

Artikel Pengabdian kepada Masyarakat

Edukasi *Fintech* untuk UMKM UP2K PKK Tanjung Morawa Berbasis Perilaku Konsumen *Cashless*

Esther Praja Anggriany Panggabean^{1*}, *Rafida Khairani*¹, *Mas Intan Purba*¹, *Jholant Bringg Luck Amelia Br Sinaga*¹, *Tantri Octora Dwi Syah Putri*¹, *Isna Asdiani Nasution*¹, *Nurul Wardani Lubis*²

¹ Fakultas Ekonomi, PUI Digital Business and SMEs, Universitas Prima Indonesia, Medan, Indonesia

² Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Medan, Indonesia

INFORMASI ARTIKEL

Diterima Redaksi: 28 November 2025
Revisi Akhir: 23 Desember 2025
Diterbitkan *Online*: 15 Januari 2025

KATA KUNCI

Teknologi Finansial
UMKM
Perilaku Konsumen
Pembayaran Digital
Literasi Keuangan

KORESPONDENSI (*)

E-mail: masintanpurba84@gmail.com

A B S T R A K

Transformasi digital mendorong pergeseran transaksi dari berbasis tunai menuju nontunai, namun tingkat literasi keuangan digital pelaku UMKM khususnya kelompok UP2K PKK masih rendah. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan pemahaman pelaku UMKM Binaan UP2K PKK di Kecamatan Tanjung Morawa tentang perilaku konsumen tanpa uang tunai dan keterampilan pemanfaatan teknologi finansial untuk meningkatkan daya saing usaha. Metode yang digunakan adalah pelatihan dengan demonstrasi dan pendampingan praktik langsung kepada 20 peserta pelaku UMKM, meliputi edukasi perilaku konsumen digital, fotografi produk, pembuatan akun WhatsApp Business, pembuatan konten, serta pendaftaran dompet elektronik dan QRIS. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman perilaku konsumen digital sebesar 52%, keberhasilan 90% peserta membuat konten visual berkualitas, 85% peserta mengaktifkan WhatsApp Business, dan 100% peserta mendaftar dompet elektronik DANA serta 75% peserta mendaftar QRIS. Tingkat kepuasan mencapai 85% dengan kategori sangat puas. Pendekatan yang mengintegrasikan pemahaman perilaku konsumen sebagai basis pembelajaran terbukti efektif mengubah perspektif peserta dan mendorong adopsi teknologi finansial secara berkelanjutan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing UMKM di era ekonomi digital.

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah lanskap ekonomi global, termasuk cara masyarakat bertransaksi dalam kehidupan sehari-hari. Pergeseran dari transaksi berbasis tunai menuju transaksi nontunai merupakan fenomena yang semakin meluas di Indonesia. Menurut data Bank Indonesia (2024), nilai transaksi uang elektronik di Indonesia mencapai Rp 305,4 triliun pada tahun 2023, meningkat 42,6% dibandingkan tahun sebelumnya. Tren masyarakat tanpa uang tunai ini didorong oleh penetrasi telepon pintar yang tinggi, aksesibilitas internet yang semakin luas, serta kebijakan pemerintah yang mendorong inklusi keuangan digital melalui berbagai program literasi dan infrastruktur pembayaran digital.

Dalam konteks ini, teknologi finansial memainkan peran krusial sebagai penggerak transformasi ekonomi digital. Teknologi finansial mencakup berbagai layanan keuangan berbasis teknologi, mulai dari sistem pembayaran digital seperti dompet elektronik dan QRIS, pinjaman berbasis jaringan, hingga manajemen keuangan digital. Penelitian menunjukkan bahwa adopsi teknologi finansial memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan efisiensi operasional dan perluasan akses pasar bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau UMKM (Risman, Lestijawan and Saputra, 2024). Keberadaan sistem pembayaran Kode Respon Cepat Standar Indonesia (QRIS) telah memungkinkan integrasi berbagai

platform pembayaran digital, memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM dalam menerima pembayaran dari konsumen dengan metode yang lebih efisien dan transparan.

UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia yang menyumbang sekitar 60,5% terhadap Produk Domestik Bruto nasional dan menyerap hingga 97% tenaga kerja (Kementerian Koperasi dan UKM, 2024). Namun, tingkat literasi keuangan digital di kalangan pelaku UMKM masih relatif rendah. Survei yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan pada tahun 2022 menunjukkan bahwa hanya 38,03% masyarakat Indonesia yang memiliki literasi keuangan yang memadai, sementara indeks inklusi keuangan mencapai 85,10%. Kesenjangan antara inklusi dan literasi keuangan ini menunjukkan bahwa meskipun akses terhadap layanan keuangan digital meningkat, pemahaman tentang cara memanfaatkannya secara optimal masih terbatas.

Salah satu segmen UMKM yang memiliki potensi besar namun belum optimal dalam pemanfaatan teknologi finansial adalah kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga yang dikelola oleh Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga atau PKK. UP2K PKK merupakan program pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas yang bertujuan meningkatkan pendapatan keluarga melalui usaha produktif, khususnya yang dijalankan oleh ibu-ibu rumah tangga. Di Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang, terdapat puluhan kelompok UP2K PKK yang menjalankan berbagai jenis usaha, mulai dari kuliner, kerajinan tangan, hingga produk busana. Namun, berdasarkan survei pendahuluan yang dilakukan tim pengabdian, sebagian besar pelaku UP2K PKK di Tanjung Morawa masih mengandalkan transaksi tunai dan belum memahami secara komprehensif tentang manfaat serta cara penggunaan teknologi finansial dalam operasional bisnis mereka.

Pemahaman tentang perilaku konsumen dalam konteks transaksi tanpa uang tunai menjadi aspek penting yang perlu dikuasai oleh pelaku UMKM. Penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumen dalam transaksi nontunai dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, kepercayaan, dan norma sosial. Studi mengenai digitalisasi UMKM menunjukkan bahwa meskipun infrastruktur digital masih terbatas di beberapa wilayah, faktor internal seperti sikap positif terhadap teknologi pembayaran digital tetap kuat mempengaruhi adopsi (Artikel, 2025). Memahami faktor-faktor ini dapat membantu pelaku UMKM dalam merancang strategi pemasaran dan layanan yang lebih sesuai dengan preferensi konsumen di era digital.

Beberapa kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebelumnya telah menunjukkan efektivitas edukasi teknologi finansial dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM. Kegiatan pengabdian yang dilakukan di Kecamatan Sunggal menunjukkan bahwa setelah mengikuti pelatihan pemanfaatan kecerdasan buatan untuk desain kemasan dan pembuatan logo, terjadi peningkatan signifikan dalam pemahaman dan sikap para pelaku UMKM terhadap teknologi digital (Pasaribu *dkk.*, 2024). Demikian pula, kegiatan sosialisasi strategi konten pemasaran media sosial berbasis kecerdasan buatan dan penggunaan dompet digital di Kecamatan Tanjung Morawa berhasil meningkatkan literasi digital pelaku UMKM, dengan 90% peserta menyatakan tertarik untuk menggunakan dompet digital dalam bisnis mereka setelah mengikuti pelatihan (Praja *dkk.*).

Penelitian tentang adopsi teknologi digital pada UMKM di Indonesia menunjukkan bahwa literasi digital memiliki dampak signifikan terhadap transformasi bisnis dan daya saing UMKM. Studi yang dilakukan Sucipto *dkk.* (Artikel, 2025) menunjukkan bahwa pelatihan pemanfaatan Peta Google dan media sosial untuk pemasaran digital mampu meningkatkan visibilitas UMKM hingga 43,8% dalam waktu satu minggu pasca-pelatihan. Lebih lanjut, penelitian (Caswito *dkk.*, 2025) mengungkapkan bahwa implementasi strategi pemasaran digital melalui media sosial, optimasi mesin pencari, dan iklan digital dapat meningkatkan penjualan UMKM hingga 30% dalam periode tiga bulan. Temuan-temuan ini menggarisbawahi pentingnya program edukasi dan pendampingan yang sistematis untuk meningkatkan kapasitas digital pelaku UMKM.

Meskipun telah ada berbagai inisiatif edukasi teknologi finansial untuk UMKM, masih terdapat kesenjangan dalam hal pendekatan yang mengintegrasikan pemahaman perilaku konsumen tanpa uang tunai sebagai basis pembelajaran. Sebagian besar program pelatihan teknologi finansial lebih fokus pada aspek teknis penggunaan aplikasi dan platform digital, tanpa memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana perilaku konsumen berubah dalam ekosistem tanpa uang tunai dan bagaimana pelaku UMKM dapat merespons perubahan tersebut secara strategis. Padahal, pemahaman tentang perilaku konsumen dalam konteks transaksi nontunai sangat penting untuk merancang strategi pemasaran, pengelolaan arus kas, dan pengembangan produk yang lebih efektif.

Berdasarkan identifikasi permasalahan tersebut, tim pengabdian kepada masyarakat Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia bermaksud mengadakan kegiatan edukasi teknologi finansial untuk pelaku UP2K PKK di Kecamatan Tanjung Morawa dengan pendekatan berbasis perilaku konsumen tanpa uang tunai. Kegiatan ini dirancang untuk memberikan pemahaman komprehensif tentang ekosistem teknologi finansial, manfaat penggunaan berbagai platform pembayaran digital seperti dompet elektronik dan QRIS, serta bagaimana memahami dan merespons perubahan perilaku konsumen dalam era masyarakat tanpa uang tunai. Melalui pendekatan yang menggabungkan teori perilaku konsumen dengan praktik langsung penggunaan teknologi finansial, diharapkan pelaku UP2K PKK dapat meningkatkan literasi keuangan digital mereka, mengoptimalkan penggunaan teknologi finansial dalam operasional bisnis, dan pada akhirnya meningkatkan daya saing serta pendapatan usaha mereka.

Kegiatan pengabdian ini sejalan dengan Program Gerakan Nasional Literasi Keuangan yang dicanangkan oleh Otoritas Jasa Keuangan dan target pemerintah dalam Program UMKM Naik Kelas 2024 yang menargetkan 30 juta pelaku UMKM mengadopsi teknologi digital (Kegiatan, 2024). Melalui kegiatan ini, diharapkan dapat tercipta efek berganda dalam bentuk peningkatan kesadaran dan adopsi teknologi finansial di kalangan UMKM secara lebih luas, khususnya di Kabupaten Deli Serdang.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memiliki beberapa tujuan strategis yang saling berkaitan dalam upaya pemberdayaan pelaku UP2K PKK di Kecamatan Tanjung Morawa. Tujuan pertama adalah meningkatkan pemahaman pelaku usaha tentang ekosistem teknologi finansial dan berbagai platform pembayaran digital yang tersedia, sehingga mereka memiliki landasan pengetahuan yang kuat tentang teknologi keuangan digital. Sejalan dengan itu, kegiatan ini juga bertujuan memberikan keterampilan praktis dalam menggunakan aplikasi dompet elektronik, QRIS, dan layanan teknologi finansial lainnya untuk keperluan bisnis sehari-hari, agar pelaku UMKM tidak hanya memahami konsep tetapi juga mampu mengaplikasikannya secara langsung.

Lebih dari sekadar aspek teknis, kegiatan ini juga dirancang untuk meningkatkan pemahaman pelaku UP2K PKK tentang perilaku konsumen dalam era masyarakat tanpa uang tunai, mengingat perubahan pola transaksi konsumen memerlukan adaptasi strategi bisnis yang tepat. Dengan pemahaman ini, pelaku usaha diharapkan dapat membekali diri dengan strategi pemasaran dan pengelolaan keuangan yang sesuai dengan karakteristik transaksi nontunai, sehingga mampu merespons dinamika pasar digital dengan lebih efektif. Pada akhirnya, kegiatan pengabdian ini bertujuan mendorong adopsi teknologi finansial secara berkelanjutan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing usaha UP2K PKK di Kecamatan Tanjung Morawa, sehingga memberikan dampak jangka panjang bagi keberlanjutan dan pertumbuhan usaha mereka di era ekonomi digital.

METODE PELAKSANA

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode pelatihan yang disertai dengan demonstrasi dan pendampingan praktik langsung untuk menghasilkan keterampilan tertentu dalam pemanfaatan teknologi fintech dan pemasaran digital. Pendekatan pelatihan dipilih karena dinilai paling efektif dalam mentransfer pengetahuan sekaligus keterampilan aplikatif kepada pelaku UMKM, sehingga mereka tidak hanya memahami konsep secara teoritis tetapi juga mampu mempraktikkannya secara mandiri dalam menjalankan usaha.

Lokasi dan Waktu Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara pada tanggal 17 November 2025. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada keberadaan kelompok UP2K PKK yang aktif menjalankan usaha produktif namun masih memiliki keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital untuk pengembangan usaha.

Target Peserta

Peserta kegiatan adalah para pelaku UMKM Binaan UP2K PKK Kecamatan Tanjung Morawa yang berjumlah kurang lebih 20 orang. Peserta berasal dari berbagai jenis usaha mikro, antara lain kuliner, kerajinan tangan, fashion, dan produk olahan makanan. Kriteria peserta yang dipilih adalah pelaku usaha yang telah menjalankan usaha minimal 6 bulan, memiliki produk yang siap dipasarkan, memiliki smartphone, serta bersedia mengikuti kegiatan secara penuh dari awal hingga akhir.

Tim Pelaksana

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan oleh tim dosen Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia (UNPRI) yang memiliki kompetensi di bidang kewirausahaan, perilaku konsumen, pemasaran digital, manajemen keuangan, dan ekonomi digital. Tim pelaksana bertindak sebagai narasumber, fasilitator, sekaligus pendamping dalam setiap tahapan kegiatan untuk memastikan transfer pengetahuan dan keterampilan berjalan efektif.

Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang sistematis dan terstruktur, sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan, tim pelaksana melakukan koordinasi dengan pihak Kecamatan Tanjung Morawa dan pengurus UP2K PKK untuk mendapatkan data dan informasi mengenai profil pelaku UMKM yang akan menjadi peserta kegiatan. Selain itu, dilakukan pula penyusunan materi pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan tingkat pemahaman peserta, serta persiapan teknis berupa penyiapan peralatan pendukung seperti LCD proyektor, sound system, dan bahan-bahan praktikum. Tim juga menyiapkan modul pelatihan dalam bentuk cetak dan digital yang dapat digunakan peserta sebagai panduan praktis pasca-kegiatan.

2. Tahap Pelaksanaan Pelatihan

Acara dibuka dengan sambutan dari tim dosen Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia yang menjelaskan tujuan kegiatan, dilanjutkan sambutan dari perwakilan Kecamatan Tanjung Morawa atau pengurus UP2K PKK. Sesi edukasi disampaikan oleh tim dosen Fakultas Ekonomi UNPRI mengenai pemahaman perilaku konsumen *cashless*. Materi mencakup perubahan cara belanja konsumen di era digital, produk dan jasa yang disukai pembeli, platform penjualan digital yang efektif untuk UMKM, serta cara pembayaran digital khususnya QRIS dan e-wallet. Metode yang digunakan adalah presentasi interaktif disertai studi kasus nyata dan diskusi terbuka. Dilanjutkan dengan sesi tips dan trik pemasaran digital yang membahas strategi meningkatkan penjualan, membangun kepercayaan konsumen online, dan teknik komunikasi efektif dengan pelanggan digital. Sesi ini membuka ruang tanya jawab dan sharing pengalaman antar peserta.

Workshop Praktik Pertama: Fotografi Produk

Tim dosen mendemonstrasikan teknik fotografi produk menggunakan smartphone, meliputi pemilihan sudut, pencahayaan, dan komposisi. Setiap peserta mempraktikkan langsung dengan membuat minimal 4 foto produk dengan pendampingan individual. Target output adalah setiap peserta memiliki minimal 4 foto produk berkualitas yang siap diposting.



Gambar 1. Tim PKM Dosen mendemonstrasikan teknik fotografi produk.

Workshop Praktik Kedua: WhatsApp Business

Tim dosen mendemonstrasikan cara membuat dan mengoptimalkan WhatsApp Business. Peserta mempraktikkan instalasi aplikasi, melengkapi profil bisnis, memasukkan produk ke katalog, serta mengatur pesan otomatis. Target output adalah akun WhatsApp Business aktif dan terverifikasi, profil bisnis lengkap, minimal 3 produk masuk katalog, dan pesan otomatis sudah diatur.

Workshop Praktik Ketiga: Caption dan Posting Konten

Tim dosen mendemonstrasikan cara membuat caption menarik dan persuasif. Peserta diajarkan teknik penggunaan hashtag, emoji, dan call-to-action efektif. Peserta mempraktikkan membuat caption dan posting di WhatsApp Status serta

media sosial lainnya. Target output adalah setiap peserta membuat minimal 1 caption lengkap dan berhasil posting minimal 1 konten di WhatsApp Status.

Workshop Praktik Keempat: e-Wallet dan QRIS

Sesi dimulai dengan sosialisasi keuntungan sistem pembayaran digital. Tim dosen mendemonstrasikan pendaftaran aplikasi DANA dan dua cara pendaftaran QRIS (melalui bank dan DANA). Peserta mempraktikkan langsung dengan bimbingan tim. Dijelaskan pula cara menerima pembayaran QRIS dan tips keamanan transaksi. Target output adalah semua peserta memiliki akun DANA aktif, peserta sudah submit pendaftaran QRIS sesuai kondisi masing-masing, dan semua memahami cara menerima pembayaran QRIS. Tahap pelaksanaan ditutup dengan sesi tanya jawab dan konsultasi terbuka

Tahap Penutupan

Kegiatan ditutup dengan evaluasi melalui pengisian kuesioner kepuasan peserta untuk mengukur efektivitas kegiatan dan mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki untuk kegiatan serupa di masa mendatang. Sebagai bentuk apresiasi, peserta yang mengikuti kegiatan secara penuh dari awal hingga akhir diberikan sertifikat sebagai bukti partisipasi dan pencapaian kompetensi. Penyerahan plakat juga dilakukan kepada pihak Kecamatan Tanjung Morawa atau pengurus UP2K PKK sebagai mitra kegiatan, sebagai bentuk penghargaan atas dukungan dan kerja sama yang baik. Kegiatan kemudian diakhiri dengan sesi foto bersama yang melibatkan seluruh peserta, tim PKM, dan perwakilan mitra, serta dilanjutkan dengan pembuatan laporan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang akan didokumentasikan sebagai bukti pelaksanaan dan capaian kegiatan.



Gambar 2. Tim PKM Dosen Foto Bersama dengan Peserta/Pelaku UMKM dan Pemerintah Desa

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pelaku UMKM Binaan UP2K PKK di Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran dan transaksi pembayaran.

Berdasarkan survei awal yang dilakukan tim sebelum pelaksanaan kegiatan, kondisi literasi digital para pelaku UMKM masih sangat terbatas dengan indikator:

1. 82% peserta belum optimal memanfaatkan media sosial untuk pemasaran bisnis;
2. 73% peserta belum memiliki akun WhatsApp Business; dan
3. 68% peserta belum menggunakan sistem pembayaran digital QRIS.

Sebagian besar peserta masih mengandalkan metode pemasaran konvensional seperti promosi dari mulut ke mulut dan penjualan langsung di pasar tradisional.

Salah satu capaian penting dari kegiatan ini adalah peningkatan pemahaman peserta tentang perubahan perilaku konsumen di era digital. Hasil evaluasi pasca-tes menunjukkan peningkatan skor rata-rata sebesar 52% dibandingkan pra-tes. Peserta

memahami bahwa konsumen saat ini memiliki preferensi kuat terhadap pembayaran tanpa uang tunai karena kemudahan, kecepatan transaksi, keamanan, dan kemampuan melacak pengeluaran.

Para peserta juga mempelajari karakteristik khusus konsumen digital yaitu:

1. Lebih mengutamakan kemudahan dan kecepatan bertransaksi;
2. Mencari informasi produk melalui media sosial;
3. Membandingkan harga secara daring;
4. Lebih percaya pada testimoni pelanggan lain; serta
5. Mengharapkan respons cepat melalui aplikasi pesan instan.

Pemahaman ini mengubah perspektif peserta dari yang awalnya 68% merasa ragu menjadi 95% percaya diri mengintegrasikan teknologi digital dalam bisnis mereka.

Setelah memahami perilaku konsumen digital yang mengutamakan konten visual menarik, para pelaku UMKM memperoleh keterampilan praktis fotografi produk. Sebanyak 18 peserta (90%) berhasil membuat minimal 4 foto produk berkualitas yang layak untuk media sosial, melampaui target yang ditetapkan yaitu 80% peserta.

Dalam adopsi WhatsApp Business, hasil yang dicapai meliputi:

1. 17 peserta (85%) berhasil mengaktifkan akun dengan profil bisnis lengkap;
2. 16 peserta (80%) memasukkan minimal 3 produk ke katalog dan mengatur pesan otomatis;
3. 18 peserta (90%) berhasil membuat keterangan lengkap mencakup deskripsi produk, harga, keunggulan, dan ajakan bertindak;
4. Seluruh peserta berhasil memposting minimal 1 konten di status whatsapp; dan
5. 12 peserta (60%) juga memposting di instagram.

Pemahaman tentang perilaku konsumen yang mengharapkan respons cepat mendorong peserta memanfaatkan fitur pesan otomatis untuk memberikan layanan lebih baik.

Pemahaman tentang preferensi konsumen terhadap pembayaran tanpa uang tunai mendorong peserta mengadopsi sistem pembayaran digital dengan hasil:

1. 100% peserta berhasil mendaftar dan mengaktifkan akun DANA;
2. 15 peserta (75%) berhasil melakukan pendaftaran QRIS melalui perbankan bergerak (8 peserta) atau aplikasi DANA (7 peserta).

Meskipun tidak semua menyelesaikan aktivasi QRIS saat pelatihan karena proses verifikasi memerlukan waktu, seluruh peserta telah memahami cara menerima pembayaran menggunakan QRIS dan tips keamanan transaksi digital. Para peserta menyadari bahwa dengan menyediakan opsi pembayaran digital, mereka dapat menjangkau segmen konsumen lebih luas, terutama generasi muda yang terbiasa dengan transaksi tanpa uang tunai.

Hasil kuesioner kepuasan menunjukkan bahwa 17 peserta (85%) menyatakan sangat puas dan 3 peserta (15%) puas dengan kegiatan pelatihan. Tidak ada peserta yang menyatakan kurang puas atau tidak puas. Sebanyak 18 peserta (90%) menyatakan materi yang diberikan sangat relevan dengan kebutuhan bisnis mereka dan dapat langsung diterapkan. Tingkat kepuasan ini melampaui target yang ditetapkan yaitu minimal 75% peserta menyatakan puas.

Pembahasan

Keberhasilan program ini dapat dianalisis melalui perspektif Model Penerimaan Teknologi dimana edukasi tentang perilaku konsumen tanpa uang tunai menjadi kunci utama. Pendekatan ini mengubah perspektif peserta dari menganggap teknologi digital sebagai beban teknis menjadi peluang strategis untuk meningkatkan penjualan dengan menyesuaikan diri terhadap perubahan perilaku konsumen. Penelitian Nugraha dkk (Nugraha *et al.*, 2022) tentang adopsi teknologi finansial oleh UMKM Indonesia menemukan bahwa manfaat yang dirasakan memiliki pengaruh positif paling signifikan terhadap keinginan menggunakan teknologi. Dalam konteks kegiatan ini, peserta merasakan manfaat langsung dari penggunaan teknologi digital seperti kemudahan berkomunikasi dengan pelanggan, efisiensi transaksi, dan perluasan jangkauan pasar. Penelitian Schomburgk dkk (Schomburgk, Belli and Hoffmann, 2024) juga menunjukkan bahwa konsumen cenderung membelanjakan lebih banyak uang ketika menggunakan metode pembayaran tanpa uang tunai karena mengurangi "rasa sakit" psikologis saat mengeluarkan uang, sehingga pemahaman ini memotivasi peserta untuk segera mengadopsi sistem pembayaran digital.

Faktor pengaruh sosial juga memainkan peran penting dalam keberhasilan kegiatan ini. Gunawan dkk (Gunawan, Farrah and Fatikasari, 2023) menemukan bahwa pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap manfaat dan kemudahan yang dirasakan dalam penggunaan QRIS. Dukungan dari Kecamatan Tanjung Morawa dan pengurus UP2K PKK menciptakan efek jaringan yang mempercepat penyebaran inovasi, dimana ketika peserta melihat rekan sesama pelaku UMKM berhasil menerima pesanan atau pembayaran melalui platform digital, mereka termotivasi untuk mencoba hal yang sama. Penelitian Islam dkk (Islam, Khatun and Islam, 2025) mengenai pembayaran kode QR di Bangladesh juga memperkuat bahwa harapan kinerja, harapan usaha, dan pengaruh sosial secara signifikan mempengaruhi niat perilaku pengguna untuk mengadopsi teknologi pembayaran digital. Metode pelatihan yang menekankan praktik langsung dengan pendampingan individual memastikan peserta merasakan kemudahan penggunaan teknologi sehingga mengurangi kerumitan yang sering menjadi hambatan adopsi.

Dari perspektif teori jaringan aktor yang dikemukakan Sarosa (Sarosa, 2012), keberhasilan adopsi dipahami sebagai proses pembentukan jaringan yang melibatkan pelaku manusia seperti tim pengabdian dan peserta, serta pelaku non-manusia seperti telepon pintar, aplikasi WhatsApp Business, QRIS, dan media sosial. Tim pengabdian berperan sebagai penggerak utama yang mengidentifikasi kebutuhan pelaku UMKM akan pemasaran digital efektif dan sistem pembayaran efisien, kemudian membangun kerjasama dengan peserta melalui demonstrasi langsung manfaat teknologi dan pendampingan praktik. Tingginya tingkat kepuasan peserta mengonfirmasi bahwa pendekatan pembelajaran berbasis praktik dengan pendampingan individual lebih efektif dibandingkan metode ceramah konvensional.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa edukasi teknologi finansial berbasis pemahaman perilaku konsumen tanpa uang tunai untuk pelaku UMKM Binaan UP2K PKK di Kecamatan Tanjung Morawa telah berhasil meningkatkan literasi digital dan mendorong adopsi teknologi pembayaran digital secara signifikan. Pendekatan yang mengintegrasikan pemahaman perilaku konsumen sebagai basis pembelajaran terbukti efektif mengubah perspektif peserta dari yang awalnya 68% merasa ragu menjadi 95% percaya diri mengintegrasikan teknologi digital dalam bisnis mereka. Capaian konkret meliputi peningkatan pemahaman perilaku konsumen digital sebesar 52% berdasarkan evaluasi pasca-tes, keberhasilan 90% peserta membuat konten visual berkualitas, adopsi WhatsApp Business oleh 85% peserta dengan profil bisnis lengkap, serta pendaftaran sistem pembayaran digital dimana 100% peserta mengaktifkan akun DANA dan 75% peserta berhasil mendaftar QRIS. Tingkat kepuasan yang tinggi dengan 85% peserta menyatakan sangat puas mengonfirmasi bahwa metode pembelajaran berbasis praktik dengan pendampingan individual lebih efektif dibandingkan metode ceramah konvensional. Keberhasilan program ini menunjukkan bahwa edukasi teknologi finansial yang dipadukan dengan pemahaman mendalam tentang perubahan perilaku konsumen mampu mendorong adopsi teknologi digital secara berkelanjutan dan meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi digital.

Saran

Untuk penelitian atau kegiatan pengabdian lanjutan, diperlukan studi longitudinal dengan periode monitoring lebih panjang minimal 6-12 bulan untuk mengukur dampak jangka panjang adopsi teknologi digital terhadap peningkatan omzet dan keberlanjutan usaha UMKM. Penelitian selanjutnya juga perlu mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi konsistensi penggunaan teknologi digital pasca-pelatihan mengingat hasil monitoring menunjukkan hanya 70% peserta yang konsisten memposting konten, sehingga dapat dirancang strategi pendampingan yang lebih efektif untuk mengatasi kesenjangan antara niat menggunakan teknologi dengan penggunaan aktual. Selain itu, perlu dilakukan penelitian komparatif untuk membandingkan efektivitas berbagai metode edukasi teknologi finansial pada kelompok UMKM dengan karakteristik berbeda, seperti perbedaan tingkat pendidikan, jenis usaha, atau wilayah geografis, guna mengidentifikasi pendekatan paling sesuai untuk setiap segmen. Pengembangan model pendampingan jarak jauh berbasis platform digital juga perlu dieksplorasi sebagai solusi untuk memastikan keberlanjutan implementasi teknologi digital dan menjangkau lebih banyak pelaku UMKM secara lebih efisien.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian kepada masyarakat mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ekonomi dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Prima Indonesia serta Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan, yang telah memberikan dukungan penuh terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan

terima kasih juga disampaikan kepada Camat Tanjung Morawa yang telah memfasilitasi dan mendukung pelaksanaan kegiatan di wilayah Kecamatan Tanjung Morawa. Penghargaan yang tinggi kami sampaikan kepada pengurus Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (UP2K PKK) Kecamatan Tanjung Morawa yang telah membantu koordinasi dan mobilisasi peserta. Terima kasih yang sebesar-besarnya kami sampaikan kepada seluruh pelaku UMKM Binaan UP2K PKK yang telah bersedia meluangkan waktu, hadir dengan penuh antusias, dan aktif berpartisipasi dalam seluruh rangkaian kegiatan dari awal hingga akhir, sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik dan mencapai tujuan yang diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Artikel, I. (2025) 'UMKM Go Digital : Peningkatan Literasi Digital UMKM Kota Makassar Pemanfaatan Google Maps dan Media Sosial', 6(3), pp. 3731–3737.
- Caswito, A. *et al.* (2025) 'Implementasi Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Perkembangan Ekonomi Digital di Asia tenggara', 2(3), pp. 201–208.
- Gunawan, A., Farrah, A. and Fatikasari, F. (2023) 'ScienceDirect ScienceDirect The The Effect Effect of of Using Using Transactions Using Using Transactions Cashless Cashless (QRIS) (QRIS) on on Daily Daily Payment Payment the Technology Technology Acceptance Acceptance Model Model the', *Procedia Computer Science*, 227, pp. 548–556. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.procs.2023.10.557>.
- Islam, M., Khatun, A. and Islam, S. (2025) 'Heliyon The path to cashless transaction : A study of user intention and attitudes towards quick response mobile payments', *Heliyon*, 10(15), p. e35302. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e35302>.
- Kegiatan, I.I.P. (2024) 'LAPORAN KEGIATAN ROADSHOW DIGITALISASI KOPERASI DAN UMKM 2024', (September), pp. 3–4.
- Nugraha, D.P. *et al.* (2022) 'Fintech Adoption Drivers for Innovation for SMEs in Indonesia', *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(4), p. 208. Available at: <https://doi.org/10.3390/joitmc8040208>.
- Pasaribu, L.N. *et al.* (2024) 'Pemanfaatan AI untuk Desain Kemasan dan Pembuatan Logo Pada UMKM Kecamatan Sunggal', pp. 4–9.
- Praja, E. *et al.* (no date) 'AI-Powered Social Media Marketing and Digital Wallet Adoption for SMEs in Tanjung Morawa District', 6(2), pp. 2368–2378.
- Risman, A., Lestijawan, B. and Saputra, E. (2024) 'Peningkatan Kinerja dan Keberlanjutan Bisnis UMKM Melalui Keuangan Digital', 2(8), pp. 3499–3506.
- Sarosa, S. (2012) 'Adoption of social media networks by Indonesian SME : A case study', 4(Icsmed), pp. 244–254. Available at: [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(12\)00339-5](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(12)00339-5).
- Schomburgk, L., Belli, A. and Hoffmann, A.O.I. (2024) 'Less cash , more splash ? A meta-analysis on the cashless effect', 100, pp. 382–403. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2024.05.003>.