OPTIMALISASI TEKNOLOGI PEMASARAN DAN PEMBAYARAN DIGITAL DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DI DESA SANDING GIANYAR

I Gusti Putu Eka Rustiana Dewi[1,*], Ni Wayan Seri Noviantari[2], Ni Komang Leadys Ledyana[3], Marlyn Bili[4]
[1,2,3,4]Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia
*Email: rustiana_dewi@unmas.ac.id

ABSTRAK
Kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang untuk memperluas wawasan serta kecakapan para pelaku UMKM dalam mengaplikasikan strategi pemasaran berbasis digital. Transformasi pemasaran digital telah menjelma menjadi kebutuhan yang mendesak agar UMKM mampu berkompetisi di tengah ketatnya iklim industri modern. Sejumlah kendala utama yang dihadapi mitra meliputi minimnya pemahaman terkait pencitraan merek (branding), pemanfaatan media sosial sebagai media promosi, penggunaan marketplace, serta analisis data pasar guna mengoptimalkan efektivitas bisnis. Kemajuan era digital mewajibkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk terus beradaptasi demi bertahan di pasar domestik maupun global. Pelaksanaan program ini ditempuh melalui metode bimbingan interaktif, sesi diskusi, praktik langsung, serta pendampingan intensif. Di lapangan, sebagian besar UMKM di Desa Sanding masih membentur hambatan klasik, yakni sempitnya jangkauan pemasaran konvensional serta rendahnya adopsi sistem transaksi nontunai. Secara keseluruhan, kegiatan ini mengkaji penerapan optimalisasi teknologi pemasaran digital seperti pemasaran digital dan pemanfaatan QRIS untuk mendongkrak daya saing UMKM di Desa Sanding, sekaligus diharapkan mampu menopang peningkatan daya saing usaha secara berkesinambungan.
Kata Kunci: digital marketing, pembayaran digital, umkm, daya saing

ANALISIS SITUASI

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki kontribusi penting terhadap perekonomian Indonesia. Keberadaan UMKM tidak hanya mendukung pertumbuhan ekonomi, tetapi juga berperan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta menyediakan kesempatan kerja di berbagai wilayah. Kemampuan UMKM untuk bertahan dalam menghadapi perubahan kondisi ekonomi dan kemajuan teknologi digital menunjukkan bahwa sektor ini memiliki peran yang cukup strategis.

Selain menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat, UMKM juga dapat menjadi sarana untuk mengembangkan potensi dan sumber daya lokal melalui berbagai produk kreatif yang memiliki nilai jual serta mampu bersaing di pasar. Di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital, pelaku UMKM menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan usahanya. Namun, perkembangan tersebut juga membuka peluang yang dapat dimanfaatkan untuk memperluas pemasaran dan meningkatkan daya saing usaha. Desa Sanding yang berada di Kecamatan

Tampaksiring, Kabupaten Gianyar, menjadi salah satu wilayah yang memiliki potensi dalam pengembangan UMKM melalui pemanfaatan teknologi digital.

Gambaran nyata tersebut dapat dilihat pada dua unit usaha kuliner lokal, yaitu Kedathu Coffee dan HomeMadeFoods, yang mencerminkan kondisi umum UMKM perdesaan di tengah gempuran era ekonomi digital. Berdasarkan pengamatan langsung, kegiatan operasional Kedathu Coffee masih menemui beberapa hambatan, baik dari segi struktural maupun teknis, khususnya terkait strategi pemasaran dan metode pembayaran transaksi keuangan.

Ditinjau dari segi pemasaran, kedua UMKM ini masih bergantung pada metode promosi konvensional serta mengandalkan pelanggan spontan yang kebetulan lewat di sekitar desa. Pemanfaatan pemasaran digitalnya masih sangat minim, terutama kurangnya penggunaan media sosial berbasis visual. Akibatnya, pangsa pasar mereka cenderung terbatas di lingkup lokal saja, sehingga kehilangan kesempatan emas untuk menjangkau wisatawan modern yang terbiasa mencari rekomendasi tempat makan melalui ponsel pintar.

Selain pemasaran, tantangan mendasar berikutnya berkaitan dengan sistem pembayaran transaksi. Penggunaan pembayaran non tunai berbasis uang elektronik sebenarnya membuka peluang baru yang dapat dimanfaatkan oleh para pengguna Dari aspek pemasaran, Kedua UMKM, selama ini masih mengandalkan pola promosi konvensional, serta mengandalkan kunjungan spontan dari konsumen yang melintas di sekitar desa. Usaha ini belum memiliki optimalisasi digital marketing yang memadai, seperti minimnya pemanfaatan media sosial berbasis visual. Akibatnya, jangkauan pasar masih terbatas pada skala lokal, sehingga kehilangan peluang emas untuk menarik segmen wisatawan modern yang gemar mencari referensi tempat kuliner melalui gawai.

Upaya meminimalkan pembayaran tunai secara umum memberikan kemudahan berupa proses transaksi yang jauh lebih cepat serta nyaman dibandingkan uang kertas, khususnya untuk nominal kecil. Selain itu, metode non-tunai terbukti lebih praktis, efisien, ekonomis, serta menawarkan tingkat keamanan yang lebih terjamin bagi pembeli maupun penjual.

Kendati demikian, kegiatan jual beli di Kedathu Coffee dan HomeMadeFoods saat ini masih didominasi oleh penggunaan uang tunai. Ketiadaan fasilitas pembayaran digital seperti QRIS tidak hanya menyulitkan pengembalian uang kembalian dan memperbesar risiko operasional, melainkan juga menjadi kendala bagi pelancong asing serta generasi muda yang terbiasa menggunakan transaksi nirkontak (contactless). Lebih lanjut, pencatatan keuangan harian yang masih dikerjakan secara manual berdampak pada sulitnya pemilik usaha memantau kondisi finansial secara akurat, sekaligus membatasi peluang mereka dalam mengakses pinjaman formal dari bank. Padahal, layanan QRIS dapat digunakan oleh setiap pelaku usaha yang telah terdaftar pada Penyedia Jasa Sistem Pembayaran (PJSP), sehingga dapat menerima pembayaran dari berbagai macam aplikasi dompet digital. Pelanggan dapat melakukan pembayaran kepada pedagang cukup dengan memindai kode QRIS yang tersedia

menggunakan aplikasi dompet digital apa saja yang mereka miliki (seperti GoPay, Dana, OVO, atau LinkAja) tanpa harus menyamakan aplikasinya dengan penyedia layanan QRIS di toko tersebut, karena sistemnya telah menggunakan metode Merchant Presented Mode (MPM). Berkat kemudahan ini, proses transaksi menjadi lebih efisien, mempercepat perluasan inklusi keuangan di Tanah Air, serta mendorong sektor UMKM beralih ke arah digitalisasi pembayaran yang memegang peran penting dalam memajukan perekonomian.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, ditemukan beberapa permasalahan, antara lain sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan edukasi mengenai pentingnya branding dan pembentukan identitas usaha pada UMKM KEDATHU Coffee dan Homemade Foods di Desa Sanding?
2. Bagaimana proses pendampingan pemanfaatan media sosial (Instagram) sebagai sarana promosi digital untuk memperluas jangkauan pasar KEDATHU Coffee dan Homemade Foods?
3. Bagaimana bentuk edukasi dan pendampingan penerapan sistem pembayaran non-tunai menggunakan QRIS pada transaksi KEDATHU Coffee dan Homemade Foods?

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh mitra KEDATHU Coffee dan Homemade Foods sesuai dengan prioritas kebutuhan adalah sebagai berikut:

1. Edukasi Branding dan Identitas Usaha: Memberikan pemahaman dan pendampingan kepada pemilik KEDATHU Coffee dan Homemade Foods dalam membangun identitas visual usaha (seperti logo, label produk, dan pengemasan) agar memiliki daya tarik dan keunggulan bersaing.
2. Pendampingan Promosi Digital: Mendampingi pemilik usaha secara langsung dalam pembuatan, pengelolaan, dan pembuatan konten kreatif pada akun media sosial Instagram guna mengoptimalkan promosi secara online.
3. Edukasi dan Pendampingan Pemanfaatan QRIS: Memberikan bimbingan teknis pembuatan dan pengoperasian kode QRIS sebagai sarana transaksi pembayaran digital guna mempermudahproses pembayaran dan meningkatkan kenyamanan transaksi bagi pelanggan.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan program optimalisasi teknologi pemasaran dan pembayaran digital dirancang secara sistematis melalui pendekatan partisipatif dan pendampingan langsung (action-oriented). Seluruh rangkaian kegiatan dibagi ke dalam empat tahapan utama sebagai berikut:

1. Tahap Observasi
   Meninjau langsung kondisi fisik UMKM, tata letak ruang (layout), ketersediaan perangkat penunjang (gawai/smartphone), serta kestabilan koneksi internet di lokasi.
2. Tahap Persiapan
   Mempersiapkan modul pelatihan ringkas, panduan visual tata cara pengelolaan media sosial, serta draf materi edukasi pencatatan keuangan digital yang nantinya akan dibagikan kepada pengelola Kedathu Coffee dan Homemade Foods sebagai acuan selama proses implementasi.
3. Tahap Pelaksanaan Pendampingan
   a. Memberikan pelatihan praktis kepada staf atau pengelola UMKM mengenai teknik dasar fotografi dan videografi. Fokus pelatihan mencakup kepada pengaturan pencahayaan alami, sudut pengambilan gambar (angle) produk kopi, serta penataan tata letak yang menarik untuk menarik perhatian audiens di platform berbasis visual seperti Instagram dan TikTok.
   b. Melakukan pendampingan administratif dan pendaftaran akun merchant QRIS bekerja sama dengan lembaga perbankan resmi. Setelah akun aktif, atribut QRIS dicetak dan ditempatkan secara strategis di area kasir atau meja pemesanan.
4. Tahap Monitoring
   Melakukan kunjungan berkala serta komunikasi secara daring melalui WhatsApp atau saluran komunikasi lainnya selama masa transisi. Pendampingan difokuskan untuk memastikan pemilik dan pegawai terbiasa mengelola media sosial secara rutin, merespons ulasan pelanggan di internet, dan memantau mutasi saldo harian.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Seluruh rangkaian program kerja yang direncanakan telah berhasil terealisasi 100% dengan partisipasi aktif dari pemilik usaha dan dukungan perangkat desa.

Tabel 1. Evaluasi Ketercapaian Program Keja

NO	Program Kerja	Waktu Pelaksanaan	Realisasi
1	Pendataan dan Observasi UMKM	01-07 Agustus 2026	100%
2	Edukasi Pencatatan Keuangan Sederhana	09 Agustus 2026	100%
3	Edukasi Optimalisasi Teknologi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM	09 Agustus 2026	100%
4	Pendampingan pembuatan atau pendaftaran Qris Untuk UMKM	09 Agustus 2026	100%

Pencatatan jurnal keuangan sederhana merupakan kegiatan pencatatan yang dijalankan secara konsisten dengan sasaran menghimpun data serta informasi finansial perusahaan. Aktivitas pembukuan ini mencakup pencatatan aset,

liabilitas, ekuitas, serta berbagai pengeluaran yang nantinya akan ditutup melalui penyusunan laporan neraca pada akhir periode tertentu. Bagi skala usaha kecil, pembukuan dapat diterapkan menggunakan format yang ringkas. Meski demikian, pencatatan tersebut tetap mampu memuat seluruh informasi keuangan secara menyeluruh. Selain itu, pembukuan berfungsi sebagai perlindungan terhadap risiko kecurangan bisnis seperti penggelapan dana, sehingga penting dilakukan terlepas dari seberapa kecil skala usahanya.

Edukasi Optimalisasi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM, Optimalisasi teknologi pemasaran adalah strategi pemanfaatan platform digital, perangkat lunak, serta jaringan internet secara optimal guna memperkenalkan produk, meningkatkan kesadaran merek (brand awareness), serta memperluas jangkauan konsumen secara lebih tepat sasaran. Bagi sektor UMKM, penerapan teknologi pemasaran kini bukan lagi sekadar pilihan alternatif, melainkan sarana krusial untuk melampaui batasan geografis pasar konvensional.

Pendampingan pembuatan atau pendaftaran QRIS merupakan langkah intervensi strategis guna mengatasi hambatan adopsi teknologi finansial di kalangan UMKM. Di tengah era digital saat ini, sistem pembayaran non-tunai saat ini bukan lagi fasilitas eksklusif bagi perusahaan berskala besar saja, melainkan telah menjadi kebutuhan esensial demi melayani kebiasaan pembeli masa kini serta para pelancong yang mendambakan proses transaksi yang cepat, aman, dan tanpa sentuhan (contactless). Pendampingan ini diberikan guna membantu para pelaku usaha dalam melalui tahapan administratif yang sering kali dianggap rumit oleh sebagian masyarakat perdesaan.



Gambar 1. Observasi dan wawancara kepada pemilik usaha (UMKM)



Gambar 2. Edukasi Pencatatan pembukuan Sederhana



Gambar 3. Edukasi optimalisasi teknologi pemasaran dalam meningkatkan daya saing UMKM

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan seluruh rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan di Desa Sanding, Kecamatan Tampaksiring, Kabupaten Gianyar, dapat disimpulkan bahwa program pendampingan UMKM berbasis digitalisasi dan pengelolaan keuangan telah berjalan dengan baik serta mencapai tujuan yang diharapkan. Adapun kesimpulan khusus dari masing-masing program kerja meliputi:

1. Digitalisasi pemasaran melalui media sosial Instagram berupa pendampingan yang dilakukan berhasil membantu pelaku UMKM di Desa Sanding dalam membangun identitas branding serta memperluas jangkauan promosi. Pelaku usaha kini mampu membuat konten, memanfaatkan fitur-fitur Instagram, dan berinteraksi dengan calon konsumen secara mandiri.
2. Edukasi dan Pendampingan Pemanfaatan QRIS via HP Pembinaan transaksi digital yang dipraktikkan langsung menggunakan perangkat HP (smartphone) terbukti efektif mempermudah pelaku UMKM dalam memahami alur pendaftaran, penggunaan, hingga verifikasi pembayaran non-tunai yang practical dan aman.
3. Pelatihan Pembukuan Cash Flow sederhana via Laptop berupa simulasi dan peragaan alur pencatatan keuangan harian melalui media laptop memberikan pemahaman yang jelas kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya pemisahan kas pribadi dan kas usaha, serta pencatatan arus masuk (cash in) dan arus keluar (cash out).

Demi keberlanjutan dan optimalisasi manfaat dari program yang telah dilaksanakan, terdapat beberapa saran yang dapat diperhatikan bagi pihak- pihak terkait:

1. Bagi Pelaku UMKM KEDATHU Coffee dan Homemade Foods di Desa Sanding diharapkan dapat secara konsisten mengunggah konten promosi pada media sosial Instagram untuk menjaga keterlibatan (engagement) calon konsumen.
2. Melanjutkan penggunaan transaksi QRIS sebagai alternatif pembayaran non-tunai guna memberikan kemudahan bagi pelanggan.
3. Disiplin dalam melakukan pencatatan harian cash flow agar kondisi finansial dan keutuhan modal usaha dapat terus terpantau dengan baik.
4. Bagi tim pelaksana program pengabdian di masa mendatang, direkomendasikan untuk merancang agenda pendampingan yang berfokus

pada skala pengembangan yang lebih luas, seperti pendaftaran Legalitas Usaha (NIB), integrasi toko online pada platform e-commerce, maupun pelatihan strategi periklanan digital. Dukungan secara konsisten dari warga masyarakat Desa Sanding juga sangat dibutuhkan untuk terus memprioritaskan dan membeli produk-produk dari pelaku usaha setempat demi mendorong pertumbuhan ekonomi daerah yang mandiri.

DAFTAR PUSTAKA

Natsir, K., Bangun, N., Attan, M. B., & Landias, J. S. (2023). The Use Of QRIS As A Digital Payment Tool To Enhance MSME Productivity. Jurnal Serina Abdimas,1(3),1154–1163. Https://Journal.Untar.Ac.Id/Index.Php/JSA/Article/View/26208

Pane, A. S. A. S., Purba, A. T., Putri, H. R., & Harahap, L. M. (2021). Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Perekonomian Indonesia. Nuansa Nusaputra, 02(01), 122–129.

Salsa Permana, A., Aulia Sasri, A., Bedo Jogo, R., & Seravia Sia, M. (2026). Tinjauan Yuridis Tentang Kebijakan Pemerintah Dalam Mendukung Perkembangan Umkm Di Indonesia. Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik (JMIA), 3(4), 196–206. Https://Doi.Org/10.61722/Jmia.V3i4.11058

Sari, J., Mildawati, T., Rahmanqa, A., & Yahya, Y. (2026). Pelatihan Strategi Branding Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Pada Asosiasi KUPU SUTERA Di Kabupaten Pasuruan. Jompa Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 5(2), 296–306. Https://Doi.Org/10.57218/Jompaabdi.V5i2.2895

Wibowo, M. (2026). Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran UMKM Di Era Digital. Jurnal Bisnis Digital, 1(1), 1–6.