

Digital Transformation for MSMEs: Enhancing Business Growth by Leveraging Financial Inclusion and Social-Media

Nanang Suryadi

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya
Corresponding email: nanangs@ub.ac.id

Abstrak

Pengabdian ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kemampuan UMKM dalam mengadopsi teknologi digital, khususnya dalam penggunaan QRIS dan strategi pemasaran melalui media sosial. Masalah utama yang dihadapi oleh UMKM Kopi Perempat adalah kurangnya pengetahuan mengenai teknologi digital dan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan dan penjualan. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini meliputi sosialisasi, pendampingan, dan evaluasi berkala. Sosialisasi diberikan untuk memperkenalkan pentingnya QRIS dan media sosial dalam operasional bisnis, sementara pendampingan dilakukan untuk membantu UMKM dalam implementasi teknologi tersebut. Evaluasi berkala dilakukan untuk mengukur efektivitas program dan memahami kebutuhan UMKM secara lebih mendalam. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa UMKM yang didampingi mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam menggunakan QRIS serta mengembangkan strategi pemasaran digital yang lebih efektif. Hal ini terbukti dari peningkatan keterlibatan pelanggan dan penjualan di Kopi Perempat setelah penerapan QRIS dan optimalisasi media sosial. Program ini berhasil memberikan dampak positif dan meningkatkan kesadaran UMKM akan pentingnya adaptasi teknologi dalam keberlanjutan usaha.

Kata kunci— UMKM, QRIS, Pemasaran Digital, Media Sosial, Teknologi Digital

Abstract

This community service program was conducted to enhance the understanding and capabilities of MSMEs in adopting digital technology, particularly in the use of QRIS and social media marketing strategies. The main problem faced by Kopi Perempat, an MSME, was the lack of knowledge about digital technology and effective marketing strategies to increase customer engagement and sales. The methods used in this program included socialization, mentoring, and periodic evaluation. Socialization was provided to introduce the importance of QRIS and social media in business operations, while mentoring was conducted to assist MSMEs in implementing these technologies. Periodic evaluation was carried out to measure the effectiveness of the program and gain a deeper understanding of the needs of MSMEs. The results of the program showed that the MSMEs involved were able to improve their knowledge and skills in using QRIS and develop more effective digital marketing strategies. This was evidenced by the increased customer engagement and sales at Kopi Perempat following the implementation of QRIS and social media optimization. The program successfully created a positive impact and raised awareness among MSMEs about the importance of technology adaptation for business sustainability.

Keywords— MSMEs, QRIS, Digital Marketing, Social-Media, Digital Technology

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tonggak perekonomian Indonesia yang memiliki peran penting dan strategis, dengan jumlah 16,4 Juta UMKM pada tahun 2023 dengan serapan tenaga kerja mencapai 123 ribu tenaga kerja (Kemenkeu, 2023) yang memiliki kontribusi besar dalam pembentukan Produk Domestik Bruto sebagai salah satu indikator pembangunan ekonomi, dengan 61,9% kontribusi dari total PDB pada tahun 2020 (Hidayat et al., 2022). Ini menunjukkan besarnya peranan UMKM

dalam mendorong pembangunan ekonomi di Indonesia.

Adanya peranan besar dari UMKM perlu diikuti dengan kesadaran terhadap teknologi dalam berbisnis yang krusial dalam menghadapi persaingan. Usaha yang mampu adaptasi dengan teknologi dapat meningkatkan kepercayaan terhadap usaha. 437 UMKM di kota Medan, Bandung, Jakarta, Surabaya dan Semarang telah membuktikan peningkatan pendapatan hingga 80% ketika menggunakan teknologi dalam berbisnis (Deloitte, 2015). Salah satu bentuk adaptasi dari suatu usaha adalah penggunaan metode pembayaran berbasis teknologi,

dengan tingkat penetrasi pembayaran digital di Indonesia pada tahun 2023 yang sudah mencapai 45,49% (Erwin et al., 2024). Hal ini menjadi sebuah dorongan UMKM untuk dapat menggunakan alternatif pembayaran digital. Alternatif pembayaran digital bernama (*Quick Response Code Indonesia Standard*) QRIS diluncurkan oleh Bank Indonesia pada tahun 2024 yang sudah memiliki 45,58 Juta pengguna (Data Indonesia, 2024). Penggunaan metode pembayaan elektronik dapat meningkatkan kredibilitas dan volume transaksi, QRIS juga dinilai menjadi solusi alternatif dari pembayaran melalui transfer (Deloitte, 2015).

Peluncuran QRIS yang dapat dibilang masih baru, menyebabkan beberapa masyarakat belum mengetahui bagaimana cara dan prosedur penggunaannya, menyebabkan 70,2% UMKM kesulitan dalam bertransformasi pada teknologi digital (Rofiq et al., 2023). Oleh karena itu diperlukannya upaya dalam peningkatan pemahaman UMKM pada pengetahuan tentang pembayaran digital, terlebih QRIS yang dapat diterapkan pada usaha yang sudah ada (Nugroho & Suryadi, 2023). Salah satu langkah penting bagi UMKM dalam meningkatkan efisiensi dan kemudahan dalam transaksi pembayaran adalah dengan penerapan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) dapat menjadi. QRIS adalah standar pembayaran digital yang memungkinkan pelanggan untuk melakukan pembayaran dengan mudah melalui kode QR. Namun, untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang pentingnya pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dalam konteks ini, dengan menyoroti beberapa aspek:

1. Inklusi Keuangan: Implementasi QRIS di UMKM dapat membantu dalam meningkatkan inklusi keuangan di tingkat lokal. Dengan memungkinkan pelanggan untuk membayar dengan mudah menggunakan metode digital, UMKM dapat menjangkau sejumlah besar konsumen yang sebelumnya mungkin tidak memiliki akses atau kesempatan untuk bertransaksi secara digital. QRIS juga dapat meningkatkan keamanan transaksi bagi UMKM dan pelanggan. Dibandingkan dengan pembayaran tunai, yang rentan terhadap pencurian dan pemalsuan, transaksi QRIS dapat dilakukan secara aman melalui sistem pembayaran digital yang terjamin keamanannya. situasi bergantung pada masyarakat sasaran. Analisis berupa uraian seluruh persoalan yang dihadapi masyarakat mitra dari aspek sosial, budaya, religi, kesehatan, mutu layanan atau kehidupan bermasyarakat. Dapat juga berupa potensi dan peluang usaha masyarakat mitra dari aspek sumber daya, produksi dan manajemen usaha.

Dengan mengacu pada analisis situasi, tentukan permasalahan prioritas untuk masyarakat mitra yang bersifat spesifik, kongkret dan benar-benar merupakan permasalahan prioritas masyarakat mitra.

2. Bantuan penyusunan content planning. Penyusunan content planning media sosial bertujuan untuk membantu UMKM merancang dan mengatur konten yang konsisten dan terstruktur, sehingga dapat memaksimalkan potensi pemasaran mereka. Dengan memiliki rencana konten yang jelas, UMKM dapat memastikan bahwa mereka menyampaikan pesan yang tepat kepada audiens target mereka pada waktu yang paling efektif, yang pada gilirannya akan meningkatkan keterlibatan pelanggan dan mendukung tujuan bisnis mereka.

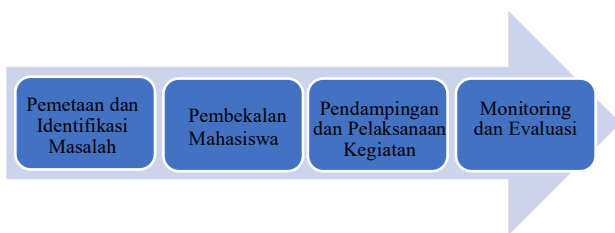
Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan oleh Farhan dan Shifa (2023); Mege et al. (2023); Pangastuti et al. (2023) berfokus pada penyediaan alat pembayaran digital, pelatihan dasar dan sosialisasi penggunaan QRIS. Kegiatan pengabdian yang dilakukan saat ini menekankan pendekatan yang lebih holistik dalam meningkatkan kemampuan UMKM, baik dari sisi teknologi maupun strategi pemasaran. Selain memfasilitasi implementasi QRIS sebagai solusi pembayaran yang aman dan efisien, kegiatan ini juga membantu UMKM dalam penyusunan content planning untuk media sosial. Dengan demikian, UMKM tidak hanya terbantu dalam meningkatkan inklusi keuangan melalui digitalisasi pembayaran, tetapi juga dalam memaksimalkan potensi pemasaran mereka melalui konten yang konsisten dan terstruktur, yang dirancang untuk memperkuat keterlibatan konsumen dan mencapai tujuan bisnis secara lebih efektif.

2. METODE

Pelaksanaan kegiatan menggunakan metode pendampingan, pelatihan, dan inkubasi bisnis untuk percepatan penyelesaian masalah. Metode yang digunakan disepakati dan disetujui oleh seluruh pihak terkait. Hal ini ditujukan untuk mencapai output kegiatan secara maksimal. UMKM dalam hal ini akan terlibat aktif dan langsung dalam kegiatan pengabdian sebagai narasumber dalam memperoleh berbagai data yang diperlukan terkait pembuatan QRIS. Kemudian UMKM didampingi dalam pembuatan QRIS

Guna mencapai tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, maka perlu dilakukan beberapa metode dalam pelaksanaan, yaitu (lihat Gambar 1).

1. Pemetaan dan identifikasi masalah
2. Pembekalan kepada mahasiswa dan sosialisasi, yaitu memberikan penjelasan mengenai QRIS dan prosedur pengurusannya, dan memaparkan perencanaan pemasaran melalui media sosial, yang meliputi perencanaan konten pemasaran
3. Pendampingan UMKM dan Pelaksanaan Kegiatan, yaitu membantu dalam pengurusan pembuatan QRIS, serta pemasaran melalui media sosial
4. Evaluasi dan mentoring, yaitu melakukan monitoring dan evaluasi terhadap kegiatan pengabdian serta mengukur keefektifitasan pengabdian



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemetaan dan Identifikasi Masalah

Pemetaan dalam tahap awal dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi dan mengidentifikasi permasalahan yang terjadi pada UMKM, dalam hal ini Kopi Perempat Malang. Permasalahan yang dihadapi berkaitan dengan kurangnya pengetahuan dan pemahaman pelaku UMKM tentang teknologi digital. Kopi Perempat Malang, sebagai salah satu UMKM yang merupakan bisnis keluarga, masih belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi pembayaran digital seperti QRIS dan pemasaran digital melalui media sosial secara optimal. Salah satu tantangan yang sering dihadapi dalam bisnis keluarga adalah menjaga kesinambungan antara generasi pendiri dan generasi penerus. Ketiadaan struktur yang jelas dan rencana suksesi dapat memengaruhi stabilitas bisnis dalam jangka panjang. Generasi penerus seringkali menghadapi kesulitan untuk mengambil peran strategis karena perbedaan visi atau kurangnya kepercayaan dari generasi pendahulu. Lebih lanjut, kurangnya pemahaman terhadap teknologi dari generasi sebelumnya sering kali menjadi hambatan dalam penerapan inovasi seperti QRIS, yang dapat mempermudah transaksi dan meningkatkan efisiensi operasional. Generasi penerus yang lebih terbuka terhadap teknologi mungkin lebih mudah mengadopsi strategi *digital marketing*, namun tantangan tetap ada dalam

menjaga harmonisasi antar-generasi dan merawat nilai-nilai inti bisnis keluarga. Kurangnya sumber daya untuk pengembangan konten pemasaran yang kreatif dan konsisten juga menjadi hambatan dalam keberlanjutan bisnis, yang perlu diatasi dengan kolaborasi antara generasi pendiri dan generasi penerus.

Pembekalan Kepada Mahasiswa dan Sosialisasi

Pada hari Kamis, 4 Juli 2024, tim pengabdian dikumpulkan untuk mengikuti sosialisasi mengenai *family business, marketing*, dan pembayaran digital QRIS sebagai bekal sebelum turun langsung ke lapangan untuk memberikan pendampingan kepada UMKM yang bersangkutan (Gambar 2).



Gambar 2. Pelaksanaan Pembekalan

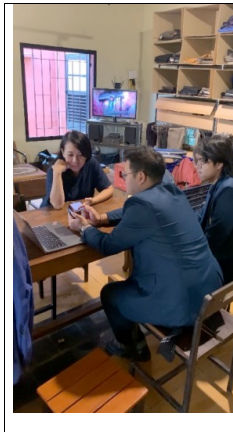
Pelaksanaan sosialisasi dibagi dalam dua sesi. Sesi pertama mengenai materi *family business*, kemudian dilanjut penyampaian materi QRIS dan diakhiri dengan penyampaian materi *marketing*. Ketiga materi tersebut disampaikan dengan baik dan dijelaskan bahwa ketiganya merupakan aspek yang saling berkesinambungan. Penting untuk pelaku bisnis memahami struktur dan identitas usaha sekaligus terbuka akan teknologi yang ada, salah satunya yaitu dengan memanfaatkan QRIS sebagai alat pembayaran digital dan media sosial sebagai alat penunjang pemasaran.

Setelah menghadiri pembekalan berupa sosialisasi mengenai materi QRIS dan perencanaan konten pemasaran, rangkaian selanjutnya yaitu pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat melalui Pendampingan Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Tim kemudian melakukan pengabdian masyarakat kepada UMKM yang terbilang masih belum sadar akan pentingnya teknologi. Berdasarkan data dari Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia tercatat bahwa hanya ada 50 kafe dan restoran dari menengah bawah sampai atas, sehingga ketatnya persaingan antar pelaku usaha cenderung tinggi (Apkrindo, 2024). Hal ini melatarbelakangi

pengabdian dilaksanakan pada salah satu UMKM di Kota Malang, yaitu Kopi Perempat.

Pendampingan dan Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan pengabdian dilaksanakan selama 1 bulan dimulai dari pertemuan awal hingga pertemuan akhir. Senin 8 Juli 2024, tim melaksanakan pendampingan pertama bersama pemilik Kopi Perempat. Tim memberikan sosialisasi mengenai tujuan dari pelaksanaan program, penjelasan rangkaian program, dan diskusi perihal keadaan Kopi Perempat (Gambar 3).



Gambar 3. Sosialisasi Program Pendampingan

Jumat, 12 Juli 2024, tim kembali melakukan pendampingan pembuatan QRIS yang ditunjukkan pada Gambar 4.

(1) Pembuatan QRIS Statis



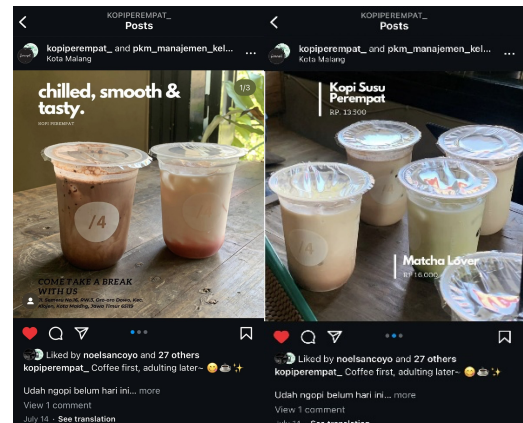
Gambar 4. QRIS Kopi Perempat

Kopi Perempat menggunakan QRIS statis sebagai metode pembayaran, di mana pelanggan dapat memasukkan jumlah pembayaran secara mandiri saat melakukan transaksi. Penggunaan QRIS statis ini dianggap sesuai karena kode QR-nya tetap dan tidak memerlukan pembaruan ketika terjadi perubahan informasi. Hal ini memungkinkan QRIS statis untuk dicetak dan dipasang di tempat yang

mudah terlihat, yang sangat memudahkan Kopi Perempat sebagai bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang sedang berkembang. Selain itu, dalam rangka mendukung upaya digitalisasi dan penerapan teknologi dalam operasional bisnis, Kopi Perempat juga menyediakan mesin *Electronic Data Capture* (EDC) sebagai alat pembayaran tambahan berbasis nontunai.

(2) Pendampingan Pengerjaan Konten Sosial Media Bagi UMKM Kopi Perempat

Dalam bidang pemasaran, tim memulai dengan membuat konten-konten menarik untuk media sosial Kopi Perempat, terutama di Instagram dan TikTok. Secara keseluruhan, terdapat tiga konten foto produk dan suasana dari Kopi Perempat, dua video yang diunggah di Instagram dan TikTok, serta satu video yang khusus diunggah di TikTok. Jadi, total terdapat enam konten yang dibuat untuk media sosial Kopi Perempat. Hasil dari konten yang diunggah menunjukkan performa yang cukup baik dan mampu meningkatkan keterikatan (*engagement*) pengguna terhadap Kopi Perempat. Dua video yang diunggah melalui fitur Reels di Instagram Kopi Perempat telah ditonton lebih dari 2.000 kali dan mendapatkan tanggapan yang positif dari para pengikutnya.



Gambar 5. Feed Sosial Media UMKM

Konten-konten yang diunggah berisi foto produk, termasuk menu makanan dan minuman yang tersedia di Kopi Perempat, serta mencantumkan harga masing-masing produk. Selain itu, terdapat juga konten yang menampilkan suasana di dalam Kopi Perempat. Lebih lanjut, tim pengabdian juga menyusun *caption* yang menarik untuk setiap konten sebagai bagian dari strategi *copywriting*, dengan tujuan menarik lebih banyak audiens atau pelanggan dan memudahkan mereka dalam membaca *caption* serta menjelajahi akun Instagram Kopi Perempat. Sebelum memposting media social tim membuat *content planner* untuk jadwal unggahan setiap konten di Kopi Perempat. Hal ini bertujuan agar konten diunggah pada waktu-waktu ketika audiens atau pelanggan paling aktif membuka media sosial.

Monitoring dan Evaluasi

Setelah pelaksanaan sesi pendampingan selama 1 bulan, tim pengabdian melakukan evaluasi kepada peserta dengan metode wawancara. Evaluasi ini dilakukan untuk melihat kepuasan dan sejauh mana pelatihan ini dapat meningkatkan wawasan dan menginspirasi bisnis pelaku UMKM. Hasil wawancara menyatakan informan menyampaikan dengan adanya kegiatan ini, meningkatkan insight dan pandangan terhadap pentingnya inklusi keuangan dan adaptasi terhadap teknologi terbaru. Lebih lanjut informan menyampaikan rasa terimakasih atas terselenggaranya kegiatan yang diinisiasi oleh Universitas Brawijaya, hal ini sangat berdampak bagi keberlanjutan usaha dan memberikan inspirasi untuk melakukan inovasi di bidang digital marketing, apalagi ketika dihadapkan dengan kondisi yang dinamis. Dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha menilai kegiatan ini bermanfaat dan merasa puas.

4. SIMPULAN

Pemanfaatan teknologi digital, khususnya dalam hal pembayaran menggunakan QRIS dan strategi pemasaran melalui media sosial, terbukti efektif dalam meningkatkan performa bisnis. Kegiatan pendampingan ini telah berhasil meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya adopsi teknologi digital dalam operasional dan pemasaran, serta memberikan dampak positif pada peningkatan keterlibatan pelanggan dan penjualan. Program ini menunjukkan bahwa dengan pengetahuan dan dukungan yang tepat, UMKM dapat beradaptasi dan berkembang dalam ekosistem ekonomi digital yang terus berubah.

Program pendampingan perlu dilakukan secara berkelanjutan agar UMKM terus mendapatkan pembaruan dan adaptasi terhadap perkembangan teknologi digital yang cepat. Hal ini juga akan membantu memastikan bahwa para pelaku UMKM dapat memaksimalkan manfaat dari teknologi tersebut secara optimal. Lebih lanjut, materi pelatihan dan sosialisasi perlu diperluas untuk mencakup lebih banyak aspek digital marketing dan manajemen bisnis berbasis teknologi. Penekanan pada kemampuan analisis data dan strategi pemasaran digital yang lebih canggih dapat membantu UMKM bersaing lebih baik di pasar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih ditujukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya yang selalu mendukung kegiatan yang dilaksanakan oleh Civitas Akademika sehingga program ini dapat selesai.

DAFTAR RUJUKAN

- APKRINDO. (2024.). Homepage. Retrieved from <https://apkrindo.id/>
- Bank Indonesia, (2022). Go digital strategi memperkuat UMKM 2022. BI. <https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/cerita-bi/Pages/Go-Digital-Strategi-Memperkuat-UMKM.aspx>
- Data Indonesia. (2024). Jumlah pengguna QRIS 2 tahun terakhir hingga Maret 2024. Data Indonesia. Retrieved from <https://dataindonesia.id/keuangan/detail/data-jumlah-pengguna-qr-2-tahun-terakhir-hingga-maret-2024>
- Deloitte. (2015). UKM Pemicu kemajuan Indonesia. In *Instrumen Pertumbuhan Nusantara*.
- Erwin, E., Cindrakasih, R. R. R., Sari, A., Hita, H., Boari, Y., Judijanto, L., & Tadampali, A. C. T. (2024). *Pemasaran digital: Teori dan implementasi*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Farhan, A., & Shifa, A. W. (2023). Penggunaan metode pembayaran QRIS pada setiap UMKM di era digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(2), 1198-1206.
- Hidayat, A., Lesmana, S., & Latifah, Z. (2022). Peran UMKM (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) dalam pembangunan ekonomi nasional. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6), 6707-6714.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2023). Laporan Tahunan 2023. Kementerian Keuangan Republik Indonesia. Retrieved from <https://www.kemenkeu.go.id/laporan-tahunan-2023>
- Mege, S., Suwandi, S., & Kurniawati, N. I. (2023). Pelatihan dan pendampingan pembuatan QRIS pada sentra industri di alat dapur di Kota Semarang. *GOTAVA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 7-12.
- Nugroho, D. A., & Suryadi, N. (2023). *Dasar-dasar digital marketing: Teknologi, media sosial, dan strategi*. Universitas Brawijaya Press.
- Pangastuti, R. L., & Nonni, Y. A. P. (2023). Sosialisasi dan pendampingan penerapan sistem pembayaran digital melalui QRIS pada KSM "APEL". *ARSY: Jurnal Aplikasi Riset kepada Masyarakat*, 4(1), 56-60.
- Rofiq, A., Suryadi, N., Anggraeni, R., Makhmut, K. D. I., & Aryati, A. S. (2023). *Meningkatkan Daya Saing UKM: Perspektif Strategis*. Universitas Brawijaya Press.