

ABSTRAK

Alpin, 2026 Peran Literasi Keuangan Digital Dalam Meningkatkan Strategi Pemasaran *Online* UMKM Berbasis *Marketplace* Di Era *Smart Economy* Di wilayah Kota Tasikmalaya (Studi Kasus pada pelaku UMKM di Wilayah Kota Tasikmalaya). Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Siliwangi. Dibawah bimbingan Kurniawan, M.M dan Gugum Gumilar, M.Pd.

Rendahnya literasi keuangan digital pada pelaku UMKM di Kota Tasikmalaya menjadi hambatan utama dalam mengoptimalkan potensi ekonomi digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana peran literasi keuangan digital dalam mendukung efektivitas strategi pemasaran *online* berbasis *marketplace* di era *smart economy*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus untuk mengeksplorasi fenomena secara mendalam pada enam pelaku UMKM di Kota Tasikmalaya yang aktif menggunakan platform *marketplace*. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Data dianalisis secara sistematis menggunakan perangkat lunak NVivo melalui proses *coding*, kategorisasi tema, serta visualisasi data seperti *word frequency* dan *project map* untuk menjamin validitas temuan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan digital pelaku UMKM masih bersifat parsial, di mana pemahaman tinggi terlihat pada aspek transaksi pembayaran, namun masih rendah pada aspek manajerial seperti pencatatan keuangan digital dan pemisahan kas. Dalam strategi pemasaran, penggunaan *marketplace* yang didukung media sosial (*cross-platform*) terbukti efektif memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk melalui optimalisasi fitur visual. Namun, terdapat kendala internal berupa keterbatasan teknis dan kendala eksternal berupa persaingan harga yang ketat di platform digital. Literasi keuangan digital memiliki peran strategis sebagai fondasi operasional dalam pemasaran *online*. Meskipun *marketplace* mempermudah perluasan pasar, efektivitasnya perlu didukung oleh peningkatan literasi keuangan yang komprehensif agar pelaku UMKM dapat mencapai kemandirian manajerial dan daya saing yang berkelanjutan di era *smart economy*.

Kata kunci: Literasi Keuangan Digital, UMKM, *Marketplace*, Pemasaran *Online*, NVivo