

## Pemberdayaan Pelaku UMKM melalui *Workshop* Pemanfaatan Media Sosial, QRIS, dan *E-Commerce* di Kelurahan Tambaksari Kota Surabaya

Sherya Damanda<sup>1</sup>, Muhammad Bhirawa Dwi Atma Citalada<sup>2\*</sup>, Muhammad Ken Rafly<sup>3</sup>,  
Salsa Choirunnisa<sup>4</sup>, Riska Wahyuni<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

<sup>2,3,4,5</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

\*Corresponding Author: [atma.citalada.febis@upnjatim.ac.id](mailto:atma.citalada.febis@upnjatim.ac.id)

Dikirim: 27-07-2025; Direvisi: 05-08-2025; Diterima: 08-08-2025

**Abstrak:** Kegiatan ini bertujuan untuk memberdayakan pelaku UMKM di Kelurahan Tambaksari, khususnya warga RW 06, melalui metode workshop yang difokuskan pada pemanfaatan media sosial, QRIS, dan e-commerce. Permasalahan yang diangkat adalah masih kurang terbukanya warga terhadap literasi digital dalam pengembangan usaha. Pelaksanaan workshop dibagi menjadi tiga sesi, masing-masing membahas strategi promosi menggunakan media sosial, transaksi digital melalui QRIS, serta peluang afiliasi di platform e-commerce. Hasil menunjukkan bahwa peserta mulai memahami pentingnya branding dan promosi melalui media sosial, serta menunjukkan minat tinggi terhadap sistem pembayaran QRIS karena dinilai praktis. Selain itu, peserta juga cukup antusias dengan peluang afiliasi di Shopee dan TikTok karena dapat dijalankan tanpa modal besar. Simpulan dari kegiatan ini adalah pendekatan workshop yang sederhana namun aplikatif mampu meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terhadap teknologi digital sebagai sarana pendukung usaha.

**Kata Kunci:** UMKM; literasi digital; media sosial; *e-commerce*; QRIS

**Abstract:** This activity aims to empower MSME owners in Tambaksari Subdistrict, particularly residents of RW 06, through workshops focused on the use of social media, QRIS, and e-commerce. The issue addressed is the lack of awareness among residents regarding digital literacy in business development. The workshop was divided into three sessions, each focusing on promotional strategies using social media, digital transactions via QRIS, and affiliate opportunities on e-commerce platforms. The results indicate that participants began to understand the importance of branding and promotion through social media, and showed high interest in the QRIS payment system due to its practicality. Additionally, participants were also enthusiastic about affiliate opportunities on Shopee and TikTok, as these can be pursued without significant capital investment. The conclusion from this activity is that a simple yet practical workshop approach can enhance SME owners' understanding of digital technology as a supportive tool for their businesses.

**Keywords:** MSMEs; digital literacy; social media; e-commerce; QRIS

### PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sektor penting dalam perekonomian suatu negara (Al Farisi & Fasa, 2022; Firdausya & Ompusunggu, 2023). Baik secara nasional maupun di tingkat lokal seperti di Kelurahan Tambaksari. Namun, dalam observasi awal kami di RW 06, masih banyak pelaku usaha yang belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pendukung usaha. Padahal, perkembangan teknologi saat ini telah membuka berbagai peluang baru,

mulai dari promosi melalui media sosial, transaksi non-tunai menggunakan QRIS, hingga perluasan pasar melalui e-commerce dan afiliasi. Penggunaan media sosial telah terbukti menjadi salah satu strategi pemasaran efektif dan hemat biaya bagi pelaku usaha kecil. Platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok memungkinkan UMKM menjangkau konsumen lebih luas tanpa memerlukan anggaran besar, gai kalangan masyarakat dari bermacam-macam tingkat ekonomi. Hal ini memang cukup unik dan kreatif, mengingat media sosial telah menjadi media penyebaran informasi yang sangat efektif (Ramadhan, 2017; Dwitania & Pratiwi, 2022; Philip & Philip, 2025). Namun, pemanfaatan media sosial secara optimal masih terbatas di kalangan UMKM RW 06 karena keterbatasan pemahaman teknis dan kurangnya kepercayaan diri dalam mengelola konten promosi.

Di sisi lain, QRIS sebagai metode pembayaran digital yang dicanangkan oleh Bank Indonesia telah diadopsi oleh 24,9 juta pedagang dengan pengguna mencapai 30,87 juta orang pada Februari 2023 (Haryono, 2023). Sayangnya, adopsi QRIS oleh pelaku UMKM lokal masih rendah. Beberapa faktor penghambatnya antara lain adalah kurangnya informasi, persepsi bahwa sistem ini rumit, serta belum adanya pendampingan langsung dalam proses pendaftarannya. E-commerce juga menjadi peluang besar yang belum tergarap maksimal. Pelaku UMKM di RW 06 belum banyak yang mengetahui tentang program afiliasi di platform seperti Shopee dan TikTok. Padahal, sistem afiliasi dapat menjadi alternatif promosi dan pendapatan tambahan tanpa harus memiliki stok barang (Misra et al., 2021; Nurdin et al., 2025). Minimnya sosialisasi dan pendampingan membuat potensi ini belum tersentuh secara luas.

Untuk memetakan kondisi ini, kami melakukan survei kepada warga RW 06 yang hadir dalam kegiatan kami menggunakan Google Form. Kuesioner survei dirancang untuk mengumpulkan data numerik yang dapat dianalisis secara statistic untuk mendapatkan pemahaman tentang karakteristik populasi yang lebih luas (Creswell & Creswell, 2013; Jailani, 2023). Survei ini bertujuan mengetahui tingkat pemahaman mereka terkait media sosial, QRIS, dan e-commerce. Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar responden belum pernah menggunakan QRIS, belum memahami cara memanfaatkan media sosial secara efektif, serta belum mengenal sistem afiliasi di e-commerce. Namun, mereka menunjukkan minat dan antusiasme tinggi untuk belajar, terutama bila dibimbing dengan cara yang praktis dan sesuai dengan kebutuhan usaha mereka.

Melalui hasil survei inilah kami menyusun kegiatan workshop sebagai bentuk pengabdian masyarakat. Materi disusun berdasarkan kesenjangan pemahaman yang teridentifikasi, agar solusi yang diberikan dapat lebih tepat sasaran. Workshop ini tidak hanya memberikan pemahaman teoritis, tetapi juga praktik langsung agar peserta dapat menerapkannya setelah kegiatan berakhir. Pendekatan edukatif seperti ini diharapkan mampu mendorong tumbuhnya kesadaran dan kepercayaan diri warga RW 06 untuk mulai beradaptasi dengan teknologi digital dalam pengembangan UMKM mereka.

## **METODE PELAKSANAAN KEGIATAN**

### **Desain kegiatan**

Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan partisipatif kolaboratif dengan model pelatihan workshop interaktif, yang dilanjutkan dengan sesi diskusi dan tanya jawab secara langsung bersama pelaku UMKM. Desain ini mengacu pada metode pelatihan berbasis praktik dan pengalaman lapangan, dengan penekanan pada



pemecahan masalah yang dihadapi langsung oleh pelaku usaha di lapangan. Metode pelatihan partisipatif berbasis praktik langsung terbukti efektif dalam mendukung transformasi digital UMKM, karena tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga membentuk budaya kolaboratif dan kesadaran kolektif pentingnya digitalisasi dalam pengembangan usaha (Mukhsinuddin & Efendi, 2025). Setiap sesi dirancang agar peserta aktif bertanya dan berdiskusi, serta dapat langsung memahami langkah-langkah implementasi digitalisasi usaha, mulai dari penggunaan media sosial, pembuatan akun e-commerce, hingga pendaftaran QRIS. Transformasi digital yang diupayakan melalui pelatihan semacam ini sangat penting bagi UMKM karena mampu mempercepat proses bisnis, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan efisiensi operasional secara keseluruhan (Alviani & Munawaroh, 2025).

Workshop ini merupakan bagian dari program kerja Kuliah Kerja Nyata Tematik Bela Negara SDGs Kelompok 34 Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur dan dilaksanakan secara luring di Balai RW 06 Kelurahan Tambaksari, Kota Surabaya. Narasumber workshop berasal dari Program Studi Manajemen FEB UPN “Veteran” Jawa Timur, yaitu Bapak Vian Ahmad Saputra, S.Hum., M.M., yang memiliki keahlian dalam bidang digital marketing dan pengembangan usaha.



**Gambar 1.** Pamflet kegiatan *workshop* bertajuk “Penggunaan Media Sosial, QRIS, dan E-Commerce” yang dilaksanakan di Balai RW 06 Kelurahan Tambaksari.

### **Tahapan kegiatan**

Pelaksanaan kegiatan ini dibagi ke dalam tiga tahapan:

Tahap 1 – Asesmen awal dan identifikasi kebutuhan digital UMKM melalui penyebaran kuesioner Google Form dan observasi langsung.

Tahap 2 – Pelaksanaan workshop utama, yaitu pemaparan materi terkait media sosial, e-commerce, QRIS, dan program afiliasi digital.

Tahap 3 – Evaluasi dan refleksi bersama untuk mengukur sejauh mana peserta memahami dan tertarik untuk mengimplementasikan materi yang disampaikan.

### **Subjek kegiatan**

Subjek dari kegiatan ini adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berdomisili di RW 06 Kelurahan Tambaksari, Surabaya. Total peserta workshop berjumlah 54 orang, dengan latar belakang usaha yang beragam seperti kuliner, kerajinan tangan, jasa percetakan, dan produk rumah tangga lainnya. Peran

usaha mikro tidak hanya terbatas pada peningkatan pendapatan individu, tetapi juga berkontribusi besar dalam penciptaan lapangan kerja dan distribusi pendapatan yang lebih merata dalam masyarakat (Astuti, 2024).

### **Instrumen dan teknik analisis**

Instrumen yang digunakan untuk mendukung kegiatan ini meliputi:

- Form survei Google untuk asesmen awal dan akhir,
- Dokumentasi visual sebagai bukti keterlibatan peserta,
- Kuesioner evaluasi pasca kegiatan untuk mengukur pemahaman dan tanggapan peserta terhadap materi,
- Analisis data deskriptif dilakukan secara kuantitatif dan kualitatif guna mengetahui perubahan pengetahuan serta potensi implementasi digitalisasi setelah workshop.

## **IMPLEMENTASI KEGIATAN DAN PEMBAHASAN**

### **Asesmen Awal**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan komponen strategis dalam struktur perekonomian nasional, khususnya di wilayah perkotaan seperti Kelurahan Tambaksari. Berdasarkan hasil asesmen terhadap 14 pelaku UMKM, diperoleh gambaran bahwa terdapat variasi signifikan dalam aspek jenis usaha, umur operasional, skala produksi, serta kapasitas pemanfaatan teknologi digital. Sebagian besar UMKM yang teridentifikasi bergerak di sektor kuliner, termasuk makanan berat, kudapan, kue basah dan kering, serta minuman kemasan. Selain itu, terdapat pula unit usaha di bidang jasa, seperti percetakan dan layanan komputer, meskipun dalam jumlah yang terbatas. Sumber bahan baku dominan berasal dari pasar lokal, seperti tepung terigu, gula, telur, daging ayam, dan buah-buahan, yang mencerminkan keterikatan pelaku usaha pada rantai pasok tradisional.

Dilihat dari aspek umur usaha, sekitar 60% berada dalam rentang 3–10 tahun, yang menunjukkan bahwa mayoritas pelaku telah memiliki pengalaman menjalankan usaha namun masih dalam fase pengembangan. Beberapa unit usaha tergolong baru atau belum beroperasi aktif, yang mengindikasikan adanya potensi pertumbuhan kewirausahaan baru di lingkungan tersebut. Skala produksi dan omzet bulanan menunjukkan disparitas yang cukup tinggi, dari yang belum memiliki pendapatan hingga mencapai Rp30 juta per bulan. Variabilitas ini mencerminkan perbedaan dalam efisiensi produksi, akses pasar, dan kapasitas manajerial antar pelaku usaha.

Temuan krusial dari asesmen ini adalah rendahnya tingkat adopsi teknologi digital di kalangan pelaku UMKM. Sebagian besar belum memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, QRIS sebagai alat pembayaran non-tunai, maupun *e-commerce* sebagai saluran distribusi. Padahal, teknologi digital terbukti dapat meningkatkan jangkauan pasar dan efisiensi operasional usaha kecil. Hasil survei OVO dan CORE Indonesia (2021) menunjukkan bahwa 84% mitra UMKM merasa sangat terbantu dengan adanya fasilitas pembayaran digital atau dompet elektronik selama masa pandemi. Dari jumlah tersebut, 70% mengalami peningkatan pendapatan harian sejak menggunakan layanan keuangan digital, 68% memperoleh akses yang lebih luas terhadap layanan keuangan, 71% mulai mencatat transaksi penjualan secara teratur, dan 51% merasa lebih memahami penggunaan teknologi untuk mempertahankan kelangsungan usahanya (Diskominfo Ngawi, 2022). Temuan ini memperkuat argumen bahwa digitalisasi tidak hanya memperluas akses pasar, tetapi juga menunjang program inklusi keuangan nasional yang menysasar sektor UMKM.



Oleh karena itu, rendahnya tingkat pemanfaatan teknologi digital pada pelaku UMKM di Kelurahan Tambaksari berpotensi menghambat pertumbuhan usaha serta menurunkan daya saing di tengah transformasi digital yang kian cepat.

Berdasarkan temuan tersebut, intervensi melalui program pemberdayaan berupa *workshop* pemanfaatan media sosial, QRIS, dan *e-commerce* menjadi urgensi yang perlu segera direspons. Kesenjangan antara potensi usaha dengan literasi digital perlu dijumpati melalui pendekatan edukatif dan praktis, guna mendorong peningkatan kapasitas dan keberlanjutan UMKM. Dengan demikian, pelaku usaha di Kelurahan Tambaksari diharapkan mampu beradaptasi terhadap dinamika pasar digital dan mengakselerasi pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

### **Pelaksanaan *Workshop***

*Workshop* ini diikuti oleh 54 pelaku UMKM dari RW 06 Kelurahan Tambaksari yang memiliki latar belakang usaha beragam, seperti kuliner, jasa, dan kerajinan. Kegiatan ini berlangsung secara luring dan diselenggarakan di Balai RW 06 sebagai bagian dari program kerja Kuliah Kerja Nyata (KKN) Kelompok 34 Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Materi *workshop* disampaikan oleh Vian Ahmad Saputra, S.Hum., M.M., dosen dari Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur. Selain aktif sebagai akademisi di bidang Manajemen Sumber Daya Manusia, beliau juga memiliki pengalaman profesional dalam digital marketing dan pengembangan usaha, serta pernah bekerja di sektor industri kreatif sebagai *content creator* dan digital marketing *staff*.

Materi yang dipaparkan dalam *workshop* mencakup strategi penggunaan media sosial untuk promosi usaha, pemanfaatan platform *e-commerce* seperti Tokopedia, Shopee, dan TikTok Shop, serta sosialisasi penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran digital. Dalam sesi interaktif, peserta *workshop* menunjukkan antusiasme yang tinggi, salah satunya dengan pertanyaan mengenai cara pembuatan QRIS dan biaya (*fee*) yang dikenakan dalam penggunaannya. Pertanyaan tersebut menunjukkan adanya kebutuhan mendesak dari pelaku UMKM untuk memahami sistem pembayaran non-tunai yang kini menjadi standar di berbagai platform *e-commerce* dan toko modern.



**Gambar 2.** Kegiatan *Workshop*

Kegiatan diawali dengan pembukaan dan pemutaran slide pembuka berisi informasi umum mengenai kegiatan *workshop* yang akan berlangsung. Gambar berikut menunjukkan suasana ruangan sebelum dimulainya sesi materi, di mana peserta mulai berdatangan dan mengambil tempat duduk. Pamflet digital kegiatan

ditayangkan pada layar utama sebagai bentuk pengantar visual mengenai tema workshop, narasumber, serta waktu dan lokasi pelaksanaan. Visualisasi ini bertujuan memperkuat identitas kegiatan sekaligus membangun suasana partisipatif sejak awal sesi.



**Gambar 3.** Penyampaian materi *workshop* oleh narasumber

Pada sesi utama, narasumber menyampaikan materi secara langsung kepada para peserta. Gambar berikut memperlihatkan momen saat Bapak Vian Ahmad Saputra, S.Hum., M.M. menyampaikan penjelasan mengenai strategi pemasaran digital melalui media sosial serta manfaat penggunaan platform e-commerce dalam meningkatkan jangkauan pasar UMKM. Suasana penyampaian materi berlangsung aktif, dengan peserta menyimak paparan yang didukung oleh pemaparan pengalaman pribadi narasumber di bidang digital marketing dan pengembangan usaha.



**Gambar 4.** Antusiasme peserta UMKM RW 06 saat mengikuti sesi *workshop*

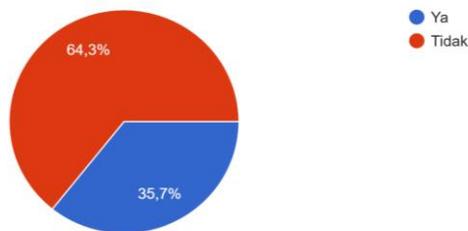
Antusiasme peserta tergambar jelas dari partisipasi aktif selama sesi workshop berlangsung. Gambar berikut memperlihatkan suasana ruangan yang dipenuhi oleh pelaku UMKM dari RW 06 Kelurahan Tambaksari. Para peserta tampak antusias menyimak materi dan berdiskusi satu sama lain. Keberagaman latar belakang usaha serta semangat belajar yang ditunjukkan oleh peserta menjadi bukti bahwa kegiatan ini berhasil menarik minat masyarakat dan menjawab kebutuhan mereka akan literasi digital dalam pengembangan usaha.

#### **Evaluasi Keberhasilan**

*Workshop* ini merupakan bagian dari program kerja oleh mahasiswa KKN Tematik Kelompok 34 Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang difokuskan pada penguatan kapasitas pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan ekonomi digital. Kegiatan ini dilaksanakan secara tatap muka di Balai RW

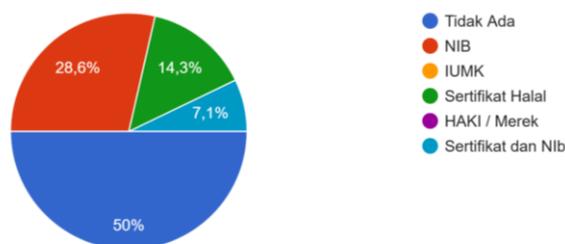
06 Kelurahan Tambaksari, dan berhasil menjaring sebanyak 54 pelaku UMKM sebagai peserta kegiatan.

Untuk mengukur efektivitas kegiatan ini, panitia pelaksanaan menyebarkan kuesioner sebagai instrumen evaluasi. Dari penyebaran kuesioner ini diperoleh 14 orang yang mengisi kuesioner dari total peserta 54 orang. Data yang diperoleh digunakan untuk menggambarkan profil dan tantangan umum yang dihadapi para pelaku UMKM di RW 06 Kelurahan Tambaksari. Hasil pengisian menunjukkan bahwa sebagian besar responden belum memiliki akun media sosial khusus untuk kegiatan usahanya serta belum pernah mengikuti kegiatan pelatihan mengenai digitalisasi UMKM. Berdasarkan hasil survei, sebanyak 64,3% responden belum pernah mengikuti pelatihan digital marketing sebelumnya, seperti tergambar pada grafik berikut. Dari hasil ini menunjukkan bahwa masih rendahnya tingkat penggunaan teknologi digital pada proses pemasaran serta transaksi pada kalangan UMKM setempat.



**Gambar 5.** Persentase pelaku UMKM RW 06 Kelurahan Tambaksari dalam penggunaan teknologi digital marketing

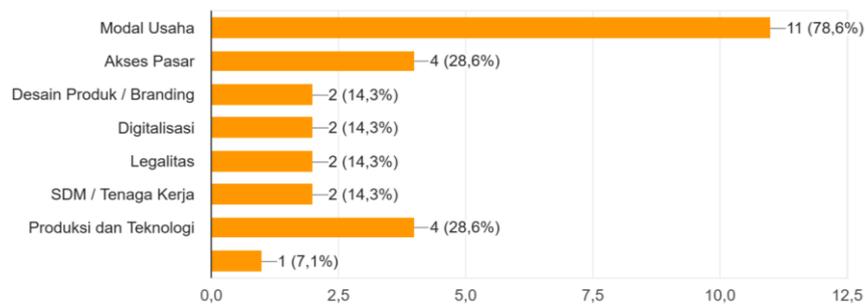
Mayoritas pelaku usaha ini juga belum mengenal mengenai sistem pembayaran non-tunai seperti QRIS dan minimnya kepemilikan legalitas usaha seperti Nomor Induk Berusaha (NIB). Berdasarkan hasil kuesioner, status legalitas usaha para pelaku UMKM RW 06 masih tergolong rendah. Dari total 14 responden, sebanyak 50% belum memiliki legalitas usaha apapun. Sementara itu, 28,6% sudah memiliki NIB, 14,3% memiliki sertifikat halal, dan hanya 7,1% yang sudah memiliki lebih dari satu bentuk legalitas seperti NIB dan sertifikat usaha lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih belum tersentuh program pembinaan legalitas usaha yang komprehensif. Grafik berikut memberikan gambaran lebih jelas mengenai distribusi status legalitas usaha peserta *workshop*.



**Gambar 6.** Distribusi jenis legalitas usaha yang dimiliki oleh pelaku UMKM RW 06 Kelurahan Tambaksari

Kendala utama yang dirasakan oleh para pelaku UMKM meliputi keterbatasan pada modal, masih rendahnya literasi digital, dan kurangnya keterampilan dalam

membuat desain logo untuk produk mereka serta dalam pengelolaan promosi online. Para peserta *workshop* yang mengisi kuesioner menyatakan bahwa mereka belum memahami seberapa pentingnya identitas usaha seperti logo, kemasan yang menarik, serta bagaimana deskripsi produk yang baik untuk diletakkan pada *platform* digital. Hal ini turut tergambar pada hasil survei, di mana sebanyak 78,6% pelaku UMKM menyatakan bahwa modal usaha merupakan kendala utama yang mereka hadapi. Disusul oleh tantangan akses pasar dan aspek produksi/teknologi masing-masing sebesar 28,6%, serta keterbatasan dalam digitalisasi, legalitas, dan desain branding yang masing-masing berada pada angka 14,3%. Kendala yang dihadapi juga bisa dipengaruhi karena kurangnya akses masyarakat pada program pelatihan yang sejalan dengan hal tersebut sehingga terjadi kesenjangan pengetahuan. Pada kasus seperti ini, kegiatan *workshop* berperan penting sebagai pintu masuk utama untuk memberi bekal pada para pelaku UMKM mengenai dasar-dasar kemampuan digital. Dengan mengetahui rintangan yang dihadapi para peserta *workshop*, materi untuk *workshop* bisa disusun dengan praktis dan mudah diterapkan pada kondisi sehari-hari.



**Gambar 7.** Persentase jenis kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM RW 06 Kelurahan Tambaksari.

Materi yang disampaikan pada *workshop* mencakup mengenai pengenalan strategi promosi melalui sosial media, pembuatan akun pada marketplace, serta bagaimana cara mengelolanya, dan penjelasan mengenai cara kerja dan pembuatan QRIS. Media sosial dimanfaatkan untuk memperluas jaringan pasar serta menentukan dana yang digunakan untuk peningkatan teknologi informasi yang hasilnya akan lebih memudahkan dalam memasarkan produk (Seisu & Fahma, 2023). Narasumber yang dihadirkan juga berbagi pengalaman langsung yang dihadapi dalam dunia digital marketing dan pengembangan usaha. Dari narasumber, peserta dapat memahami konteks penerapan materi secara nyata. Selama sesi *workshop* berlangsung, para peserta sangat antusias dalam mengikuti penjelasan dan aktif bertanya di akhir sesi mengenai hal-hal teknis seperti proses pembuatan QRIS. dari antusiasme ini dapat dilihat bahwa meskipun masyarakat belum terlalu mengenal teknologi digital, tetapi masyarakat memiliki ketertarikan tinggi untuk belajar dan terus berkembang. Respon positif juga didapat dari para peserta dalam kegiatan menjadi indikasi bahwa pelatihan ini sesuai dengan apa yang mereka butuhkan dan harapkan.

Kegiatan *workshop* ini memiliki dampak awal yang signifikan pada peningkatan kesadaran digital bagi para pelaku UMKM di Kelurahan Tambaksari khususnya RW 06. Meskipun data yang diperoleh hanya mencakup sebagian peserta, hal yang ditemukan dari pengisian kuesioner ini dapat memberikan gambaran mengenai potensi yang dapat dikembangkan kedepannya. Dari kegiatan ini juga membuka peluang untuk diteruskan dengan program pelatihan lanjutan yang lebih terstruktur dan rutin,

khususnya pada aspek pemasaran digital, pengelolaan keuangan usaha melalui QRIS, serta legalitas usaha. Para pelaku UMKM di kawasan ini menunjukkan adanya potensi besar dalam perkembangannya, asalkan mendapat pembekalan dan dukungan yang tepat secara konsisten dan berkelanjutan.

## KESIMPULAN

Kegiatan *workshop* yang diselenggarakan oleh mahasiswa KKN Tematik Kelompok 34 Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur di Kelurahan Tambaksari memberikan dampak positif dalam meningkatkan literasi digital pelaku UMKM, khususnya warga RW 06. Permasalahan rendahnya pemanfaatan teknologi dalam promosi dan transaksi usaha berhasil diidentifikasi dan ditanggapi melalui pendekatan edukatif yang sederhana dan aplikatif. Materi mengenai penggunaan media sosial, *e-commerce*, dan QRIS terbukti mampu membangkitkan ketertarikan dan meningkatkan pemahaman peserta mengenai strategi digitalisasi usaha.

Antusiasme peserta selama kegiatan, serta temuan dari hasil survei, mengindikasikan adanya kebutuhan dan minat yang besar terhadap pelatihan serupa di masa mendatang. Meskipun masih terdapat tantangan seperti keterbatasan modal, rendahnya keterampilan digital, dan kurangnya akses pelatihan, kegiatan ini menunjukkan bahwa dengan pendekatan yang tepat, pelaku UMKM dapat didorong untuk lebih siap menghadapi transformasi ekonomi digital. Program edukasi digital terbukti mampu meningkatkan daya saing UMKM dan membantu mereka bertahan di era industri 4.0 (Ndraha dkk., 2024). Diharapkan kegiatan ini dapat menjadi awal dari program pemberdayaan lanjutan yang lebih komprehensif dan berkelanjutan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada seluruh pelaku UMKM RW 06 Kelurahan Tambaksari yang telah berpartisipasi dalam kegiatan *workshop* ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada narasumber, Bapak Vian Ahmad Saputra, S.Hum., M.M., atas kontribusi dan ilmu yang telah dibagikan kepada peserta. Selain itu, apresiasi diberikan kepada pihak Kelurahan Tambaksari dan pengurus RW 06 atas dukungan fasilitas dan koordinasi yang telah diberikan. Terakhir, kami juga mengucapkan terima kasih kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan kesempatan dan dukungan penuh dalam pelaksanaan KKN Tematik ini, sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat terlaksana dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alviani, N. A., & Munawaroh. (2025). Transformasi Digital pada UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar. *MASMAN Master Manajemen*, 3(1), 134–140. <https://doi.org/10.59603/masman.v3i1.717>
- Al Farisi, S., & Fasa, M. I. (2022). Peran UMKM (usaha mikro kecil menengah) dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73-84.
- Astuti, H. (2024). *Konsep Pengembangan Usaha Mikro (Strategi Sukses Pelaku Usaha Mikro)*. Insight Mediatama.



- Creswell, J. W., & Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (3rd ed). SAGE Publications.
- Dwitania, F. S., & Pratiwi, A. (2022). Media sosial sebagai media penyebaran informasi Covid-19 oleh Diskominfo Kota Depok. *Jurnal Sains Terapan: Wahana Informasi dan Alih Teknologi Pertanian*, 12(1), 1-20.
- Diskominfo Ngawi. (2022, April 1). Transformasi Digital UMKM Jadi Prioritas Penguatan Fondasi Ekonomi. *Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik Dan Persandian Kabupaten Ngawi*. <https://kominformo.ngawikab.go.id/transformasi-digital-umkm-jadi-prioritas-penguatan-fondasi-ekonomi/>
- Firdausya, L. Z., & Ompusunggu, D. P. (2023). Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkh) Di Era Digital Abad 21: Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkh) Era Digital Di Abad Ke-21. *Tali Jagad Journal*, 1(1), 14-18.
- Haryono, E. (2023, April 11). *BI Terus Edukasi Masyarakat dan Pedagang/Merchant agar Terhindar dari Upaya Penyalahgunaan QRIS*. Bank Indonesia. [https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp\\_259323.aspx](https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_259323.aspx)
- Jailani, M. S. (2023). Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian ilmiah pendidikan pada pendekatan kualitatif dan kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1-9.
- Misra, I., Zakiah, Z., & Sukmana, E. T. (2021). Mekanisme Bagi Hasil pada Sistem Affiliate Marketing Taqychan Saffron. *Al-Iqtishadiyah: Ekonomi Syariah dan Hukum Ekonomi Syariah*, 7(2), 94-106.
- Mukhsinuddin, & Efendi, S. (2025). *Membangun Keterampilan SDM melalui Program Pengabdian untuk Menghadapi Era Digital di UMKM Kecamatan Meureubo Aceh Barat*. 4(1).
- Nurdin, N. P., Nova, M., & Rizqi, A. (2025). Pengaruh Affiliate terhadap Keberhasilan Penjualan Produk UMKM di Marketplace. *Edutik: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 5(4), 968-983.
- Philip, L., & Philip, M. L. (2025). Pengaruh Pemikiran Kreatif dalam Menciptakan Konten Viral: Studi Kasus pada Fenomena Digital yang Berkembang Pesat di Media Sosial. *Profilm Jurnal Ilmiah Ilmu Perfilman dan Pertelevision*, 4(1), 14-37.
- Ramadhan, A. (2017). *Analisis Strategi Promosi Melalui Jejaring Sosial Lineat Pada Umkm (Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah) Paroparoshop Skripsi*.
- Seisu, O., & Fahma, A. Z. (2023). *Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk UMKM Di Kelurahan Lontar, Kota Surabaya*.