

Analisis Peluang dan Tantangan Penggunaan *Financial Technology* Sebagai Upaya optimalisasi Potensi UMKM (Studi Kasus UMKM di Gresik)

Fitri Romadhon¹⁾, Alfiana Fitri²⁾

Universitas Internasional Semen Indonesia¹⁾, Universitas Internasional Semen Indonesia²⁾

Jl. Veteran, Kb. Dalem, Sidomoro, Kebomas, Gresik.

fitri.romadhon@uisi.ac.id, alfiana.fitri@uisi.ac.id

Abstract

The purpose of this study is to describe and interpret the challenges and opportunities of financial technology (fintech) for the development of MSMEs. This study seeks to describe the research subjects, namely SMEs. This study uses a qualitative descriptive approach because data analysis comes from written information and considers opinions from informants. Based on the results of interviews with MSMEs, it can be concluded that MSMEs have a good interpretation of fintech, namely fintech as something that provides financial services with technological assistance, and it is beneficial for the development of MSME businesses, although not all MSME owners use this facility. This research also shows that in adopting fintech, SMEs must consider the obstacles that can affect success in implementing fintech. Some factors that have been identified as the causes of the inadequate application of fintech in the Gresik region are time, information and skills, security, legal issues, market needs, number of transactions and doubts about the technology to be used. Gresik was chosen as a research location because MSMEs in Gresik have a lot of potential to develop, namely around 200,000 MSMEs located in the Gresik region. In addition, there are also opportunities that can be used by MSMEs through fintech to expand its business, namely the ease and interest offered by fintech, as well as opportunities to minimize fraud. The SMEs also realize that fintech is a potential technology for the future of MSMEs. Therefore, there needs to be a support mechanism from various parties, such as the Office of Cooperatives and SMEs, and educational institutions in order to increase awareness, financial literacy in maximizing the benefits of fintech.

Keywords: financial technology, MSME, opportunities and challenges

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menginterpretasikan tantangan dan peluang *financial technology (fintech)* terhadap perkembangan UMKM. Penelitian ini berupaya untuk menggambarkan subjek penelitian yaitu pelaku UMKM. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif karena analisis data berasal dari informasi tertulis dan mempertimbangkan opini dari para informan. Berdasarkan hasil wawancara pada pelaku UMKM, dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM memiliki interpretasi yang baik tentang *fintech*, yaitu *fintech* sebagai sesuatu yang memberikan jasa keuangan dengan bantuan teknologi, dan hal tersebut menguntungkan bagi perkembangan bisnis UMKM, meskipun tidak semua pemilik UMKM menggunakan fasilitas ini. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa dalam mengadopsi *fintech*, UMKM harus mempertimbangkan hambatan-hambatan yang dapat memengaruhi kesuksesan dalam menerapkan *fintech*. Adapun beberapa faktor yang berhasil diidentifikasi sebagai penyebab kurang optimalnya penerapan *fintech* di wilayah Gresik, yaitu faktor waktu, informasi dan keterampilan, keamanan, masalah hukum, kebutuhan pasar, jumlah transaksi dan keraguan pada teknologi yang akan digunakan. Gresik dipilih sebagai lokasi penelitian karena UMKM di Gresik memiliki banyak potensi untuk berkembang, yaitu sekitar 200.000 UMKM berada di wilayah Gresik. Disamping itu, terdapat pula peluang yang dapat digunakan oleh UMKM melalui *fintech* untuk memperluas bisnisnya, yaitu kemudahan dan ketertarikan yang ditawarkan oleh *fintech*, serta peluang untuk meminimalkan kecurangan. Para pelaku UMKM juga menyadari bahwa *fintech* merupakan teknologi yang berpotensi bagi masa depan UMKM. Oleh karena itu, perlu adanya mekanisme dukungan dari berbagai pihak, seperti Dinas Koperasi dan UMKM, dan institusi pendidikan agar dapat meningkatkan kesadaran, literasi keuangan dalam memaksimalkan manfaat *fintech*.

Kata kunci: *financial technology*, UMKM, peluang dan tantangan

1. Pendahuluan

Adanya integrasi global, perkembangan teknologi internet telah membawa perubahan yang sangat dramatis di berbagai sektor. Salah satunya adalah dinamika *financial technology (fintech)* yang mewarnai perkembangan bisnis di Indonesia. Data menunjukkan bahwa transaksi *fintech* di Indonesia per 2017 mencapai \pm \$18,6 milyar, dan 99% diantaranya merupakan kategori pembayaran digital [1]. Persentase tersebut didukung oleh data dari Bank Indonesia mengenai nilai transaksi pembayaran digital yang mencapai Rp 47,18 triliun sepanjang 2018, atau meningkat sebanyak empat kali lipat dibandingkan tahun sebelumnya [2]. Survei yang dilakukan oleh [3] juga menegaskan kondisi yang terjadi di Indonesia, dimana kategori pembayaran sebagai salah satu sub sektor *fintech* telah mencapai pertumbuhan yang signifikan, baik di negara maju maupun di negara berkembang. Akumulasi nilai transaksi dan perkembangan pembayaran digital yang cukup fantastis, mengisyaratkan adanya beberapa faktor penentu yang menjadikan *fintech* sangat diminati oleh para pelaku bisnis, maupun penggunaannya. Pertama, [4] menyebutkan bahwa perkembangan teknologi dibidang keuangan memungkinkan para penyedia jasa keuangan untuk berkompetisi lebih efektif, meminimalkan biaya, meningkatkan kualitas jasanya. Kedua adalah keyakinan dari para pelanggan yang bersedia untuk lebih terbuka dan optimis untuk mengadopsi *fintech*, karena adanya inovasi yang selalu bisa diunggulkan [3]. Ketiga yaitu ketersediaan infrastruktur, dan kemudahan masyarakat untuk mengakses teknologi seperti *smartphone* dan masifnya

penetrasi pengguna internet dan perangkat telekomunikasi. Sebagaimana survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, bahwa sekitar 64,8% penduduk Indonesia atau sekitar 171.170.000 penduduk telah menjadi pengguna internet, dan hasil tersebut menunjukkan adanya peningkatan sekitar 19,48% dibandingkan dari tahun 2017 [5].

Penelitian oleh [6] memandang bahwa pasar pembayaran digital di Indonesia memiliki potensi yang sangat besar karena adanya fitur-fitur dalam transaksi elektronik yang memudahkan pengguna seperti *e-money*, dan peluang-peluang lain yang dapat dimanfaatkan pelaku industri untuk memenuhi kebutuhan para konsumen, tidak terkecuali bagi para UMKM di Indonesia. Penelitian lain pun menyebutkan bahwa implementasi *fintech* dianggap dapat berkontribusi positif bagi penguatan sektor UMKM, terlebih UMKM dipandang sebagai pilar perekonomian [6]–[9]. Dampak positif dari *fintech* dapat dirasakan dari inovasi teknologi yang bersifat disruptif, yaitu dapat menciptakan fasilitas-fasilitas rantai nilai yang tidak terduga kepada para pelanggan [10], [11]. Tidak cukup hingga pada manfaat tersebut, nampaknya *fintech*, khususnya dalam aspek pembayaran digital dapat memampukan UMKM untuk lebih berkembang, sebagaimana yang telah dipaparkan oleh [12] dan laporan yang diterbitkan oleh [13], yaitu setidaknya *fintech* dapat bermanfaat dalam hal kemudahan dan keamanan pembayaran, pengalaman belanja pelanggan yang lebih baik, transparansi dan pencatatan yang teratur, dan keunggulan kompetitif yang akan diterima oleh UMKM

utamanya dalam hal penciptaan nilai melalui dukungan teknologi.

Peran *fintech* yang sangat mendominasi di era industri 4.0, pada dasarnya dapat diselaraskan dengan keberadaan UMKM yang mampu berkontribusi bagi penguatan perekonomian suatu negara. Data terbaru per 2017 menunjukkan bahwa UMKM di Indonesia terbukti mampu menopang PDB Indonesia sebesar 60% atau meningkat 9,02% dibandingkan tahun 2016, jumlah UMKM pun kian meningkat dan bahkan memiliki proporsi sekitar 99,9% dari total usaha yang ada di Indonesia [14]. Kondisi tersebut juga dilegitimasi oleh beberapa peneliti yang menyebutkan bahwa UMKM merupakan mesin pertumbuhan ekonomi dunia, karena perannya dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan dapat mempertahankan keseimbangan makroekonomi [15]–[17]. Keselarasan yang terjalin antara peran *fintech* dalam bisnis dan peran UMKM dalam perekonomian, mengisyaratkan bahwa sudah sepatutnya UMKM untuk terus didukung agar dapat berkembang melalui pemanfaatan kecanggihan teknologi saat ini, seperti pembayaran digital yang relatif mudah dijangkau oleh para pelaku UMKM. Sebagaimana pendapat [18] yang mendukung bahwa pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi diperlukan untuk mempertahankan keberadaan UMKM ditengah lingkungan bisnis yang sangat kompetitif dan fluktuatif.

Berbagai manfaat *fintech* tidak terlepas dari berbagai macam hambatan dan tantangan. Banyak bukti di lapangan, yang memperlihatkan bahwa ternyata UMKM belum dapat memanfaatkan fasilitas yang

telah tersedia, seperti kemudahan penggunaan *fintech* dalam memperoleh akses keuangan. [19] menjelaskan minimnya optimalisasi penggunaan sistem berbasis teknologi informasi disebabkan oleh keterbatasan sumber daya yang dimiliki oleh UMKM. [9] berpendapat bahwa sekalipun UMKM memiliki kontribusi yang sangat nyata, ternyata tidak cukup mampu untuk mengakses fasilitas keuangan atau dikenal dengan istilah *unbankable*. Fenomena seperti itu berpotensi untuk menimbulkan pertanyaan mengenai bagaimana sebenarnya UMKM mengoptimalkan fungsi *fintech* agar UMKM menjadi sektor usaha yang dapat memperkuat potensinya, ditengah-tengah tantangan dan peluang yang sedang dihadapi. Sementara, informasi atau penelitian yang membahas mengenai penerapan fungsi *fintech* pada UMKM pada konteks Indonesia, masih relatif terbatas. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian kembali yang lebih memahami peluang dan tantangan penerapan *fintech* pada UMKM, termasuk bagaimana upaya pihak-pihak lain seperti pemerintah, regulator, sektor pendidikan untuk berkontribusi mendukung penguatan UMKM melalui *fintech* pembayaran digital. Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang membahas mengenai peran dan kendala implementasi *fintech* pada UMKM, yaitu akan berfokus untuk menginvestigasi peluang dan tantangan yang dihadapi oleh beberapa UMKM baik yang sudah maupun yang belum menerapkan *fintech* di wilayah Gresik. Gresik dipilih sebagai lokasi penelitian karena pertimbangan lingkungan industri yang mendukung UMKM untuk terus mengembangkan usahanya, serta adanya

potensi jumlah UMKM yang semakin bertumbuh yaitu sejumlah 200.000 lebih UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perindag Kabupaten Gresik dan berkontribusi bagi pendapatan daerah.

Profil dan Karakteristik UMKM

Di Indonesia, Undang-Undang yang mengatur tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Dalam undang-undang tersebut UMKM dijelaskan sebagai sebuah perusahaan yang digolongkan sebagai UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu.

Selengkapnya, kriteria UMKM dan usaha besar berdasarkan aset dan omset menurut UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM adalah sebagai berikut [20]:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini yaitu memiliki kekayaan paling banyak Rp. 50 juta atau hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300 juta.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau
3. menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana diatur dalam

undang-undang ini yaitu memiliki kekayaan bersih Rp. 50 juta sampai Rp. 500 juta atau hasil penjualan tahunan Rp. 300 juta sampai Rp. 2,5 miliar.

4. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini yaitu memiliki kekayaan bersih Rp. 500 juta sampai Rp. 10 miliar atau hasil penjualan Rp. 2,5 miliar sampai Rp. 50 miliar

Tabel 2.1. Kriteria UMKM Dan Usaha Besar Berdasarkan Aset dan Omset

Ukuran Usaha	Kriteria	
	Aset	Omset
Usaha Mikro	Maksimal Rp 50 juta	Maksimal Rp 300 juta
Usaha Kecil	> Rp50 juta – Rp500 juta	>Rp300 juta – Rp2,5 miliar
Usaha Menengah	>Rp500 juta – Rp10 miliar	>Rp2,5 miliar– Rp50 miliar
Usaha Besar	>Rp10 miliar	>Rp50 miliar

Financial Technology di Indonesia

Financial technology/FinTech merupakan hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model

bisnis dari konvensional menjadi moderat, yang awalnya dalam membayar harus bertatap-muka dan membawa sejumlah uang kas, kini dapat melakukan transaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dalam hitungan detik saja [21]. *Fintech* berasal dari istilah *financial technology* atau teknologi finansial. Menurut The National Digital Research Centre (NDRC) Dublin, Irlandia, *fintech* adalah sebuah inovasi dalam layanan keuangan yang merupakan suatu inovasi pada sektor finansial yang mendapat sentuhan teknologi modern. Transaksi keuangan melalui *fintech* ini meliputi pembayaran, investasi, peminjaman uang, transfer, rencana keuangan dan perbandingan produk keuangan.

Industri *financial technology* (*fintech*) merupakan salah satu metode layanan jasa keuangan yang sedang naik daun. Salah satu sektor industri *fintech* yang paling berkembang di Indonesia pada saat ini adalah sektor pembayaran digital. Pemerintah dan masyarakat berharap pembayaran digital ini bisa mendorong jumlah masyarakat yang memiliki akses kepada layanan keuangan. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat sampai dengan 7 Agustus 2019, total jumlah penyelenggara *fintech* terdaftar dan berizin adalah sebanyak 127 perusahaan [22].

Berikut adalah klasifikasi *fintech* menurut Kementerian Keuangan: (1) *Crowdfunding* dan *peer to peer lending* (2) *Market Aggregator*, yaitu mengumpulkan dan mengelola data yang bisa dimanfaatkan konsumen untuk membantu pengambilan keputusan (3) *Risk and Investment* atau manajemen dan penegelolaan risiko investasi dalam *financial technology* yang digunakan sebagai perencanaan dalam bentuk digital.

(4) *Payment, Settlement and Clearing* *Payment, settlement* dan *clearing* yang merupakan sektor *fintech* dengan layanan sistem pembayaran yang diselenggarakan oleh industri perbankan atau lembaga Bank Indonesia [23].

Fintech dengan layanan keuangan seperti *crowd funding*, *mobile payments*, dan jasa transfer uang menyebabkan revolusi dalam bisnis startup, dan atau UMKM. Dengan menggunakan *financial technology* dalam bentuk, *crowd funding*, pelaku bisnis dan UMKM bisa memperoleh dana dari seluruh dunia dengan mudah. *Fintech* juga memungkinkan kegiatan transfer uang secara global atau internasional. Jasa pembayaran seperti *PayPal* secara otomatis bisa mengubah kurs mata uang, sehingga yang berada di Amerika bisa membeli barang dari mana saja [24]. Secara global, industri *Fintech* terus berkembang dengan pesat. Terbukti dari bermunculannya perusahaan startup di bidang ini serta besarnya investasi global di dalamnya.

Metodologi Penelitian

Pendekatan penelitian yang dipilih adalah penelitian kualitatif yang menekankan pada model induksi, yaitu ketika peneliti harus memfokuskan perhatiannya pada data yang ada di lapangan daripada teori yang menyertai suatu penelitian, sehingga akan muncul suatu teori baru seiring dengan fenomena yang terjadi selama penelitian berlangsung. Desain penelitian kualitatif pada penelitian ini menggunakan format deskriptif kualitatif, yang secara umum dilakukan untuk meneliti masalah-masalah yang membutuhkan studi kasus agar diperoleh pemahaman yang mendalam mengenai suatu

fenomena secara kompleks [25]. Objek penelitian ini lebih ditekankan pada UMKM yang berada di wilayah Gresik, dengan alasan bahwa Gresik merupakan salah satu kota industri yang dapat memicu UMKM untuk terus mengembangkan potensinya. Pemilihan UMKM menggunakan pendekatan kuota, dimana peneliti menentukan informan berdasarkan beberapa kriteria yaitu memiliki pengalaman dan pemahaman tentang *fintech* dengan tujuan agar diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang peluang dan tantangan implementasi *fintech* dari dua sudut pandang (sudah dan belum menerapkan *fintech*). Sedangkan para informan berasal dari para pelaku UMKM diberbagai bidang usaha. Secara khusus, informan yang dipilih meliputi UMKM yang telah dan belum menerapkan *fintech* pembayaran digital dalam aktivitas bisnisnya, yang dapat diketahui berdasarkan informasi dari para narasumber. Data akan dikumpulkan melalui metode wawancara mendalam. Metode wawancara mendalam dipergunakan untuk memperoleh informasi yang lebih lengkap dari sudut pandang informan secara langsung, dan para informan dapat mendiskusikan pendapatnya secara bebas. Pada konteks penelitian ini, wawancara akan dilakukan terhadap beberapa UMKM yang telah dipilih sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu UMKM di bidang kuliner, bidang tekstil (*clothing line*, songkok, dll), bidang retail, dengan pertimbangan bahwa ketiga bidang tersebut adalah yang menempati 3 besar jenis usaha yang banyak digeluti oleh UMKM di Kabupaten Gresik, sehingga dianggap cukup mewakili. Selain penentuan metode pengumpulan data, aspek lain yang perlu

dipenuhi adalah keabsahan data melalui proses triangulasi. Setelah memperoleh dan menguji keabsahan data, maka data akan dianalisis berdasarkan analisis data deskriptif-kualitatif, spesifiknya menggunakan metode analisis isi berdasarkan tema-tema yang telah ditentukan oleh peneliti.

2. Hasil dan Pembahasan

Profil Responden Penelitian

Pada penelitian ini, responden yang dipilih adalah para UMKM yang telah menerapkan *fintech* maupun yang belum menerapkan *fintech*, tujuannya adalah untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai peluang dan tantangan dalam penerapan *fintech*, sebagaimana yang telah diungkapkan pada latar belakang penelitian. Adapun beberapa UMKM yang dijadikan sebagai responden penelitian yaitu:

1. Ad, pemilik UMKM Bd, seorang karyawan swasta berusia 28 tahun yang memiliki latar belakang pendidikan S1 Desain Produk. UMKM Bd bergerak pada bidang *clothing line*. Produk yang dihasilkan berupa kaos, ataupun jasa desain. Kaos yang diproduksi merupakan kombinasi antara inovasi desain bertemakan budaya nusantara dan tema-tema kontemporer. Usaha ini didirikan sejak 2016, dan kini telah berkembang ke berbagai wilayah. Usaha Bd dijalankan dengan menjual secara *online* ataupun *offline*, yaitu dengan menciptakan desain tertentu, lalu diaplikasikan pada suatu *prototype* kaos, dan dipasarkan

dengan sistem *pre-order* media sosial seperti instagram, atau menjual produk yang tersedia pada *digital market* seperti shopee

2. Af merupakan seorang dosen di salah satu universitas di Gresik, sekaligus berwirausaha dibidang retail. UMKM NI bergerak pada bidang retail alat-alat teknik di tahun 1965, dan retail perlengkapan bayi di tahun 2017 Usaha yang telah dirintis sejak puluhan tahun yang lalu terus bertumbuh dan berkembang, hingga bisa menghasilkan diferensiasi produk yang awalnya berupa alat-alat teknik, hingga toko retail untuk perlengkapan bayi. Perkembangan lain yang berhasil diwujudkan adalah dengan mengintegrasikan produk yang dijual dengan teknologi seperti pemberian *barcode*
3. Na, pemilik UMKM Sw dibidang kuliner yaitu makanan siap saji. Seorang pengusaha yang memulai usahanya pada tahun 2016 bersama dengan suaminya yang sama-sama berusia 28 tahun. Na dan suami merupakan lulusan Magister Akuntansi dari sebuah Universitas Negeri terkemuka. Produk yang dijual merupakan makan siap saji yang pada beberapa tahun ini sangat diminati yaitu sayap ayam yang disajikan dengan saus. Usahanya berkembang dengan cepat dengan 10 cabang di berbagai kota besar dan kecil di Jawa Timur dalam 4 tahun terakhir dan omset mencapai 10 Millar per tahun pada tahun 2019.
4. My (pemilik UMKM dalam bidang *clothing line*, Mys) merupakan pengusaha yang memulai usahanya dari tahun 2008. Dengan latar Pendidikan manajemen membuat My dapat mengaplikasikan ilmu manajerial dan pemasaran sehingga membuat usahanya terus berkembang. Omset berada diangka lebih dari 100 juta per tahun. Usahanya merupakan usahan berbasis *online* yang melayani pembelian grosir maupun eceran.
5. Dn (pemilik UMKM Mm). Dn merupakan pemilik usaha makanan siap saji yaitu mie ayam yang cukup terkemuka di Kabupaten Gresik. Dn memulai usahanya sejak tahun 1997 dan usahanya terbilang stabil dengan omset berkisar empat sampai dengan 5 juta per bulan. Latar belakang Pendidikan Dn adalah Sekolah Menengah Atas.

Persepsi Peran *Fintech* Pada Peningkatan Potensi UMKM

Berdasarkan hasil wawancara tentang persepsi peran *fintech* oleh beberapa UMKM yang terpilih, para pelaku UMKM memahami *financial technology* sebagai suatu teknologi yang erat kaitannya dengan transaksi keuangan, baik itu transaksi pembayaran ataupun pembelian. Sebagaimana pernyataan yang disampaikan oleh pemilik usaha Bd dan NI sebagai berikut:

“Menurut saya financial technology itu identik dengan transaksi yang berhubungan dengan pembayaran digital” (Ad)

“Fintech adalah suatu alat pembayaran atau instrumen keuangan yang menggunakan bantuan teknologi. Bisa juga diartikan sebagai terobosan dibidang keuangan, dimana sudah ada campuran teknologi didalamnya” (Af)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pada dasarnya tidak semua pelaku usaha memahami sepenuhnya tentang *fintech*. Mereka cenderung memahami *fintech* secara umum, sebagaimana yang telah dipersepsikan oleh masyarakat yaitu suatu alat yang berhubungan dengan transaksi keuangan digital. Padahal apabila ditelusuri lebih jauh, *fintech* memiliki makna yang cukup luas, tidak hanya sebagai suatu teknologi yang berkaitan dengan pembayaran digital, namun *fintech* juga berhubungan dengan pembiayaan, seperti konsep *peer to peer lending*. Persepsi tersebut muncul karena saat ini pemanfaatan *fintech* lebih banyak digunakan untuk pembayaran digital. Bahkan pembayaran digital menjadi suatu fenomena yang sedang ramai dimanfaatkan oleh masyarakat. Walaupun informasi yang diterima tentang *fintech* masih bersifat umum, tetapi setidaknya beberapa kalangan sudah mulai memahami apa yang dimaksud dengan *fintech*, dan hal tersebut dapat menjadi awal yang baik untuk mengoptimalkan peran *fintech* terutama untuk pelaku bisnis.

Eratnya kaitan antara *fintech* dan pembayaran digital dapat pula dijadikan sebagai suatu konsensus mengenai *fintech*, dimana masing-masing UMKM sepakat bahwa *financial technology* memiliki peran yang sangat bermanfaat bagi suatu bisnis, walaupun tidak semua UMKM menggunakan *fintech* dalam aktivitas bisnisnya. Para pelaku

bisnis memandang bahwa *fintech* adalah suatu alternatif pembayaran yang dapat mempermudah transaksi antara penjual dan pembeli. Para penjual dapat memberikan pilihan pembayaran yang lebih banyak sesuai dengan preferensi pelanggan. Para pembeli pun juga lebih leluasa untuk memilih metode pembayaran apabila akan bertransaksi, ditambah lagi ketika calon pembeli diberikan fasilitas-fasilitas pelengkap seperti tidak adanya biaya transaksi antar bank, *cashback*, diskon ketika menggunakan pembayaran digital.

Adapun fakta lain yang perlu untuk dipertimbangkan sebagai peran *fintech* adalah jenis usaha. Di wilayah kota Gresik, sebagian besar pihak yang telah menggunakan *fintech* adalah pelaku bisnis yang bergerak dalam bidang kuliner dan atau eceran. Sementara, untuk bisnis-bisnis selain kuliner hanya sebagian kecil yang sudah mulai menggunakan *fintech*. Para pelaku bisnis, memandang bahwa usaha dibidang kuliner merupakan usaha dengan perputaran yang cepat dan mudah, sehingga pemilik usaha tidak enggan untuk menggunakan *fintech*. Kondisi ini selaras dengan penelitian [26] yang menyebutkan bahwa mayoritas masyarakat di NTB menggunakan pembayaran digital seperti OVO, GoPay untuk bisnis kuliner, karena penawaran menarik seperti diskon, *cash back*. Hal tersebut juga dikonfirmasi oleh Af sebagai berikut:

“Kalau menurut saya, fintech itu memang lebih sering digunakan oleh pengusaha dibidang kuliner, karena perputaran bisnisnya kan cepat. Setiap hari pasti lakunya, jadi pemilik usaha merasa lebih membutuhkan fintech seperti ovo, gopay.

Berbeda dengan jenis bisnis lainnya, yang mungkin tidak setiap hari bisa laku, sehingga kebutuhan untuk menggunakan fintech pun juga belum terlalu mendesak” (Af)

Pendapat tersebut dapat diinterpretasikan bahwa besarnya manfaat *fintech* tidak selalu dapat dioptimalkan oleh setiap pelaku usaha, walaupun mayoritas bersepakat bahwa *fintech* merupakan teknologi yang sangat berguna dan menguntungkan. Kurangnya optimalisasi tersebut dapat disebabkan oleh situasi dan kondisi yang sedang dihadapi oleh pelaku bisnis, serta kebutuhan dan/atau tuntutan dari para pelanggannya. Walaupun demikian, *fintech*, khususnya pada aspek pembayaran digital, layak untuk dipertimbangkan sebagai alternatif metode pembayaran bagi para UMKM. Pertimbangan ini dimaksudkan sebagai salah satu upaya ataupun inovasi dalam memenangkan dan mempertahankan bisnis, sehingga para UMKM akan dapat terus beradaptasi menghadapi persaingan, terlebih di era revolusi industri 4.0

Tantangan dan Peluang Penerapan *Fintech* Pada UMKM

Diantara empat UMKM yang diwawancara, terdapat dua UMKM yang telah menerapkan *fintech* dalam bentuk pembayaran digital seperti OVO, Gopay yaitu UMKM “S” dibidang kuliner, dan UMKM “M” yang bergerak dibidang *fashion*, sementara dua UMKM lainnya yaitu UMKM “B” dan UMKM “N” belum sepenuhnya menggunakan *fintech*, khususnya pada pembayaran digital. Bagi para pelaku UMKM, *fintech* memiliki manfaat yang sangat banyak, namun pemanfaatannya tidak selalu bisa diterapkan pada setiap bisnis. Hal

ini dapat disebabkan karena belum adanya urgensi untuk menggunakan *fintech* oleh para UMKM, sebagaimana informasi yang diberikan oleh Ad, Af

“Saat ini kami belum sepenuhnya menggunakan fintech pembayaran digital seperti ovo, gopay untuk bisnis kami. Pembayaran yang kami gunakan masih berupa pembayaran tunai, transfer antar bank, karena karakteristik pelanggan kami bukanlah generasi yang sangat aware dengan fintech, serta belum ada permintaan dari pelanggan” (Ad)

“Saya belum menggunakan ovo ataupun gopay, karena belum merasa membutuhkannya, dan tipe pelanggan kami bukanlah pelanggan yang tech. Disamping itu, harga jual produk kami juga termasuk dalam nominal yang cukup besar, jadi saya rasa akan kurang efektif kalau pembayarannya dengan ovo atau gopay” (Af)

Keterangan dari kedua narasumber menunjukkan bahwa saat ini implementasi *fintech* belum sepenuhnya dapat berjalan dengan baik, karena adanya beberapa tantangan yang masih harus dihadapi para pelaku bisnis, salah satunya dari sudut pandang pelanggan. Tidak seluruh pelanggan memandang bahwa pembayaran digital merupakan teknologi yang perlu dimanfaatkan, karena tidaklah mudah bagi masyarakat untuk beradaptasi dan beralih dari satu metode ke metode lain walaupun teknologi yang baru memiliki kelebihan tertentu yang dapat mempermudah pelanggan untuk bertransaksi. Rendahnya minat ataupun belum adanya kebutuhan mendesak dari para pelanggan, menjadikan pelaku bisnis juga enggan untuk menggunakan *fintech*.

Disamping itu, nominal transaksi dan faktor privasi juga menjadi pertimbangan para pelaku bisnis untuk belum mengoptimalkan peran *fintech*. Bagi “Af” yang menjual produk dengan harga yang cukup tinggi, masih belum yakin jika menggunakan *fintech*, apalagi pembayaran digital juga memiliki batasan nominal transaksi, dan faktor ini pun dapat dikaitkan dengan faktor privasi, yaitu terkait dengan keamanan *fintech*, seperti keharusan mencantumkan nomor telepon agar dapat bertransaksi dengan pihak lain seperti pada aplikasi OVO.

Selain faktor dari pelanggan, ada pula tantangan lain bagi UMKM yang sudah menggunakan *fintech*, salah satunya adalah “Na” pemilik dari bisnis kuliner “Sw”. “Na” menuturkan bahwa meskipun telah menerapkan OVO dan Gopay, tetapi pernah ada sedikit kendala dari pihak penyedia pembayaran digital, yaitu adanya kesalahan rekapitulasi beban iklan yang ditagihkan kepada “Na”.

“Saya sudah menggunakan OVO dan Gopay, tetapi dulu itu ada masalah, kami harus membayar tagihan hingga Rp 1 Milyar, untuk tambahan biaya iklan. Tapi walaupun begitu, saya tetap pakai, supaya usaha kami tetap muncul di atas (diprioritaskan), di aplikasi gojek atau grab” (Na)

Kendala yang dirasakan oleh “N” pada saat menggunakan *fintech*, dapat dijadikan sebagai suatu informasi yang penting bahwa kemudahan yang ditawarkan oleh aplikasi *fintech*, tidak terlepas dari kelemahan-kelemahan tertentu yang harus tetap diwaspadai. Informasi ini juga dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi bahwa penyedia jasa *fintech* perlu menjaga

kualitasnya, agar kepercayaan para pengguna tetap terjaga, terlebih jika berhubungan dengan uang, kepercayaan adalah modal utama yang harus tetap dipertahankan.

Tantangan penggunaan *fintech* juga bisa berasal dari faktor internal, seperti pelaku UMKM “Dn” yang menyebutkan bahwa pada dasarnya dia sangat ingin menggunakan *fintech*, tetapi kurang memahami bagaimana penggunaannya.

“Sebenarnya saya ingin menggunakan seperti ovo, gopay, tapi kok ya masih belum bisa sampai sekarang. Mungkin perlu ada bantuan informasi atau sosialisasi atau bahkan pendampingan untuk pemilik UMKM seperti saya, maksudnya pelatihan yang tidak sekedar sosialisasi bersama-sama UMKM lainnya, tapi yang benar-benar berupa pendampingan gitu lo sampai bisa”

Penuturan dari “Dn” menunjukkan bahwa selain karena faktor eksternal, ternyata faktor internal juga turut menyumbang kurang optimalnya pemanfaatan *fintech*, yaitu kurangnya pengetahuan mengenai cara mengimplementasikan *fintech* pada bisnisnya, terutama bagi pemilik UMKM yang berusia lanjut, dan tidak mudah beradaptasi dengan perubahan teknologi. Namun, terlepas dari berbagai tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM, baik karena faktor internal ataupun eksternal, para pelaku UMKM tersebut juga berpendapat bahwa peluang-peluang menarik yang ditawarkan oleh *fintech* harus tetap dimanfaatkan dengan optimal, untuk menunjang perkembangan bisnis.

“Tapi tidak menutup kemungkinan jika nantinya kami akan menggunakan fintech seperti OVO, Gopay, karena tidak harus membayar biaya transfer, dan itu

menurut kami sangat berpengaruh untuk usaha kami” (Ad)

“Walaupun saya tidak menggunakan OVO dan Gopay, tetapi saya malah berharap bahwa suatu saat nanti semua transaksi bisa cashless, dan saya merasa beruntung jika kondisinya demikian, karena bisa menimalkan kecurangan, seperti kecurangan yang berpotensi dilakukan oleh karyawan” (Af)

“Selama ini saya sudah pakai ovo gopay, banyak para pelanggan yang menanyakan, karena termasuk mudah, tinggal memasukkan nomor handphone, tanpa harus dikenakan biaya administrasi, dan ternyata cukup berdampak untuk penjualan, tapi sejauh ini cuma saya pakai buat transaksi yang nominalnya tidak besar, jadi tidak terlalu berisiko” (My)

Penjelasan dari beberapa narasumber, menunjukkan bahwa terdapat peluang yang akan membawa dampak positif, seperti memungkinkan UMKM untuk berinovasi dengan menawarkan berbagai produk beserta metode pembayaran, meningkatkan penjualan, skala bisnis yang semakin berkembang, mempertahankan pangsa pasar sebagaimana yang dialami oleh “N”. Para narasumber pada dasarnya sudah mulai menyadari bahwa kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi merupakan modal yang sangat penting agar dapat terus bersaing. Melalui penggunaan *fintech*, bisnis yang awalnya hanya mengandalkan transfer antar bank, dapat menjadi lebih fleksibel dan skala bisnis dapat diperluas, tidak hanya dipasarkan kepada pelanggan tetap tapi pelanggan baru yang mudah tertarik dengan fitur-fitur yang ditawarkan oleh penyedia jasa *fintech*.

Manfaat tersebut tentunya juga akan sangat berdampak terutama bagi pelaku UMKM seperti “Dn” yang belum pernah memanfaatkan teknologi *fintech*, yaitu dapat lebih memperkenalkan usahanya kepada khalayak ramai, sehingga usaha yang pada awalnya hanya dikenal oleh kalangan tertentu, akan dapat dijangkau oleh berbagai macam pelanggan.

Optimalisasi peran *fintech* juga perlu dipertahankan bagi UMKM dengan tipe bisnis yang perputaran modalnya cukup cepat, seperti bisnis kuliner, *fashion*, dimana nominal transaksinya relatif kecil. Kondisi tersebut adalah kondisi yang sangat ideal untuk memaksimalkan peran *fintech*, karena risiko yang ditanggung tidak terlalu besar, dan ada kecenderungan bahwa masyarakat tidak keberatan membayar melalui aplikasi pembayaran digital apabila masih berada pada nominal yang kecil. Walaupun para UMKM dapat merasakan manfaatnya secara langsung, tetapi pelaku UMKM tetap harus memperoleh dukungan dari para instansi berwenang, agar pemanfaatan peluang yang ada dapat dioptimalkan dengan baik. Dukungan dapat dilakukan melalui pendampingan terhadap UMKM, dari awal proses penggunaan *fintech* hingga UMKM dapat menerapkan pada usahanya secara berkelanjutan, serta memfasilitasi dalam hal peningkatan literasi keuangan, agar UMKM dapat lebih memahami perubahan yang terjadi dalam aspek keuangan yang dapat berdampak langsung pada keberlanjutan usahanya.

3. Kesimpulan dan Saran

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara umum para UMKM menganggap bahwa *fintech* khususnya untuk pembayaran digital merupakan suatu teknologi yang bermanfaat bagi pengembangan bisnis, walaupun tidak semua UMKM memahami secara komprehensif mengenai *fintech*. Penggunaan *fintech* juga perlu menyesuaikan dengan jenis usaha yang dijalankan, seperti usaha kuliner yang sangat sesuai untuk menerapkan *fintech*, karena karakteristiknya yang pasti dibutuhkan oleh semua pihak, nominal transaksi yang relatif sedikit. Namun, para pelaku UMKM tetap mempertimbangkan untuk memanfaatkan fungsi *fintech* pada usaha yang sedang dijalankan.

Pertimbangan untuk menggunakan *fintech* bukan tanpa sebab, yaitu ditinjau dari potensi tantangan dan peluang penerapan *fintech*. Beberapa tantangan yang masih harus dihadapi oleh para UMKM yaitu minimnya minat atau belum adanya kebutuhan yang mendesak dari para pelanggan, faktor privasi, keamanan, risiko kesalahan teknis pada aplikasi, serta minimnya pengetahuan mengenai penggunaan *fintech*, terutama bagi pelaku UMKM dengan kemampuan adaptasi teknologi yang masih rendah. Sementara, jika ditinjau dari sudut pandang peluang, ternyata banyak hal yang dapat dimanfaatkan agar pemanfaatan *fintech* menjadi lebih optimal, diantaranya potensi untuk meningkatkan penjualan, mempertahankan dan memperluas pangsa pasar, serta sebagai salah satu upaya untuk memenangkan persaingan di era revolusi industri.

Informasi dari para pelaku UMKM, setidaknya dapat dijadikan sebagai referensi mengenai dinamika implementasi *fintech*, khususnya di wilayah Gresik bahwa saat ini masih banyak yang harus dihadapi oleh pelaku UMKM ketika akan menggunakan *fintech*, dimana dukungan dari pihak lain menjadi sangat penting, seperti peran Dinas Koperasi dan UMKM yang diharapkan dapat memfasilitasi UMKM tidak hanya melalui sosialisasi tetapi juga pendampingan secara berkala. Disamping itu, integrasi peran dari berbagai sektor perlu diperkuat, misalnya Dinas Koperasi dan UMKM bekerja sama dengan institusi pendidikan untuk turut serta memberikan pelatihan dan mendampingi UMKM secara berkala hingga terdapat perkembangan yang cukup signifikan dalam menerapkan *fintech*.

Penelitian ini juga tidak terlepas dari beberapa keterbatasan yaitu sudut pandang dalam implementasi *fintech* lebih ditekankan pada pelaku UMKM, dan tidak semua pihak memahami secara lebih jelas mengenai *fintech* khususnya pada aspek pembayaran digital, sehingga informasi yang diberikan didasarkan pada pengetahuan pelaku UMKM secara umum tentang *fintech*. Disamping itu, agar penelitian tentang *fintech* lebih berkontribusi secara komprehensif, maka penelitian selanjutnya dapat melengkapi dengan menambah jumlah responden dari sektor lain dan membahas dari sudut pandang pelanggan, serta memperdalam analisis berdasarkan informasi dari para instansi terkait, regulator, ataupun institusi lain.

Daftar Pustaka

- [1] P. P. Wiwoho, "Innovation and Fintech Development in Retail Payment System in Indonesia," Jakarta, 2017.
- [2] S. Fitra, "Perbankan dan Fintech Pembayaran, Bukan Lawan tapi Kawan," 2019. [Online]. Available: <https://katadata.co.id/berita/2019/10/07/perbankan-dan-fintech-pembayaran-bukan-lawan-tapi-kawan>. [Accessed: 23-Oct-2019].
- [3] Ernst and Young, "ASEAN Census Fintech 2018," 2018. [Online]. Available: [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-asean-fintech-census-2018/\\$FILE/EY-asean-fintech-census-2018.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-asean-fintech-census-2018/$FILE/EY-asean-fintech-census-2018.pdf). [Accessed: 23-Oct-2019].
- [4] M. Shahrokhi, "E-finance: status, innovations, resources and future challenges," *Manag. Finance*, vol. 34, no. 6, pp. 365–398, May 2008, doi: 10.1108/03074350810872787.
- [5] APJII, "Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2018," 2018. [Online]. Available: <https://apjii.or.id/survei2018s>. [Accessed: 24-Oct-2019].
- [6] N. Pranata, "The Role of Digital Payments Fintech in Accelerating the Development of MSMEs in Indonesia," 2019.
- [7] E. N. Sugiarti, N. Diana, and M. C. Mawardi, "PERAN FINTECH DALAM MENINGKATKAN LITERASI KEUANGAN PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH DI MALANG," vol. 08, no. 04, p. 15, 2019.
- [8] I. Muzdalifa, I. A. Rahma, and B. G. Novalia, "Peran Fintech Dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif Pada UMKM Di Indonesia (Pendekatan Keuangan Syariah)," *J. Masharif Al-Syariah J. Ekon. Dan Perbank. Syariah*, vol. 3, no. 1, Jun. 2018, doi: 10.30651/jms.v3i1.1618.
- [9] Y. Manan, "Sistem Integrasi Proteksi & Manajemen Resiko Platform Fintech peer to peer (P2P) Lending dan Payment Gateway untuk Meningkatkan Akslerasi Pertumbuhan UMKM 3.0," *Ihtifaz J. Islam. Econ. Finance Bank.*, vol. 2, no. 1, p. 73, Jun. 2019, doi: 10.12928/ijiefb.v2i1.847.
- [10] W. A. Kaal, "Dynamic Regulation for Innovation," *SSRN Electron. J.*, 2016, doi: 10.2139/ssrn.2831040.
- [11] I. Anagnostopoulos, "Fintech and regtech: Impact on regulators and banks," *J. Econ. Bus.*, vol. 100, pp. 7–25, Nov. 2018, doi: 10.1016/j.jeconbus.2018.07.003.
- [12] A. Adiseshann, "Digital Payments (e-Payments) are Helping Transform the SME Industry," 2018. [Online]. Available: <https://enterprise-services.siliconindia.com/viewpoint/cx-oinsights/digital-payments-epayments-are-helping-transform-the-sme-industry-nwid-9944.html>. [Accessed: 23-Oct-2019].
- [13] Deloitte, "Digital Payments New opportunities to optimise The Paytech Revolution Series," 2018. [Online]. Available: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/au/Documents/financial-services/deloitte-au-fs-sme-digital-payments-270218.pdf>. [Accessed: 23-Oct-2019].
- [14] Kementerian Koperasi dan UKM, "Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2016-2017," Jakarta, 2018.
- [15] D. Jutla, P. Bodorik, and J. Dhaliwal, "Supporting the e-business readiness of small and medium-sized enterprises: approaches and metrics," *Internet Res.*, vol. 12, no. 2, pp. 139–164, May 2002, doi: 10.1108/10662240210422512.

- [16] K. Jagoda, "The Use of Electronic Commerce by SMEs," *Entrepreneurial Practice Review*, vol. 1, no. 3, pp. 36–47, 2010.
- [17] M. Zerenler and E. Şahin, "The Impact on Electronic Commerce Activities of SMEs: A Study of the Turkish Automotive Supplier Industry," *Acad. J. Interdiscip. Stud.*, Oct. 2013, doi: 10.5901/ajis.2013.v2n9p69.
- [18] V. Chimaobi, "Boosting Small and Medium Enterprises Performance in Nigeria through Mobile Commerce," *Eur. J. Bus. Manag.*, p. 8, 2014.
- [19] A. Scupola, "SMEs' e-commerce adoption: perspectives from Denmark and Australia," *J. Enterp. Inf. Manag.*, vol. 22, no. 1/2, pp. 152–166, Feb. 2009, doi: 10.1108/17410390910932803.
- [20] Republik Indonesia. 2018. Undang-undang Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Jakarta.
- [21] Bank Indonesia. "Laporan Publikasi [online]". Available at: <http://www.bi.go.id> [Accessed 30 Mar 2018]
- [22] OJK. "Berita dan Publikasi OJK [online]. Penyelenggara Fintech Terdaftar dan Berizin di OJK per 7 Agustus 2019". Available at: <http://www.ojk.go.id> [Accessed 24 Mar 2020]
- [23] CNBC Indonesia. "Edukasi Fintech [online]. Ini Dia Empat Jenis Fintech di Indonesia". Available at: <https://www.cnbcindonesia.com/> [Accessed 24 Mar 2020]
- [24] Rizal, Muhammad, Erna Maulina, Nenden Kostini. "Fintech As One Of The Financing Solutions For SMEs". *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan* 89 Vol.3, No. 2, Agustus 2018, DOI : <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v3i2.17836>, hal. 89-100
- [25] Bungin, Burhan. "Metodologi Penelitian Kualitatif.". Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2017
- [26] Pranata, Nika. 2019. *Fintech For Asian SMEs: Asian Development Bank Institute*. Indonesia Institute of Science.