

**Jurnal Pijar**  
**Studi Manajemen dan Bisnis**

<https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/pmb>

Vol. 1 No. 3, 2023, Hal. 509 - 515

ISSN 2963-0606 (Online)

ISSN 2964-9749 (Print)

**STRATEGI PENERAPAN LAYANAN KEUANGAN DIGITAL UMKM PADA  
USAHA MIE PEDAS HAJI SLAMET**

**Murhayani<sup>1</sup>, Silvia<sup>2</sup>, Dwi Epty Hidayaty<sup>3</sup>**  
**Universitas Buana Perjuangan Karawang**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan dan kemajuan UMKM melalui digitalisasi layanan keuangan. Pengalaman dari berbagai krisis ekonomi mengajarkan wirausaha bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berperan sebagai tulang punggung dan penyangga yang justru menyelamatkan seseorang dari berbagai masalah ekonomi. Berbagai terobosan dan inovasi layak dilakukan agar keberadaan UMKM lebih mampu bersaing sehingga memiliki posisi lebih unggul di era kemajuan informasi dan teknologi. Menuju transformasi digital, Perkembangan waktu saat ini telah membawa perubahan zaman yang sangat pesat. Salah satunya, adalah adanya digitalisasi layanan keuangan. di era digitalisasi saat ini semua beralih pada pola online yaitu serba aplikasi. Artinya, era digitalisasi kini menjadi peran penting dalam dunia bisnis di semua sektor kehidupan.

**Kata Kunci:**

UMKM, Digitalisasi Layanan Keuangan, Kemajuan Teknologi

**Abstract**

*This research aims to determine the development and progress of MSMEs through digitalization of financial services. Experience from various economic crises teaches entrepreneurs that micro, small and medium enterprises (MSMEs) act as the backbone and buffer that actually saves a person from various economic problems. Various breakthroughs and innovations should be made so that the existence of MSMEs is better able to compete so that they have a superior position in the era of information and technological advances. Towards digital transformation, the development of the current time has brought about rapid changes. One of them, is the digitalization of financial services. in the current era of digitalization, everything has switched to an online pattern, namely all applications. This means that the digitalization era is now an important role in the business world in all sectors of life.*

**Keywords:**

MSMEs, Digitization of Financial Services, Technology Advancement

Alamat Korespondensi

E-mail: [mn21.murhayani@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:mn21.murhayani@mhs.ubpkarawang.ac.id)

## **Pendahuluan**

Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi telah mempengaruhi kehidupan masyarakat khususnya dunia bisnis saat ini. Teknologi adalah proses yang kompleks dan terintegrasi yang melibatkan orang, proses, ide, peralatan, dan organisasi untuk menganalisis masalah, menemukan solusi, menerapkan, mengevaluasi, dan mengelola solusi untuk segala masalah dalam situasi apa pun dan memiliki tujuan dan kendali. Penggunaan multimedia, informasi dan teknologi secara tepat membutuhkan keahlian/kompetensi dalam aspek kognitif, kinerja, sikap dan produk, serta pengalaman yang memadai. Untuk itu perlu dibangun kapasitas yang tepat bagi para pelaku UMKM agar mampu menyajikan informasi dan laporan keuangan yang baik.

Sistem pembayaran dan pola transaksi dalam perekonomian telah mengalami perubahan. Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran mengubah peran uang tunai sebagai alat pembayaran non tunai yang lebih efisien dan hemat biaya (Pramono, 2006). Layanan keuangan digital (LKD) adalah layanan keuangan dan penyelenggaraan sistem pembayaran yang dilakukan dengan bekerja sama dengan pihak ketiga dan menggunakan sarana serta perangkat teknologi seperti perangkat berbasis mobile dan web dalam rangka inklusi keuangan.

Digitalisasi layanan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui dampaknya terhadap peningkatan kegiatan ekonomi. Layanan berbasis aplikasi seperti gojek, grab, uber, dan toko online seperti shopee telah bergerak dan mengubah perilaku ekonomi baik produksi, distribusi, maupun konsumsi. Dari sisi layanan keuangan, layanan keuangan digital (LKD) seperti mobile banking, phone banking dan internet banking membuat transaksi keuangan menjadi lebih mudah dan murah karena tidak dibatasi oleh jarak, cabang, dan mesin ATM.

Beberapa skenario telah direncanakan dan disiapkan oleh pemerintah terkait digitalisasi layanan untuk meningkatkan kesejahteraan antara lain pengenalan praktik cerdas dan pembayaran elektronik serta pengenalan layanan digital untuk memasarkan produk pertanian/perairan (untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat), program seribu wirausaha teknologi (menciptakan 1.000 start-up dengan menggunakan teknologi digital), program desa berkecepatan tinggi terintegrasi (menyediakan akses internet berkecepatan tinggi di 937 desa tertinggal), e-government (mendorong informasi digital menjadi lebih bermanfaat bagi masyarakat sehingga tercipta pelayanan yang bebas korupsi, layak dan terpercaya) dan Humas Pemerintah serta UMKM online digital (infografis, kominfo 2016).

## **Metode**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk memperoleh informasi mendalam tentang bagaimana inovasi digitalisasi layanan keuangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) pada usaha Mie Pedas Haji Slamet yang dilakukan pada bulan Maret 2023. Dalam penelitian ini digunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi dan wawancara secara langsung kepada pelaku UMKM yang ada di karawang.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **Hasil Kegiatan Kunjungan Industri**

Pandemi COVID-19 memang menjadi konsen yang luar biasa karena permasalahan yang terus ditimbulkannya diberbagai sektor kehidupan. Ada banyak kerugian yang disebabkan oleh COVID-19 yang berdampak, salah satunya di sektor perekonomian dan pemasaran produk

Indonesia. Padahal pembangunan ekonomi sebuah negara pada dasarnya bertujuan untuk mencapai kemakmuran masyarakat melalui pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan distribusi pendapatan yang merata (Hanoatubun, 2020). Oleh karena itu, pengembangan potensi bisnis UMKM saat ini adalah salah satu strategi yang diambil oleh pemerintah untuk mempertahankan pertumbuhan ekonomi ditengah krisis pandemi COVID-19.

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas ekonomi.

Pemanfaatan teknologi digital, tidak hanya menawarkan peluang dan keuntungan besar bagi penggunanya. Hal tersebut juga memberikan tantangan pada semua bidang kehidupan untuk meningkatkan kualitas dan efisiensi. Kesadaran individu akan keberadaan teknologi menjadi penting dalam proses penyebaran inovasi. Seluruh aktivitas ekonomi, termasuk pelaku UMKM dapat berinteraksi tanpa batas ruang dan waktu. Artinya, hadirnya perkembangan teknologi digital memungkinkan para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya secara online. Oleh karena itu dalam menjalankan usaha diperlukan SDM yang memiliki pengetahuan dan pemahaman mengenai digitalisasi UKMM.

Di era digital yang membutuhkan teknologi, transaksi ekonomi dapat mengubah sistem pembayaran saat ini. Transaksi ekonomi kini tidak hanya ditopang oleh uang tunai, tetapi juga merambah melalui instrumen elektronik nontunai yang lebih efisien dan hemat. karena perkembangan teknologi informasi seperti alat pembayaran kartu seperti kartu kredit, kartu debit, kartu ATM SKNBI, sistem BI-RTGS dan akhirnya uang elektronik mulai bermunculan.

## **Pembahasan**

Dalam kunjungan industri ini, dilakukan dengan cara observasi langsung ke SDM di UMKM yang ada di karawang. Dengan mewawancarai secara langsung tentang bagaimana usaha tersebut didirikan, dengan modal usaha yang dikeluarkan, serta bagaimana cara usaha tersebut dipasarkan. Dari hasil wawancara bersama pelaku UMKM, diketahui bahwa sebelum terjadinya Pandemi COVID-19, sebenarnya sudah terdapat empat aspek landasan masalah yang dihadapi oleh para pelaku UMKM. Pelaku UMKM mengatakan, Sebelum mendirikan UMKM, kami menemukan empat permasalahan UMKM, yaitu: permodalan, pemasaran, manajemen, dan teknologi. Dari empat permasalahan tersebut, kami mencoba untuk memecahkan masalah tersebut satu persatu, karena keempat hal ini saling terintegritas. Dengan permodalan, pemasaran, manajemen, dan teknologi yang bagus akan menumbuhkan UMKM yang mampu berdaya saing di era modern ini. Hal ini juga diperkuat dari hasil dua tahun kebelakang, dalam aspek pemasaran dan teknologi para pelaku UMKM mengalami kendala pengetahuan operasional teknologi itu sendiri.

Sebenarnya, pemanfaatan teknologi digital, tidak hanya menawarkan peluang dan keuntungan besar bagi penggunanya. Hal tersebut juga memberikan tantangan pada semua bidang kehidupan untuk meningkatkan kualitas dan efisiensi, termasuk komunikasi dan pemasaran. Kesadaran individu akan keberadaan teknologi menjadi penting dalam proses penyebaran inovasi di bidang ini. Seluruh aktivitas ekonomi, termasuk pelaku UMKM dapat berinteraksi dan bertransaksi tanpa batas ruang dan waktu. Artinya, hadirnya perkembangan teknologi digital memungkinkan para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya secara online.

Peranan teknologi memang sangat penting dalam perkembangan peradaban saat ini yang pada akhirnya setiap orang menggunakan internet untuk melakukan aktivitas kehidupan sehari-hari dengan berkomunikasi, berbelanja, bekerja termasuk pembayaran internet. Dalam kegiatan belanja online, dimana masyarakat semakin tertarik untuk menggunakannya, hal tersebut membawa kemudahan dan banyak keuntungan yang dapat diperoleh secara tidak langsung oleh pihak yang berkepentingan dengan kelancaran transaksi. serta pedagang menggunakan kenyamanan aplikasi belanja online. Kondisi ini didukung dengan semakin banyaknya masyarakat Indonesia yang menjadi pengguna internet aktif. Angka Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) menunjukkan hingga Juni 2019, Indonesia memiliki 171 juta pengguna internet. Setiap

tahunnya, pengguna internet meningkat 10,2% atau 27 juta orang, dan menurut Dirjen Penyelenggara Pos dan Informatika (PPI) Kementerian Informasi dan Komunikasi, 64,8% di antaranya adalah pengguna aktif internet yang mengakses konten hiburan seperti video dan film (www.gatra.com, 2019). Salah satu faktor penyebab meningkatnya jumlah pengguna internet adalah para pelaku usaha UMKM yang utamanya memanfaatkannya untuk memberikan dukungan pemasaran usaha melalui berbagai sarana yang tersedia dalam layanan tersebut. Pemasaran dapat diakses melalui internet.

Oleh karena itu, di masa Pandemi COVID-19 ini ada banyak faktor yang dapat dilakukan UMKM untuk memengaruhi keberhasilan suatu produk menembus pasar. Salah satunya dengan memanfaatkan para konsumen di era digital saat ini yang menjadi peran aktif dalam mencari informasi tentang suatu produk. Namun, tidak mudah bagi pelaku UMKM untuk menghadapi tantangan tersebut. UMKM harus dapat merencanakan bagaimana menggunakan teknik komunikasi pemasaran digital sebagai alat pemasaran yang kompetitif dan menjadikan komunikasi sebagai faktor penentu. Pelaku UMKM diharuskan dapat fokus melakukan pengembangan strategi pemasaran dengan menekankan kekuatan hubungan dengan konsumen. Kemudian, agar UMKM dapat mengikuti perubahan teknologi tersebut, harus dibuat sistem yang dapat membantu para pelaku UMKM untuk belajar melakukan teknik komunikasi pemasaran dengan memanfaatkan perkembangan digital. Selain itu, pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) juga harus diupayakan untuk meningkatkan kompetensi pelaku UMKM. Misalnya dengan mengelola komunikasi yang positif antara konsumen dan penjual.

Di Indonesia telah berkembang uang elektronik (alias unik) sebagai alternatif alat pembayaran cashless tidak hanya dalam bentuk kartu, tapi juga dalam bentuk lain yang tersimpan di smartphone. Penerbitnya berkembang, tidak hanya bank tetapi juga lembaga non-perbankan, seperti perusahaan keuangan, perusahaan telekomunikasi atau perusahaan transportasi publik. Banyak produk uang elektronik yang dikeluarkan oleh bank, antara lain kartu Flazz Bank BCA, kartu emoney Bank Mandiri, Kartu Brizzi Bank BRI, Kartu TapCash Bank BNI, Kartu Jak dari Bank DKI Jakarta, Mega Cash dari Mega Bank, Nobu e-money dari Bank Nasional Nobu. Selain itu, penggunaan uang elektronik dapat dilakukan melalui ponsel, dengan penetrasi ponsel di semua lapisan masyarakat.

Menurut Lestari & Nofriantika, 2018: Uang elektronik sebagai alat pembayaran dengan unsur-unsur tertentu yang dikeluarkan sesuai dengan itu dengan nilai mata uang yang pertama kali disetorkan kemudian disimpan pada chip tertentu, sehingga uang elektronik dapat dikelola sebagai kendaraan pembayaran elektronik di kemudian hari. Peraturan Bank Indonesia No.12/11/PBI/2009 regulasi mata uang kripto (uang elektronik) adalah salah satunya yang digunakan untuk mengatur Cashless Society. Tujuan penggunaan uang Elektronik adalah untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan berbagai transaksi pada skala mikro khususnya. Hal ini dilakukan oleh Bank Indonesia untuk hindari mencetak mata uang lokal dalam jumlah banyak, karena setiap tahun Bank Indonesia harus mengeluarkan Rp. 3,5 triliun untuk mencetak uang. Menurut (Rustanto & Kartini, 2019) akan lebih mudah menggunakan uang elektronik dalam pelaksanaan transaksi.

Uang elektronik menawarkan banyak kemudahan, seperti kemudahan transportasi dan kemudahan penggunaan. Fungsi-fungsi yang disediakan oleh uang elektronik sangat membantu para penggunanya dalam aktivitas perdagangan sehari-hari. Berbagai utilitas ini nantinya akan menjadi pertimbangan masyarakat umum untuk beralih dari uang kertas ke uang elektronik. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian (Latief & Dirwan, 2020), (Widi Yanto & Ery Baskoro, 2020) kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa penggunaan uang elektronik dipersepsikan mudah.

### **Pengaruh antara Digital Marketing terhadap Kinerja Keuangan UMKM**

Digital Marketing juga berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan UMKM. Dari hasil wawancara yang telah kami dilakukan, dapat dinyatakan bahwa sebagian besar para pelaku bisnis UMKM telah menggunakan digital marketing untuk mempromosikan usahanya. Pada keadaan atau situasi pandemi covid-19. Salah satu cara terbaik dalam memasarkan atau mempromosikan

usahanya adalah dengan menggunakan digital marketing melalui media sosial atau website, hal ini sangat membantu para pelaku bisnis untuk meningkatkan penjualan produknya kepada konsumen yang aktif mencari produk atau jasa, sehingga jauh lebih efektif dan efisien. Dalam meningkatkan ekposur usaha UMKM, mereka dapat melakukannya melalui digital marketing dapat menarik perhatian bagi konsumen dalam mencari kebutuhan mereka secara mudah di dunia digital. Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh (Rohmah, 2019) yang menyatakan bahwa digital marketing dapat memberikan pengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM.

Seiring dengan perkembangan teknologi finansial, sehingga berdampak pada pemanfaatan Fintech untuk membantu kegiatan usahanya oleh pemilik UMKM. Faktor yang mengharuskan pemilik UMKM menggunakan Fintech dikarenakan oleh:

- a. Perkembangan Fintech  
Kemajuan teknologi mendorong perkembangan Fintech di lembaga keuangan baik itu perbankan, koperasi simpan pinjam maupun lembaga keuangan lainnya untuk meningkatkan fitur-fitur layanan. Peningkatan itu akan mempermudah pengguna aplikasi yaitu para pemilik UMKM.
- b. Konsumen  
Prilaku konsumen sekarang dikarenakan perkembangan teknologi merubah kebiasaan masyarakat yang dulunya konvensional menjadi online, selain mempermudah transaksi juga praktis bisa dilakukan tanpa datang langsung. Hal ini mempengaruhi pada penjualan produk sehingga pemilik usaha diharuskan untuk menggunakan Fintech sebagai alat transaksi.
- c. Kenyamanan dan Keamanan  
Perkembangan Fintech di bekali dengan kecanggihan pengamanan dalam aplikasi sehingga tingkat keamanan dan kenyamanan lebih baik dibandingkan dengan transaksi manual. Pemilik UMKM didorong untuk dapat bertransaksi tanpa harus khawatir akan keamanan.

Kolaborasi antara perbankan dan financial technology (Fintech) bisa memberikan kontribusi dalam peningkatan literasi keuangan UMKM. Apalagi, selama ini pemerintah gencar mengkampanyekan gerakan nasional transaksi non tunai. Sehingga terbentuk less-cash society dalam transaksi. Penggunaan layanan Fintech oleh pengguna smartphone dapat menjadi jawaban atas upaya pemerintah membangun less-cash society. Sebab, jumlah pengguna handphone di Indonesia sudah sangat banyak. "Penetrasi smartphone di Indonesia sudah melebihi penetrasi akun bank di Indonesia. Dapat disimpulkan bahwa terdapat peranan Fintech dalam meningkatkan Literasi Keuangan pada UMKM.

## **Kesimpulan**

Pandemi Covid-19 telah membuat Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mengalami stagnan hingga ada yang harus menutup gerainya. Hal itu disebabkan, perubahan kebiasaan baru dengan penerapan protokol kesehatan yang berdampak pada menurunnya daya beli masyarakat. Dalam konteks ekonomi Indonesia, pandemic Covid 19 akhirnya dapat mendorong terciptanya ekosistem baru yaitu kewirausahaan digital.

Di era digital yang membutuhkan teknologi, transaksi ekonomi dapat mengubah sistem pembayaran saat ini. Transaksi ekonomi kini tidak hanya ditopang oleh uang tunai, tetapi juga merambah melalui instrumen elektronik nontunai yang lebih efisien dan hemat. karena perkembangan teknologi informasi seperti alat pembayaran kartu seperti kartu kredit, kartu debit, kartu ATM SKNBI, sistem BI-RTGS dan akhirnya uang elektronik mulai bermunculan.

Di Indonesia telah berkembang uang elektronik (alias unik) sebagai alternatif alat pembayaran cashless tidak hanya dalam bentuk kartu, tapi juga dalam bentuk lain yang tersimpan di smartphone. Penerbitnya berkembang, tidak hanya bank tetapi juga lembaga non-perbankan,

penggunaan uang elektronik dapat dilakukan melalui ponsel, dengan penetrasi ponsel di semua lapisan masyarakat.

Berdasarkan simpulan yang telah diperoleh dari penelitian ini, maka ada beberapa saran yang penulis berikan yaitu antara lain:

1. Dengan majunya perkembangan Layanan Keuangan Digital diharapkan bisa membuat para pelaku usaha UMKM semakin memajukan bisnisnya dan membuka lapangan pekerjaan, sehingga pendapatan penjualan mereka pun juga semakin meningkat
2. UMKM yang sudah memakai Layanan Keuangan Digital sebagai alat transaksi diharapkan bisa memberikan masukan untuk UMKM lain agar lebih maju dalam bertransaksi secara online yang telah diteliti memberikan pengaruh yang baik bagi pendapatan penjualan UMKM
3. UMKM yang bekerja sama dengan Layanan Keuangan Digital sebagai alat transaksinya, harus siap menerima pesaing menjadi tau harga yang mereka tetapkan, karena semakin maju inovasi semakin ketat pula persaingan yang akan dilewati untuk itu produk UMKM yang dipasarkan pun harus bisa menarik para konsumen.

## Daftar Referensi

- Dhanie Mughni Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, F. (n.d.). *Fauzan Dhanie Mughni Vol 2 No 2 PEMBENTUKAN SUMBER DAYA MANUSIA YANG INOVATIF DI ERA DIGITALISASI PADA PELAKU UMKM DESA WANCIMEKAR*.
- MG. Westri Kekalih S., S. M. S. (2018). *Layanan Digital Untuk Meningkatkan Kesejahteraan*.
- Peluang Penggunaan, A., Seftarita, C., Azra, U., Ekonomi, F., Unsyiah, B., & Aceh, B. (2017). *Chenny Seftarita ANALISIS PELUANG PENGGUNAAN LAYANAN KEUANGAN DIGITAL (LKD) PADA MASYARAKAT KABUPATEN ACEH BESAR PROVINSI ACEH: Vol. III (Issue 1)*.
- Riset Komunikasi, J., Aida Handini Magister Marketing Komunikasi, V., Ilmu Komunikasi, F., Choiriyati Doktor Ilmu Komunikasi, W., & Komunikasi dan Diplomasi, F. (n.d.). *Digitalisasi UMKM sebagai Hasil Inovasi dalam Komunikasi Pemasaran Sahabat UMKM Selama Pandemi COVID-19*. <http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/IRKom>
- USMAN, R. (2017). KARAKTERISTIK UANG ELEKTRONIK DALAM SISTEM PEMBAYARAN. *Yuridika*, 32(1), 134. <https://doi.org/10.20473/ydk.v32i1.4431>
- Widiyarini, W. (2018). Meningkatkan Semangat Kewirausahaan melalui Pelatihan Jasa Laundry. *Sosio E-Kons*, 10(3), 199. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i3.2844>
- Winarto, W. (2020). Peran Fintech dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 3(1), 61-73. <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v3i1.132>

