

Implementasi Promosi Digital Melalui Media Sosial dan Transaksi Digital QRIS dalam Meningkatkan Penjualan UMKM (Studi Kasus : Pesona Buah Oman)

Sifa Zulfa At qiya¹, Atmia Siti Sundari², M. Karidwan³, Muhammad Kosim⁴
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa, Bekasi, Indonesia^{1,2,3,4}

Email Sifazulfa.09@gmail.com atmiasundari9@gmail.com karidwanm@gmail.com
muhammadkosim@pelitabangsa.ac.id

Sejarah Artikel:

Diterima 28-06-2026
Disetujui 04-06-2026
Diterbitkan 06-06-2026

ABSTRACT

The development of digital technology requires business actors to adapt to new ways of marketing products and delivering services to customers. Pesona Buah Oman, located at Jl. Raya Perum KSB Pasar KSB Blok C, Sukaragam Village, Serang Baru District, Bekasi Regency, West Java, Indonesia, is a fruit retail business that has begun to adopt digital strategies in its operations. This study aims to examine the implementation of social media and QRIS-based payment systems as an effort to enhance business competitiveness. This research employs a descriptive qualitative method, with data collected through observation, interviews, and documentation. The results indicate a shift in promotional strategies from relying solely on direct communication (word of mouth) to utilizing digital platforms such as WhatsApp and Facebook. In addition, the creation of an Instagram account has expanded market reach and improved the visual appeal of product promotion. Furthermore, the implementation of QRIS has facilitated faster, safer, and more efficient transaction processes. The application of digital promotion and cashless transactions has positively impacted service quality, operational efficiency, and the business image in the eyes of customers. These findings suggest that simple digital innovations can serve as an effective strategy to support the sustainability and growth of micro, small, and medium enterprises, particularly in the fruit retail sector.

Keywords: Digital Promotion, Social Media, Digital Transaction, UMKM

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital menuntut pelaku usaha untuk mampu beradaptasi dalam memasarkan produk serta memberikan pelayanan yang lebih efektif kepada pelanggan. Pesona Buah Oman yang berlokasi di Jl. Raya Perum KSB Pasar KSB Blok C, Desa Sukaragam, Kecamatan Serang Baru, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat merupakan salah satu UMKM di bidang penjualan buah yang mulai mengadopsi strategi digital dalam kegiatan usahanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penerapan media sosial dan sistem pembayaran berbasis QRIS sebagai upaya meningkatkan daya saing usaha. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan adanya perubahan strategi promosi dari yang semula hanya mengandalkan komunikasi langsung (word of mouth), menjadi lebih berkembang melalui pemanfaatan media digital seperti WhatsApp dan Facebook, serta diperkuat dengan pembuatan akun Instagram guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya tarik visual produk. Di sisi lain, penerapan sistem pembayaran QRIS memberikan kemudahan dalam proses transaksi yang lebih cepat, aman, dan efisien. Implementasi promosi digital dan transaksi

non-tunai tersebut memberikan dampak positif terhadap peningkatan kualitas pelayanan, efisiensi operasional, serta citra usaha di mata konsumen. Temuan ini menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital secara sederhana dapat menjadi strategi yang efektif dalam mendukung keberlangsungan dan pengembangan UMKM, khususnya pada usaha penjualan buah.

Kata Kunci:Promosi Digital, Media Sosial, Transaksi Digital, UMKM

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

At qiya, S. Z. ., Sundari, A. S. ., Karidwan, M. ., & Kosim, M. . (2026). Implementasi Promosi Digital Melalui Media Sosial dan Transaksi Digital QRIS dalam Meningkatkan Penjualan UMKM(Studi Kasus : Pesona Buah Oman). Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2(4), 7465-7471. <https://doi.org/10.63822/e2pr1260>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan dalam berbagai sektor ekonomi, termasuk pada kegiatan usaha skala mikro, kecil, dan menengah (UMKM). UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia karena mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar serta berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia tahun 2024, jumlah UMKM di Indonesia mencapai sekitar 65,5 juta unit dengan kontribusi lebih dari 60 persen terhadap PDB. Dari jumlah tersebut, sekitar 27 juta pelaku UMKM telah mulai memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan usaha, seperti pemasaran daring dan sistem transaksi elektronik. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi menjadi salah satu langkah strategis dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

Perubahan perilaku konsumen juga menjadi faktor yang mendorong pelaku usaha untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Konsumen saat ini cenderung menginginkan proses pembelian yang lebih cepat, mudah, dan efisien. Oleh karena itu, penggunaan media sosial sebagai sarana promosi menjadi semakin relevan karena mampu menjangkau konsumen secara luas dengan biaya yang relatif terjangkau.

Selain aspek promosi, sistem transaksi juga mengalami perkembangan dengan hadirnya metode pembayaran digital. Salah satu bentuk inovasi tersebut adalah Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS), yang memungkinkan transaksi dilakukan secara non-tunai dengan lebih praktis, cepat, dan aman. Penerapan sistem pembayaran digital tidak hanya mempermudah konsumen, tetapi juga membantu pelaku usaha dalam meningkatkan efisiensi operasional. Hal ini sejalan dengan penelitian Regina et al. (2025) yang menyebutkan bahwa digitalisasi dalam kegiatan usaha mampu meningkatkan efisiensi serta memperkuat kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Salah satu sektor usaha yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan melalui digitalisasi adalah perdagangan buah-buahan. Kebutuhan masyarakat terhadap buah segar yang bersifat rutin menjadikan sektor ini memiliki peluang pasar yang stabil. Namun demikian, persaingan antar pelaku usaha menuntut adanya inovasi, tidak hanya dari segi kualitas produk tetapi juga dalam strategi pemasaran dan pelayanan. Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi digital menjadi salah satu solusi untuk meningkatkan daya saing usaha.

Pesona Buah Oman merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang penjualan buah-buahan segar. Usaha ini dikelola oleh Bapak Nanang Kosim dan menyediakan berbagai jenis buah lokal maupun impor dengan kualitas yang baik serta harga yang bersaing. Pada awalnya, kegiatan promosi dilakukan secara konvensional melalui komunikasi dari mulut ke mulut, sedangkan sistem pembayaran masih menggunakan metode tunai.

Dalam upaya meningkatkan kinerja usaha, dilakukan pendampingan dengan menerapkan strategi digital, yaitu pemanfaatan media sosial dan sistem pembayaran berbasis QRIS. Promosi usaha mulai dilakukan melalui platform WhatsApp dan Facebook, kemudian dikembangkan dengan pembuatan akun Instagram untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan daya tarik visual produk. Selain itu, penerapan QRIS memberikan kemudahan proses transaksi yang lebih efisien dan praktis bagi konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian digital ini bertujuan untuk menjelaskan penerapan promosi digital melalui media sosial serta penggunaan sistem transaksi digital berbasis QRIS pada Pesona Buah Oman. Fokus penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana kedua strategi tersebut dapat meningkatkan efisiensi usaha, kualitas pelayanan, serta daya saing UMKM di tengah perkembangan ekonomi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menggambarkan proses penerapan transaksi dan promosi digital pada UMKM Pesona Buah Oman. Metode ini dipilih agar peneliti dapat memperoleh informasi yang faktual dan mendalam mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi serta penggunaan sistem pembayaran digital sebagai alat transaksi dalam kegiatan usaha. Data penelitian dikumpulkan melalui tiga teknik utama, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung kegiatan operasional Pesona Buah Oman, termasuk aktivitas promosi melalui media sosial dan penggunaan sistem pembayaran nontunai berbasis QRIS. Wawancara dilakukan dengan karyawan toko, Azzahra Nadifa, untuk memperoleh informasi mengenai sejarah berdirinya usaha, alasan penggunaan media digital, strategi promosi yang diterapkan, sistem transaksi yang digunakan, serta upaya mempertahankan daya saing di tengah persaingan usaha. Selain itu, dokumentasi diperoleh dari foto kegiatan dan catatan usaha yang berkaitan dengan promosi dan transaksi digital.

Pelaksanaan penelitian diawali dengan kegiatan observasi yang dilakukan di Pesona Buah Oman pada tanggal 13 April 2026. Lokasi penelitian dipilih karena usaha tersebut merupakan salah satu contoh UMKM yang secara konsisten memanfaatkan promosi digital dan sistem pembayaran QRIS dalam kegiatan operasionalnya. Pada tahap ini, peneliti mengamati secara langsung proses promosi melalui media sosial serta penggunaan sistem pembayaran nontunai dalam transaksi sehari-hari. Selanjutnya, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk memperoleh informasi yang komprehensif mengenai penerapan digitalisasi pada usaha tersebut. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan cara menyusun, mengelompokkan, dan menginterpretasikan seluruh informasi yang diperoleh dari berbagai sumber data. Analisis dilakukan untuk menghasilkan gambaran yang nyata dan mendalam mengenai pelaksanaan strategi promosi digital dan transaksi berbasis QRIS pada UMKM Pesona Buah Oman. Berdasarkan hasil analisis tersebut, peneliti kemudian menarik kesimpulan guna memberikan gambaran menyeluruh mengenai dampak penerapan promosi digital melalui media sosial dan sistem pembayaran berbasis QRIS terhadap peningkatan efisiensi operasional, kualitas pelayanan, serta daya saing UMKM Pesona Buah Oman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan mengenai penerapan strategi transaksi dan promosi digital di Pesona Buah Oman menunjukkan adanya perubahan cara pengelolaan usaha dari sistem tradisional menuju pola yang lebih modern. Perubahan tersebut tidak hanya mencakup penggunaan teknologi digital sebagai alat bantu promosi dan transaksi, tetapi juga mencerminkan peningkatan kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya inovasi untuk mempertahankan keberlangsungan bisnis. Toko ini awalnya hanya bergantung pada promosi dari mulut ke mulut dan sistem pembayaran tunai. Seiring perkembangan usaha, promosi mulai dilakukan melalui WhatsApp dan Facebook untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas. Selanjutnya, sebagai langkah perluasan promosi yang lebih signifikan, dibuatkan akun Instagram agar Pesona Buah Oman dapat tampil lebih profesional, menarik lebih banyak pelanggan baru, dan memanfaatkan fitur visual Instagram dalam mempromosikan produk buah secara lebih efektif. Selain itu, dilakukan pula pendampingan dalam penerapan sistem pembayaran QRIS, sehingga Pesona Buah Oman mulai menunjukkan perkembangan

dalam aspek pelayanan dan jangkauan pasar.



Gambar 2. Media Sosial Toko Buah Oman

Promosi digital yang dilakukan melalui platform media sosial merupakan strategi awal bagi Pesona Buah Oman dalam memperkenalkan diri kepada masyarakat yang lebih luas. Pada tahap awal, Bapak Nanang Kosim selaku pemilik usaha memanfaatkan WhatsApp dan akun Facebook pribadi istrinya (@dahlia lia) yang memungkinkan komunikasi langsung dengan pelanggan yang sudah ada. Kemudian, untuk memperluas jangkauan dan memperkuat identitas usaha secara digital, dibuatkan akun Instagram yang memungkinkan penyajian konten foto dan video produk buah secara menarik kepada calon pelanggan baru. Pemanfaatan ketiga platform ini sebagai sarana promosi memungkinkan pelaku usaha untuk menyampaikan informasi produk secara visual dan interaktif. Hal ini sejalan dengan pendapat (Kusumayanti et al. 2020) menekankan bahwa promosi digital membantu UMKM dalam menjangkau pasar yang lebih luas melalui media online serta meningkatkan daya tarik produk melalui konten visual yang menarik dan membantu membangun citra usaha yang lebih profesional tanpa harus mengeluarkan biaya besar untuk iklan konvensional.



Gambar 3. Alat Pembayaran Non-Tunai (Qris)

Selain itu, penerapan sistem pembayaran berbasis QRIS juga memberikan manfaat nyata terhadap peningkatan efisiensi transaksi. Sebelum adanya sistem digital, proses pembayaran dilakukan secara tunai sehingga membutuhkan waktu lebih lama, terutama pada jam sibuk. Setelah QRIS diterapkan, pelanggan

dapat melakukan transaksi secara cepat dan aman hanya dengan memindai kode pembayaran. Penerapan sistem ini memperlihatkan kemajuan dalam tata kelola usaha, karena hasil penjualan dapat tercatat secara otomatis melalui aplikasi.

Dari segi pengelolaan usaha, Bapak Nanang Kosim selaku pemilik toko tetap mempertahankan prinsip efisiensi dalam pengadaan stok buah. Strategi pembelian buah dalam jumlah yang disesuaikan dengan permintaan harian menunjukkan kemampuan adaptasi yang baik terhadap fluktuasi pasar. Praktik ini sejalan dengan penelitian (Sari dan Pratama, 2023) menekankan bahwa penggunaan QRIS pada UMKM mampu meningkatkan efisiensi transaksi serta memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan. Sistem pembayaran digital ini juga mempermudah konsumen dalam melakukan transaksi secara cepat dan praktis. Ketelitian dalam mengatur pasokan membuat usaha ini mampu menghindari pemborosan tanpa mengurangi kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen. Selain itu, citra usaha menjadi lebih modern dan profesional di mata pelanggan

Keunggulan utama Pesona Buah Oman tetap terletak pada kualitas dan kesegaran buah yang dijual. Seluruh produk dipilih secara selektif dari pemasok terpercaya sehingga menghasilkan kualitas yang konsisten dan memuaskan pelanggan. Kualitas produk yang terjaga membuat pelanggan tetap setia dan menjadi faktor pembeda dibandingkan penjual buah lain di sekitar kawasan. Kondisi ini mendukung hasil penelitian (Dewi et al. 2022) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan secara tidak langsung meningkatkan loyalitas pelanggan. Dengan menjaga kesegaran buah, toko ini mempertahankan kepercayaan pelanggan meskipun menerapkan sistem digital baru.

Nilai pelayanan yang ramah dan personal juga menjadi elemen penting dalam pengelolaan usaha ini. Nama "Pesona Buah Oman" dipilih karena mencerminkan keistimewaan dan daya tarik produk yang ditawarkan. Suasana pelayanan yang bersahabat memberikan dampak positif terhadap pengalaman berbelanja pelanggan. (Widanti et al. 2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan membuat konsumen merasa puas sehingga mendorong terjadinya pembelian ulang. Pesona Buah Oman tidak hanya menjual buah, tetapi juga menghadirkan pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan terpercaya.

Penerapan promosi digital dan sistem transaksi QRIS di Pesona Buah Oman berkontribusi terhadap peningkatan efisiensi pelayanan, perluasan jangkauan pasar, dan pembentukan citra usaha yang lebih profesional. Pelaku UMKM dapat beradaptasi terhadap perkembangan teknologi melalui upaya sederhana namun berdampak besar. Digitalisasi yang diterapkan tidak menggantikan nilai-nilai tradisional yang telah ada, tetapi memperkuat posisi usaha di tengah persaingan yang semakin kompetitif.



Gambar 4. Dokumentasi Kegiatan

KESIMPULAN

Pesona Buah Oman menunjukkan kemampuan beradaptasi terhadap perkembangan teknologi melalui penerapan promosi digital di media sosial dan sistem pembayaran berbasis QRIS. Promosi yang awalnya hanya dilakukan melalui WhatsApp dan Facebook berkembang dengan pembuatan akun Instagram, sehingga jangkauan pasar semakin luas dan promosi semakin menarik secara visual. Inovasi ini mempermudah transaksi, memperluas jangkauan pelanggan, serta meningkatkan efisiensi usaha. Keberhasilan tersebut didukung oleh konsistensi kualitas produk, pemilihan buah yang selektif, dan harga yang sesuai dengan kemampuan masyarakat sekitar. Nilai pelayanan yang ramah dan personal yang dijaga sejak awal menjadi ciri khas usaha dan memperkuat kepercayaan konsumen. Digitalisasi sederhana yang diterapkan membuktikan bahwa UMKM dapat meningkatkan daya saing tanpa meninggalkan nilai-nilai tradisional yang telah menjadi kekuatan utama usaha.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan sebagai bahan pertimbangan untuk pengembangan usaha Pesona Buah Oman ke depannya. Pertama, pemilik usaha disarankan untuk lebih aktif dalam mengelola akun Instagram dengan rutin mengunggah konten foto dan video produk yang menarik agar jangkauan pasar semakin luas dan interaksi dengan pelanggan semakin meningkat. Kedua, perlu adanya pelatihan lebih lanjut bagi pemilik dan karyawan mengenai teknik fotografi produk dan pembuatan konten digital yang kreatif guna meningkatkan kualitas promosi visual. Ketiga, diharapkan Pesona Buah Oman dapat mengembangkan fitur pemesanan secara daring, misalnya melalui platform marketplace atau layanan pesan antar, sehingga dapat menjangkau konsumen yang lebih luas di luar wilayah sekitar toko. Keempat, pengelolaan keuangan usaha sebaiknya didukung dengan pencatatan digital yang lebih terstruktur agar memudahkan pemantauan perkembangan usaha secara berkala. Kelima, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengkaji lebih mendalam dampak jangka panjang penerapan digitalisasi terhadap peningkatan omzet dan loyalitas pelanggan UMKM, serta memperluas cakupan penelitian pada jenis usaha lain yang memiliki karakteristik serupa.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, I. R., Michel, R. J., & Dewi, A. P. (2022). Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas dengan mediasi kepuasan pelanggan pada Toko Prima Freshmart Cirebon. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(1), 314–320.
- Kusumayanti, D., Sandy, W., & Sulistiono. (2020). Pendampingan promosi digital bagi UMKM Kota Bogor. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 197–205.
- Sari, N., & Pratama, A. (2023). Analisis dampak pengaruh QRIS terhadap transaksi bisnis digital UMKM. *Jurnal Ekonomi Digital*, 7(3), 3045–3068.
- Widanti, A., Abdillah, W., & Murni, T. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap niat pembelian ulang pada konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 17(2), 172–186
- Kosim, Nanang. 2026 Pesona Buah Oman: Usaha Penjualan Buah Segar. Jl. Raya Perum KSB Pasar KSB Blok C, Desa Sukaragam, Kecamatan Serang Baru, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat.