

Program Pendampingan Digital Marketing untuk Peningkatan UMKM di Kelurahan Air Putih

Darmawati¹, Aldi Nor Hidayat², Gradias Bahtera Putra Anja Santoso³,

Reza Effendi⁴

Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda

e-mail: ¹darmawati@uinsi.ac.id, ²Aldinrh714@gmail.com, ³putranja.s12@gmail.com,

⁴artikelreza56@gmail.com

Abstract

MSMEs are a key pillar of the Indonesian economy, contributing significantly to job creation and increasing Gross Domestic Product (GDP). However, amidst technological advancements and changes in consumer behavior, MSMEs face the challenge of adapting to digital transformation. This study aims to provide digital marketing assistance to MSMEs in Air Putih Village, Samarinda Ulu, to increase their competitiveness and expand their market reach. The method used includes three stages: planning, implementation, and evaluation, with a focus on implementing QRIS as a digital payment system, mapping businesses through Google Maps, and utilizing social media for marketing. The assistance results show that almost all participating MSMEs successfully used QRIS independently, resulting in faster, safer, and more practical transactions. In addition, businesses that were previously difficult to find are now listed on Google Maps, complete with business profiles, making them more accessible to new consumers. Marketing through social media also increases business visibility, expands customer networks, and helps MSMEs build a more professional image. Thus, this assistance program not only improves the technical aspects of transactions and promotions but also encourages a change in the mindset of business actors to be more open to technology. Digital transformation has proven to be a strategic necessity for MSMEs to survive and develop independently in the modern era.

Keywords: QRIS Creation, Google Map Mapping, Social Media and MSMEs

Abstrak

UMKM merupakan salah satu pilar utama perekonomian Indonesia dengan kontribusi besar terhadap penciptaan lapangan kerja dan peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB). Namun, di tengah perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, UMKM dihadapkan pada tantangan untuk beradaptasi dengan transformasi digital. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pendampingan digital marketing kepada pelaku UMKM di Kelurahan Air Putih, Samarinda Ulu, agar mampu meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar. Metode yang digunakan meliputi tiga tahapan, yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi, dengan fokus pada implementasi QRIS sebagai sistem pembayaran digital, pemetaan usaha melalui Google Maps, serta pemanfaatan media sosial untuk pemasaran. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa hampir seluruh UMKM peserta berhasil menggunakan QRIS secara mandiri, sehingga transaksi menjadi lebih cepat, aman, dan praktis. Selain itu, usaha yang sebelumnya sulit

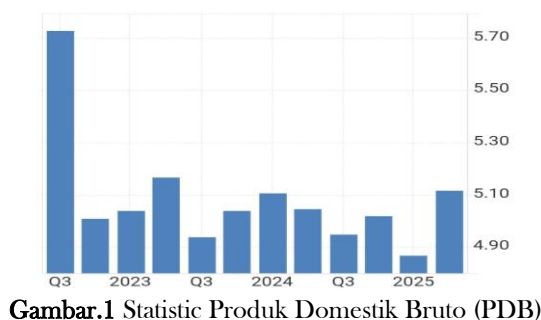
ditemukan kini telah terdaftar di *Google Maps*, lengkap dengan profil bisnis, sehingga lebih mudah diakses konsumen baru. Pemasaran melalui media sosial juga meningkatkan visibilitas usaha, memperluas jaringan pelanggan, dan membantu *UMKM* membangun citra yang lebih profesional. Dengan demikian, program pendampingan ini tidak hanya meningkatkan aspek teknis dalam transaksi dan promosi, tetapi juga mendorong perubahan pola pikir pelaku usaha untuk lebih terbuka terhadap teknologi. Transformasi digital terbukti menjadi kebutuhan strategis bagi *UMKM* untuk bertahan dan berkembang secara mandiri di era modern.

Keywords: Pembuatan *QRIS*, Pemetaan *Google Map*, Media Sosial dan *UMKM*

A. PENDAHULUAN

Pertumbuhan perekonomian Indonesia sangat berfluktuatif. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi, salah satunya adalah peran *UMKM*. Berdasarkan pada UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menyatakan bahwa demokrasi ekonomi, usaha mikro, kecil, dan menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan. sehingga mampu meningkatkan kedudukan, peran, dan potensi usaha mikro, kecil, dan menengah dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan rakyat, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan.¹

Seperti yang sudah dijelaskan Undang-Undang diatas bahwasanya *UMKM* menjadi tiang penting dalam pertumbuhan perekonomian Indonesia, tidak hanya berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, akan tetapi juga memainkan peran penting dalam meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB) yang diantaranya mencakup pemerataan pembangunan dan mengurangi tingkat kemiskinan. Dari tahun ke tahun, progres *UMKM* di Indonesia terus meningkat, baik dari sisi kuantitas maupun kualitas. Bahkan, *UMKM* mendapatkan dukungan penuh dari pemerintah yang menawarkan berbagai program pelatihan dan pengembangan keterampilan bagi para pemangku kepentingan.²



Gambar.1 Statistic Produk Domestik Bruto (PDB)

¹ JDH BPK, “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah” (2008), <https://peraturan.bpk.go.id/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>, accessed 12 September 2025.

² Agustinus, et.al, “Edukasi Melalui Pelatihan Hard Skil Terhadap Peningkatan Kompetensi Pengelola *UMKM*,” *Communnity Development Journal*, 5, no. 5 (2024): 8303–8312.

Sumber: *trading economics*

Situasi ekonomi di Indonesia saat ini menunjukkan kinerja yang stabil dan kuat, hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan PDB mencapai 5,1% yang merupakan peningkatan indeks pertumbuhan. Sedangkan tahun lalu indeks pertumbuhan hanya sebesar 5%.³ Jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2023 mencapai 66 juta, dengan kontribusi terhadap PDB mencapai 9.580 triliun. UMKM sangat vital bagi ekonomi Indonesia, termasuk penyerapan 117 juta pekerja (97%) dari jumlah tenaga kerja. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM) dan BPS menyelesaikan sensus UMKM dari 15 September hingga 14 Oktober 2023. Rekapitulasi data dilakukan melalui metode “*door to door*” dengan menggunakan model CAPI (*Computer Assisted Personal Interviewing*).⁴ Akan tetapi, di tengah disrupsi transformasi digital, sektor UMKM harus menghadapi berbagai macam tantangan yang membuat paradigma pertumbuhan menjadi dinamis yang bertujuan untuk tetap berkelanjutan dan memiliki daya saing. Era globalisasi membuat perilaku konsumen dalam ekonomi menjadi dinamis dan kemajuan teknologi dalam waktu interval yang relative cepat telah mengubah masif kegiatan bisnis secara kompherensif.

Dalam dinamika kehidupan yang semakin maju, perkembangan teknologi telah menjadi kekuatan pendorong utama yang menciptakan model bisnis baru, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperluas jangkauan pasar. Dengan adanya teknologi, telah banyak mengubah sistem diberbagai sektor sehingga dapat memberikan peluang tersedianya lapangan pekerjaan bagi masyarakat, pengguna teknologi maupun masyarakat umum. Transformasi digital bagi UMKM bukan hanya sekedar mengikuti tren, melainkan sebuah kebutuhan strategis dalam bisnis. Adopsi teknologi digital dapat membantu UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, mengoptimalkan pengelolaan keuangan, hingga menghadirkan produk dan layanan yang lebih inovatif.⁵ Berbagai platform digital mulai dari *e-commerce*, media sosial, *e-wallet* hingga aplikasi pembayaran digital bank mobile, kini menjadi ekosistem yang mendukung UMKM lebih mudah terhubung dengan pelanggan, pemasok, dan mitra bisnis.

Meskipun demikian, perjalanan menuju transformasi digital yang menyeluruh bagi UMKM tidak selalu lancar. Banyak UMKM yang masih menghadapi berbagai kendala, seperti kurangnya pemahaman terkait penggunaan teknologi, keterbatasan sumber daya manusia yang peduli digital, hingga kekhawatiran akan biaya administasi. Oleh karena itu,

³ Direktorat Jenderal Strategi Ekonomi dan Fiskal, “Ekonomi Indonesia 2024: Pertumbuhan Stabil Berkat Kebijakan Tepat,” 2025, <https://fiskal.kemenkeu.go.id/baca/2025/02/11/4527-ekonomi-indonesia-2024-pertumbuhan-stabil-berkat-kebijakan-tepat>, accessed 12 September 2025.

⁴ Yulya Ammi Hapsari, et.al, “Analisa Peran UMKM Terhadap Perkembangan Ekonomi Di Indonesia,” *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 2, no. 4 (2024): 53–62.

⁵ Adam Saleh Alkhalidia dan Baziedy Aditya Darmawan, “Dampak Adopsi Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM: Peran Faktor Organisasional Dan Lingkungan,” *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 03, no. 01 (2024): 29–40.

diperlukan dukungan dari berbagai pihak baik pemerintah, swasta, tenaga pendidik maupun komunitas untuk dapat memberikan edukasi, pelatihan, dan akses fasilitas ke berbagai solusi digital yang efisien dan sesuai dengan kebutuhan UMKM.⁶

Dengan demikian, pengembangan UMKM melalui transformasi digital bukan hanya tentang menggunakan teknologi, akan tetapi juga tentang perubahan pola pikir dan strategi bisnis yang adaptif. Harapannya, UMKM dapat memanfaatkan potensi digital secara maksimal untuk menciptakan nilai tambah, meningkatkan daya saing, dan pada akhirnya berkontribusi lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional yang inklusif dan berkelanjutan. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi penerapan digital marketing terhadap pelaku usaha UMKM di Kelurahan Air Putih agar dapat meningkatkan produktivitas yang secara efisien untuk bisnis pelaku usaha.

B. METODE PENELITIAN

Implementasi pengabdian kepada masyarakat yang difokuskan pada pemberdayaan UMKM di Kelurahan Air Putih Kecamatan Samarinda Ulu merupakan salah satu bentuk nyata kontribusi perguruan tinggi dalam mendukung kemajuan ekonomi lokal. Kegiatan ini diarahkan pada pendampingan intensif dan pembuatan media promosi, penerapan QRIS, serta penambahan informasi usaha pada layanan Google Maps. Dengan fokus tersebut, UMKM diharapkan mampu meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pemasaran, serta mengoptimalkan layanan berbasis digital. Kegiatan ini dilaksanakan secara bertahap selama satu bulan penuh oleh tim pengabdian kepada masyarakat Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda. Metode pelaksanaannya mengikuti tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi agar kegiatan lebih sistematis dan efektif.

1. Tahapan Perencanaan

Pada tahap awal, tim pengabdian melakukan observasi mendalam terhadap target UMKM di Kelurahan Air Putih. Observasi ini meliputi identifikasi jenis usaha, potensi produk, dan hambatan yang dihadapi pemilik usaha dalam mengelola pemasaran maupun pelayanan. Selanjutnya, dilakukan peninjauan lokasi serta koordinasi dengan pemilik usaha untuk menyampaikan maksud dan tujuan kegiatan pengabdian. Izin resmi diminta agar seluruh proses dapat berjalan lancar. Setelah itu, tim menyusun rencana pengabdian yang lebih terarah, termasuk mendiskusikan strategi bersama pihak UMKM terkait metode promosi digital, sistem pembayaran non-tunai, dan optimalisasi layanan berbasis Google Maps. Perencanaan ini juga mencakup penetapan waktu pelaksanaan, pembagian tugas, serta persiapan sarana dan langkah-langkah yang dibutuhkan untuk merealisasikan proyek pengembangan UMKM secara bertahap.

⁶ Adi Prasetya Nanda, et.al, "Penerapan Teknologi Informasi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Gisting," *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT: TAPIS BERSERI* 2, no. 1 (2023): 68–72.

2. Tahapan Pelaksanaan

Proses pelaksanaan diawali dengan sosialisasi kepada pemilik usaha, yang mencakup pembahasan mengenai lokasi, jenis layanan, sejarah penjualan, serta profil konsumen yang selama ini datang. Sosialisasi ini bertujuan agar tim memahami lebih dalam kondisi UMKM sekaligus memperkenalkan manfaat program pengabdian. Tim juga memberikan solusi dan pandangan melalui diskusi interaktif mengenai peluang pengembangan usaha, pemanfaatan teknologi digital, dan peningkatan kualitas pelayanan. Beberapa opsi rencana realisasi pengabdian diserahkan kepada pihak UMKM untuk dipertimbangkan, sehingga program yang dijalankan benar-benar sesuai dengan kondisi dan anggaran usaha. Selanjutnya, tim mulai menerapkan penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran tambahan. Hal ini penting untuk meningkatkan kualitas layanan dan mempermudah transaksi baik bagi penjual maupun pembeli. Selain itu, UMKM dimasukkan ke dalam layanan Google Maps guna meningkatkan visibilitas dan memperluas pasar. Tim juga melakukan pendampingan langsung terkait pembuatan akun, pengaturan lokasi, serta pemanfaatan fitur Google Maps dan QRIS secara detail. Edukasi penggunaan QRIS diberikan secara praktis agar pemilik UMKM benar-benar memahami cara penerapan dan pengelolaannya.

3. Tahapan Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk mengukur kesesuaian antara rencana dengan hasil yang dicapai. Tim pengabdian melakukan monitoring terhadap pemahaman pelaku usaha terkait realisasi program melalui observasi langsung di lapangan. Pemantauan ini bertujuan melihat secara nyata dampak yang dirasakan, terutama terkait kemudahan transaksi menggunakan QRIS dan peningkatan keterlihatan usaha melalui Google Maps. Dengan konsep digital yang diusung, UMKM di Kelurahan Air Putih diharapkan mampu mengikuti perkembangan zaman serta memperluas jangkauan pasarnya. Observasi dilakukan secara berkala agar perkembangan benar-benar terlihat dan dapat dijadikan dasar perbaikan untuk program berikutnya. Melalui tahapan terstruktur ini, program pengabdian tidak hanya sebatas pendampingan sementara, tetapi menjadi pijakan bagi UMKM untuk terus berkembang secara mandiri di era digital.

C. HASIL PENELITIAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, khususnya dalam penciptaan lapangan kerja dan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Hingga 2023, jumlah UMKM mencapai 66 juta dengan kontribusi besar terhadap PDB serta menyerap sebagian besar tenaga kerja. Namun dalam era digital dan globalisasi, UMKM menghadapi tantangan untuk

beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen dan kemajuan teknologi yang cepat. Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi digital menjadi sangat penting agar UMKM dapat tetap kompetitif dan berkembang.

Transformasi digital bukan hanya tren, tapi kebutuhan strategis bagi UMKM untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi, dan berinovasi dalam produk dan layanan. Pendampingan digital marketing di Kelurahan Air Putih yang mencakup penggunaan QRIS dan pendaftaran usaha di Google Maps, membantu UMKM agar dapat memanfaatkan teknologi ini secara optimal. Program ini tak hanya memberikan alat digital, tetapi juga edukasi dan pendampingan agar para pelaku usaha dapat mengoperasikan teknologi dengan baik untuk memaksimalkan potensi pemasaran dan transaksi digital.

Hasil dari pendampingan ini menunjukkan kemajuan nyata. Sebagian besar UMKM kini menggunakan Google Maps untuk informasi dan QRIS untuk transaksi sehingga memudahkan konsumen menemukan dan bertransaksi dengan usaha mereka. Hal ini meningkatkan kepercayaan para pelaku UMKM serta membuat usaha mereka lebih profesional dan modern. Penelitian membuktikan bahwa dengan dukungan yang tepat, UMKM dapat sukses beradaptasi dengan ekonomi digital dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Kegiatan ini membantu pelaku UMKM di Kelurahan Air Putih Kota Samarinda dengan dua cara mudah dan bermanfaat: membuat QRIS untuk pembayaran digital tanpa uang tunai, serta memetakan usaha mereka di Google Maps agar lebih mudah ditemukan oleh pelanggan. UMKM di sana beragam mulai dari warung makan, kerajinan tangan, hingga berbagai usaha kecil lainnya yang aktif melayani kebutuhan masyarakat.

1. Pembuatan QRIS

QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) adalah sistem pembayaran digital yang menggunakan kode QR sebagai metode transaksi tanpa uang tunai. Dengan adanya QRIS, pelaku UMKM dan konsumen bisa bertransaksi dengan lebih cepat, aman, dan praktis, tanpa perlu lagi repot menggunakan uang tunai secara fisik.⁷ Dalam penelitian ini, pembuatan QRIS dilakukan melalui pendampingan langsung kepada para pelaku UMKM di Kelurahan Air Putih. Mereka diajarkan secara bertahap mulai dari cara membuat akun QRIS melalui aplikasi perbankan maupun penyedia layanan keuangan digital, hingga mencoba langsung melakukan transaksi. Dengan cara ini, pelaku usaha tidak hanya memahami teori, tetapi juga menguasai praktik penggunaannya dalam kegiatan sehari-hari.⁸

⁷ Nadhifa Alifia, et.al, "Analisis Penggunaan Qris Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM," *JURNAL EKONOMI MANAJEMEN DAN BISNIS*, 25, no. 1 (2024): 61–68.

⁸ Mutiara Sari, et.al, "Potensi QRIS Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM," *PeNG : Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1, no. 2 (2024): 637–643.

Tujuan utama dari penerapan QRIS adalah untuk memberikan kemudahan dan mempercepat proses pembayaran di UMKM, mengurangi ketergantungan pada uang tunai, serta memberikan kenyamanan bagi konsumen, terutama generasi muda yang memang sudah terbiasa menggunakan pembayaran digital. Lebih dari itu, QRIS juga diharapkan dapat membantu UMKM menjadi lebih efisien dalam operasional, memperluas jangkauan pasar, dan membuat transaksi menjadi lebih modern serta inovatif sehingga mampu mengikuti perkembangan zaman.⁹

Sebelum program ini dimulai, hampir semua pelaku usaha masih mengandalkan pembayaran tunai. Akibatnya, banyak pembeli terutama anak muda merasa kurang praktis karena mereka lebih terbiasa dengan pembayaran digital. Melalui pendampingan, para peserta diajarkan langkah demi langkah untuk membuat akun QRIS melalui aplikasi bank maupun penyedia layanan keuangan. Setelah berhasil, mereka langsung mencoba melakukan transaksi dengan QRIS.

Hasil yang terlihat:

- Hampir semua peserta berhasil memiliki akun QRIS.
- Sebagian besar sudah bisa melakukan transaksi sendiri tanpa bantuan.
- Pembeli merasa lebih nyaman karena pembayaran lebih cepat dan aman.
- Beberapa UMKM yang telah dibantu dalam pembuatan QRIS antara lain Penjual Gorengan di Wijaya Kusuma, Karangan Bunga Ibu Ijan, Warung Makan Ibu Undari, Stand Minuman Ibu Sri, Martabak & Terang Bulan Sahara, Warung Daeng, Warung Hati Ayam, dan Ayam Goreng Suryanata. Kegiatan ini memudahkan mereka dalam bertransaksi digital dan menjangkau lebih banyak pelanggan.



Gambar.2 Warung Makan Ibu Undari

⁹ Putri Jayanti, et.al, "Penggunaan QRIS Oleh UMKM Sebagai Praktik Usaha Dengan Gaya Hidup Cashless Di Era Digitalisasi," *Journal of International Multidisciplinary Research*, 2, no. 5 (2024): 554–564.



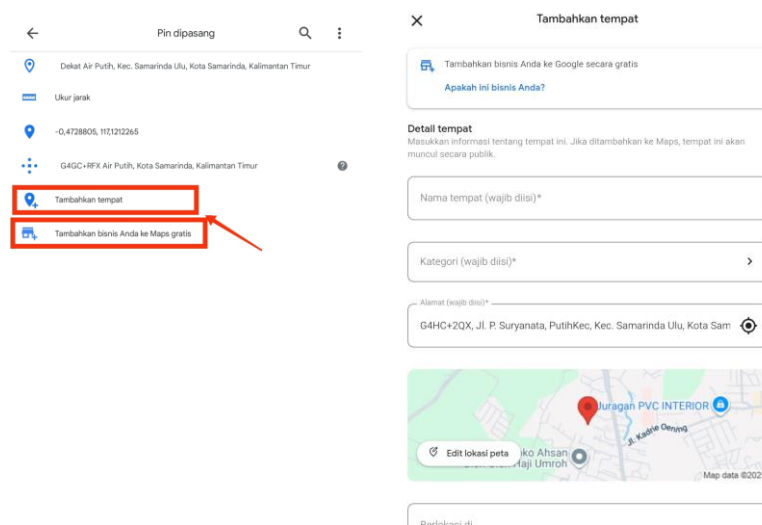
Gambar.3 Warung Daeng



Gambar.4 Warung Gorengan WK

2. Pemetaan Usaha di Google Maps

Pemetaan usaha di Google Maps adalah proses mendaftarkan lokasi UMKM ke dalam layanan peta digital Google agar usaha tersebut mudah ditemukan pelanggan melalui pencarian online. Dengan pendaftaran ini, profil usaha akan tercantum secara digital dan dapat diakses publik yang meliputi alamat, jam operasional, nomor kontak, hingga foto bisnis yang membuat usaha terlihat lebih profesional.¹⁰



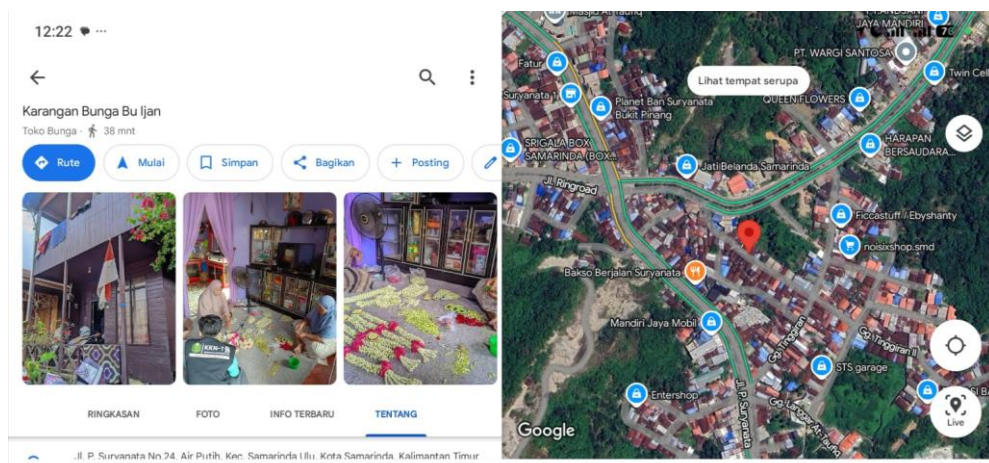
Gambar.5 Metode Pendaftaran Platform Google Map

Metode pendaftaran dilakukan dengan mengisi informasi lengkap pada platform Google Maps, baik melalui aplikasi ponsel maupun browser. Pelaku usaha cukup menambahkan lokasi baru dengan memilih menu “Tambahkan Tempat” atau “Add a Missing Place,” lalu melengkapi data seperti nama usaha, alamat, kategori bisnis,

¹⁰ Ernawati, et.al, “Pemanfaatan Aplikasi Google Maps Sebagai Bentuk Digitalisasi Pemasaran Pada UMKM Warkop Di Desa Pepelegi Sidoarjo,” *Panggung Kebajikan: Jurnal Pengabdian Sosial*, 2, no. 2 (2025): 32–42.

jam buka, nomor telepon, serta foto usaha. Setelah data dikirimkan, Google akan melakukan verifikasi sebelum lokasi tersebut resmi muncul di peta.¹¹

Tujuan utama pemetaan usaha di Google Maps adalah meningkatkan visibilitas dan kemudahan akses bagi pelanggan untuk menemukan usaha secara online. Selain itu, pemetaan ini juga membantu UMKM memperluas jangkauan pasar, meningkatkan citra profesional melalui kehadiran digital (*online presence*), serta memudahkan interaksi dengan pelanggan baik melalui panggilan telepon maupun kunjungan langsung. Dengan adanya peta digital, UMKM dapat lebih siap bersaing di era digital dan memiliki peluang lebih besar untuk menarik pelanggan baru.¹²



Gambar.6 Hasil Pemetaan di Google Map

Banyak usaha kecil sebelumnya tidak muncul di Google Maps. Akibatnya usaha mereka sulit ditemukan pelanggan baru dari luar lingkungan sekitar. Setelah diberikan pelatihan, para peserta akhirnya bisa mendaftarkan usaha mereka ke Google Maps. Profil usaha mereka kini sudah lengkap dengan alamat, foto, jam operasional, dan nomor kontak.

Hasil yang terlihat:

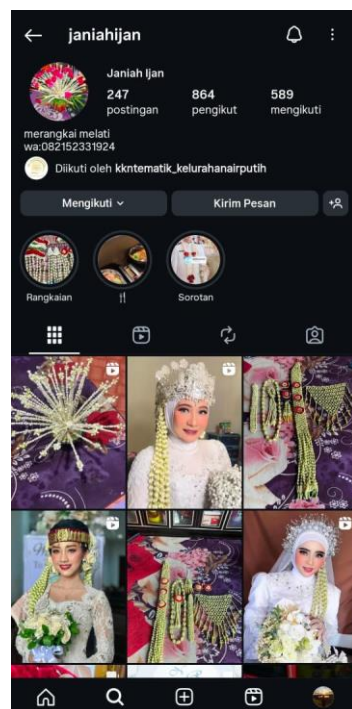
- Hampir semua usaha berhasil tampil di Google Maps.
- Pelanggan bisa dengan mudah menemukan usaha hanya dengan mengetik nama tokonya.
- Ada pelanggan baru datang karena menemukan lokasi usaha lewat Google Maps.
- Para pelaku usaha jadi lebih percaya diri karena usaha mereka terlihat lebih profesional.

¹¹ Shalsa Dela Nur Septi dan Reiga Ritomiea Ariescyi, "Pemanfaatan Google Maps Untuk Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Seblak 55 Kelurahan Rungkut Menanggal," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5, no. 2 (2024): 2250–55.

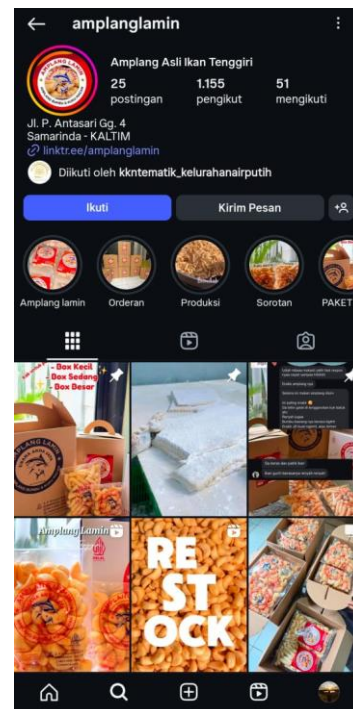
¹² Alfi Akhsanul Haq, et.al, "Pemanfaatan Google Maps Sebagai Sarana Pemetaan UMKM Dan Fasilitas Umum Di Desa Pasinan Kecamatan Lekok," *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2, no. 4 (2024): 67–81.

3. Pemasaran Lewat Sosial Media

Pemasaran lewat media sosial atau yang sering disebut social media marketing (SMM) adalah strategi penting dalam dunia bisnis modern. Ini adalah cara bagi pelaku usaha UMKM untuk memanfaatkan platform media sosial seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan YouTube untuk menjangkau audiens atau calon pelanggan yang lebih luas, membangun hubungan dengan pelanggan, dan mempromosikan produk atau layanan yang dimiliki.¹³ Mekanisme awalnya yang peneliti lakukan ialah memberikan edukasi dan pemahaman terkait betapa pentingnya penggunaan teknologi digital dalam berbisnis salah satunya pemasaran lewat sosial media bagi keberlangsungan usaha atau bisnis yang dapat memiliki daya saing dan lebih efisien. Dengan edukasi tersebut para pelaku usaha UMKM di Kelurahan Air Putih bersedia untuk dibuatkan akun sosial media untuk mempromosikan produk dan layanan UMKM. Sosial media yang kita pilih ialah facebook dan instagram. Karena kedua platform tersebut memiliki popularitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan sosial media yang lainnya. Setelah akun sosial media pelaku usaha jadi, kami mendampingi cara penggunaan kedua platform tersebut dalam hal pemasaran. Dan kita bantu mempromosikan produk dan layanan UMKM lewat akun sosial media kkn tematik_kelurahanairputih.



Gambar.7 usaha merangkai bunga



Gambar.8 usaha amplang

¹³ Hakim Mahdi Zakariya dan Maharani Ikaningtyas, “Peran Sosial Media Marketing Dan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Dan Jangkauan Pasar UMKM Di Desa Kedungjambe,” *Masyarakat Mandiri : Jurnal Pengabdian Dan Pembangunan Lokal*, 2, no. 1 (2025): 76–86.

Terdapat berbagai macam manfaat dari pemasaran lewat sosial media bagi pelaku usaha UMKM yaitu media sosial memungkinkan UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan terhubung dengan pelanggan baru, membangun brand image profesional, meningkatkan penjualan dan efisiensi dengan pemasaran yang efektif, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan.

Hasil yang terlihat:

- Pelanggan bisa dengan mudah menemukan produk dan layanan lewat sosmed.
- Ada pelanggan baru yang datang karena menemukan lewat sosial media.
- Para pelaku usaha jadi lebih percaya diri terhadap usahanya karena bisa dijangkau oleh semua orang sehingga meningkatkan efisiensi bisnis.

Dampak Terhadap UMKM

Dampak terhadap UMKM mengacu pada perubahan positif yang dialami pelaku usaha setelah mengadopsi teknologi digital seperti QRIS dan Google Maps. Dampak ini tidak hanya sebatas kemudahan bukan hanya dalam transaksi dan pemasaran, tetapi juga membawa perubahan pada pola pikir serta meningkatkan semangat pelaku usaha untuk memanfaatkan teknologi dalam mengembangkan bisnis mereka. Setelah menggunakan QRIS dan layanan digital Google Maps, transaksi menjadi lebih cepat, praktis, dan aman tanpa harus bergantung pada uang tunai.¹⁴

UMKM yang sebelumnya sulit ditemukan kini lebih mudah dijangkau oleh pelanggan baru melalui pencarian online, sehingga menambah kepercayaan diri pemilik usaha dan membuat bisnis terlihat lebih modern serta profesional. Pemanfaatan teknologi digital juga memberikan dorongan motivasi baru bagi pelaku UMKM untuk terus berinovasi dan mengoptimalkan pengelolaan usaha. Dengan begitu, UMKM dapat memperbesar pangsa pasar, memperlancar proses transaksi, serta meningkatkan nilai tambah bisnis sehingga mampu bersaing secara lebih efektif di era digital yang penuh tantangan dan peluang.¹⁵

Setelah memanfaatkan layanan QRIS untuk pembayaran nontunai dan Google Maps untuk mempermudah pencarian lokasi, para pelaku usaha mulai menyadari bahwa dunia digital bukanlah sesuatu yang rumit atau menakutkan. Justru, teknologi terbukti menjadi sarana yang efektif untuk mengembangkan usaha sekaligus membuatnya terlihat lebih modern dan profesional.

Perubahan positif yang dirasakan pelaku usaha antara lain:

1. Transaksi menjadi lebih praktis dan tidak merepotkan.
2. Usaha lebih mudah dikenal dan dijangkau banyak orang.

¹⁴ Menik Hardiyanti dan Sedya Santosa, "Dampak Penggunaan QRIS Pembangunan Ekonomi Digital Pada Pelaku UMKM," *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4, no. 1 (2024): 171–79.

¹⁵ Imam Hidayah, "Peran Google Maps Dalam Meningkatkan Visibilitas UMKM: Studi Kasus Di Kecamatan Cileungsi, Jawa Barat," *Jurnal Commnova (Communication And Media)*, 1, no. 1 (2025): 37–41.

3. Pelaku UMKM jadi lebih semangat untuk terus menggunakan teknologi.
4. Promosi produk dan layanan menjadi lebih mudah, misalnya melalui media sosial atau fitur ulasan di Google.
5. Hubungan dengan pelanggan semakin baik karena mereka bisa menemukan informasi usaha, jam operasional, dan lokasi dengan cepat.
6. Reputasi usaha meningkat karena tampilannya yang lebih profesional di dunia digital membuat pelanggan lebih percaya.
7. Efisiensi waktu dan biaya karena banyak hal yang sebelumnya manual kini bisa dilakukan secara online.
8. Akses ke peluang kerja sama lebih luas karena usaha yang sudah terdaftar dan terlihat di dunia digital lebih mudah dilirik pihak lain.

Dari pengalaman ini, muncul kesadaran baru bahwa dengan langkah sederhana seperti memanfaatkan sistem pembayaran digital dan peta daring usaha kecil sekalipun dapat ikut bersaing dan berkembang di era digital.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, program pendampingan digital marketing di Kelurahan Air Putih Samarinda Ulu membuktikan bahwa adopsi teknologi digital secara terstruktur dan terarah sangat efisien dan efektif dalam membuat usaha yang berkelanjutan, meningkatkan produktivitas dan meningkatkan daya saing UMKM. Hal ini terealisasi melalui berbagai ekosistem adopsi digital dalam digital marketing berupa implementasi sistem pembayaran QRIS, pemetaan lokasi usaha di Google Maps dan social media marketing. Ketiga ekosistem ini dipilih karena relevansinya yang tinggi dengan kebutuhan UMKM di era digital, di mana perilaku konsumen atau pelanggan dan lanskap bisnis terus berubah dengan cepat.

Sebelum adanya program ini, sebagian besar pelaku UMKM di Kelurahan Air Putih masih mengandalkan sistem tradisional. Ketiga program tersebut berhasil mengubah dan mengatasi berbagai tantangan yang harus dihadapi UMKM di era perkembangan teknologi seperti kurangnya pemahaman tentang teknologi dan rendahnya visibilitas atau jangkauan pasar dalam berbisnis. Sebelum pendampingan, sebagian besar UMKM masih mengandalkan pembayaran tunai yang sering kali dianggap kurang praktis dan relevan oleh konsumen terutama generasi muda yang terbiasa dengan pembayaran menggunakan digital. Setelah diberikan edukasi dan pendampingan langsung, para pelaku usaha tidak hanya berhasil membuat akun QRIS, tetapi juga mampu menggunakannya secara mandiri. Dampaknya signifikan yaitu transaksi menjadi lebih cepat, aman, dan praktis, sehingga dapat meningkatkan kenyamanan pembeli dan menjadikan operasional bisnis lebih efisien. Penggunaan QRIS juga memberikan kesan modern dan profesional bagi usaha UMKM.

Di sisi lain, pemetaan usaha di Google Maps berperan krusial dalam memperluas jangkauan pasar. Sebelumnya, banyak usaha kecil dan menengah yang sulit ditemukan oleh pelanggan baru dari luar lingkungan sekitar. Melalui pendampingan, profil usaha mereka kini terdaftar secara digital di Google Map dengan informasi lengkap seperti alamat, jam operasional, dan foto. Hasilnya pelanggan dapat dengan mudah menemukan lokasi usaha hanya dengan pencarian *online* di Google Map, yang pada akhirnya mendatangkan pelanggan baru dan meningkatkan visibilitas bisnis secara keseluruhan.

Selain itu, pemasaran lewat sosial media atau social media marketing juga memiliki peran yang sangat vital dalam produktivitas dan efisiensi UMKM yang dimana sebelumnya pelaku usaha hanya bisa mempromosikan secara langsung kepada calon konsumen di lingkungan sekitar tempat usaha itu saja. Hal ini menghambat UMKM dalam mengembangkan bisnisnya. Dengan adanya pemasaran lewat sosial media, masalah tersebut dapat teratasi. Para pelaku usaha dapat melakukan pemasaran, promosi dan membangun brand produk atau layanan secara profesional. Hal ini dapat memungkinkan UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan terhubung dengan pelanggan baru dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Dengan adanya sosial media, menumbuhkan rasa percaya diri pada para pelaku UMKM karena usaha mereka terlihat lebih profesional.

Dampak dari ketiga inovasi sederhana ini menumbuhkan kesadaran baru bagi para pelaku usaha. Mereka menyadari bahwa dunia digital bukanlah sesuatu yang rumit atau menakutkan. Justru sebaliknya, teknologi menghadirkan kemudahan, membuka peluang pasar yang lebih luas, dan membantu usaha kecil agar dapat bersaing secara setara dengan usaha yang lebih besar. Kesadaran ini menjadi titik balik penting karena tidak hanya berdampak pada aspek teknis usaha, tetapi juga pada pola pikir pelaku UMKM.

Pada akhirnya, transformasi digital bukan hanya memberikan keuntungan ekonomis bagi UMKM, tetapi juga memberikan dampak sosial yang positif. Pelaku usaha menjadi lebih percaya diri, masyarakat mendapatkan layanan yang lebih baik dan praktis, serta roda perekonomian lokal semakin bergerak dinamis. Hal ini sejalan dengan tujuan besar pemberdayaan UMKM yaitu menciptakan pertumbuhan ekonomi yang inklusif, berkeadilan, dan berkelanjutan. Selain itu, keberhasilan kegiatan ini juga menunjukkan pentingnya kolaborasi antara berbagai pihak baik akademisi, pemerintah, maupun komunitas masyarakat. Dengan adanya dukungan dan pendampingan berkelanjutan, UMKM akan memiliki akses yang lebih besar terhadap pengetahuan, keterampilan, dan sumber daya yang mereka butuhkan untuk berkembang. Program ini bisa menjadi model bagi wilayah lain, khususnya di daerah yang masih minim akses terhadap teknologi digital.

Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa transformasi digital bagi UMKM bukan sekadar mengikuti tren, melainkan kebutuhan strategis dalam bisnis. Program ini tidak hanya menyediakan alat, tetapi juga mengubah pola pikir para pelaku usaha, membuat mereka lebih termotivasi untuk terus berinovasi dan mengoptimalkan

pengelolaan bisnis. Keberhasilan inisiatif ini membuktikan bahwa dengan langkah sederhana namun terstruktur seperti penggunaan QRIS, pemetaan Google Maps, dan pemasaran lewat media sosial, UMKM dapat bersaing secara efektif di era digital dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional yang inklusif dan berkelanjutan. Program ini menjadi pijakan penting bagi UMKM di Kelurahan Air Putih untuk terus berkembang secara mandiri di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinus, Harnida Wahyuni Adda, dkk. "Edukasi Melalui Pelatihan Hard Skill Terhadap Peningkatan Kompetensi Pengelola UMKM." *Communnity Development Journal* 5, no. 5 (2024): 8303–12.
- Alfi Akhsanul Haq, Abdullah Ilmi, dkk. "Pemanfaatan Google Maps Sebagai Sarana Pemetaan UMKM Dan Fasilitas Umum Di Desa Pasinan Kecamatan Lekok." *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia* 2, no. 4 (2024): 67–81.
- Alifia, Nadhifa, Erwin Permana, dan Harnovinsah. "Analisis Penggunaan Qris Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM." *JURNAL EKONOMI MANAJEMEN DAN BISNIS* 25, no. 1 (2024): 61–68.
- Alkhaldia, Adam Saleh dan Baziedy Aditya Darmawan. "Dampak Adopsi Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM: Peran Faktor Organisasional Dan Lingkungan." *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen* 03, no. 01 (2024): 29–40.
- Direktorat Jenderal Strategi Ekonomi dan Fiskal. "Ekonomi Indonesia 2024: Pertumbuhan Stabil Berkat Kebijakan Tepat," 2025, <https://fiskal.kemenkeu.go.id/baca/2025/02/11/4527-ekonomi-indonesia-2024-pertumbuhan-stabil-berkat-kebijakan-tepat>, accessed 12 September 2025.
- Ernawati, M Najib Zakariya, dan Moh Riski. "Pemanfaatan Aplikasi Google Maps Sebagai Bentuk Digitalisasi Pemasaran Pada UMKM Warkop Di Desa Pepelegi Sidoarjo." *Panggung Kebaikan: Jurnal Pengabdian Sosial* 2, no. 2 (2025): 32–42.
- Hapsari, Yulya Ammi, Putri Apriyanti, dkk. "Analisa Peran UMKM Terhadap Perkembangan Ekonomi Di Indonesia." *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif* 2, no. 4 (2024): 53–62.
- Hardiyanti, Menik, dan Sedyas Santosa. "Dampak Penggunaan QRIS Pembangunan Ekonomi Digital Pada Pelaku UMKM." *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi* 4, no. 1 (2024): 171–79.
- Hidayah, Imam. "Peran Google Maps Dalam Meningkatkan Visibilitas UMKM: Studi Kasus Di Kecamatan Cileungsi, Jawa Barat." *Jurnal Commnova (Communication And Media)* 1, no. 1 (2025): 37–41.
- Jayanti, Putri, Nabila Yeva Putri, dan Sofia Nur Madina. "Penggunaan QRIS Oleh UMKM Sebagai Praktik Usaha Dengan Gaya Hidup Cashless Di Era Digitalisasi." *Journal of International Multidisciplinary Research* 2, no. 5 (2024): 554–64.
- JDH BPK. "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah," 2008, <https://peraturan.bpk.go.id/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>, accessed 12 September 2025.

- Nanda, Adi Prasetya, Jeprianto, dkk. "Penerapan Teknologi Informasi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Gisting." *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT: TAPIS BERSERI* 2, no. 1 (2023): 68–72.
- Sari, Mutiara, Mista Rani, dkk. "Potensi QRIS Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM." *PeNG : Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 1, no. 2 (2024): 637–43.
- Septi, Shalsa Dela Nur dan Reiga Ritomiea Ariescy. "Pemanfaatan Google Maps Untuk Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Seblak 55 Kelurahan Rungkut Menanggal." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)* 5, no. 2 (2024): 2250–55.
- Zakariya, Hakim Mahdi dan Maharani Ikaningtyas. "Peran Sosial Media Marketing Dan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Dan Jangkauan Pasar UMKM Di Desa Kedungjambe." *Masyarakat Mandiri : Jurnal Pengabdian Dan Pembangunan Lokal* 2, no. 1 (2025): 76–86.