM berbasis teknologi digital, yang meliputi pemasaran digital, promosi melalui media sosial, serta penggunaan sistem pembayaran cashless.

Tahap selanjutnya adalah aplikasi alat dan pengujian lapangan, di mana mahasiswa meminta para peserta membawa telepon genggam agar dapat langsung mempraktikkan proses instalasi dan penggunaan platform digital selama sosialisasi.

Tahap terakhir adalah sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat, yang difokuskan pada penyampaian materi bertema penguatan UMKM berbasis teknologi. Dalam kegiatan ini, masyarakat diberikan pemahaman praktis terkait pemasaran digital, penggunaan media sosial, dan penerapan pembayaran non-tunai guna meningkatkan daya saing UMKM di Desa Pisangan Jaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum membahas hasil implementasi program, dilakukan analisis akar penyebab menggunakan metode *Fishbone Diagram* (Ishikawa) untuk mengidentifikasi faktor-faktor utama yang menyebabkan rendahnya pemanfaatan teknologi digital pada UMKM di Desa Pisangan Jaya. Analisis ini bertujuan untuk memastikan bahwa solusi yang diberikan melalui program KKN tepat sasaran dan sesuai dengan kebutuhan lapangan.

Permasalahan utama yang diidentifikasi adalah rendahnya tingkat digitalisasi UMKM, yang berdampak pada terbatasnya jangkauan pasar, sistem pembayaran yang masih manual, serta lemahnya daya saing usaha. Berdasarkan hasil observasi dan diskusi dengan pelaku UMKM, akar permasalahan

diklasifikasikan ke dalam beberapa faktor utama, yaitu sumber daya manusia, metode pemasaran, teknologi, manajemen usaha, dan lingkungan.

Berdasarkan analisis Fishbone, dapat disimpulkan bahwa permasalahan utama UMKM di Desa Pisangan Jaya tidak hanya disebabkan oleh keterbatasan teknologi, tetapi juga oleh rendahnya literasi digital dan metode pemasaran yang masih konvensional. Faktor sumber daya manusia menjadi penyebab dominan yang memengaruhi faktor lainnya, seperti penggunaan teknologi dan inovasi usaha.

Oleh karena itu, solusi yang dirancang dalam program KKN difokuskan pada edukasi, pelatihan praktik langsung, serta pendampingan penggunaan platform digital dan sistem pembayaran cashless. Pendekatan ini sejalan dengan hasil analisis Fishbone yang menekankan pentingnya peningkatan kapasitas pelaku UMKM sebagai fondasi utama dalam proses digitalisasi usaha.

Analisis ini menjadi dasar dalam penyusunan dan pelaksanaan program, sehingga seluruh kegiatan yang dilakukan memiliki keterkaitan langsung dengan akar permasalahan yang dihadapi UMKM. Bagian ini Implementasi program KKN ini berfokus pada upaya digitalisasi UMKM di Desa Pisangan Jaya RT 02 RW 014, Kelurahan Sepatan, Kabupaten Tangerang. Program ini dilaksanakan untuk menjawab berbagai permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM, seperti rendahnya literasi digital, pemasaran produk yang masih dilakukan secara konvensional, serta pengelolaan keuangan yang sebagian besar dilakukan secara manual. Seluruh tahapan program berjalan terstruktur mulai dari observasi lapangan, koordinasi dengan mitra desa, perancangan materi sosialisasi, pengujian aplikasi digital, hingga kegiatan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat.



Gambar 1. Sambuatan oleh Pak RT

Pelaksanaan edukasi mengenai penggunaan platform digital menjadi salah satu fokus utama dalam program ini. Mahasiswa KKN memberikan penjelasan dan pelatihan langsung kepada pelaku UMKM mengenai penggunaan berbagai aplikasi pendukung usaha seperti *GoFood*, *ShopeeFood*, *WhatsApp Business*, hingga *Google Business Profile*. Beberapa pelaku UMKM diketahui belum pernah menggunakan *platform* tersebut, sehingga pelatihan ini menjadi langkah awal

untuk membantu mereka memahami manfaat digitalisasi dalam meningkatkan efisiensi usaha.



Gambar 2. Sosialisasi Pelaku UMKM

Kegiatan sosialisasi juga memberikan pemahaman mengenai pentingnya meningkatkan jangkauan pasar melalui pemanfaatan media digital. Peserta diberikan contoh cara membuat konten promosi sederhana, penyusunan desain produk, serta langkah-langkah membuat toko online. Sebelumnya, sebagian besar pelaku UMKM di Pisangan Jaya hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dan grup *WhatsApp* warga, sehingga jangkauan pasarnya terbatas. Dengan pelatihan ini, UMKM mulai mengenal strategi pemasaran digital yang lebih modern.

Selain edukasi pemasaran, program ini turut mendorong adopsi sistem pembayaran digital seperti QRIS, ShopeePay, dan OVO. Pelatihan dilakukan secara praktik langsung, di mana peserta membawa telepon genggam untuk mencoba instalasi aplikasi dan pemindaian QRIS. Pengenalan pembayaran digital ini diharapkan dapat membantu UMKM beralih dari sistem pembayaran tunai yang kurang efisien menuju metode transaksi yang lebih cepat, aman, dan mudah dipantau.

Program juga memberikan saran terkait inovasi produk kepada para pelaku UMKM. Sebagian UMKM di Desa Pisangan Jaya masih memasarkan produk dengan model yang sama dalam jangka waktu panjang, menyebabkan pembeli merasa bosan dan penjualan stagnan. Dengan adanya arahan mengenai inovasi produk, diharapkan UMKM dapat lebih kreatif dan kompetitif dalam memenuhi permintaan pasar.



Gambar 3. Dokumentasi Capaian Proker

Secara keseluruhan, capaian program menunjukkan adanya peningkatan pemahaman awal pelaku UMKM mengenai teknologi digital. Para peserta mulai mengenal fungsi platform digital sebagai sarana pemasaran, transaksi, dan pengembangan usaha. Pencapaian ini menjadi langkah awal dalam mendorong perkembangan ekonomi lokal sekaligus mempersiapkan UMKM agar mampu bersaing di era digital.

Hasil monitoring menunjukkan bahwa metode sosialisasi melalui praktik langsung terbukti efektif. Peserta yang hadir dan membawa handphone dapat melakukan instalasi aplikasi digital secara mandiri serta mencoba mengoperasikan fitur-fitur dasar seperti pembuatan akun, perubahan profil usaha, hingga penggunaan QRIS. Hal tersebut menunjukkan bahwa materi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat, khususnya pelaku UMKM yang sebelumnya kurang memahami teknologi digital.

Evaluasi juga mencatat bahwa kegiatan berjalan tepat waktu dan sesuai dengan alur yang direncanakan. Antusiasme peserta meningkat ketika sesi praktik dilakukan, menandakan tingginya kebutuhan masyarakat terhadap digitalisasi UMKM. Meskipun demikian, beberapa UMKM masih membutuhkan pendampingan lanjutan terutama dalam konsistensi membuat konten promosi dan pemeliharaan akun digital.

Secara keseluruhan, program KKN ini diharapkan memberikan manfaat jangka panjang bagi masyarakat. Sistem digital yang mulai diperkenalkan tidak hanya berfungsi sebagai alat penjualan, tetapi juga sebagai media pemasaran dan pembangun identitas usaha. Dengan keberlanjutan yang tepat, digitalisasi UMKM di Desa Pisangan Jaya dapat terus berkembang dan menjadi contoh bagi wilayah lain.

SIMPULAN

Program KKN dengan fokus pada edukasi digital marketing dan penerapan pembayaran cashless bagi UMKM di Desa Pisangan Jaya memberikan dampak positif bagi peningkatan kapasitas pelaku usaha. Kegiatan ini mampu meningkatkan pengetahuan pelaku UMKM terkait strategi pemasaran digital, seperti penggunaan media sosial, pembuatan konten, dan optimalisasi marketplace. Selain itu, pelatihan pembayaran cashless memberikan pemahaman baru mengenai pentingnya transaksi digital yang lebih cepat, aman, dan praktis sehingga dapat meningkatkan daya saing bisnis di era modern.

Melalui pendampingan langsung, simulasi penggunaan aplikasi digital, serta penyediaan materi pelatihan terstruktur, UMKM mampu menerapkan sebagian keterampilan yang diberikan, seperti membuat katalog produk, mengunggah konten promosi, serta menggunakan metode pembayaran digital. Kehadiran program ini juga mendorong pelaku UMKM untuk lebih terbuka terhadap inovasi digital dan memahami potensi besar pemasaran online dalam memperluas pasar.

Secara keseluruhan, kegiatan KKN ini berhasil mencapai tujuan, yakni meningkatkan literasi digital pelaku UMKM, memperluas kemampuan mereka dalam memanfaatkan teknologi, dan memberikan fondasi bagi pengembangan usaha yang lebih adaptif dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiyyani, E. F., Berry, Y., & Marginingsih, R. (2024). Penerapan Program Digitalisasi pada UMKM melalui Whatsapp Bisnis dan Pembayaran dengan QRIS di Desa Sirnajati. *An-Nizam*, 3(3), 78–88.
- Amalina, A., Rosyidi, M. A., & Hentika, N. P. (2025). Pendampingan kemandirian ekonomi desa melalui legalitas, sertifikasi halal, digitalisasi, dan branding UMKM Desa Gitik. *Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 157–169.
- Fakhriyyah, D. D., Susanti, Y., & Laili, S. S. (2022). Pengembangan inovasi produk dan penggunaan digital marketing sebagai upaya peningkatan penjualan umkm makanan. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 3(1), 9–16.
- Godwin, G., Junaedi, S. R. P., Hardini, M., & Purnama, S. (2024). Inovasi bisnis digital untuk mendorong pertumbuhan umkm melalui teknologi dan adaptasi digital. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 5(2), 41–47.
- Mardikaningsih, R. (2023). Strategi inovasi dan pemasaran media sosial untuk meningkatkan keunggulan kompetitif umkm di kota surabaya. *Jurnal Baruna Horizon*, 6(2), 58–67.
- Maulana, A. N., Ardiyansyah, A., & Zam, N. (2024). Eksplorasi Pemasaran Digital melalui Facebook oleh UMKM Perdesaan. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 16440–16450.
- Maulida, R. (2025). Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Penggunaan Cashlees di Koperasi Amaliya Pondok Pesantren Darussalam Blokagung. Universitas Kh Mukhtar Syafa'at.
- Morisson, B., & Fikri, A. A. H. S. (2025). Digitalisasi UMKM sebagai strategi meningkatkan daya saing di era ekonomi digital. *E-BISNIS: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 18(1), 289–299.
- Nurfani, N., Suhaety, Y., & Zakaria, I. (2025). Dampak penggunaan teknologi akuntansi berbasis digital terhadap efisiensi pengelolaan keuangan usaha mikro, kecil dan menengah. *Advances in Management & Financial Reporting*, 3(3), 649–663.