

PENGEMBANGAN SISTEM PEMBAYARAN DIGITAL DAN MARKETING TOOLS PADA UMKM ANJOSIA COFFEE

**Harjono Saputro^{1*}, Mulyana¹, Riza Muhida¹, Muhammad Riza¹, Tia Tanjung²,
Trenggono Pujo Sakti³, Alwi Mutholib¹, Mutmainah¹, Muhammad Raga Fadhil¹,
Shafa Unique Laksitasari¹**

¹Program Studi Teknik Mesin Universitas Bandar Lampung

²Program Studi Sistem Informasi Universitas Bandar Lampung

³Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Bandar Lampung

Jl. ZA. Pagar Alam No.26-89, Labuhan Ratu, Kec. Kedaton, Kota Bandar Lampung, Lampung 35142

Penulis Korespondensi : harjono.saputro@ubl.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam cara UMKM menjalankan dan mengembangkan usahanya. Di tengah pergeseran menuju masyarakat tanpa uang tunai, pelaku UMKM dituntut untuk mampu memanfaatkan teknologi digital, khususnya sistem pembayaran digital, agar tetap relevan dan kompetitif. Selain itu, penguatan identitas usaha melalui Marketing Tools yang profesional juga menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan konsumen dan memperluas jangkauan pasar. Namun, masih banyak UMKM yang belum mengadopsi kedua aspek tersebut secara optimal akibat keterbatasan literasi digital, minimnya pendampingan, serta kurangnya pemahaman terhadap manfaat jangka panjang transformasi digital. UMKM Anjosia Coffee, sebagai pelaku usaha di bidang kuliner minuman kopi, memiliki potensi pengembangan yang besar tetapi masih menghadapi kendala dalam penerapan pembayaran digital dan penyusunan Marketing Tools yang terstruktur. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan memberikan pendampingan dan edukasi kepada mitra terkait inovasi pembayaran digital serta pembuatan Marketing Tools sebagai sarana komunikasi dan promosi usaha. Metode yang digunakan meliputi sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan langsung. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman mitra terhadap pentingnya transformasi digital serta tersedianya Marketing Tools yang lebih informatif dan representatif. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi transaksi, memperkuat citra merek, serta mendukung keberlanjutan dan daya saing UMKM di era digital.

Kata kunci: *UMKM; transformasi digital; pembayaran digital; Marketing Tools; era digital*

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk pada sektor ekonomi dan bisnis. Digitalisasi tidak hanya memengaruhi perusahaan besar, tetapi juga menuntut pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk mampu beradaptasi agar tetap bertahan dan bersaing. UMKM sebagai tulang punggung perekonomian nasional memiliki peran strategis dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Oleh karena itu, penguatan kapasitas UMKM melalui pemanfaatan

teknologi digital menjadi kebutuhan yang mendesak (Anita et al., 2025).

Salah satu bentuk transformasi digital yang sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan UMKM adalah penerapan sistem pembayaran digital. Di era masyarakat tanpa uang tunai (cashless society), konsumen cenderung memilih metode pembayaran yang cepat, praktis, aman, dan efisien, seperti dompet digital dan pembayaran berbasis QR code. Namun, pada kenyataannya masih banyak UMKM yang belum mengadopsi sistem pembayaran digital secara optimal. Hambatan yang dihadapi antara lain keterbatasan pengetahuan teknologi, kurangnya pendampingan, serta minimnya pemahaman akan manfaat jangka

panjang dari digitalisasi pembayaran (Kartini et al., 2025).

Selain sistem pembayaran, aspek komunikasi dan pemasaran juga menjadi tantangan utama bagi UMKM. Banyak pelaku UMKM yang memiliki produk berkualitas, namun belum mampu mengemas identitas usaha secara profesional. Salah satu bentuk identitas usaha yang penting adalah Marketing Tools. Marketing Tools berfungsi sebagai media informasi resmi yang menggambarkan identitas, visi, misi, produk, serta nilai yang dimiliki oleh suatu usaha. Tanpa Marketing Tools yang baik, UMKM akan kesulitan membangun kepercayaan konsumen, mitra kerja, maupun investor potensial (Anita et al., 2025).

UMKM Anjosia Coffee merupakan salah satu pelaku usaha di bidang kuliner minuman kopi yang memiliki potensi untuk berkembang. Anjosia Coffee menawarkan produk kopi yang menyasar segmen masyarakat muda dan pecinta kopi. Namun, dalam praktik operasionalnya, Anjosia Coffee masih menghadapi beberapa kendala, khususnya dalam hal inovasi pembayaran digital dan penyusunan Marketing Tools yang representatif. Sistem pembayaran yang masih terbatas berpotensi mengurangi kenyamanan konsumen, sementara belum tersedianya Marketing Tools yang terstruktur menyebabkan identitas usaha belum terkomunikasikan secara maksimal.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi usaha yang dimiliki dengan pemanfaatan teknologi digital yang tersedia. Padahal, penerapan pembayaran digital dapat meningkatkan efisiensi transaksi, memperluas jangkauan konsumen, serta menciptakan pencatatan keuangan yang lebih rapi dan transparan. Di sisi lain, Marketing Tools yang dirancang secara profesional dapat menjadi alat komunikasi strategis dalam membangun citra merek, meningkatkan kepercayaan publik, serta mendukung kegiatan promosi baik secara offline maupun online (Paruli & Santosa, 2023).

Melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini, dilakukan pendampingan dan edukasi kepada UMKM Anjosia Coffee terkait inovasi pembayaran digital dan pembuatan Marketing Tools. Kegiatan ini tidak hanya berfokus pada aspek teknis, tetapi juga memberikan pemahaman mengenai pentingnya transformasi digital sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha. Dengan adanya pendampingan ini,

diharapkan Anjosia Coffee mampu mengoptimalkan sistem pembayaran digital yang sesuai dengan kebutuhan konsumen serta memiliki Marketing Tools yang informatif, menarik, dan mencerminkan identitas usaha secara utuh.

Pengabdian ini menjadi wujud nyata peran akademisi dalam mendukung pemberdayaan UMKM melalui penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi. Sinergi antara dunia akademik dan pelaku usaha diharapkan mampu meningkatkan daya saing UMKM, memperkuat ekonomi kreatif, serta mendorong pertumbuhan ekonomi berkelanjutan di era digital.

A. Relevansi Dengan Konsep Pengabdian Masyarakat Pada Anjosia Coffee

Kegiatan pengabdian yang dilakukan pada UMKM Anjosia Coffee memiliki relevansi yang kuat dengan konsep Pengabdian kepada Masyarakat karena secara langsung menjawab permasalahan nyata yang dihadapi mitra. Permasalahan tersebut meliputi belum optimalnya penerapan sistem pembayaran digital serta belum tersusunnya Marketing Tools sebagai media komunikasi dan identitas usaha (Hidayati et al., 2024). Kedua aspek ini merupakan kebutuhan mendasar dalam pengembangan UMKM di era digital, sehingga intervensi yang dilakukan bersifat aplikatif dan kontekstual.

Penerapan inovasi pembayaran digital dalam kegiatan pengabdian ini mencerminkan penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi yang berorientasi pada peningkatan efisiensi dan kualitas layanan usaha. Melalui edukasi dan pendampingan, mitra tidak hanya diperkenalkan pada penggunaan alat pembayaran digital, tetapi juga diberikan pemahaman mengenai manfaat, keamanan, serta dampaknya terhadap kepuasan konsumen dan pengelolaan keuangan usaha. Hal ini sejalan dengan prinsip pengabdian masyarakat yang menekankan pada transfer pengetahuan dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia (Syahirah, 2024).

Sementara itu, pembuatan Marketing Tools sebagai bagian dari kegiatan pengabdian menunjukkan peran akademisi dalam membantu UMKM membangun identitas dan citra usaha secara profesional. Marketing Tools berfungsi sebagai sarana komunikasi strategis yang mampu meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas peluang kerja sama. Pendampingan dalam penyusunan Marketing Tools tidak hanya

menghasilkan produk berupa dokumen atau media promosi, tetapi juga membekali mitra dengan pemahaman mengenai pentingnya komunikasi bisnis dan branding yang berkelanjutan (Latifah & Sukmawati, 2024).

Relevansi kegiatan ini dengan konsep pengabdian masyarakat juga tercermin dari pendekatan partisipatif yang digunakan. Mitra dilibatkan secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi masalah, perencanaan solusi, hingga implementasi dan evaluasi. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip pemberdayaan masyarakat, di mana mitra tidak diposisikan sebagai objek, melainkan sebagai subjek yang memiliki peran penting dalam keberhasilan kegiatan pengabdian (Dense et al., 2025). Dengan demikian, kegiatan pengabdian tentang inovasi pembayaran digital dan pembuatan Marketing Tools pada UMKM Anjosia Coffee relevan dengan konsep Pengabdian kepada Masyarakat karena mampu mengintegrasikan penerapan keilmuan dengan kebutuhan riil mitra, mendorong kemandirian usaha, serta memberikan dampak berkelanjutan bagi pengembangan UMKM. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi model pengabdian yang adaptif terhadap tantangan era digital dan berkontribusi nyata dalam peningkatan daya saing UMKM di tingkat lokal (Alamiyah & Muhamad, 2025).

2. Bahan dan Metode

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan dengan melibatkan UMKM Anjosia Coffee yang berlokasi di Provinsi Lampung sebagai mitra utama. Anjosia Coffee dipilih karena memiliki potensi usaha yang kuat berbasis kearifan lokal kopi Lampung, namun masih membutuhkan penguatan dalam penerapan pembayaran digital dan pengelolaan identitas usaha melalui Marketing Tools. Bahan utama dalam kegiatan ini meliputi sistem pembayaran digital, materi edukasi transformasi digital UMKM, serta perangkat Marketing Tools yang dirancang sesuai dengan karakter dan kebutuhan usaha mitra.

Metode pelaksanaan pengabdian dilakukan melalui pendekatan partisipatif dan pendampingan langsung. Pelaku UMKM sekaligus pengelola Anjosia Coffee berperan aktif dalam proses pengambilan keputusan operasional, penerapan inovasi pembayaran digital, serta memastikan keberlanjutan program setelah kegiatan pengabdian

selesai. Konsumen dan komunitas lokal turut menjadi bagian penting dalam kegiatan ini sebagai pengguna layanan yang merasakan secara langsung peningkatan kualitas pelayanan dan kemudahan sistem pembayaran digital. Selain itu, akademisi dan perguruan tinggi berperan sebagai pelaksana kegiatan melalui transfer pengetahuan, pemberian pelatihan, serta pendampingan teknis dan nonteknis kepada mitra UMKM. Melalui kolaborasi ini, kegiatan pengabdian diharapkan mampu mendorong peningkatan kapasitas UMKM secara berkelanjutan tanpa menghilangkan nilai budaya lokal yang melekat pada usaha kopi tradisional.

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian menunjukkan adanya output nyata, outcome sementara, serta dampak berkelanjutan bagi UMKM Anjosia Coffee. Output fisik yang dihasilkan meliputi tersedianya kode QRIS yang telah aktif dan terpasang secara strategis di area kasir sebagai solusi pembayaran digital, pembuatan video Marketing Tools yang representatif dan informatif untuk mencerminkan identitas kopi tradisional Lampung, penyusunan katalog produk yang profesional, serta penyediaan buklet panduan praktis penggunaan sistem pembayaran digital bagi pengelola usaha.

Outcome sementara yang mulai terlihat setelah implementasi program antara lain meningkatnya pemahaman dan keterampilan pengelola serta tenaga kerja dalam mengoperasikan sistem pembayaran digital berbasis QR code, terbentuknya citra merek yang lebih profesional melalui pemanfaatan video profil pada media sosial, perubahan sistem transaksi dari dominasi tunai menjadi lebih modern dan efisien, serta meningkatnya brand awareness Anjosia Coffee melalui optimalisasi konten video pemasaran di Instagram. Dalam jangka panjang, kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing dan kemandirian UMKM, mendukung pencatatan keuangan yang lebih rapi dan transparan, memperkuat citra Anjosia Coffee sebagai pelopor kopi tradisional Lampung yang adaptif terhadap teknologi, serta memberikan kontribusi positif bagi pertumbuhan ekonomi lokal (Husada & Yunus, 2024). Penerapan QRIS juga terbukti meningkatkan efisiensi layanan, di mana waktu transaksi berkurang dari rata-rata 2–3 menit pada pembayaran tunai menjadi sekitar 30–60 detik pada pembayaran non-tunai. Tabel Perbandingan Jumlah Like dan

View Reels Instagram Tahun 2026, dapat dilihat pada Tabel 1 dan Gambar 1.

Tabel 1. Tabel Perbandingan Jumlah Like

Platform	Progress per Hari	
	Hari ke-1	Hari ke-2
Jumlah like	5	10
View rate	7	21



Gambar 1. View Reels Instagram Tahun 2026

Tabel 2. Parameter Hasil

No	Parameter Hasil	Temuan di Lapangan
1	Aksesibilitas	Sistem dapat diakses oleh semua aplikasi <i>mobile banking</i> dan <i>e-wallet</i> tanpa kendala.
2	Stabilitas Sistem	Transaksi berjalan lancar tanpa gangguan teknis yang berarti selama jam operasional.
3	Pencatatan Data	Transaksi masuk otomatis ke sistem, memudahkan pemilik memantau riwayat pembayaran.
4	Manajemen Kas	Membantu pemilik usaha dalam rekonsiliasi harian dan mengurangi risiko selisih uang tunai.

A. Refleksi Kelompok

Selama pelaksanaan program, kelompok melakukan refleksi terhadap proses kerja:

- Manajemen Waktu: Kelompok menyadari tantangan dalam menyatukan jadwal kuliah yang berbeda-beda, namun berhasil diatasi dengan sistem "Delegasi Piket" atau turun lapangan secara bergantian.
- Kolaborasi Kreatif: Perbedaan visi estetika dalam tim (antara gaya tradisional vs modern) diselesaikan dengan menggunakan moodboard sebagai acuan visual bersama, sehingga menghasilkan desain yang harmonis.

- Adaptasi Teknis: Tim belajar untuk lebih siap menghadapi kendala lapangan (seperti sinyal buruk atau pencahayaan minim) dengan selalu menyiapkan rencana cadangan atau peralatan pendukung tambahan. Seperti pemilihan biji kopi dan penerapan Qris dalam penggunaan pembayaran secara digital, serta pemilihan produk untuk pembuatan video promosi UMKM. Pelaksanaan Proses Roasting Biji Kopi dapat dilihat pada Gambar 2. Pembuatan video UMKM dapat dilihat pada Gambar 3, dan Pembuatan Kode QR beserta Akriliknya dapat dilihat pada Gambar 4. Proses Foto Produk Varian Anjosia Coffee Gold dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 2. Pelaksanaan Proses Roasting Biji Kopi



Gambar 3. Pembuatan video UMKM



Gambar 4. Pembuatan Kode QR beserta Akriliknya



Gambar 5. Proses Foto Produk dan Katalog Varian Anjosia Coffee Gold

4. Kesimpulan

Pelaksanaan program ini menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital yang tepat guna dapat memberikan dampak positif bagi peningkatan kapasitas dan keberlanjutan UMKM. Melalui implementasi sistem pembayaran nontunai berbasis QRIS, UMKM Anjosia Coffee mampu meningkatkan efisiensi transaksi, memperbaiki kerapian pencatatan keuangan, serta memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi pelanggan dalam bertransaksi.

Selain aspek digitalisasi pembayaran, penguatan branding melalui pembuatan video promosi dan katalog produk berhasil membangun citra Anjosia Coffee sebagai produsen kopi tradisional Lampung yang autentik namun tetap adaptif terhadap perkembangan teknologi. Upaya

ini mendukung peningkatan daya saing usaha dan memperluas jangkauan pasar, khususnya kepada segmen konsumen yang lebih muda.

Program ini juga berhasil mentransfer pengetahuan kepada pemilik usaha sehingga mampu mengoperasikan teknologi digital secara mandiri dan memanfaatkan media promosi yang tersedia secara berkelanjutan. Secara keseluruhan, kegiatan ini berkontribusi dalam mendorong transformasi digital UMKM yang tidak hanya berorientasi pada teknologi, tetapi juga memperhatikan aspek kemandirian pelaku usaha dan keberlanjutan jangka panjang.

Ucapan Terima Kasih: Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada Anjosia Coffee dan Pusat Studi Mekatronika dan Otomatisasi Universitas Bandar Lampung.

Daftar Pustaka

- Alamiyah, S. S., & Muhamad, F. R. (2025). Implementasi IMC (Intregerated Marketing Communication) Café Ride&Co dalam Meningkatkan Minat Beli Melalui Instagram. *Jiip-Jurnal Ilmiah Ilmu* <http://jiip.stkipyapisdampu.ac.id/jiip/index.php/JIIP/article/view/6769>
- Anita, A., Turyandi, I., Manurung, M. T., & ... (2025). *Manajemen UMKM: Transformasi dan Inovasi di Era Digital*. repository.ganeshakreasisemesta <https://repository.ganeshakreasisemesta.com/publications/619992/manajemen-umkm-transformasi-dan-inovasi-di-era-digital>
- Dense, A., Pratiwi, D., & Agia, C. (2025). Consumer Experience terhadap Aktivitas Aplikasi Mobile Payment OVO. *Jurnal Cakrawala Akademika (JCA)*. <https://media.neliti.com/media/publications/617294-consumer-experience-terhadap-aktivitas-a-882aece4.pdf>
- Hidayati, E. M., Putri, M. S. A., Nabillah, L., & ... (2024). Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian pada URBN Kopi oleh Masyarakat di Surabaya. *Konsensus: Jurnal Ilmu* <https://journal.appisi.or.id/index.php/konsensus/article/view/446>
- Husada, S., & Yunus, U. (2024). Komunikasi Pemasaran Offline to Digital (O2O) PT. Bank Aladin Syariah Tbk. *Jurnal Pustaka Komunikasi*. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom/article/view/3896>
- Kartini, T., Awa, A., Didi, D., Hamid, A., & ... (2025). Pemberdayaan UMKM Melalui Digital Marketing dan Finance pada UMKM Produk Lokal Kopi Hau. *Jurnal Pengabdian*

- <https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/ABDIMA/S45/article/view/5327>
- Latifah, L., & Sukmawati, T. (2024). Pengaruh Digital Marketing, Physical Evidence dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Coffee Shop di Kota Pontianak. *Obis*.
<http://jurnal.polteq.ac.id/index.php/obis/article/view/173>
- Paruli, E., & Santosa, W. (2023). Efek mediasi praktik manajemen sumber daya manusia pada hubungan implementasi manajemen rantai pasok dengan kinerja umkm di jakarta. *Jurnal Ekonomi Trisakti*.
<https://www.e-journal.trisakti.ac.id/index.php/jet/article/download/16862/9899>
- Syahirah, A. N. (2024). *Perancangan Website Sebagai Strategi Pengembangan Usaha dalam mendukung Proses Bisnis untuk meningkatkan Penjualan Umkm Get Well Sweet Kitchen* dspace.uui.ac.id.
<https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/50092>