

IMPLEMENTASI *FINTECH (E-WALLET)* DALAM MENGEMBANGKAN BISNIS BAGI PELAKU UMKM DI KOTA MAKASSAR

Nurina Saffanah^{1*} Wanda Amir²

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia

*Corresponding : nurina.saffanah@umi.ac.id

CHRONICLE

Article History

Received : January 21th, 2022

Revisi : February 28, 2022

Accepted: March 20, 2022

Keywords:

Fintech, UMKM, digital wallet

ABSTRACT

The existence of a digital wallet can improve services in the financial sector, making it easier for consumers to make transactions. In addition, the use of digital wallets by SMEs actors can be a place to promote their products through attractive promo offers on a regular basis, also help SMEs players get an investment opportunity in the digital industry and can be one of the pillars of Indonesia's economic resilience in the future. This study aims to explore the extent of the application of fintech in the form of a digital wallet for SMEs actors in Makassar City. The research method used is a quantitative method with a descriptive approach to explain the purpose of the research. The data used in this study is primary data. Where data is collected through the process of filling out questionnaires distributed to SMEs actors in Makassar City. The results of this study indicate that SMEs actors have a positive perception of using digital wallets as an alternative easy payment method, reducing physical contact, increasing sales, as a product promotion event, and reducing operational costs and capital costs.

I. Latar Belakang

Perkembangan akan dunia teknologi yang semakin maju baik di bidang industri maupun keuangan mendorong para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk mengembangkan dan menciptakan inovasi investasi dengan mengadopsi bisnis digital. Salah satunya, dengan cara mengadopsi *financial technology* yang lebih dikenal dengan *fintech* dalam bentuk dompet digital sebagai alternatif pembayaran non-tunai bagi konsumen.

Dompet digital (*electronic wallet/e-wallet*) merupakan salah satu bentuk investasi digital bagi pelaku UMKM untuk mempermudah transaksi pembayaran bagi konsumen. *E-Wallet* merupakan bentuk alternatif metode pembayaran berbasis teknologi dengan menggunakan kode QR. Penggunaan dompet digital dikalangan masyarakat saat ini mengalami peningkatan sebagai alternatif pembayaran non tunai untuk transaksi *e-commerce* ataupun di toko *offline*.

Berdasarkan data dari Bank Indonesia (BI) transaksi uang elektronik pada triwulan II 2021 meningkat sebesar 128,7% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Peningkatan tersebut didukung dengan tersedianya berbagai macam bentuk jasa pembayaran non tunai seperti OVO, GoPay, ShopeePay, LinkAja, DANA, QRIS, dan sebagainya.

Lebih lanjut, peningkatan volume transaksi dari penggunaan uang elektronik juga disebabkan oleh munculnya komunitas baru yang berkembang dikalangan masyarakat yaitu *cashless society*. *Cashless society* merupakan suatu fenomena masyarakat yang memanfaatkan pembayaran non-tunai sebagai instrumen kegiatan ekonominya (Ocbcnisp, 2021).

Dengan adanya perkembangan sistem pembayaran di kalangan masyarakat, dari pembayaran tunai menjadi non-tunai menjadi tantangan baru bagi para pelaku UMKM. Hal tersebut, menjadikan para pelaku UMKM untuk ikut serta dalam menyediakan sistem

pembayaran non-tunai di toko mereka berupa mesin EDC (*Electronic Data Capture*) dan menginstal aplikasi pembayaran di *smartphone*.

Berbagai manfaat yang dapat diperoleh pelaku UMKM ketika menyediakan sistem pembayaran non-tunai di toko mereka yaitu memberikan kemudahan bagi konsumen untuk bertransaksi dan pelaku UMKM tidak kesusahan dalam mencari uang kembalian untuk pelanggan (Laywilla et al., 2020; Sihalohe et al., 2020). Bagi UMKM, penggunaan aplikasi pembayaran non-tunai dapat memperluas jangkauan pasar dan menjadi media penting untuk promosi. Serta menjadi media untuk berkomunikasi dengan pelanggan apalagi di masa pandemi COVID19 saat ini (Barthakur & Rajkonwar, 2021; Hadi & Zakiah, 2021).

Widyayanti (2019) menyatakan bahwa manfaat pembayaran non-tunai bagi UMKM menjadi sangat penting dalam peningkatan dan pengembangan usaha yaitu transaksi yang lebih cepat, pencatatan transaksi yang lebih mudah dan sistematis, dan *database* permintaan pelanggan yang lebih akurat. Selain itu, penggunaan dompet digital oleh para pelaku UMKM dapat menjadi ajang promosi produk mereka melalui penawaran promo menarik secara berkala, juga membantu pelaku UMKM mendapatkan sebuah peluang investasi industri digital dan bisa menjadi salah satu penopang ketahanan perekonomian Indonesia di kemudian hari (Romadhon & Fitri, 2020; Sihalohe et al., 2020). Namun, manfaat tersebut tidak dapat dinikmati oleh pelaku UMKM jika aplikasi tersebut tidak tersedia di toko mereka.

Berbagai manfaat yang diperoleh pelaku UMKM dari penggunaan *fintech* tidak terlepas dari hambatan dan tantangan. Salah satu hambatan yang menjadi perhatian adalah minimnya optimalisasi penggunaan sistem berbasis teknologi informasi dikarenakan keterbatasan sumber daya yang dimiliki (Romadhon & Fitri, 2020). Selain itu, juga karena kurangnya literasi, minat, atau motivasi pelaku UMKM dalam menggunakan *fintech* (Laywilla et al., 2020).

Fenomena seperti itu berpotensi untuk menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana UMKM dapat mengoptimalkan fungsi *fintech* dalam upaya menciptakan keunggulan kompetitif ditengah-tengah tantangan dan peluang yang sedang dihadapi. Selain itu, penelitian terkait implementasi fungsi *fintech* dalam bentuk dompet digital pada UMKM di Kota Makassar masih relatif terbatas. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengeksplorasi sejauh mana implementasi investasi digital (*fintech*) dalam mengembangkan bisnis bagi pelaku UMKM di Kota Makassar.

II. Tinjauan Pustaka

Industri *financial technology* (*fintech*) merupakan perpaduan antara layanan jasa keuangan dan teknologi yang membuat model bisnis menjadi konvensional (bi.go.id, 2018). Beberapa macam bentuk *fintech* yang berkembang di Indonesia yaitu 1) *Peer-to-peer lending*; 2) *Crowdfunding*; 3) *E-wallet*; 4) *Micro finance*; 5) *Payment gateway*; 6) Investasi; 7) Bank digital (Ocbcnisp, 2021). Berdasarkan pada data yang dikeluarkan oleh Xendit yang merupakan perusahaan *payment gateway* dan keuangan di Indonesia menunjukkan bahwa metode pembayaran yang paling banyak digunakan adalah *e-wallet* sebanyak lebih dari 40% transaksi di tahun 2021 (Warta Ekonomi, 2021; Xendit, 2021).

Keberadaan akan *fintech* dalam bentuk *e-wallet* (dompet digital) bertujuan untuk membuat UMKM lebih mudah dalam mengakses produk-produk keuangan, mempermudah transaksi konsumen, dan meningkatkan literasi keuangan (Carlsson, B., & Gustavsson, 2001; Mangeswuri, et.al., 2018; Setiawan & Mahyuni, 2020). Selain itu, *fintech* bermanfaat dalam hal kemudahan pembayaran, pengalaman belanja yang lebih baik, transparansi dan pencatatan yang teratur, serta keunggulan kompetitif bagi pelaku UMKM yang menerapkannya (Deloitte, 2018).

Theory of planned behavior (TPB) oleh Ajzen (1991) yang menyatakan bahwa sebuah tindakan dapat dilandasi oleh motivasi internal dan eksternal. Dalam artian niat seseorang untuk berperilaku dapat diprediksi berdasarkan sikap, pengaruh sosial, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Teori ini kemudian di perluas dengan *Technology of acceptance model theory*

(TAM) oleh Davis (1989) menjelaskan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi diterimanya penggunaan sebuah teknologi adalah persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan dari teknologi tersebut (Davis, 1989; Hamrul et al., 2013; Setiawan & Mahyuni, 2020). Dalam hal ini, seseorang menggunakan teknologi perlu mempertimbangkan faktor internal (misalnya kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan) dan eksternal (misalnya pengaruh sosial) (Yang et al., 2021).

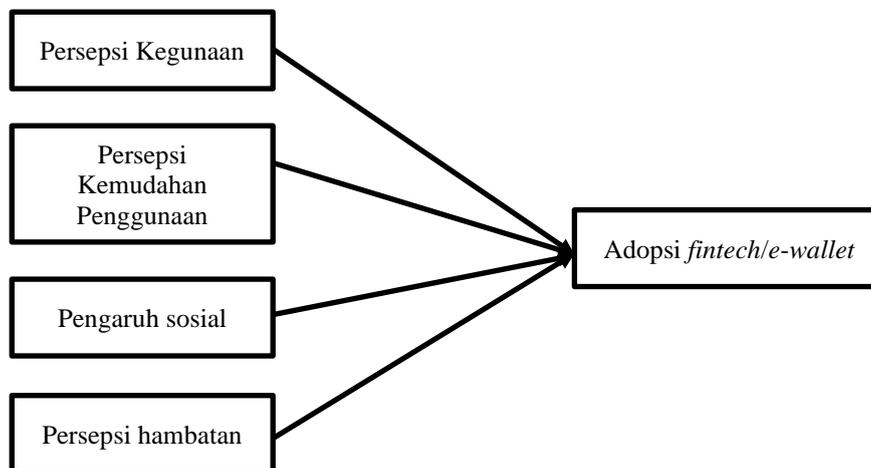
Sampai saat ini *Technology of acceptance model theory* (TAM) merupakan model yang paling banyak digunakan dalam memprediksi penerimaan teknologi informasi (Gefen et al., 2003). Teori ini telah terbukti menjadi model teoritis yang sangat berguna dalam membantu memahami dan menjelaskan perilaku pemakai yang mengimplementasikan sistem informasi (Legris et al., 2003).

Barthakur & Rajkonwar (2021) menyatakan bahwa intensi pelaku usaha menggunakan sistem pembayaran digital berupa *e-wallet* bergantung pada konsumen yang menggunakan sistem tersebut. Lebih lanjut, penggunaan *e-wallet* juga memiliki hambatan terkait dengan koneksi jaringan atau infrastruktur. Hal tersebut juga di temukan oleh Setiawan & Mahyuni (2020) dalam penelitiannya bahwa persepsi hambatan untuk menggunakan *e-wallet* seperti koneksi jaringan internet, biaya penggunaan, dan limit transaksi memengaruhi intensi pelaku usaha.

Lain halnya dengan penelitian terdahulu (Abdullah et al., 2020; Saragih, 2019; Setiawan & Mahyuni, 2020; Teoh Teng Tenk, M., Yew, H. C., & Heang, 2020; Yang et al., 2021) menyatakan dalam penelitiannya bahwa intensi pelaku UMKM menggunakan pembayaran digital dibentuk oleh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan pengaruh dari pihak eksternal seperti pembeli dan teman dekat.

2.1. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan pemaparan tersebut di atas, dapat digambarkan kerangka pemikir sebagai berikut.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

III. Metode Penelitian

Metode pengambilan sampel dalam penelitian menggunakan teknik *Convenience sampling* yaitu penentuan sampel dengan memilih sampel secara bebas sekehendak peneliti (Sugiyono, 2017). Penelitian ini menggunakan data primer. Objek penelitian ini difokuskan pada pelaku UMKM yang berada di wilayah Kota Makassar. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui survei *google form*. Kuesioner disebarakan sejak Januari hingga Februari 2022 kepada pelaku UMKM di Kota Makassar.

Sebanyak 36 tanggapan terhadap kuesioner yang memenuhi syarat untuk dijadikan sebagai bahan analisis dalam penelitian ini. Responden yang menjadi objek penelitian

meliputi UMKM yang telah dan belum menerapkan *fintech* pembayaran digital dalam aktivitas bisnisnya, yang dapat diketahui berdasarkan dari informasi kuesioner yang telah diisi.

Pengukuran variabel dalam penelitian ini berdasarkan item skala pada kuesioner dalam penelitian sebelumnya (Setiawan & Mahyuni, 2020). Daftar pertanyaan kuesioner dibangun berdasarkan *theory of planned behavior* dan *technology acceptance model theory*. Beberapa pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner yaitu, 1) Apakah Bapak/Ibu mengetahui tentang pembayaran digital?; 2) Apakah dompet digital berguna dalam mendukung bisnis Bapak/Ibu?; 3) Apakah ada pihak luar yang memengaruhi keputusan/minat Bapak/Ibu menggunakan dompet digital?. 4) apakah ada hambatan Bapak/Ibu dalam menggunakan dompet digital?.

IV. Hasil Penelitian

Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan data kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Yang mana penelitian kuantitatif deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya (Sugiyono, 2017). Hal ini dimaksudkan untuk memahami dan mendeskripsikan pengimplementasian *fintech* dalam mengembangkan bisnis pelaku UMKM.

Tabel 1. Data UMKM Responden

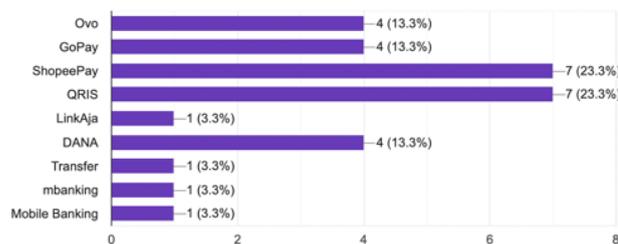
No	Jenis Usaha	Alamat Usaha	Jumlah	Frekuensi
1	Kuliner	Makassar	19	52.7%
2	Sembako	Makassar	1	2.8%
3	Mebel	Makassar	1	2.8%
4	Lainnya	Makassar	15	41.8%
Total			36	100%

Sumber: Data Primer diolah (2022)

Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 36 pelaku UMKM di Kota Makassar. Berdasarkan pada tabel 1 menunjukkan bahwa bidang usaha dari pelaku UMKM yang menjadi responden dalam penelitian ini terbagi menjadi 3 bidang usaha yaitu kuliner, sembako, dan mebel. Bidang usaha lainnya terdiri dari berbagai macam bidang seperti pakaian, fotografer, percetakan, tembakau, dan lukisan.

Sistem pembayaran digital yang anda gunakan:

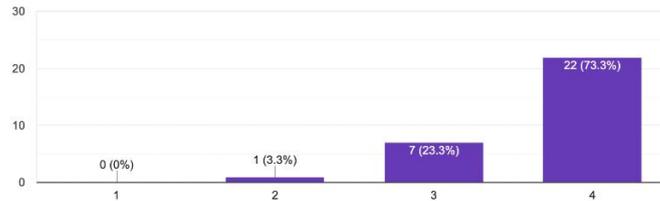
30 responses



Gambar 2. Responden Pengguna *E-Wallet*

Gambar 2 menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Kota Makassar menggunakan ShopeePay dan QRIS sebagai sistem pembayaran digital mereka. Hal ini disebabkan karena kemudahan dalam penggunaannya dan tersedianya penawaran yang menarik bagi konsumen misalnya maraknya promo dan diskon saat melakukan pembayaran menggunakan ShopeePay.

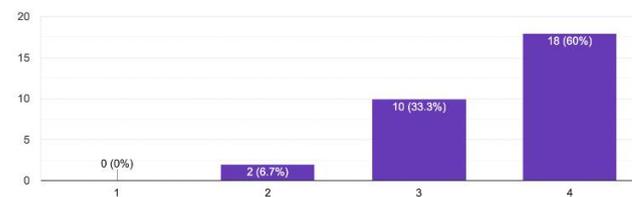
PE2. Sistem pembayaran digital yang saya gunakan meningkatkan efisiensi kinerja saya
 30 responses



Gambar 3. Persepsi Kegunaan Pengguna *E-Wallet*

Gambar 3 menunjukkan bahwa sebanyak 73% pengguna *e-wallet* menganggap pembayaran menggunakan aplikasi tersebut dapat meningkatkan efisiensi kinerja.

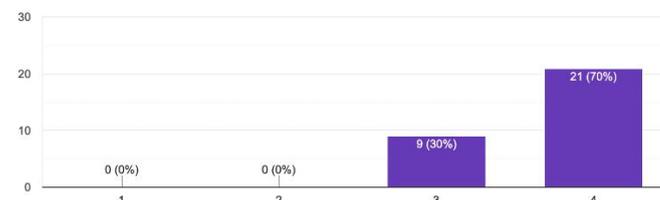
PE4. Sistem pembayaran digital yang saya gunakan meningkatkan produktivitas saya
 30 responses



Gambar 4. Persepsi Kegunaan Pengguna *E-Wallet*

Gambar 4 menunjukkan bahwa sebanyak 60% pengguna *e-wallet* menganggap pembayaran menggunakan aplikasi tersebut dapat meningkatkan efisiensi produktivitas kerja.

EE2. Sistem pembayaran yang saya pilih mudah digunakan
 30 responses

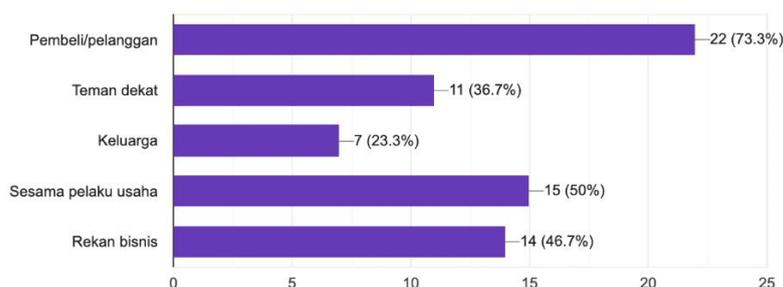


Gambar 5. Persepsi Kemudahan Penggunaan *E-Wallet*

Gambar 5 menunjukkan bahwa sebanyak 60% pengguna *e-wallet* menganggap pembayaran menggunakan aplikasi tersebut dapat meningkatkan efisiensi produktivitas kerja.

Orang-orang yang memengaruhi saya untuk menggunakan sistem pembayaran digital adalah: (Boleh centang lebih dari satu)

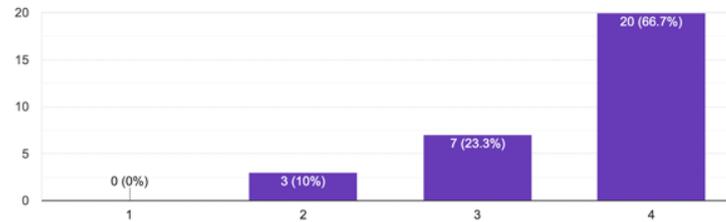
30 responses



Gambar 6. Pengaruh Eksternal Penggunaan *E-Wallet*

Gambar 6 menunjukkan bahwa sebanyak 73% pelaku UMKM menggunakan *e-wallet* dipengaruhi oleh pembeli atau pelanggan.

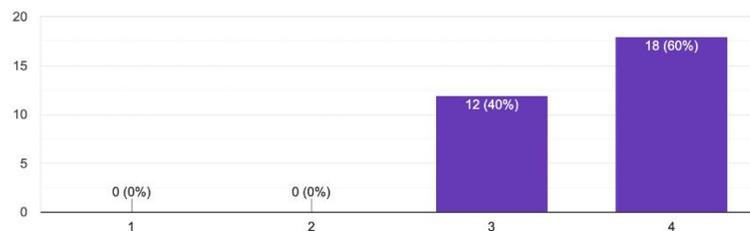
FC1. Saya memiliki sumber daya (fasilitas internet yang cukup) yang diperlukan untuk menggunakan sistem pembayaran digital
30 responses



Gambar 7. Persepsi Hambatan Penggunaan *E-Wallet*

Gambar 7 menunjukkan bahwa sebanyak 73% pelaku UMKM menggunakan *e-wallet* dipengaruhi oleh pembeli atau pelanggan.

BI1. Saya berkeinginan untuk terus menggunakan sistem pembayaran digital tersebut di masa depan
30 responses



Gambar 8. Intensi Penggunaan *E-Wallet*

Gambar 8 menunjukkan bahwa sebanyak 60% pelaku UMKM akan menggunakan *e-wallet* dalam jangka panjang.

V. KESIMPULAN

Persepsi kemudahan, kegunaan, dan pengaruh eksternal terbukti memengaruhi intensi pelaku usaha menggunakan *e-wallet*. Sebanyak 60% pengguna *e-wallet* menyatakan menyukai *e-wallet* yg mereka gunakan dan menganggap penggunaan *e-wallet* mudah untuk digunakan berdasarkan pada jawaban hasil survei. Sehingga dapat menjadi masukan bagi PJSP (Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran) untuk lebih aktif menawarkan produk *e-wallet* kepada para pelaku UMKM.

Lebih lanjut, sebanyak 30% responden yang tidak menggunakan *e-wallet* menyatakan tidak menggunakan *e-wallet* karena masyarakat sendiri belum terbiasa menggunakan pembayaran non-tunai dalam bertransaksi dan rendahnya tingkat literasi terkait pembayaran non-tunai. Sehingga pemerintah, perbankan, atau PJSP terkait dapat memberikan sosialisasi pengenalan pembayaran non-tunai kepada masyarakat dan pelaku UMKM sebagai pengguna untuk menarik minat dalam menggunakan *e-wallet* sebagai salah satu bentuk investasi berbasis *fintech*.

Referensi

- Abdullah, N., Redzuan, F., & Daud, N. A. (2020). E-wallet: Factors influencing user acceptance towards cashless society in Malaysia among public universities. *Indonesian Journal of Electrical Engineering and Computer Science*, 20(1), 67–74. <https://doi.org/10.11591/ijeecs.v20.i1.pp67-74>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision*

- Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Barthakur, G., & Rajkonwar, A. B. (2021). Seller's Perception: Preference and Significance of Payment Platforms. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(12), 3666–3674.
- Carlsson, B., & Gustavsson, R. (2001). No T. In *Active Media Technology, 6th International Computer Science Conference* (pp. 18–20). <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/3-540-45336-9>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Deloitte. (2018). *SME Digital Payments New opportunities to optimise The Paytech Revolution Series*. 1–32. www.deloitte.com.au
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model. *MIS Q.*, 27, 51–90.
- Hadi, D. F., & Zakiah, K. (2021). Strategi Digital Marketing Bagi UMKM untuk Bersaing di Era Pandemi. *Competitive*, 16, 32–41.
- Hamrul, H., Soedijono, B., & Amborowati, A. (2013). Analisis Perbandingan Metode TAM dan UTAUT dalam Mengukur Kesuksesan Penerapan Sistem Informasi Akademik (Studi Kasus Penerapan Sistem Informasi STMIK Dipanegara Makassar). *Seminar Nasional Informatika, 2013(semnasIF)*, 140–146.
- Laywilla, E., Kartar Singh, J. S., & Yin Fah, B. C. (2020). Drivers of Intention to Adopt Mobile Wallet: A Quantitative Study Among Females in Jakarta. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 10(11), 804–820. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v10-i11/8061>
- Legris, P., Ingham, J., & Collerette, P. (2003). Why do people use information technology? A critical review of the technology acceptance model. *Information and Management*, 40(3), 191–204. [https://doi.org/10.1016/S0378-7206\(01\)00143-4](https://doi.org/10.1016/S0378-7206(01)00143-4)
- Mangeswuri, D.R., Wuryandani, D., Purwanto, N. P., Hendra, S. P., Meilani, H., Sayekti, N. W., & Rivani, E. (2018). No Title. In *Industri Kreatif, Fintech, dan UMKM dalam Era Digital*. Ocbnisp. (2021). *Apa itu Fintech: Pengertian, Manfaat, Jenis & Dasar Hukumnya*.
- Romadhon, F., & Fitri, A. (2020). Analisis Peluang dan Tantangan Penggunaan Financial Technology Sebagai Upaya optimalisasi Potensi UMKM (Studi Kasus UMKM di Gresik). *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 3(1), 30–44. <https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/technobiz/article/view/645>
- Saragih, S. P. (2019). Technology Acceptance of Digital Payment System Pada Pelaku Umkm Di Kota Batam. *Computer Based Information System Journal*, 7(2), 82–90. <https://doi.org/10.33884/cbis.v7i2.1402>
- Setiawan, I. W. A., & Mahyuni, L. P. (2020). Qris Di Mata Umkm: Eksplorasi Persepsi Dan Intensi Umkm Menggunakan Qris. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10, 921. <https://doi.org/10.24843/eeb.2020.v09.i10.p01>
- Sihaloho, J. E., Ramadani, A., & Rahmayanti, S. (2020). Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Universitas Sumatera Utara (1)(2)(3). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(2). <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Teoh Teng Tenk, M., Yew, H. C., & Heang, L. T. (2020). International Journal of Research in Commerce and Management Studies. *International Journal of Research in Commerce and Management Studies*, 2(2), 216–233.
- Warta Ekonomi. (2021). *Tren Pembayaran Digital di Indonesia 2021: E-Wallet Tumbuh Pesat Hingga 400% Akibat Pandemi*. <https://wartaekonomi.co.id/read381496/tren-pembayaran-digital-di-indonesia-2021-e-wallet-tumbuh-pesat-hingga-400-akibat-pandemi>
- Widyayanti, E. R. (2019). Analisis Pengaruh Kecenderungan Pergeseran Sistem Pembayaran Dari Tunai Ke Non-Tunai/Online Payment Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha (Studi Pada

- UMKM di Yogyakarta). *Seminar Nasional Dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Era 4.0*, 187–200.
- Xendit. (2021). *Xendit: E-Wallet Tumbuh Pesat Hingga 400 Persen Akibat Pandemi*.
- Yang, M., Al Mamun, A., Mohiuddin, M., Nawir, N. C., & Zainol, N. R. (2021). Cashless transactions: A study on intention and adoption of e-wallets. *Sustainability (Switzerland)*, *13*(2), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su13020831>