

Penguatan UMKM Ramah Lingkungan Untuk Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan di Kelurahan Neglasari

Yeni Daniarti^{1*}, Nurhayati², Rima Rizqi Wijayanti³, Kanza Aunillah⁴

^{1, 2, 3}Program Studi Teknik Informarika, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Tangerang

⁴Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Tangerang

Email: ^{1*}yenidaniarti@umt.ac.id, ²nurhayati09011@ft-umt.ac.id, ³rimarizqi@ft-umt.ac.id,

⁴kanzaunillah9@gmail.com

(Yeni Daniarti* : coressponding author)

Received	Accepted	Publish
31-August-2025	12-September-2025	25-September-2025

Abstrak—UMKM di Kelurahan Neglasari, Kota Tangerang, menghadapi tantangan serius dalam hal pemasaran dan efisiensi transaksi akibat minimnya pemanfaatan teknologi digital. Sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan metode konvensional, sehingga jangkauan pasar terbatas dan volume penjualan stagnan. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan untuk memberikan solusi berupa sosialisasi dan pelatihan praktis mengenai pemanfaatan *marketplace* serta teknologi pembayaran digital (QRIS). Tujuan utama kegiatan adalah meningkatkan literasi digital, keterampilan operasional, serta daya saing UMKM dalam ekosistem bisnis yang semakin terdigitalisasi. Metode yang digunakan mencakup penyampaian materi, demonstrasi langsung, serta pendampingan intensif dalam pembuatan akun *marketplace*, aktivasi QRIS, dan pengenalan sertifikasi halal. Evaluasi dilakukan dengan desain *one-group pretest-posttest*, observasi praktik, dan monitoring pasca kegiatan. Hasil menunjukkan peningkatan signifikan: skor rata-rata pengetahuan peserta naik dari 42,2 (pre-test) menjadi 73,3 (post-test) atau meningkat sebesar 74%. Sebanyak 85% peserta berhasil mengaktifkan akun *marketplace* dan menayangkan produk, 80% mengoperasikan QRIS dengan transaksi uji coba berhasil, 10% masih memerlukan pendampingan tambahan, dan 5% belum berhasil sepenuhnya. Temuan ini membuktikan bahwa sosialisasi digital berbasis praktik merupakan solusi efektif untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi transaksi, serta memperkuat keberlanjutan UMKM lokal.

Kata Kunci: UMKM ; marketplace ; QRIS ; literasi digital ; ekonomi berkelanjutan

Abstract— Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Neglasari Subdistrict, Tangerang City, face significant challenges in marketing and transaction efficiency due to limited adoption of digital technology. Most business owners rely on conventional methods, resulting in restricted market reach and stagnant sales volume. This Community Service Program (PKM) was implemented to provide solutions through socialization and practical training on the use of online marketplaces and digital payment systems (QRIS). The primary objective was to enhance digital literacy, operational competence, and the competitiveness of MSMEs within an increasingly digitalized business ecosystem. The methods involved lectures, live demonstrations, and intensive assistance in creating marketplace accounts, activating QRIS, and introducing halal certification. Evaluation employed a *one-group pretest-posttest* design, practical observation, and post-training monitoring. Results indicate a significant improvement: the average participant knowledge score increased from 42.2 (pre-test) to 73.3 (post-test), a normalized gain of 74%. Furthermore, 85% of participants successfully activated marketplace accounts and listed products, 80% managed to operate QRIS with successful test transactions, 10% still required additional mentoring, and 5% failed to complete the stages independently.

Keywords: MSMEs; marketplace; QRIS; digital literacy; sustainable economy

1. PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi nasional Indonesia secara konsisten menempatkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai salah satu motor penggerak utama. Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) pada tahun 2022 mencapai lebih dari 61%, dengan penyerapan tenaga kerja sekitar 97% dari total angkatan kerja (Kementerian Koperasi Dan

UMK RI, 2022). Data tersebut menunjukkan bahwa UMKM bukan hanya sekadar pelaku ekonomi kecil di tingkat lokal, tetapi telah menjadi fondasi strategis dalam memperkuat daya tahan ekonomi nasional, terutama dalam menghadapi krisis.

Namun demikian, UMKM masih menghadapi tantangan serius, terutama dalam hal adaptasi terhadap perkembangan teknologi digital. Era industri 4.0 ditandai dengan transformasi digital yang tidak hanya mengubah cara masyarakat berkomunikasi, tetapi juga merevolusi pola konsumsi dan mekanisme transaksi. Studi yang dilakukan oleh (Susanti, R., Ananda, A., & Wibowo, 2021) menegaskan bahwa digitalisasi merupakan faktor krusial dalam memperluas pasar UMKM. Akan tetapi, kesenjangan literasi digital masih menjadi hambatan signifikan. Banyak UMKM di daerah perkotaan maupun pedesaan belum mampu memanfaatkan platform digital secara optimal.

Kondisi serupa terjadi di Kota Tangerang, Provinsi Banten, khususnya di Kelurahan Neglasari. Meskipun daerah ini memiliki potensi UMKM yang besar dalam sektor kuliner, kerajinan, dan perdagangan, pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran dan transaksi masih minim. Pelaku UMKM di Kelurahan Neglasari cenderung masih mengandalkan metode pemasaran konvensional melalui jaringan relasi dan pemasaran dari mulut ke mulut. Akibatnya, jangkauan pasar terbatas dan volume penjualan tidak mengalami pertumbuhan signifikan. Minimnya pemanfaatan teknologi pembayaran digital seperti QRIS juga membuat transaksi kurang efisien dan berpotensi mengurangi kepuasan konsumen.

Fenomena ini tidak hanya menjadi tantangan ekonomi, tetapi juga menimbulkan risiko sosial karena keterbatasan daya saing dapat menghambat keberlanjutan usaha dan menurunkan kontribusi UMKM terhadap kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan strategi konkret melalui sosialisasi dan pendampingan agar UMKM di Kelurahan Neglasari mampu bertransformasi menuju ekosistem digital yang lebih adaptif, inovatif, dan berdaya saing tinggi

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital memberikan dampak positif signifikan terhadap kinerja UMKM. Menurut (Rahman, F., & Hidayat, 2020) dengan metode konvensional. Studi serupa oleh (Fitriani, D., Rahayu, N., & Prasetyo, 2021) menemukan bahwa penggunaan sistem pembayaran digital mampu mempercepat transaksi, meningkatkan transparansi, dan menurunkan biaya operasional.

Lebih lanjut, (Nugroho, S., Arifin, M., & Suryadi, 2022) menegaskan bahwa integrasi strategi digital marketing melalui media sosial dan marketplace mampu memperluas jangkauan konsumen lintas wilayah, sehingga meningkatkan daya saing UMKM secara berkelanjutan. Dalam konteks lain, (Putri, A., & Sari, 2023) mencatat bahwa sertifikasi halal juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, terutama di sektor kuliner dan produk konsumsi sehari-hari.

Meski demikian, sejumlah penelitian menyoroti masih rendahnya literasi digital UMKM di tingkat lokal. Misalnya, studi oleh (Suryani, L., & Hartono, 2021) menunjukkan bahwa hanya sekitar 30% pelaku UMKM di wilayah perkotaan yang memanfaatkan marketplace secara aktif. Faktor penghambat utama adalah keterbatasan keterampilan teknologi, rendahnya pemahaman mengenai strategi pemasaran digital, serta minimnya pendampingan dari lembaga terkait.

Secara khusus, riset lapangan di Tangerang oleh (Lestari, P., Nugraha, D., & Widodo, 2022) menemukan bahwa sebagian besar UMKM masih bergantung pada metode offline, meskipun sudah tersedia akses internet yang memadai. Hal ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara ketersediaan infrastruktur digital dengan kemampuan pemanfaatannya. Dengan demikian, diperlukan pendekatan berbasis edukasi, sosialisasi, dan demonstrasi praktik langsung untuk meningkatkan literasi digital UMKM.

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa pemanfaatan marketplace, QRIS, pembuatan sertifikat halal di Kelurahan Neglasari, Kecamatan Neglasari, Kota Tangerang Provinsi Banten menjadi penting sebagai solusi berbasis kebutuhan lokal. Dengan metode partisipatif yang melibatkan pelaku UMKM, perangkat kelurahan, dan masyarakat, program ini tidak hanya berfokus pada transfer pengetahuan, tetapi juga pendampingan praktis untuk memastikan adopsi teknologi berjalan efektif.

2. METODE PELAKSANAAN

2.1 Lokasi, Sasaran, dan Partisipan

Kegiatan PKM ini berlokasi di Aula Kelurahan Neglasari (ruang plenary) dengan sasaran pelaku UMKM lintas sektor (kuliner, fesyen, dan jasa), perangkat kelurahan, kader/relawan digital. Dan kriteria inklusi memiliki produk/layanan, membawa gawai (*smartphone*) aktif, memiliki KTP/NPWP (bila ada), bersedia mengikuti pre-post test, dan mengikuti klinik *onboarding*. Sedangkan ukuran kelompok sekitar 5-10 peserta (rasio fasilitator:peserta \approx 1:5).

Gambar 1. Merupakan kegiatan observasi dan suvey PKM yang dilakukan oleh dosen dan mahasiswa UMT untuk mengetahui permasalahan serta kebutuhan pelaku UMKM di kelurahan Neglasari melalui audiensi bersama kepala Lurah Neglasari, Ketua RW dan RT, serta beberapa tokoh pelaku UMKM di Kelurahan Neglasari.



Gambar 1. Lokasi Kelurahan Neglasari, Kecamatan Neglasari, Kota Tangerang

2.2 Materi dan Bahan Ajar

a. *Marketplace*: Materi ini bertujuan untuk membekali peserta dengan pengetahuan dan keterampilan teknis dalam memanfaatkan marketplace untuk memasarkan produk secara digital (Kurniasari, F., Lestari, E. D., & Tannady, 2023). Langkah-langkah yang akan diajarkan antara lain:

1. Pembuatan Akun dan Verifikasi: Menjelaskan cara membuat akun di platform marketplace (seperti Tokopedia, Bukalapak, atau Shopee), serta proses verifikasi akun untuk memastikan keaslian dan keamanan transaksi.
2. Pembuatan Etalase: Membimbing peserta untuk membuat etalase yang menarik, yang berfungsi sebagai etalase online untuk produk mereka. Ini termasuk penataan produk, pemilihan kategori yang tepat, serta desain tampilan yang menarik.
3. Unggah Foto & Deskripsi: Peserta diajarkan cara mengunggah foto produk dengan kualitas yang baik, serta menulis deskripsi produk yang informatif dan menarik, menggunakan teknik *copywriting* yang tepat.
4. *Search Keyword*: Mengajarkan cara memilih dan menggunakan kata kunci yang relevan untuk meningkatkan pencarian produk di platform, sehingga produk lebih mudah ditemukan oleh konsumen.
5. *Shipping Template*: Mengatur template pengiriman untuk memudahkan pemrosesan pesanan, termasuk pemilihan jasa pengiriman dan biaya pengiriman.
6. *Voucher Dasar*: Mengenalkan cara membuat dan mengelola voucher diskon atau kupon sebagai alat untuk menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan penjualan.

b. QRIS: QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) adalah sistem pembayaran digital berbasis kode QR yang memungkinkan transaksi keuangan lebih cepat dan aman. Materi ini mencakup:

1. Pendaftaran melalui PJSP Resmi: Proses pendaftaran QRIS melalui penyedia jasa sistem pembayaran (PJSP) yang resmi, seperti Bank Indonesia atau mitra bank lainnya.
 2. Aktivasi: Membimbing peserta dalam mengaktifkan QRIS pada perangkat atau aplikasi pembayaran mereka, serta mengonfigurasi pengaturan terkait.
 3. Uji Coba Transaksi: Mengajarkan cara melakukan uji coba transaksi dengan nominal kecil untuk memastikan sistem berfungsi dengan baik.
 4. Tips Keamanan: Memberikan pemahaman tentang pentingnya keamanan dalam transaksi digital, termasuk cara mengenali potensi penipuan dan melindungi data pribadi dan transaksi dari akses yang tidak sah.
- c. Sertifikasi Halal (Pengantar Operasional): Sertifikasi halal adalah keharusan bagi produk-produk tertentu, terutama di pasar Indonesia. Materi ini memberikan pengetahuan tentang proses dan alur sertifikasi halal:
1. Jalur Reguler/*Self Declare*: Menjelaskan dua jalur utama dalam memperoleh sertifikasi halal, yaitu jalur reguler (melalui lembaga sertifikasi halal resmi) dan *self-declare* (bagi pelaku UMKM dengan proses yang lebih sederhana).
 2. Dokumen yang Dibutuhkan: Memberikan daftar dokumen yang perlu disiapkan oleh pelaku UMKM untuk mendaftar sertifikasi halal, seperti izin usaha, daftar bahan baku, dan laporan produksi.
 3. Estimasi Biaya/Waktu: Menyediakan informasi mengenai biaya yang diperlukan untuk memperoleh sertifikasi halal serta estimasi waktu yang dibutuhkan dalam prosesnya.
 4. Kanal Layanan: Menunjukkan kanal layanan yang dapat digunakan pelaku UMKM untuk mengajukan sertifikasi halal, baik melalui lembaga pemerintah maupun swasta yang diakui oleh MUI (Majelis Ulama Indonesia).

2.3 Desain Pendekatan Kegiatan PKM

PKM ini dirancang sebagai program intervensi terstruktur berbasis *capacity building* untuk mengatasi rendahnya pemanfaatan teknologi digital (*marketplace* dan QRIS) oleh UMKM Kelurahan Neglasari sehingga pemasaran dan transaksi belum optimal. (Wijaya, Y., & Widyawati, 2023). Pendekatan yang digunakan adalah:

- a. Sosialisasi-berbasis-bukti (*evidence-based outreach*),
- b. Pelatihan partisipatif (*hands-on training* dan klinik pendampingan/mentorship), dan
- c. *Onboarding digital* terpandu (pendaftaran akun marketplace & QRIS hingga publikasi produk pertama).

Desain evaluasi menggunakan *One-Group Pretest-Posttest* untuk mengukur perubahan pengetahuan dan keterampilan digital, dilengkapi rubrik kinerja praktik (observasi langsung saat simulasi). Hasil dievaluasi melalui (i) skor pengetahuan, (ii) ceklist kompetensi operasional, (iii) indikator keluaran (akun aktif, katalog terunggah, dan transaksi uji coba), serta (iv) umpan balik peserta.

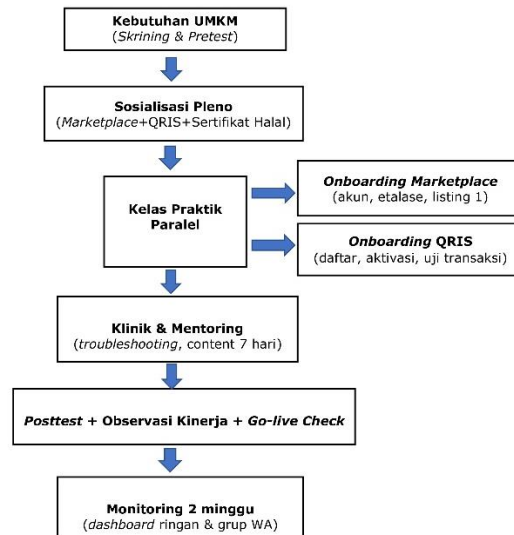
2.4 Kontribusi Terbaru (Kebaruan Solusi)

Program ini menawarkan paket solusi terintegrasi yang memadukan aspek pemasaran, transaksi, dan kepatuhan, dengan beberapa pembaruan berikut:

- a. *Onboarding* ganda "marketplace + QRIS" dalam satu lintasan pelatihan/klinikal sehingga peserta langsung *go-live* (akun aktif, QR siap dipakai, listing produk pertama).
- b. Penguatan kepercayaan konsumen melalui *module* sertifikasi halal (alur, dokumen, dan tautan layanan).
- c. Klinik *after-class* via grup WhatsApp & *help-desk* kelurahan selama 2 minggu agar adopsi berkelanjutan (troubleshooting harian, *microlearning* berbasis kartu materi).

2.5 Bagan alur Solusi

Bagan alur solusi menggambarkan tahapan terintegrasi dalam pelatihan PKM yang dimulai dengan asesmen kebutuhan peserta, dilanjutkan dengan sosialisasi dan praktik langsung mengenai *marketplace* dan QRIS, serta diakhiri dengan monitoring pasca pelatihan.



Gambar 2. Alur Program Terintegrasi

Gambar 2. mengilustrasikan langkah-langkah yang terhubung untuk memastikan peserta dapat mengimplementasikan teknologi secara efektif dan berkelanjutan. Pada Asesmen kebutuhan dilakukan untuk mengetahui tingkat pemahaman dan keterampilan digital peserta. Sedangkan Sosialisasi Pleno untuk menyampaikan urgensi digitalisasi, studi kasus, dan live demo *marketplace* & QRIS. Setelah itu dilakukan pembagian dua (2) Kelas Praktik pada Kelas A merupakan *Onboarding marketplace* (akun, unggah produk), dan Kelas B berupa kegiatan Aktivasi QRIS dan uji coba transaksi. Monitoring Pasca Kelas dilanjutkan dengan Klinik daring melalui grup WA, coaching call, dan evaluasi penggunaan *marketplace* dan QRIS.

2.6 Tahapan Implementasi

2.6.1 Tahap Persiapan. Tahap pertama dari pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk mempersiapkan segala hal yang diperlukan agar kegiatan pelatihan dapat berjalan lancar dan efektif. Persiapan dilakukan dalam periode 7 hari sebelum pelaksanaan (H-7 s.d. H-1).

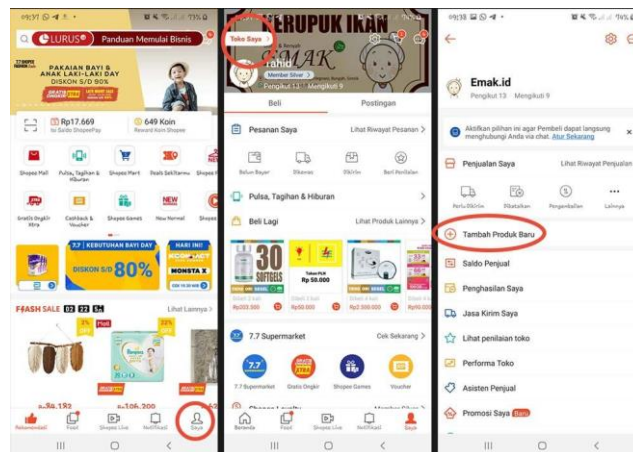
Pada Gambar 3. merupakan tahap persiapan PKM yang mencakup empat komponen utama yaitu koordinasi dengan kelurahan, pelaksanaan skringing disertai pretest, persiapan materi ajar, dan pengaturan teknis pelatihan PKM. Tahapan ini dilakukan pada kegiatan sosialisasi pleno bersama staff Kelurahan dan pelaku UMKM di Kelurahan Neglasari.



Gambar 3. Tahap Persiapan

2.6.2 Tahap Pelatihan. Tahap kedua adalah pelaksanaan kegiatan inti yang terdiri dari empat sesi. Berikut adalah ringkasan dari tiap sesi:

- a. Sesi 1 – Sosialisasi
Sesi ini membahas pentingnya digitalisasi untuk UMKM, dengan studi kasus lokal dan *live demo* tentang penggunaan marketplace dan QRIS. Selain itu, juga diperkenalkan alur sertifikasi halal.
- b. Sesi 2 – *Onboarding*
Peserta dibagi dalam dua kelas, yaitu Kelas A, peserta membuat akun marketplace dan mengunggah produk pertama (1-3 produk). Dan Kelas B, peserta diajarkan cara mendaftar QRIS, aktivasi, dan uji coba transaksi sebesar Rp1.
Gambar 4. Merupakan contoh tampilan toko digital yang telah peserta buat beserta produk-produk yang telah diunggah pada *marketplace* (Shopee)



Gambar 4. Tampilan unggahan produk pada Shopee

- c. Sesi 3 – Optimasi
Peserta mengoptimalkan profil toko dengan teknik foto produk (3 sudut dan *close-up*), menulis deskripsi produk yang sesuai dengan *keyword*, mengatur ongkos kirim, dan membuat *voucher* serta *template customer service*.
- d. Sesi 4 – Penutupan
Sesi ini diakhiri dengan *post-test* untuk mengevaluasi pemahaman peserta, pemberian *go-live checklist*, dan komitmen untuk mempublikasikan produk selama 14 hari pertama.

Gambar 5. Merupakan kegiatan pada tahap pelatihan berupa pemaparan materi oleh narasumber mengenai digitalisasi pada UMKM serta *live demo* tentang *marketplace*, QRIS, dan sertifikat halal.



Gambar 5. Tahap Pelatihan

2.6.3 Tahap Pasca Pelatihan. Setelah pelatihan selesai, kegiatan berfokus pada pendampingan dan monitoring untuk memastikan peserta mengimplementasikan ilmu yang telah didapatkan. Berikut rincian aktivitas yang dilakukan:

a. Klinik Daring

Sesi tanya jawab dan tugas harian diadakan secara daring (melalui grup WhatsApp) untuk memotivasi peserta dan membantu mereka menyelesaikan tugas konten harian, seperti mempublikasikan produk atau mengikuti kalender promosi.

b. Monitoring Indikator

Monitoring dilakukan untuk memastikan akun marketplace tetap aktif, *listing* produk bertambah, transaksi uji coba berjalan lancar, dan *chat response time* peserta terjaga dengan baik. Data ini dipantau secara berkala untuk menilai kemajuan peserta.

Gambar 6. Merupakan kegiatan monitoring indikator yang dilakukan oleh dosen dan mahasiswa UMT untuk memantau secara berkala kemajuan peserta pelatihan dalam penggunaan akun *marketplace* mereka.



Gambar 6. Tahap Pasca Pelaksanaan-Monitoring Indikator

a. *Coaching Call*

Coaching call dilakukan secara pekanan untuk 10% peserta yang masih membutuhkan pendampingan lebih intensif. Sesi ini bertujuan untuk memberikan solusi atas kendala yang dihadapi peserta dalam menjalankan toko online mereka.



Gambar 7. Tahap Pasca Pelaksanaan-*Coaching Call*

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Kegiatan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) mengenai pemanfaatan *marketplace* dan teknologi pembayaran digital (QRIS) di Kelurahan Neglasari telah dilakukan sesuai dengan metode pelaksanaan. Kegiatan diikuti oleh 50 peserta yang terdiri dari pelaku UMKM, perangkat kelurahan, dan masyarakat.

Evaluasi hasil kegiatan dilakukan melalui pre-test dan post-test, observasi praktik langsung, serta monitoring penggunaan marketplace dan QRIS pasca pelatihan. Data yang diperoleh dibagi menjadi tiga kategori utama:

- a. Tingkat Pemahaman Peserta. Hasil Pre-test menunjukkan rata-rata skor pemahaman peserta sebesar 42,2/100. Setelah pelatihan (post-test), skor rata-rata meningkat menjadi 73,3/100. Dengan demikian, terjadi kenaikan rata-rata pengetahuan sebesar +74% (berdasarkan *normalized gain*).

Tabel 1. Rekapitulasi Hasil Pre-Test dan Post-Test Peserta

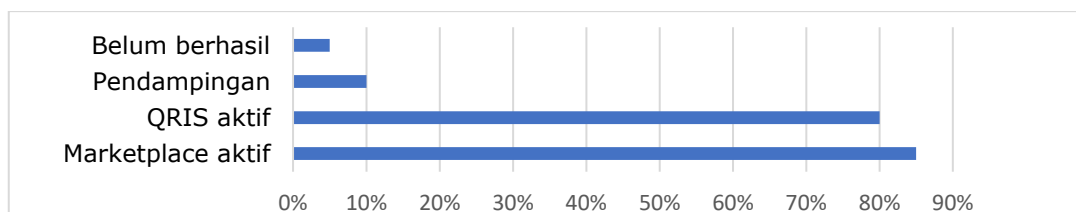
Indikator Pengetahuan	Rata-rata Pre-Test	Rata-rata Post-Test	Peningkatan
Marketplace	40,2	72,8	+81%
QRIS	43,1	74,6	+73%
Sertifikasi Halal	43,2	72,5	+68%
Rata-Rata	42,2	73,3	+74%

- b. Kemampuan Operasional Marketplace dan QRIS. Sebanyak 85% peserta berhasil membuat akun marketplace yang aktif dan menayangkan minimal satu produk. 80% peserta mampu mendaftarkan dan mengaktifkan QRIS serta berhasil melakukan uji coba transaksi. Sedangkan 10% peserta masih membutuhkan pendampingan tambahan, serta 5% peserta belum berhasil menyelesaikan tahapan secara mandiri.

Indikator Praktik	Persentase Peserta	Keterangan
Akun marketplace aktif	85%	Akun diverifikasi & ≥1 produk tayang
Akun QRIS aktif	80%	QRIS digunakan untuk uji coba transaksi
Butuh pendampingan	10%	Kesulitan teknis/administratif
Belum berhasil	5%	Belum mampu menyelesaikan tahapan

Tabel 2. Rekapitulasi Kemampuan Operasional Peserta

- c. Output Konkret Pasca Pelatihan. Total 120 listing produk baru berhasil diunggah ke marketplace oleh seluruh peserta dalam minggu pertama pasca pelatihan. QRIS yang telah aktif mulai digunakan pada transaksi harian, dengan laporan 70% peserta sudah melakukan transaksi nyata dalam 2 minggu pertama.



Gambar 8. Diagram Output UMKM Pasca Pelatihan

3.3. Pembahasan

Hasil pelaksanaan PKM menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi dan pendampingan praktis memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan literasi digital dan keterampilan teknis pelaku UMKM di Kelurahan Neglasari. Pada peningkatan pengetahuan masyarakat, data menunjukkan bahwa terdapat kenaikan skor rata-rata pengetahuan sebesar 70,2%. Hal ini membuktikan efektivitas metode *hands-on training* dan *demonstration-based learning* dalam meningkatkan pemahaman peserta. Perbandingan dengan penelitian terdahulu oleh (Susanti, R., Ananda, A., & Wibowo, 2021) menunjukkan konsistensi bahwa pelatihan berbasis praktik lebih efektif dibandingkan metode ceramah konvensional.

Kemampuan operasional peserta setelah mengikuti kegiatan PKM mengalami peningkatan. Sebagian besar peserta (85%) berhasil membuat akun *marketplace* dan (80%)

berhasil mengaktifkan QRIS. Hal ini sesuai dengan temuan (Nugroho, S., Arifin, M., & Suryadi, 2022) yang menyatakan bahwa keberhasilan adopsi digital pada UMKM sangat ditentukan oleh adanya pendampingan langsung dan dukungan teknis. Namun, 10% peserta masih membutuhkan pendampingan intensif karena keterbatasan literasi digital, sementara 5% peserta belum berhasil karena faktor dokumen dan keterbatasan perangkat.

Aktivasi QRIS tidak hanya mempercepat transaksi tetapi juga meningkatkan kenyamanan konsumen. Hal ini sejalan dengan studi (Fitriani, D., Rahayu, N., & Prasetyo, 2021) yang menunjukkan bahwa penggunaan pembayaran digital mampu meningkatkan kepercayaan pelanggan dan memperluas basis konsumen. Selain itu, pengenalan sertifikasi halal memberikan nilai tambah dalam meningkatkan kredibilitas produk UMKM, khususnya di sektor kuliner.

Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini berhasil memberikan solusi konkret terhadap masalah rendahnya pemanfaatan teknologi digital pada UMKM Kelurahan Neglasari. Namun demikian, hasil juga menunjukkan bahwa keberhasilan adopsi teknologi memerlukan pendampingan jangka menengah dan strategi keberlanjutan yang terintegrasi dengan kebijakan lokal.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) mengenai pemanfaatan marketplace dan teknologi pembayaran digital (QRIS) di Kelurahan Neglasari, Kecamatan Neglasari, Kota Tangerang, dapat disimpulkan bahwa program ini berhasil meningkatkan pengetahuan sekaligus keterampilan praktis pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital. Rata-rata skor pemahaman peserta mengalami peningkatan signifikan dari 42,2 pada pre-test menjadi 73,3 pada post-test, yang membuktikan efektivitas pendekatan *hands-on training* dan *demonstration-based learning* dalam memperkuat literasi digital. Dari sisi operasional, 85% peserta berhasil membuat akun marketplace aktif dengan minimal satu produk tayang, sedangkan 80% peserta mampu mengaktifkan QRIS dan melakukan transaksi percobaan. Meski demikian, sekitar 15% peserta masih memerlukan pendampingan tambahan karena keterbatasan teknis maupun dokumen. Implementasi nyata dari program ini terlihat dalam dua minggu pasca kegiatan, di mana tercatat 120 produk baru telah tayang di marketplace dan mayoritas peserta mulai menggunakan QRIS secara aktif untuk mendukung efisiensi transaksi. Program ini tidak hanya berdampak pada aspek teknis, tetapi juga membangun kesadaran kolektif akan pentingnya transformasi digital UMKM, sekaligus memperkenalkan sertifikasi halal dan praktik ramah lingkungan sebagai nilai tambah produk yang meningkatkan daya saing di pasar. (Handayani, S., & Yuliana, 2021)

Meskipun capaian yang diperoleh cukup baik, keberlanjutan dari program ini memerlukan strategi lanjutan agar transformasi digital UMKM dapat berlangsung secara konsisten. Oleh karena itu, diperlukan program mentoring rutin, misalnya secara bulanan, untuk mendampingi peserta yang belum sepenuhnya menguasai marketplace maupun QRIS. Pendampingan ini akan membantu menjaga konsistensi praktik promosi digital dan memperkuat kepercayaan diri pelaku UMKM dalam mengelola bisnisnya. Selain itu, penting untuk membentuk *Champion UMKM Digital* di tingkat kelurahan, yakni peserta terbaik yang dapat menjadi fasilitator lokal bagi UMKM lain sehingga tercipta ekosistem pembelajaran sejawat (*peer-learning ecosystem*). Dengan adanya *champion* lokal ini, pendampingan dapat berlanjut secara mandiri tanpa bergantung penuh pada pihak eksternal, sekaligus memperkuat kapasitas masyarakat dalam mendukung pembangunan ekonomi lokal yang inklusif, berdaya saing, dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Fitriani, D., Rahayu, N., & Prasetyo, B. (2021). Digital payment adoption and its impact on SMEs performance. *Journal of Business and Management Research*, 14(2), 120–132.
- Handayani, S., & Yuliana, R. (2021). Green consumerism and SME competitiveness. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 22(3), 201–2010.

Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2022). In *Laporan tahunan perkembangan UMKM Indonesia*.

Kurniasari, F., Lestari, E. D., & Tannady, H. (2023). Pursuing long term business performance: Investigating the effects of financial and technological factors on digital adoption to leverage SME performance and business sustainability—Evidence from Indonesian SMEs in the traditional market. *Sustainability*, *15*(16), Article 12668.

Lestari, P., Nugraha, D., & Widodo, A. (2022). Barriers to digital transformation in local SMEs: Case study in Tangerang. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, *24*(1), 33–45.

Nugroho, S., Arifin, M., & Suryadi, A. (2022). Digital marketing strategies for SMEs competitiveness. *International Journal of Entrepreneurship Studies*, *7*(1), 45–59.

Putri, A., & Sari, M. (2023). Halal certification and consumer trust in SMEs products. *Journal of Consumer Research and Business*, *18*(2), 77–89.

Rahman, F., & Hidayat, R. (2020). (2020). Marketplace adoption and SMEs market expansion. *Indonesian Journal of Economics and Business*, *15*(4), 211–220.

Suryani, L., & Hartono, A. (2021). Digital literacy and SMEs adaptation. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, *25*(3), 133–145.

Susanti, R., Ananda, A., & Wibowo, H. (2021). The role of digital transformation in SMEs competitiveness. *Journal of Applied Business Research*, *37*(5), 255–264.

Wijaya, Y., & Widyawati, S. (2023). Transformation of SMEs towards sustainable business. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, *15*(1), 55–68.