



COMMUNITY ENGAGEMENT ARTICLE

Pelatihan Penggunaan *Chatbot* Berbasis AI untuk Konsultasi Keuangan Usaha secara Mandiri

Muhtar Sapiri ^{1*}

^{1*} Program Studi Manajemen, Universitas Bosowa, Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia.

Correspondence

^{1*} Program Studi Manajemen, Universitas Bosowa, Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia.

Email: muhtar.sapiri@universitasbosowa.ac.id.

Funding information

Universitas Bosowa.

Abstract

Dependence on professional financial consultants remains a persistent barrier for most SME owners, particularly those operating with limited resources and minimal exposure to formal financial education. The rapid development of Artificial Intelligence (AI) has created a concrete opportunity to address this gap — not through expensive systems, but through accessible tools such as AI-based chatbots. This community service program was designed to strengthen financial literacy and business self-reliance among SME owners through structured training on AI chatbot usage as a financial consultation medium. The program was carried out in three stages: training sessions, direct hands-on practice, and guided mentoring. A pre-test and post-test assessment was administered to measure knowledge gains across four indicators — financial literacy, AI concept comprehension, chatbot operation skills, and financial decision-making. Results show substantial improvement across all indicators, with the sharpest gains recorded in chatbot operation (114%) and AI comprehension (95%). Participants also reported greater confidence in managing daily financial records and making structured business decisions. These findings suggest that AI-based chatbot training is a viable, low-cost approach to accelerating the digital shift of SMEs in Indonesia.

Keywords

Artificial Intelligence; Chatbot; SMEs; Financial Literacy.

Abstrak

Ketergantungan pada konsultan keuangan profesional masih menjadi hambatan nyata bagi sebagian besar pelaku UMKM, terutama mereka yang beroperasi dengan sumber daya terbatas dan minim paparan terhadap pendidikan keuangan formal. Perkembangan pesat Artificial Intelligence (AI) membuka peluang konkret untuk menjawab persoalan tersebut — bukan melalui sistem yang mahal, melainkan melalui alat yang mudah diakses seperti chatbot berbasis AI. Program Pengabdian kepada Masyarakat ini dirancang untuk memperkuat literasi keuangan dan kemandirian pelaku UMKM melalui pelatihan terstruktur penggunaan chatbot AI sebagai media konsultasi keuangan. Program dilaksanakan dalam tiga tahap: sesi pelatihan, praktik langsung, dan pendampingan terbimbing. Pengukuran dilakukan melalui *pre-test* dan *post-test* pada empat indikator — literasi keuangan, pemahaman konsep AI, keterampilan penggunaan chatbot, dan pengambilan keputusan keuangan. Hasil menunjukkan peningkatan yang signifikan pada seluruh indikator, dengan lonjakan tertinggi pada kemampuan penggunaan chatbot (114%) dan pemahaman konsep AI (95%). Peserta juga melaporkan peningkatan kepercayaan diri dalam mengelola pencatatan keuangan harian dan mengambil keputusan usaha yang lebih terstruktur. Temuan ini menunjukkan bahwa pelatihan chatbot berbasis AI merupakan pendekatan yang layak dan berbiaya rendah untuk mempercepat pergeseran digital UMKM di Indonesia.

Kata Kunci

Artificial Intelligence; Chatbot; UMKM; Literasi Keuangan.

1 | PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital, khususnya *Artificial Intelligence* (AI), telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek pengelolaan usaha, termasuk dalam bidang manajemen dan akuntansi. AI memungkinkan otomatisasi proses rutin, peningkatan akurasi analisis, serta penyediaan informasi secara *real-time* yang dibutuhkan dalam pengambilan keputusan bisnis. Salah satu wujud nyata dari perkembangan tersebut adalah *chatbot* — asisten virtual yang mampu memberikan layanan konsultasi secara cepat, interaktif, dan berbasis data (Arshianto *et al.*, 2025). Bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), teknologi ini berpotensi menjadi jawaban atas keterbatasan akses terhadap layanan konsultasi keuangan profesional yang selama ini sulit dijangkau, terutama oleh pelaku usaha dengan skala operasional kecil dan sumber daya yang terbatas (Hidayat *et al.*, 2025).

UMKM sebagai tulang punggung perekonomian nasional masih bergulat dengan sejumlah persoalan mendasar dalam pengelolaan keuangan. Rendahnya literasi keuangan, pencatatan transaksi yang tidak sistematis, serta ketidakmampuan melakukan analisis keuangan yang memadai — semua itu bermuara pada lemahnya efisiensi operasional dan daya saing usaha. Di sisi lain, teknologi digital belum diadopsi secara penuh oleh pelaku UMKM, terutama yang berbasis AI, karena masih dianggap terlalu rumit dan jauh dari jangkauan. Kondisi ini menciptakan kesenjangan yang nyata antara potensi teknologi dan kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkannya. Seiring meningkatnya kebutuhan akan solusi yang praktis dan terjangkau, *chatbot* berbasis AI muncul sebagai alternatif yang relevan untuk mendukung pengelolaan keuangan usaha secara mandiri (Purnama *et al.*, 2025). *Chatbot* mampu memberikan informasi dan rekomendasi terkait pencatatan keuangan, pengelolaan arus kas, hingga perencanaan keuangan dasar secara cepat dan responsif (Rachmawati *et al.*, 2026). Teknologi ini tidak sekadar berfungsi sebagai alat bantu teknis, melainkan juga sebagai media pembelajaran yang dapat menumbuhkan literasi keuangan pelaku usaha secara berkelanjutan (Sri Monika Sijabat *et al.*, 2023).

Berangkat dari persoalan tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini diarahkan pada pelatihan penggunaan *chatbot* berbasis AI sebagai sarana konsultasi keuangan usaha secara mandiri bagi pelaku UMKM (Rahman, 2024). Tujuannya adalah meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam menggunakan teknologi AI untuk pengelolaan keuangan, sekaligus mendorong pergeseran digital yang adaptif dan berkelanjutan (Sulistiyo *et al.*, 2025). Melalui pendekatan pelatihan dan pendampingan yang terstruktur, pelaku UMKM diharapkan mampu menerapkan teknologi tersebut dalam aktivitas usaha sehari-hari — sehingga efisiensi, akurasi, dan kualitas keputusan keuangan mereka benar-benar meningkat secara terukur (Rachmawati *et al.*, 2025).

2 | LANDASAN TEORI

2.1 *Artificial Intelligence* (AI)

Artificial Intelligence (AI) adalah cabang ilmu komputer yang berfokus pada pengembangan sistem yang mampu meniru kemampuan kognitif manusia — belajar, bernalar, dan mengambil keputusan. Dalam konteks bisnis, AI digunakan untuk mengotomatisasi proses rutin, menganalisis data dalam jumlah besar, serta menghasilkan rekomendasi berdasarkan pola yang teridentifikasi dari data historis. Penerapan AI dalam pengelolaan keuangan memungkinkan peningkatan efisiensi operasional, akurasi pencatatan, dan kecepatan pengolahan informasi yang mendukung keputusan manajerial. Teknologi ini tidak lagi eksklusif milik perusahaan besar — perkembangan model bahasa dan antarmuka yang semakin ramah pengguna membuka akses AI bagi pelaku usaha di semua skala, termasuk UMKM (Rikardo *et al.*, 2025).

2.2 *Chatbot* Berbasis AI

Chatbot berbasis AI adalah perangkat lunak yang dirancang untuk mensimulasikan percakapan manusia melalui pemrosesan bahasa alami atau *Natural Language Processing* (NLP). Dalam praktiknya, *chatbot* berfungsi sebagai asisten virtual yang memberikan respons otomatis terhadap pertanyaan pengguna secara langsung dan tanpa jeda waktu. Dalam bidang keuangan, *chatbot* digunakan untuk menyampaikan informasi terkait pencatatan transaksi, pengelolaan arus kas, hingga konsultasi keuangan dasar. Keunggulan utamanya terletak pada kemampuan memberikan layanan secara *real-time* dan interaktif — tanpa memerlukan kehadiran tenaga ahli secara langsung, sehingga sangat relevan bagi pelaku UMKM yang tidak memiliki akses rutin ke konsultan keuangan profesional.

2.3 Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah kemampuan individu dalam memahami konsep keuangan dan mengelola sumber daya keuangan secara efektif. Cakupannya meliputi pemahaman tentang pencatatan keuangan, pengelolaan arus kas, perencanaan keuangan, dan pengambilan keputusan finansial. Rendahnya literasi keuangan pada pelaku UMKM kerap menjadi akar dari buruknya pengelolaan usaha — bukan karena kurangnya kerja keras, melainkan karena minimnya pemahaman terhadap prinsip-prinsip dasar keuangan yang seharusnya menjadi landasan setiap keputusan bisnis. Karena itu, penguatan literasi keuangan bukan sekadar agenda pelengkap, melainkan prasyarat bagi keberlanjutan dan

pertumbuhan usaha jangka panjang.

2.4 Pengelolaan Keuangan Usaha UMKM

Pengelolaan keuangan usaha adalah proses perencanaan, pencatatan, pengendalian, dan evaluasi terhadap aktivitas keuangan dalam suatu usaha. Bagi UMKM, hal ini mencakup pencatatan transaksi secara sistematis, penyusunan laporan keuangan sederhana, serta analisis kondisi keuangan usaha secara berkala. Praktik pengelolaan keuangan yang baik membantu pelaku usaha dalam mengontrol arus kas, membaca peluang dan risiko, serta meningkatkan kinerja usaha secara keseluruhan. Tanpa pencatatan yang tertib, pelaku usaha sulit membedakan mana uang usaha dan mana uang pribadi — sebuah persoalan klasik yang masih sangat umum ditemukan di lapangan (Nurwulan *et al.*, 2025).

2.5 Pergeseran Digital pada UMKM

Pergeseran digital adalah proses penyerapan teknologi digital ke dalam seluruh aspek operasional bisnis. Pada UMKM, hal ini mencakup penggunaan aplikasi keuangan, sistem pembayaran digital, serta pemanfaatan teknologi berbasis AI. Tujuannya jelas: meningkatkan efisiensi, memperluas akses pasar, dan memperkuat daya saing usaha. Namun dalam praktiknya, proses ini masih terhambat oleh keterbatasan pengetahuan, keterampilan, dan kesiapan teknologi dari pelaku usaha itu sendiri. Pergeseran digital bukan sekadar soal memiliki perangkat — melainkan soal kesiapan mental dan kapasitas sumber daya manusia untuk menggunakannya secara produktif.

2.6 Pengabdian kepada Masyarakat Berbasis Teknologi

Pengabdian kepada Masyarakat merupakan salah satu perwujudan Tri Dharma Perguruan Tinggi yang bertujuan memberikan solusi atas permasalahan nyata di masyarakat. Dalam pendekatan berbasis teknologi, kegiatan pengabdian diarahkan pada alih pengetahuan dan keterampilan terkait pemanfaatan teknologi digital secara langsung dan terukur. Metode yang lazim digunakan meliputi pelatihan, pendampingan, dan evaluasi — sehingga masyarakat tidak hanya memahami konsep secara teoritis, tetapi juga mampu menerapkannya dalam kehidupan dan aktivitas usaha sehari-hari. Pendekatan ini menjadikan perguruan tinggi bukan sekadar produsen pengetahuan, tetapi juga agen perubahan yang hadir langsung di tengah masyarakat.

3 | METODE

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dirancang secara sistematis melalui lima tahapan utama: persiapan, pelaksanaan pelatihan, pendampingan, evaluasi, serta pelaporan dan tindak lanjut.

- 1) Tahap persiapan diawali dengan identifikasi kebutuhan mitra melalui observasi dan wawancara kepada pelaku UMKM. Kegiatan ini bertujuan memperoleh gambaran nyata mengenai tingkat literasi keuangan, pola pengelolaan keuangan usaha, serta kesiapan dalam mengadopsi teknologi berbasis *Artificial Intelligence* (AI). Berdasarkan hasil tersebut, tim pengabdian menyusun materi pelatihan yang relevan — meliputi konsep dasar pengelolaan keuangan, pengenalan teknologi AI, serta penggunaan *chatbot* sebagai media konsultasi keuangan. Pada tahap ini juga disiapkan modul pelatihan, perangkat pendukung, serta instrumen evaluasi berupa *pre-test* dan *post-test*.
- 2) Tahap pelaksanaan pelatihan merupakan inti kegiatan, yang dilaksanakan dalam format *workshop* interaktif dengan metode ceramah, demonstrasi, dan praktik langsung (*hands-on training*). Materi yang disampaikan mencakup literasi keuangan dasar, pengenalan *chatbot* berbasis AI, serta simulasi penggunaan *chatbot* dalam menyelesaikan permasalahan keuangan usaha. Peserta diberi kesempatan berlatih langsung — mulai dari pencatatan transaksi, analisis arus kas, hingga perencanaan keuangan sederhana — sehingga transfer pengetahuan dan keterampilan praktis terjadi secara bersamaan dalam satu sesi yang terpadu.
- 3) Tahap pendampingan dilakukan untuk memastikan hasil pelatihan tidak berhenti di ruang kelas. Pendampingan diberikan secara intensif, baik melalui pertemuan langsung maupun daring, dengan fokus membantu peserta menerapkan *chatbot* AI dalam aktivitas usaha sehari-hari, mengatasi kendala teknis maupun non-teknis, serta memaksimalkan penggunaan fitur yang tersedia. Tahap ini berperan penting dalam membangun kemandirian dan kepercayaan diri peserta dalam menggunakan teknologi secara berkelanjutan.
- 4) Tahap evaluasi dilakukan untuk mengukur sejauh mana kegiatan pengabdian berjalan efektif. Evaluasi dilakukan melalui perbandingan hasil *pre-test* dan *post-test* untuk melihat peningkatan pemahaman peserta, observasi langsung terhadap kemampuan peserta dalam mengoperasikan *chatbot* berbasis AI, serta penyebaran kuesioner untuk mengukur tingkat kepuasan dan persepsi peserta terhadap kegiatan yang telah dilaksanakan. Hasil evaluasi menjadi dasar penilaian keberhasilan program sekaligus penanda aspek yang masih perlu diperbaiki.
- 5) Tahap pelaporan dan tindak lanjut menutup seluruh rangkaian kegiatan. Tim pengabdian menyusun laporan yang mencakup proses pelaksanaan, hasil evaluasi, dan rekomendasi pengembangan program ke depan. Pemantauan berkala terhadap peserta dilakukan untuk memastikan penggunaan *chatbot* berbasis AI tetap berlanjut dalam

pengelolaan keuangan usaha — sekaligus membuka peluang bagi pengembangan program lanjutan yang lebih adaptif sesuai kebutuhan masyarakat.

4 | HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat menghasilkan sejumlah capaian yang mencerminkan keberhasilan program dalam meningkatkan literasi keuangan dan pemanfaatan teknologi *Artificial Intelligence* (AI) pada pelaku UMKM. Hasil kegiatan dianalisis berdasarkan tiga tahapan pelaksanaan: pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Pada tahap pelatihan, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi terhadap materi yang diberikan, khususnya dalam pengenalan dan penggunaan *chatbot* berbasis AI sebagai media konsultasi keuangan. Berdasarkan hasil *pre-test* dan *post-test*, terdapat peningkatan yang signifikan dalam pemahaman peserta terkait konsep dasar pengelolaan keuangan usaha — mencakup pencatatan transaksi, pengelolaan arus kas, dan perencanaan keuangan sederhana. Peserta juga mengalami peningkatan pemahaman terhadap cara kerja AI dan *chatbot* dalam menghasilkan rekomendasi keuangan. Dari sisi keterampilan, hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar peserta telah mampu mengoperasikan *chatbot* berbasis AI untuk keperluan konsultasi keuangan dasar — mulai dari mencatat transaksi, membaca kondisi arus kas, hingga memperoleh rekomendasi pengelolaan keuangan usaha. Kemampuan ini menjadi penanda penting bahwa teknologi yang diperkenalkan bersifat aplikatif dan dapat diadopsi dengan relatif mudah, bahkan oleh peserta yang sebelumnya memiliki keterbatasan dalam literasi digital. Tahap pendampingan memperkuat hasil tersebut — melalui bimbingan langsung maupun daring, peserta berhasil mengatasi kendala teknis seperti kesalahan *input* data dan kesulitan memahami fitur *chatbot*, sekaligus kendala non-teknis seperti kebiasaan pencatatan yang belum teratur. Evaluasi melalui kuesioner memperkuat temuan ini: mayoritas peserta menilai bahwa *chatbot* berbasis AI memberikan kemudahan dalam memperoleh informasi keuangan secara cepat, menghemat waktu pencatatan dan analisis, serta meningkatkan kepercayaan diri dalam mengambil keputusan finansial.

Tabel 1. Profil Peserta Kegiatan Pengabdian

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	12	40%
	Perempuan	18	60%
Jenis Usaha	Kuliner	10	33%
	Perdagangan	12	40%
	Jasa	8	27%
Lama Usaha	< 2 tahun	9	30%
	2-5 tahun	14	47%
	> 5 tahun	7	23%

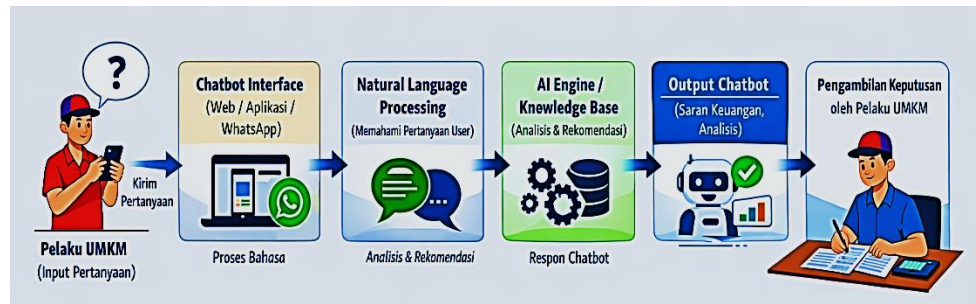
Tabel 1 menyajikan karakteristik 30 peserta kegiatan berdasarkan jenis kelamin, jenis usaha, dan lama usaha. Mayoritas peserta adalah perempuan sebanyak 18 orang (60%), mencerminkan dominasi perempuan dalam pengelolaan usaha mikro skala kecil. Dari sisi jenis usaha, sektor perdagangan mendominasi dengan 12 peserta (40%), diikuti kuliner 10 peserta (33%), dan jasa 8 peserta (27%). Sebagian besar peserta telah menjalankan usaha selama 2–5 tahun (47%), yang menunjukkan bahwa program ini menasar pelaku usaha yang sudah cukup berpengalaman namun belum terpapar teknologi keuangan berbasis AI.

Tabel 2. Hasil *Pre-Test* dan *Post-Test* Peserta

Indikator Penilaian	Rata-rata <i>Pre-Test</i>	Rata-rata <i>Post-Test</i>	Peningkatan (%)
Pemahaman literasi keuangan	55	80	45%
Pemahaman konsep AI dan <i>chatbot</i>	40	78	95%
Kemampuan penggunaan <i>chatbot</i>	35	75	114%
Pengambilan keputusan keuangan	50	82	64%

Tabel 2 menunjukkan peningkatan yang signifikan pada seluruh indikator penilaian setelah pelatihan berlangsung. Sebelum kegiatan, nilai *pre-test* peserta masih berada pada kategori rendah hingga sedang — terutama pada pemahaman konsep AI (40) dan kemampuan penggunaan *chatbot* (35). Setelah pelatihan, kedua indikator tersebut mencatat lonjakan tertinggi, masing-masing 95% dan 114%. Angka ini menunjukkan bahwa peserta yang semula tidak familiar dengan teknologi AI mampu mengoperasikan *chatbot* secara mandiri dalam waktu singkat. Pemahaman literasi keuangan dan kemampuan pengambilan keputusan turut meningkat masing-masing sebesar 45% dan 64% — memperlihatkan bahwa

dampak pelatihan tidak terbatas pada aspek teknis semata, tetapi juga menyentuh cara berpikir peserta dalam mengelola keuangan usaha.



Gambar 1. Alur Penggunaan Chatbot AI dalam konsultasi keuangan UMKM

Gambar 1 menggambarkan alur penggunaan *chatbot* berbasis AI dalam mendukung konsultasi keuangan pelaku UMKM. Proses diawali dari pelaku UMKM yang mengajukan pertanyaan terkait pengelolaan keuangan — seperti pencatatan transaksi atau pengelolaan arus kas — melalui antarmuka *chatbot* yang dapat diakses lewat berbagai platform digital. Sistem *chatbot* kemudian memproses *input* pengguna menggunakan teknologi *Natural Language Processing* (NLP) untuk memahami maksud dan konteks pertanyaan secara akurat, lalu menganalisisnya melalui *AI engine* yang terhubung dengan *knowledge base* untuk menghasilkan rekomendasi yang relevan. Respons yang dihasilkan berisi saran atau informasi keuangan yang dapat langsung dipahami dan dijadikan dasar pengambilan keputusan oleh pelaku UMKM.

4.2 Pembahasan

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pemanfaatan *chatbot* berbasis AI memberi kontribusi nyata dalam meningkatkan literasi keuangan dan kemampuan pengelolaan usaha pada pelaku UMKM. Temuan ini sejalan dengan kajian Singh dan Sahu (2025) yang menegaskan bahwa integrasi AI pada UMKM — khususnya dalam fungsi keuangan — terbukti mampu mengoptimalkan aktivitas ekonomi melalui solusi berbasis data, mulai dari perencanaan modal hingga manajemen risiko. Lebih lanjut, Le Dinh *et al.* (2025) memperkuat argumen ini dengan menunjukkan bahwa teknologi AI, termasuk *chatbot* berbasis *Natural Language Processing*, secara signifikan meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas pengambilan keputusan pada berbagai fungsi bisnis UMKM. Temuan kegiatan ini dapat dianalisis dari empat aspek utama: peningkatan pengetahuan, keterampilan penggunaan teknologi, perubahan perilaku, dan pengambilan keputusan keuangan.

Dari aspek kognitif, peningkatan nilai *pre-test* ke *post-test* mencerminkan perbaikan pemahaman peserta terhadap konsep literasi keuangan dan teknologi AI. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta belum memahami pencatatan keuangan yang sistematis dan tidak mengenal pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan usaha. Setelah pelatihan, terjadi peningkatan yang signifikan pada seluruh indikator — terutama pada pemahaman konsep AI dan penggunaan *chatbot*. Hal ini konsisten dengan temuan Muttaqi dan Juhana (2025) yang menyimpulkan bahwa *chatbot* berbasis AI memiliki potensi besar dalam meningkatkan literasi keuangan pelaku UMKM melalui penyederhanaan penjelasan produk dan layanan keuangan, sekaligus mendorong inklusi keuangan di kalangan usaha mikro yang selama ini memiliki keterbatasan akses terhadap layanan konsultasi profesional. Blanco *et al.* (2023) turut mendukung temuan ini melalui studi intervensi digital berbasis komunitas yang membuktikan bahwa program edukasi keuangan berbasis teknologi secara efektif meningkatkan kapabilitas finansial peserta dan mendorong perubahan perilaku keuangan yang positif.

Dari aspek keterampilan, peserta mampu mengoperasikan *chatbot* untuk kebutuhan konsultasi keuangan dasar — mencakup pencatatan transaksi, pembacaan analisis arus kas, dan perolehan rekomendasi pengelolaan keuangan. Tingginya tingkat keberhasilan peserta menunjukkan bahwa teknologi yang diperkenalkan memiliki tingkat kemudahan penggunaan (*user-friendly*) yang tinggi dan relevan dengan kebutuhan pelaku UMKM. Kondisi ini sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menekankan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi manfaat (*perceived usefulness*) merupakan faktor penentu utama dalam penerimaan teknologi oleh pengguna (Raya *et al.*, 2021). Tanos *et al.* (2024) dan Putri *et al.* (2023) memperkuat hal ini melalui kajian empiris yang menunjukkan bahwa kedua konstruk TAM tersebut secara signifikan memengaruhi niat dan perilaku penggunaan teknologi digital pada pelaku usaha kecil, termasuk di sektor agribisnis dan perdagangan. Ridho (2023) menambahkan bahwa meskipun *Conversational AI* menawarkan peluang besar bagi UMKM dalam mengotomatisasi layanan dan memperoleh wawasan bisnis, tantangan teknis dan keterbatasan literasi digital tetap menjadi hambatan yang perlu diantisipasi melalui pendekatan pelatihan yang terstruktur.

Dari aspek perilaku, kegiatan ini mendorong perubahan nyata dalam pola pengelolaan keuangan peserta. Sebelum kegiatan, pencatatan keuangan cenderung dilakukan secara manual dan tidak terstruktur, sementara pengambilan keputusan lebih banyak bertumpu pada intuisi. Setelah pelatihan dan pendampingan, peserta mulai menerapkan pencatatan yang lebih teratur dan menggunakan *chatbot* sebagai alat bantu dalam menganalisis kondisi keuangan usaha.

Perubahan perilaku ini selaras dengan temuan Risman *et al.* (2022) yang membuktikan bahwa adopsi teknologi keuangan (*fintech*) secara langsung memengaruhi perilaku keuangan pelaku UMKM di Indonesia — di mana teknologi tidak hanya memperluas akses terhadap layanan keuangan, tetapi juga mengubah cara pemilik usaha mengelola keuangan secara personal maupun korporat.

Dari aspek pengambilan keputusan, dukungan rekomendasi berbasis data dari *chatbot* membantu pelaku UMKM menentukan langkah strategis — mulai dari pengendalian biaya hingga pengelolaan arus kas — sehingga proses pengambilan keputusan menjadi lebih rasional dan terstruktur. Kondisi ini sejalan dengan konsep *Decision Support System* (DSS), di mana teknologi berperan sebagai alat bantu dalam meningkatkan kualitas keputusan manajerial. Semillan Rosales *et al.* (2025) menegaskan bahwa AI memberikan perangkat strategis bagi usaha mikro dan kecil untuk meningkatkan efisiensi operasional dan mendukung pengambilan keputusan yang lebih terinformasi, khususnya dalam optimalisasi sumber daya dan personalisasi layanan. Kendati demikian, perbedaan tingkat literasi digital antar peserta dan kebutuhan adaptasi terhadap teknologi baru tetap menjadi tantangan nyata yang tidak bisa diabaikan. Ridho (2023) mencatat bahwa hambatan seperti kesulitan teknis, keterbatasan sumber daya, dan rendahnya literasi digital merupakan kendala umum dalam adopsi *Conversational AI* di lingkungan UMKM — menjadikan pendampingan berkelanjutan sebagai faktor penentu keberhasilan adopsi teknologi dalam jangka panjang.

5 | KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang berfokus pada pelatihan penggunaan *chatbot* berbasis *Artificial Intelligence* (AI) dalam konsultasi keuangan usaha menunjukkan hasil yang positif dan terukur. Program ini berhasil meningkatkan literasi keuangan peserta — khususnya dalam pencatatan transaksi, pengelolaan arus kas, dan pengambilan keputusan keuangan — sekaligus meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam menggunakan *chatbot* sebagai asisten virtual untuk konsultasi keuangan secara mandiri. Dari sisi penerapan, peserta mampu mengadopsi teknologi *chatbot* dan mulai menyerapnya ke dalam aktivitas pengelolaan keuangan usaha sehari-hari. Perubahan ini terlihat jelas: dari metode pengelolaan yang sebelumnya manual dan tidak terstruktur, menjadi lebih teratur, berbasis data, dan jauh lebih mudah dievaluasi. Penggunaan *chatbot* AI terbukti membantu peserta memperoleh rekomendasi keuangan secara cepat dan praktis, sehingga mendukung peningkatan kualitas keputusan usaha secara nyata.

Kendati demikian, variasi tingkat literasi digital antar peserta dan kebutuhan adaptasi terhadap teknologi baru tetap menjadi kendala yang perlu diperhatikan. Pendampingan berkelanjutan diperlukan untuk memastikan penggunaan teknologi tetap optimal dan dampak program tidak berhenti setelah kegiatan usai. Program ini memperlihatkan bahwa *chatbot* berbasis AI merupakan pendekatan yang efektif dan relevan dalam mendukung pergeseran digital UMKM — dan model pengabdian ini memiliki potensi nyata untuk direplikasi secara lebih luas sebagai upaya peningkatan kapasitas masyarakat dalam menghadapi tantangan ekonomi digital.

REFERENSI

- Arshianto, E., Naja Anwar, S., & Anggraheni, P. (2025). Pelatihan penggunaan aplikasi berbasis website dan chatbot bagi Aurum First Sunrise untuk pengajuan sertifikasi halal usaha mikro, kecil, dan menengah di Solo Raya Jawa Tengah. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 5(6), 2709–2720. <https://doi.org/10.54082/JAMSI.2217>
- Blanco, L. R., Hernandez, I., Thames, A. D., Chen, L., & Serido, J. (2023). Mind your money: A community-based digital intervention for improving financial capability among Hispanics. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 212, 629–643. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2023.05.030>
- Hidayat, N., Rahman, H., Arifin, F., Fauziyah, H., Anshori, S., Sani'atin, A., Bahaudin, U. K., & Madura, M. (2025). Digitalisasi UMKM camilan khas Madura: Pendampingan pencatatan keuangan dengan aplikasi Sepran dan optimalisasi pemasaran melalui chatbot AI. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(1), 6428–6434. <https://doi.org/10.31004/JERKIN.V4I1.2650>
- Le Dinh, T., Vu, M. C., & Tran, G. T. (2025). Artificial intelligence in SMEs: Enhancing business functions through technologies and applications. *Information*, 16(5), 415. <https://doi.org/10.3390/info16050415>

- Muttaqi, F. S., & Juhana, A. (2025). A systematic review to optimize chatbot user experience for accessing microservices and microfinance in MSMEs. *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi Informasi*, 3(1), 209–220. <https://doi.org/10.33197/justinfo.v3i1.3236>
- Nurwulan, D., Maulana, F. C., & Prisasti, T. H. (2025). Inovasi tanpa batas potensi AI dalam menciptakan sistem transaksi keuangan digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 3(6), 417–431. <https://doi.org/10.61722/JIEM.V3I6.5401>
- Purnama, A., Wijayanti, K. D., & Yusuf, A. (2025). Pelatihan pemanfaatan artificial intelligence untuk pemasaran digital pada Koperasi Pemberdayaan Ummat Daarut Tauhid Tangerang Selatan. *Abdi Jurnal Publikasi*, 3(6), 443–448. <https://jurnal.portalpublikasi.id/index.php/AJP/article/view/1843>
- Putri, L. T., Aini, A. P. N., Solekah, N. A., & Istiqomah, D. F. (2023). Exploring e-commerce adoption in small and medium enterprises (SMEs) using the technology acceptance model. *International Journal of Business Economics*, 5(1), 15–30. <https://repository.uin-malang.ac.id/15609/>
- Rachmawati, D. W., Hodsay, Z., Yulaini, E., Permatasari, N., Toyib, M., Pramika, D., & Suryani, I. (2026). Pemanfaatan AI untuk literasi dan digitalisasi pada pembelajaran teori, praktek keuangan dan kewirausahaan. *Journal of Community Research & Engagement*, 2(2), 112–124. <https://doi.org/10.60023/PSZ0H307>
- Rahman, M. A. (2024). Peningkatan kapasitas artificial intelligence dengan pelatihan pemanfaatan AI oleh KEMENKOMINFO. *Khidmat: Journal of Community Service*, 1(3), 127–141. <https://doi.org/10.31629/KHIDMAT.V1I3.7034>
- Rahmawati, F., Sihombing, V. D. R., Astuti, T., & Redjeki, F. (2025). Implementasi e-business dan dampaknya terhadap pertumbuhan UMKM. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(1), 249–254. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i1.402>
- Raya, J. C., Cabe, P., & Pamulang, T. S. (2021). Technology adoption in small-medium enterprises based on technology acceptance model: A critical review. *Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence*, 7(2), 162–172. <http://e-journal.unair.ac.id/index.php/JISEB>
- Ridho, W. F. (2023). An examination of the opportunities and challenges of conversational artificial intelligence in small and medium enterprises. *Review of Business and Economics Studies*, 11(3), 6–17. <https://cyberleninka.ru/article/n/an-examination-of-the-opportunities-and-challenges-of-conversational-artificial-intelligence-in-small-and-medium-enterprises>
- Rikardo, S., Siburian, R. M., Purba, S., Halawa, A., & Marbinoto, M. S. (2025). Sosialisasi pemanfaatan artificial intelligence (AI) untuk pemasaran dan inovasi bisnis di UMKM Kecamatan Medan Baru. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Digital (JUPED)*, 4(2), 19–24. <https://ejournal.insightpower.org/index.php/JUPED/article/view/91>
- Risman, A., Ali, A. J., Soelton, M., & Siswanti, I. (2022). The behavioral finance of MSMEs in the advancement of financial inclusion and financial technology (Fintech). *MPRA Paper*, No. 118212. <https://mpraub.uni-muenchen.de/118212/>
- Semillan Rosales, Y. P., Troncos Martinez, K. Y., & Reto Gomez, J. (2025). The role of artificial intelligence in transforming micro and small enterprises in the commerce sector: A systematic review. *SSRN Electronic Journal*. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.6036914>
- Sijabat, A. S. M., Simamora, G. S. Z., & Simamora, L. G. B. (2023). Peran kecerdasan buatan dalam inovasi bisnis: Studi kasus penerapan AI di sektor keuangan dan e-commerce. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 1(2), 41–47. <https://doi.org/10.65510/JIEB.V1I2.114>
- Singh, A., & Sahu, G. P. (2025). Small and medium enterprises & artificial intelligence: A systematic literature review. *Journal of Business and Social Sciences*, 2025(1). <https://doi.org/10.61453/jobss.v2025no03>

- Sulistiyo, M. D., Sthevanie, F., & Wulandari, G. S. (2025). Pengembangan chatbot dan pengoptimalan mesin pencarian untuk meningkatkan pemasaran dan layanan bisnis Lumina Indonesia. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 4(1), 245–255. <https://doi.org/10.58266/JPMB.V4I1.416>
- Tanos, M. M. M., Man, N., & Nawi, N. M. (2024). Perceived ease of use, perceived usefulness, and intention to use e-commerce platforms by agribusiness owners in Malaysia: A review. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 14(2), 666–678. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v14-i2/20488>.

How to cite this article: Sapiri, M. (2026). Pelatihan Penggunaan Chatbot Berbasis AI untuk Konsultasi Keuangan Usaha secara Mandiri. *AJAD : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 113–120. <https://doi.org/10.59431/ajad.v6i1.790>.