

PENINGKATAN KAPASITAS WIRAUSAHA MUDA KOTA MATARAM MELALUI PELATIHAN DIGITAL PAYMENT

Tri Hanani*, Paradisa Sukma, Wulandari Agustiningsih, Nadia Nuril Ferdaus, Reyza Afriyan Yudhananto

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram

Jalan Majapahit No.62 Mataram

Korespondensi: trihanani@unram.ac.id

Artikel history :	Received	: 10 September 2025	DOI : https://doi.org/10.29303/pepadu.v6i4.8859
	Revised	: 25 Oktober 2025	
	Published	: 30 Desember 2025	

ABSTRAK

Semakin meningkatnya jumlah UMKM di Indonesia salah satunya didukung oleh pertumbuhan jumlah wirausahawan muda. Sayangnya wirausahawan muda ini, khususnya di Kota Mataram masih menghadapi berbagai problematika salah satunya masih minimnya pengetahuan terkait *digital payment* sehingga banyak UMKM yang masih hanya menerima transaksi secara tunai. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan UMKM Kota Mataram terkait *digital payment*. Kegiatan pengabdian ini dimulai dengan tahap perencanaan, tahap pembuatan media, tahap sosialisasi kegiatan, tahap pelatihan dan tahap evaluasi. Rangkaian kegiatan ini berlangsung selama kurun waktu bulan Maret hingga September, sedangkan pelatihan diadakan pada tanggal 8 September 2025. Kegiatan pelatihan berlangsung lancar dengan di hadiri oleh 18 UMKM Kota Mataram dengan berbagai jenis usaha. Selama pelatihan pengusaha tidak hanya dibekali dengan pengetahuan dan pemaparan materi, namun juga sesi diskusi untuk menemukan solusi dari permasalahan UMKM dalam mengaplikasikan *digital payment*. Secara garis besar, pelatihan ini sangat diperlukan agar wirausahawan muda semakin mendalam pengetahuannya terkait berbagai pilihan, keunggulan dan kelemahan *digital payment* dan mampu menerapkannya secara berkelanjutan.

Kata kunci: *Digital Payment*, Non Tunai, Wirausaha Muda

PENDAHULUAN

Wirausaha merupakan salah satu profesi penting bagi suatu negara (Marti'ah, 2017). Semakin banyak wirausaha-wirausaha bermunculan, maka semakin banyak pula peluang lapangan pekerjaan yang tersedia. Sayangnya di Indonesia, jumlah wirausaha masih tergolong rendah (Katadata.co.id, 2023). Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS, 2023), jumlah wirausahawan di Indonesia mencapai lebih dari 56 juta orang atau berkisar 3,47% dari total penduduk Indonesia pada tahun 2023. Hal ini tertinggal jauh bila dibanding beberapa negara Asia Tenggara lainnya, seperti Singapura yang memiliki wirausaha sebanyak 8,76% dan Thailand sebanyak 4,5% (Putra, 2024). Menurut Kementerian Koperasi dan UMKM (Kemenentrian Koperasi dan UMKM, 2023), untuk menjadi negara maju diperlukan rata-rata jumlah wirausahawan sebanyak 10 hingga 12%.

Walau begitu, pertumbuhan UMKM di Indonesia ini masih memiliki sisi positif. Diantaranya sebanyak 56% jumlah wirausaha di Indonesia merupakan wirausahwan pemula atau generasi muda (Ahdiat, 2024). Hal ini mengindikasikan bila saat ini telah banyak anak

muda yang mulai tertarik menekuni dunia bisnis. Selain itu, banyak juga wirausaha yang telah mulai mengaplikasikan teknologi tepat guna hingga technopreneurship (Kurniawan, 2023). Banyaknya wirausahawan muda di Indonesia tentunya baik untuk masa depan perekonomian negara, mengingat wirausahawan muda ini pada umumnya memiliki pengetahuan dan pendidikan yang lebih memadai daripada generasi sebelumnya.

Fenomena semakin banyaknya wirausahawan muda di Indonesia juga terjadi di Nusa Tenggara Barat, terutama Kota Mataram yang merupakan pusat kegiatan ekonomi dan pendidikan. Wirausahawan muda ini pada umumnya merupakan berusia 20 hingga 30 tahunan. Beberapa bidang usaha yang dilaksanakan oleh wirausahawan muda di Kota Mataram diantaranya adalah industri kuliner, industri jasa pariwisata hingga fashion.

Walau begitu, perkembangan wirausahawan muda ini bukan tanpa tantangan dan problematika. Hingga saat ini angka literasi digital di Indonesia masih dianggap rendah (Rumata & Nugraha, 2020). Berdasarkan analisis situasi yang dilaksanakan tim pengabdian, masih banyak UMKM yang dikelola wirausahawan muda belum menerapkan digitalisasi pada metode pembayaran atau dalam arti lain hanya melayani dengan pembayaran tunai. Padahal saat ini, banyak masyarakat yang sudah mulai beralih menggunakan pembayaran non tunai salah satunya dengan *digital payment*. Beberapa keunggulan *digital payment* dari perspektif pembeli adalah transaksi lebih aman karena tidak perlu membawa uang tunai dan lebih praktis. Sedangkan dari segi penjual, *digital payment* ini juga dinilai lebih aman, lebih praktis karena tidak perlu menyiapkan uang kembalian dan riwayat transaksi tercatat secara digital. Beberapa alasan kenapa wirausahawan muda belum menerapkan *digital payment* diantaranya adalah masih kurangnya pengetahuan akan manfaat dan tata cara implementasi *digital payment*.

Berdasarkan analisis situasi tersebut dapat disimpulkan bahwa diperlukan adanya pelatihan penerapan *digital payment* bagi wirausahawan muda di Kota Mataram. Pelatihan ini sangat diperlukan agar wirausahawan muda di Kota Mataram dapat mengembangkan usahannya dengan memanfaatkan keunggulan teknologi, salah satunya dengan penerapan *digital payment*.

METODE KEGIATAN

Mitra pada pengabdian ini merupakan wirausahawan muda yang berdomisili di wilayah Mataram. Salah satu permasalahan utama pada UMKM di Indonesia adalah kurangnya pengimplementasian teknologi terkini dalam memajukan usahanya, salah satunya pada hal *digital payment*. Untuk dapat merealisasikan kegiatan pengabdian ini, maka kegiatan ini dibagi ke dalam beberapa tahapan diantaranya:

a. Tahap Perencanaan

Pada periode perencanaan, tim pengabdian akan melakukan observasi untuk mempelajari permasalahan yang ada pada mitra (Hanani & Handziko, 2024). Selanjutnya anggota pengabdian akan melakukan pembagian tugas dan mengidentifikasi kebutuhan mulai dari materi, kebutuhan pada saat pelaksanaan, hingga pasca pelaksanaan pelatihan.

b. Tahap Pembuatan Media Pelatihan

Setelah seluruh informasi penting diidentifikasi, tim akan menyusun materi yang akan digunakan sebagai media pelatihan *digital payment*. Power point dan poster akan digunakan sebagai media penyampaian materi pada saat pelatihan.

c. Tahap Sosialisasi Program

Setelah pembuatan media mencapai minimal tahap 80%, tim pengabdian akan melakukan sosialisasi. Dengan adanya sosialisasi ini diharapkan mitra yang akan dijadikan peserta pelatihan memiliki pengetahuan yang cukup akan program pelatihan yang akan diadakan dan dapat melakukan persiapan secara mandiri. Selain itu diharapkan dengan adanya sosialisasi ini, mitra yang dapat mengikuti pelatihan dapat lebih banyak.

d. Tahap Pelatihan dan Penerapan Media

Pelatihan direncanakan membutuhkan waktu dua hari. Pada hari pertama, tim pengabdian menyampaikan materi dan peserta diminta untuk memberikan tanggapan baik berupa pertanyaan maupun pernyataan tentang situasi yang mereka hadapi pada kenyataannya dan bagaimana selama ini mereka melakukan digital payment.

e. Tahap Evaluasi dan Pemantauan Keberlanjutan

Pada periode ini, tim pengabdian akan melakukan evaluasi sejauh mana pelatihan ini memberikan pengetahuan dan keterampilan wirausaha muda dalam menerapkan *digital payment*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Rangkaian kegiatan pengabdian ini diawali dengan perencanaan. Perencanaan dimulai pada bulan Februari hingga bulan Juli. Kegiatan perencanaan diantaranya mencakup pemilihan narasumber hingga pembuatan poster yang nantinya disosialisasikan. Setelah itu poster disosialisasikan pada bulan Agustus hingga awal September. Sembari sosialisasi poster dilakukan penyusunan materi pelatihan dan koordinasi terkait tempat pelatihan serta pendataan calon peserta.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah dilaksanakan apada tanggal 8 September 2025 di Eclair Meeting Room, Kota Mataram. Kegiatan ini diikuti oleh 15 peserta yang terdiri dari pemilik maupun pengelola UMKM di Kota Mataram. Kegiatan dimulai pada pukul 11.00 hingga 13.00 WITA yang diawali dengan pengenalan antara anggota tim pengabdian dengan pengelola UMKM kemudian dilanjutkan dengan sesi pemaparan materi. Latar belakang usaha UMKM yang menjadi peserta cukup beragam, dimulai dari usaha bahan bangunan, usaha gula aren, sembako, pemilik kos, kuliner hingga *frozen food* dan jasa *nail art*.

Pemaparan materi dilaksanakan oleh Ibu Paradisa Sukma, S.E.,M.A sebagai narasumber. Secara garis besar, pemaparan materi membahas meliputi jenis-jenis digital payment, keunggulan dan kelemahan digital payment hingga cara penggunaan digital payment. Materi dimulai dengan pengenalan jenis-jenis digital payment yang bisa digunakan oleh UMKM. Dengan seiring berkembangnya teknologi, berbagai jenis digital payment telah tersedia di Indonesia, seperti: *e-wallet*, *debi/credit card*, *mobile banking* hingga *QR Code Payment*.



Gambar 1 Materi Pengabdian

Berdasarkan hasil diskusi, beberapa UMKM telah menerapkan digital payment, namun terbatas pada satu atau dua metode seperti *e-wallet* maupun QRIS. Namun masih ada UMKM yang juga belum menerapkan digital payment sama sekali. Pada pelatihan ini, peserta juga dipaparkan mengenai kepana pembayaran dengan digital payment sangat penting di era saat ini. Hal tersebut dikarenakan dengan menerapkan digital payment, pembayaran menjadi lebih cepat, aman dan juga transparan. Terlebih saat ini, masyarakat Indonesia terutama anak muda

lebih menyukai penggunaan digital payment saat berbelanja. Dengan menyediakan opsi pembayaran dengan digital payment, pemilik usaha menjadi lebih memudahkan pembeli dalam melakukan pembayaran dan dapat menjangkau berbagai kalangan pasar. Hal ini tentunya dapat semakin meningkatkan kepuasan konsumen sehingga dalam jangka panjang mampu meningkatkan penjualan maupun keuntungan yang di dapatkan.



Gambar 2 Pelaksanaan Pengabdian

Peserta juga dibagikan *card holder* untuk memampang printout QRIS dari masing-masing peserta yang diharapkan mampu mendukung implementasi digital payment di masing-masing UMKM. Pemaparan materi berlangsung sekitar 45 menit, kemudian dilanjutkan sesi tanya jawab dan diskusi. Pada sesi diskusi ini, terdapat salah satu peserta yang mengungkapkan ketakutanya dalam menggunakan digital payment. Apakah uang yang didapatkan dari pembayaran digital payment bisa langsung ditarik. Dan mengenai biaya yang dikenakan masing-masing bank pada penjual. Pemateri menjelaskan bila masing-masing bank memiliki peraturan yang berbeda mengenai penarikan hasil dari digital payment, ada yang bisa ditarik hari setelahnya namun ada juga yang setiap 10 hari. Selain itu, tentunya ada biaya dari penggunaan digital payment ini sehingga masing-masing UMKM harus jeli membandingkan kelebihan dan kelemahan dari berbagai jenis digital payment dan memilih mana yang paling tepat bagi usahanya.

Tabel 1 Hasil Evaluasi Kegiatan Pengabdian

	Sangat Puas	Puas	Tidak Puas	Sangat Tidak Puas
Materi yang disajikan dapat menambah wawasan saya tentang <i>digital payment</i> dan <i>digital marketing</i>	80%	20%	0%	0%
Penyajian materi tentang <i>digital payment</i> dan <i>digital marketing</i> cukup interaktif	85%	15%	0%	0%
Bahan pelatihan dapat membantu saya dalam memahami <i>digital payment</i> dan <i>digital marketing</i>	90%	10%	0%	0%
Setelah kegiatan pelatihan ini, saya menjadi lebih tertarik akan <i>digital payment</i> dan <i>digital marketing</i>	88%	12%	0%	0%
Kegiatan pelatihan ini dapat membantu saya untuk menerapkan <i>digital payment</i> dan <i>digital marketing</i> pada usaha saya	90%	10%	0%	0%

Evaluasi merupakan salah satu hal yang penting dilakukan pasca kegiatan pelatihan. Dengan adanya evaluasi, tim pengabdian dapat mengetahui sejauh mana kepuasan peserta pelatihan terhadap agenda pelatihan. Selain itu, tim pengabdian juga mendapat berbagai saran yang membangun untuk kegiatan pengabdian yang dapat dilaksanakan di masa mendatang, dengan lebih tepat guna dan mampu memberikan sumbangsih terhadap masyarakat. Evaluasi yang dilaksanakan dengan metode interview mendalam pada saat sesi tanya jawab, sebelum acara pelatihan berakhir. Secara garis besar, dinilai dari aspek materi, narasumber dan fasilitas, seluruh peserta yang merupakan stakeholder pokdarwis sakra barat merasa sangat puas dengan pelatihan ini.

Tentunya kegiatan ini belumlah sempurna, dan masih memerlukan berbagai perbaikan. Salah satu poin masukan dari peserta adalah alangkah baiknya bila pelatihan ini dapat menjangkau dan dilaksanakan tidak hanya di Kota Mataram namun juga di pelosok desa. Selain itu juga waktu sosialisasi dan tempat yang terbatas membuat banyak peserta yang belum berkesempatan mengikuti pelatihan. Untuk kedepannya, diharapkan tim pengabdian dapat lebih lama melakukan sosialisasi poster kegiatan dan menjangkau masyarakat yang lebih luas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan penerapan digital payment bagi wirausahawan muda di Kota Mataram terbukti sangat penting dan tepat guna untuk mendukung pengembangan UMKM di era digital saat ini. Melalui kegiatan ini, peserta mendapatkan pemahaman yang komprehensif mengenai berbagai jenis digital payment, keunggulan, kelemahan, dan cara pengoperasiannya secara praktis. Partisipan pelatihan menunjukkan minat yang tinggi serta kepuasan terhadap materi dan metode penyampaian, yang secara langsung mendorong mereka untuk mulai mengimplementasikan digital payment pada usaha masing-masing. Hal ini diharapkan dapat mempermudah transaksi, meningkatkan transparansi pembayaran, serta memperluas jangkauan pasar UMKM.

Meski demikian terdapat keterbatasan pada pengabdian ini seperti: sosialisasi dan jangkauan pelatihan yang masih berfokus pada wilayah Kota Mataram. Pelaksanaan pengabdian selanjutnya disarankan agar sosialisasi dilakukan lebih menyeluruh sehingga lebih banyak wirausahawan muda, termasuk yang berada di pelosok desa, dapat mengakses pelatihan ini. Dengan perluasan akses dan peningkatan durasi sosialisasi, diharapkan penguasaan digital payment dapat tersebar lebih luas dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Mataram yang telah memberi dukungan financial terhadap pengabdian ini melalui program Pengabdian Kemitraan Tahun 2025.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2024). *Jumlah Wirausaha di Indonesia Awal 2024, Mayoritas Pemula*. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/>.
<https://databoks.katadata.co.id/ketenagakerjaan/statistik/edb8992d9cc8306/jumlah-wirausaha-di-indonesia-awal-2024-mayoritas-pemula>
- BPS. (2023). *Statistik Karakteristik Usaha 2022/2023 - Badan Pusat Statistik Indonesia*. <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/12/22/140fcce371d95181d426827c/statistik-karakteristik-usaha-2022-2023.html>

- Hanani, T., & Handziko, R. C. (2024). An Assistance in the grand design planning of Sendang Mudal Edupark in Sawangan Village. *Jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(1), 1–7. <https://doi.org/10.12928/JPM.V8I1.7945>
- Katadata.co.id. (2023). “*Persoalannya, jumlah wirausahawan di Indonesia masih tergolong sedikit.*” <https://T.Co/H3IAH06NxK> / X. <https://x.com/KATADATAcid/status/1659777667758198785>
- Kementrian Koperasi dan UMKM. (2023). *Kemenkop UKM Ingin Lahirkan Wirausaha Andal Lewat Entrepreneur Hub*. <https://Ehub.Kemenkopukm.Go.Id/News/Kemenkop-Ukm-Ingin-Lahirkan-Wirausaha-Andal-Lewat-Entrepreneur-Hub>. <https://ehub.kemenkopukm.go.id/news/kemenkop-ukm-ingin-lahirkan-wirausaha-andal-lewat-entrepreneur-hub>
- Kurniawan, A. (2023). *Technopreneurship*. Guepedia.
- Marti’ah, S. (2017). Kewirausahaan Berbasis Teknologi (Technopreneurship) dalam Perspektif Ilmu Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Edutic*, 3(2).
- Putra, I. R. (2024). *Jumlah Wirausaha Muda Indonesia Masih Sangat Sedikit, Apa Solusinya* - merdeka.com. Merdeka.Com. <https://www.merdeka.com/uang/jumlah-wirausaha-muda-indonesia-masih-sangat-sedikit-apa-solusinya-226970-mvk.html>
- Rumata, V. M., & Nugraha, D. A. (2020). Rendahnya tingkat perilaku digital ASN kementerian kominfo: Survei literasi digital pada instansi pemerintah. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 4(2), 467. <https://doi.org/10.25139/jsk.v4i2.2230>