



Peran *Financial Technology* Pada UMKM Kacang Telur Susu Di Desa Rembang Ngadiluwih Kediri: Peningkatan Literasi Keuangan Berbasis *Payment Gateway*

Eni Susilowati

Universitas Nahdlatul Ulama Blitar
Email: enisusilowati1818@gmail.com

Binti Ma'rifah Zulfa

Universitas Nahdlatul Ulama Blitar
Email: marifahzulfab@gmail.com

Wafa Aprilia

Universitas Nahdlatul Ulama Blitar
Email: wafaaprilial10@gmail.com

Dinnii Mafaatihah Asnaa

Universitas Nahdlatul Ulama Blitar
Email: dinniimafaa07@gmail.com

Abstract: Advances in financial technology will greatly affect society in terms of cashless transactions. This change in the way people transact is known as the phenomenon of a cashless society. Although most people still use cash transactions, there are also those who are starting to use cashless. The emergence of this cashless social phenomenon is one of the roles of financial technology. Fintech services are aimed at millennials who often use the internet. Cashless shopping or transactions are becoming popular among millennials. They are used to using electronic devices such as debit cards, credit cards or electronic money. These developments can bring convenience in financial transactions as well as convenience in using smartphones. To avoid these convenience risks, such as fraud, crime and the risk of fraud in fintech, the government must try to maximize non-cash transactions which can then be carried out safely by supporting people's financial literacy. This study aims to understand the role of financial technology in UMKM Peanut Egg Milk in Rembang Village in increasing payment gateway-based financial literacy. Qualitative research method is a research method used with a descriptive approach. This study uses primary data and secondary data in the form of interviews, observation, documentation. The research results obtained are that MSME actors feel facilitated by the role of financial technology because it can provide time efficiency and increase productivity, but many do not understand financial technology.

Keywords: Financial Technology; Financial Literacy; UMKM

Abstrak: Kemajuan teknologi keuangan akan sangat mempengaruhi masyarakat dalam hal transaksi tanpa uang tunai. Perubahan cara masyarakat bertransaksi ini dikenal sebagai fenomena cashless society. Meski sebagian besar masyarakat masih menggunakan transaksi tunai, namun ada juga yang mulai menggunakan cashless. Munculnya fenomena cashless social ini merupakan salah satu peran financial technology. Layanan fintech ditujukan untuk kaum milenial yang

memang sering menggunakan internet. Berbelanja atau bertransaksi tanpa uang tunai menjadi hal yang populer di kalangan milenial. Mereka terbiasa menggunakan perangkat elektronik seperti kartu debit, kartu kredit atau uang elektronik. Perkembangan tersebut dapat membawa kemudahan dalam transaksi keuangan serta kemudahan dalam menggunakan smartphone. Untuk menghindari risiko kemudahan tersebut, seperti penipuan, kejahatan, dan risiko penipuan di fintech, pemerintah harus berupaya memaksimalkan transaksi nontunai yang kemudian dapat dilakukan secara aman dengan mendukung literasi keuangan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk memahami peran financial technology pada UMKM Kacang Telur Susu di Desa Rembang dalam peningkatan literasi keuangan berbasis payment gateway. Metode Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan dengan jenis pendekatan deskriptif. Penelitian ini menggunakan data primer serta data sekunder yang berupa wawancara, observasi, dokumentasi. Hasil penelitian yang diperoleh adalah pelaku UMKM merasa dimudahkan dengan peran financial technology dikarenakan dapat memberikan efisiensi waktu dan meningkatkan produktivitas, akan tetapi banyak yang belum paham tentang financial technology.

Kata Kunci: *Financial Technology*; Literasi Keuangan; UMKM

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini bukan lagi sesuatu yang dianggap asing bagi masyarakat Indonesia. Perkembangan teknologi yang dialami pada masa ini mengalami evolusi yang sangat pesat yang membuat akses informasi dan pengelolaan sumber daya menjadi mudah, efisien dan efektif. Perkembangan teknologi dalam penggunaan internet merupakan salah satu hal yang paling diminati oleh sebagian besar masyarakat.

Pesatnya pertumbuhan internet menyebabkan munculnya inovasi-inovasi yang memenuhi kebutuhan masyarakat, khususnya di bidang *financial technology*, baik dalam mengakses layanan keuangan maupun dalam melakukan transaksi. Perkembangan internet menciptakan jaringan untuk usaha mikro, kecil dan menengah, secara tidak langsung menjadi pondasi dalam perekonomian.¹

Kemajuan teknologi keuangan akan sangat mempengaruhi masyarakat dalam hal transaksi tanpa uang tunai. Perubahan cara masyarakat bertransaksi ini dikenal sebagai fenomena *cashless society*. Meski sebagian besar masyarakat masih menggunakan transaksi tunai, namun ada juga yang mulai menggunakan *cashless*. Munculnya fenomena *cashless social* ini merupakan salah satu peran *financial technology*.²

¹ Berly Martawardaya, "Teknologi Disruptif dan Peluangnya," *Medcom. Id*, 2016.

² S Astarina, "Keuntungan Menjadi Cashless Society, Sudah Merasakannya? KoinWorks" (Diambil dari [https://koinworks.com/blog/keuntunganmenjadi-cashless-society ...](https://koinworks.com/blog/keuntunganmenjadi-cashless-society-...), 3M).

Layanan fintech ditujukan untuk kaum milenial yang memang sering menggunakan internet. Berbelanja atau bertransaksi tanpa uang tunai menjadi hal yang populer di kalangan milenial. Mereka terbiasa menggunakan perangkat elektronik seperti kartu debit, kartu kredit atau uang elektronik. Perkembangan tersebut dapat membawa kemudahan dalam transaksi keuangan serta kemudahan dalam menggunakan smartphone. Untuk menghindari risiko kemudahan tersebut, seperti penipuan, kejahatan, dan risiko penipuan di fintech, pemerintah harus berupaya memaksimalkan transaksi nontunai yang kemudian dapat dilakukan secara aman dengan mendukung literasi keuangan masyarakat.³

Secara umum, layanan fintech yang berkembang di Indonesia terbagi menjadi *payment channel/system*, *digital banking*, *online/digital insurance*, *peer-to-peer (P2P) lending*, dan *crowdfunding*. Indonesia merupakan salah satu negara di dunia dengan jumlah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang sangat banyak. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2020 terdapat sebanyak 61,8 juta unit usaha kecil di Indonesia. UMKM menjadi salah satu sumber penyerapan tenaga kerja terbesar di Indonesia, dengan menyerap sekitar 99,9 persen tenaga kerja di Indonesia. Selain itu, UMKM juga berperan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat luas, serta meningkatkan perekonomian nasional.⁴

Perkembangan UMKM di Indonesia terus meningkat dari segi kualitasnya, hal ini dikarenakan dukungan kuat dari pemerintah dalam pengembangan yang dilakukan kepada para pegiat usaha UMKM, yang mana hal tersebut sangat penting dalam mengantisipasi kondisi perekonomian ke depan serta menjaga dan memperkuat struktur perekonomian nasional.

Dengan adanya revolusi digital 4.0, membuat banyak perubahan kepada UMKM dimana adanya pergeseran gaya belanja konsumen dari offline ke online.

³ Irwan Rinaldi, "Pojok Literasi 'Financial Technology Ramah Bagi Millennial' Edukasi Generasi Millennial Cara Bertransaksi Aman di Era Digital Konten ini telah tayang di Kompasiana.com dengan judul "Pojok Literasi 'Financial Technology Ramah Bagi Millennial' Edukasi Generasi," Kompas, 2019, https://www.kompasiana.com/agus_oloan/5c95dc8f3ba7f74b9d698b85/pojok-literasi-financial-technology-ramah-bagi-millennial-edukasi-generasi-millennial-cara-bertransaksi-aman-di-era-digital.

⁴ Ayu Putu Yulia Kusuma Wardani dan Nyoman Ari Surya Darmawan, "Peran Financial Technology pada UMKM: Peningkatan Literasi Keuangan Berbasis Payment Gateway," *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika* 10, no. 2 (2020): 170–75.

Oleh sebab itu, sangat penting bagi calon UMKM atau wirausaha skala UMKM memiliki wawasan yang cukup terkait hal tersebut.

Layanan fintech seperti menggunakan saluran pembayaran atau payment channel juga sering digunakan pelaku UMKM di desa Rembang yang menyediakan *e-service* sebagai alat pembayaran, sistem tersebut juga memberikan kemudahan otomatis bagi pelaku usaha kecil menengah untuk mengontrol operasional bisnis dan pembayaran yang sedang berjalan. Pelaku UMKM juga menggunakan layanan perbankan seperti ATM, *internet banking* dan *mobile banking* untuk mendukung kegiatan tersebut. Hal tersebut memberikan kemudahan bagi pemilik usaha dengan menggunakan kemajuan teknologi saat ini dalam menerima atau mentransfer uang. Semakin berkembangnya pembayaran digital dan penggunaan uang elektronik saat ini membuat UMKM harus beradaptasi dengan kemajuani teknologi. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul “Peran Financial Technology Pada UMKM Kacang Telur Susu Di Desa Rembang Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri: Peningkatan Literasi Keuangan Berbasis *Payment Gateway*”, guna mengetahui peran financial technology pada UMKM kacang telur susu dalam meningkatkan literasi keuangan berbasis payment gateway di desa Rembang”

KAJIAN PUSTAKA

Konsep UMKM

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pada dasarnya, UMKM adalah arti usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga.⁵ Indonesia sebagai negara berkembang menjadikan UMKM sebagai pondasi utama sektor perekonomian masyarakat, hal ini dilakukan untuk mendorong kemampuan kemandirian dalam berkembang pada masyarakat khususnya dalam sektor ekonomi.

Definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa Usaha

⁵ Steffani Dina, “Pemerintah Mau 8 Juta UMKM Pakai Layanan Pembayaran Digital pada 2020,” [kominfo.go.id](https://www.kominfo.go.id/content/detail/12092/pemerintah-mau-8-juta-umkm-pakai-layanan-pembayaran-digital-pada-2020/o/sorotan_media), 2020, https://www.kominfo.go.id/content/detail/12092/pemerintah-mau-8-juta-umkm-pakai-layanan-pembayaran-digital-pada-2020/o/sorotan_media.

mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut.⁶ Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang buka merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut adalah sebagai berikut:⁷

- a) Beberapa keunggulan UKM terhadap usaha besar antara lain adalah sebagai berikut. Inovasi dalam teknologi yang telah dengan mudah terjadi dalam pengembangan produk.
- b) Hubungan kemanusiaan yang akrab di dalam perusahaan kecil.
- c) Kemampuan menciptakan kesempatan kerja cukup banyak atau penyerapannya terhadap tenaga kerja.
- d) Fleksibilitas dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat dibanding dengan perusahaan besar yang pada umumnya birokrasi.
- e) Terdapatnya dinamisme manajerial dan peran kewirausahaan

Kriteria UMKM

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 UMKM memiliki kriteria sebagai berikut:⁸

- a. Usaha Mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria yakni:
 - 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha,
 - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000 (tiga

⁶ Abdul Atsar dan Aryo Fadlian, "Sosialisasi Kegiatan Penyuluhan UMKMMewujudkan Perekonomian Masyarakat Yang Mempunyai Potensi Dan Peran Strategis Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008," *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 5, no. 5 (2021): 1202–10.

⁷ Feni Dwi Anggraeni, "Pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) melalui fasilitasi pihak eksternal dan potensi internal (Studi kasus pada kelompok usaha "Emping Jagung" di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang)" (Brawijaya University, 2013).

⁸ Rosyda, "Pengertian UMKM: Kriteria, Aturan, Peran dan Contoh," *gramedia*, 2023, <https://www.gramedia.com/literasi/umkm/>.

- ratus juta rupiah)
- b. Usaha Kecil, yaitu 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 dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria yakni:
- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- c. Usaha Menengah, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria:
- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta`rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah)

Cara Mengembangkan UMKM

Perkembangan UMKM perlu di laksanakan dengan Langkah dan strategi yang harus di laksanakan antara lain adalah:⁹

- a. Meningkatkan kualitas dalam pelayanan

⁹ Supriyanto Supriyanto, "Pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) sebagai salah satu upaya penanggulangan kemiskinan," *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan* 3, no. 1 (2006): 17247.

Meningkatkan kualitas pelayanan adalah salah satu cara ampuh untuk mengembangkan UMKM. Cara tersebut akan membuat konsumen menjadi tertarik bahkan nyaman untuk memakai jasa atau produk yang dijual.

Ketika menerima suatu saran bahkan kritik, jangan menganggap itu adalah suatu kegagalan. Justru saran dan kritik tersebut akan membantu untuk mengembangkan lagi kualitas pelayanan atau produk yang dijual. Jangan ragu untuk bertanya mengenai kepuasan pelanggan, jika memungkinkan bahkan bisa belajar dari kompetitor bisnis.

b. Mulai beralih ke media sosial untuk melakukan promosi produk

Media sosial sudah menjadi bagian dari hari-hari seseorang. Bahkan sebagian besar orang lebih sering menggunakan media sosial daripada berinteraksi langsung dengan orang lain. Maka dari itu, media sosial menjadi wadah yang sangat tepat untuk melakukan promosi produk yang dijadikan usaha.

Melalui media sosial, promosi yang dilakukan akan cepat sampai dari satu orang ke orang lain. Bahkan bisa menjangkau seluruh negeri, ini sangat menguntungkan bagi orang yang menjalankan UMKM. Semakin sering melakukan promosi, maka semakin banyak orang yang melihat.

c. Sering melakukan survei atau analisis terhadap perkembangan produk

Jangan lupa untuk melakukan survey dan analisis perkembangan produk yang anda jadikan usaha. Mulailah dengan mereview produk-produk yang sudah anda tawarkan atau jual kepada pelanggan. Terus kenali lebih jauh mengenai produknya, telusuri bisa ada kekurangan yang perlu diperbaiki untuk proses produksi selanjutnya.

Selain itu, perlu juga adanya pengembangan dari produk-produk yang dibuat. Tidak bisa dipungkiri bahwa saat ini apa yang sedang terkenal yang akan lebih diminati, jadi jangan sampai tertinggal dalam mengembangkan produk. Lakukan juga analisis produk di pasaran, juga pada kompetitor. Tidak masalah untuk melihat peluang dari perkembangannya, dengan begitu menjadikan produk yang anda jual lebih baik lagi.

d. Mengikuti acara-acara bazar atau pekan raya untuk mengenalkan produk

Acara-acara besar seperti bazar adalah tempat yang sangat cocok bagi seorang UMKM yang ingin langsung menjelaskan apa yang dijual kepada masyarakat. Melalui acara seperti ini, maka akan memungkinkan menjelaskan lebih detail terkait produk. Selain itu juga bisa dengan leluasa menjawab pertanyaan-pertanyaan pelanggan yang tertarik dari produk tersebut.

Mengikuti acara seperti bazar akan sangat menguntungkan bagi pelaku UMKM, anda juga bisa melihat langsung bagaimana reaksi pelanggan tentang produk yang ditawarkan. Dapat melihat seperti apa produk mana yang lebih diminati pelanggan. Tidak hanya memperkenalkan produk secara langsung, tetapi dapat melihat pangsa pasarnya juga.

e. Menjual produk dengan menggunakan *platform e-commerce*

Mulai menggunakan *platform e-commerce* adalah salah satu Langkah yang tepat untuk mengembangkan usaha. Saat ini, berbagai macam produk sudah dijual dalam *e-commerce*. Menggunakan *e-commerce* membantu para pegiat umkm dalam mempercepat perkembangan perekonomian usaha mereka.

E-commerce memberikan keuntungan agar memperluas wilayah pasar dari produk yang dihasilkan dari sebuah umkm. Selain itu, promosi yang dilakukan dalam meraih konsumen juga lebih mudah dan efisien tanpa harus tatap muka dengan target pasar dari usaha yang dikembangkan.

f. Mencoba menggunakan uang atau pembayaran secara elektronik

Tidak hanya cara penjualan yang sudah berbasis internet, tetapi pembayaran pun juga bisa dilakukan melalui uang elektronik. Banyak orang beralih ke uang elektronik karena dirasa lebih praktis dan sering kali mendapat banyak potongan.

Cobalah untuk mulai menggunakan uang elektronik dalam urusan pembayaran kepada konsumen. Hal itu akan lebih menarik minat konsumen dalam berbelanja, apalagi jika ditambah mendapatkan promo berupa potongan-potongan dengan syarat dan ketentuan khusus.

g. Membangun hubungan baik dan memperluas relasi

Cara lain yang tidak kalah penting yaitu membangun hubungan baik serta memperluas relasi. Selain berhubungan baik dengan pelanggan, cobalah

untuk membangun relasi dengan mitra-mitra yang bisa membantu usaha UMKM yang sedang dijalankan.

Khususnya bagi UMKM yang ingin melebarkan sayapnya dengan menambah kemitraan baru. Meskipun memperluas relasi adalah hal yang penting, tetapi perlu juga diingat untuk menemukan yang tepat. Jangan sampai bekerja sama dengan orang yang salah dan membahayakan usaha yang sudah dibangun.

h. Mengikuti perkembangan trend

Untuk memikat pelanggan, produk-produk perlu terus dikembangkan menjadi lebih baik dan lebih baru. Jika produk-produk yang ditawarkan kepada pelanggan adalah produk yang sedang terkenal dan banyak diminati, maka peluang pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan akan semakin besar.

Klasifikasi UMKM

Dalam perspektif perkembangannya, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar. Selain itu kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai macam goncangan krisis ekonomi. Maka sudah menjadi keharusan penguatan kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang melibatkan banyak kelompok.¹⁰ Berikut ini adalah klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM):¹¹

- 1) *Livelihood Activities*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum biasa disebut sektor informal. Contohnya pedagang kaki lima.
- 2) *Micro Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- 3) *Small Dynamic Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor

¹⁰ Erni Rouza, "Identifikasi dan Klasifikasi UMKM di Kabupaten Rokan Hulu Menggunakan Metode K-Means," *RJOCS (Riau Journal of Computer Science)* 7, no. 1 (2021): 32–40.

¹¹ Yasmeen Al Balushi, Stuart Locke, dan Zakaria Boulanouar, "Islamic financial decision-making among SMEs in the Sultanate of Oman: An adaption of the theory of planned behaviour," *Journal of Behavioral and Experimental Finance* 20 (2018): 30–38.

- 4) *Fast Moving Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar (UB)

Literasi Keuangan

Menurut Gillen & Loeffler, Literasi keuangan adalah siswa yang memiliki pengetahuan dan pemahaman tentang dasar lembaga keuangan dan program bersama klien, dan para pekerja sosial lainnya dalam sebuah kegiatan. Sedangkan menurut Norman menyatakan bahwa literasi keuangan adalah berkaitan dengan pengetahuan atau sebuah pemahaman pada pentingnya uang dan kegunaan uang dalam menjawab sebuah pertanyaan mengapa perlunya pengaturan dalam pengeluaran. Berdasarkan beberapa definisi tersebut mengungkapkan bahwa literasi keuangan beritan dengan kemampuan memahami keuangan yang dimiliki dalam rangka pengambilan keputusan pengeluaran.¹²

Pemahaman akan produk dan jasa lembaga keuangan akan memudahkan dalam mengelola keuangan yang ada. Beberapa prinsip seperti kemudahan, keamanan, jaminan dan keuntungan akan didapatkan jika memiliki konsep literasi keuangan yang cukup. Kesulitan dalam pengetahuan tentang penggunaan produk uang di era saat ini akan mengakibatkan seseorang tidak berkembang.

Perubahan yang dinamis menyebabkan seseorang mau tidak mau harus mengikutinya. Segala aspek yang ada memaksakan khususnya mahasiswa dalam menggunakan fasilitas yang ada. Pendidikan saat ini juga sudah menggunakan fasilitas produk keuangan yaitu pembayaran uang kuliah dan pembangunan melalui rekening tertentu yang sudah di atasnamakan kampus yang bersangkutan. Segala pembayaran denda dan pembayaran dilakuakn secara online. Perkembangan informasi yang luas akan keuangan akan menyebar secara cepat dan efisien. Produk-produk jasa keuangan akan bermanfaat secara optimal apalagi dapat digunakan dalam budaya menabung. Literasi keuangan yang cukup mendorong mahasiswa memanfaatkan produk inklusi keuangan yang ada.¹³

¹² Lelahester Rina, "Upaya Peningkatan Literasi Keuangan Melalui Pendidikan Keuangan Dalam Menciptakan Perilaku Menabung di Kalangan Mahasiswa," in *Prosiding Seminar Pendidikan Ekonomi dan Bisnis*, vol. 3, 2017.

¹³ Rina.

Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengambilan Keputusan

Literasi keuangan yang baik akan menentukan kemudahan yang dirasakan oleh mahasiswa khususnya dalam kegiatan akademik. Menurut Sirine dan Utami, Literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku menabung. Literasi keuangan mahasiswa tercermin pada pemahamannya atas pengelolaan investasi dan hutang. Berbagai aktivitas selain menabung ialah tidak lain tentang keberanian untuk hutang. Semakin tinggi pemahaman akan keuangan dan ekspektasi yang dihasilkan dari adanya investasi maka semakin percaya diri untuk melakukan hutang.¹⁴ Hal ini mengindikasikan bahwa banyaknya informasi maka keberanian menanggung risiko juga akan tinggi. Ia dapat memprediksikan beberapa kondisi yang akan terjadi bahkan resiko yang akan dihadapinya. Pengambilan keputusan untuk hutang akan tetap dilakuakn kaitannya dengan investasi yang dilakukan. Kepercayaan diri akan muncul dalam diri mahasiswa tersebut. Hal ini tentu akan berbeda jika mahasiswa yang tidak memiliki literasi keuangan yang cukup sehingga berdampak dengan keputusan mereka yang sedikit takut.

Financial Technology (Fintech)

Fintech adalah perusahaan yang melakukan inovasi di bidang jasa keuangan dengan sentuhan teknologi yang modern. Awalnya, pemanfaatan teknologi dalam fintech hanya difokuskan untuk sistem back-end perusahaan keuangan saja. Namun seiring berjalannya waktu, saat ini kebanyakan perusahaan fintech memanfaatkan teknologi untuk memenuhi kepuasan serta memecahkan berbagai masalah pelanggan.¹⁵ Hingga saat ini, banyak fintech yang menawarkan kepraktisan dan kemudahan dalam aktivitas keuangan. Mereka berlomba-lomba menciptakan solusi dalam perbaikan sistem keuangan tradisional yang terkenal ribet dan boros waktu.

Dulu, apabila ingin bertransaksi dan membayar, kedua belah pihak harus bertemu dengan membawa sejumlah uang tunai, dengan adanya fintech, pembayaran ini bisa dilakukan di jarak yang sangat jauh dan durasi waktu yang

¹⁴ Heri Yanto et al., "KELANGSUNGAN BISNIS UMKM DI TENGAH PENDEMI COVID 19," *Inovasi Ekonomi*, no. 1 (2022): 73–94.

¹⁵ Miswan Ansori, "Perkembangan dan dampak financial technology (fintech) terhadap industri keuangan syariah di Jawa Tengah," *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman* 5, no. 1 (2019): 31–45.

sangat singkat. Selain itu, istilah fintech biasanya merujuk pada startup, perusahaan teknologi, dan lain-lain.

Payment Gateway

Payment gateway adalah sebuah media transaksi yang disediakan oleh layanan aplikasi *e-commerce*. Bisa memberi otorisasi pemrosesan kartu kredit, ataupun pembayaran langsung bagi pelanggan dalam aktivitas bisnis online. Indonesia *payment gateway* pengertian ini bisa mempermudah para pebisnis sekaligus pelanggan dalam bertransaksi.¹⁶ Ada banyak manfaat yang bisa didapat dengan menggunakan payment gateway. Baik itu manfaat bagi para pebisnis, ataupun manfaat bagi para pelanggan. Berikut beberapa manfaat penggunaan payment gateway untuk kedua belah pihak:¹⁷

1. Pelaku bisnis tidak perlu membuat banyak rekening

Kemudahan pertama yang didapat dengan adanya sistem pembayaran online adalah pelaku bisnis tidak perlu menyediakan semua rekening dari seluruh bank di Indonesia. *Payment gateway* membuat Anda secara otomatis terjaring dengan bank-bank di Indonesia hanya dalam 1 kali integrasi.

2. Mudahnya rekap pembayaran dan pembelian

Salah satu kegiatan yang memusingkan bagi para pebisnis adalah merekap pembayaran dan penjualan. Salah melakukan perhitungan, hasil rekap Anda akan berantakan. Bahkan tak jarang harus mengulang rekap dari awal. Dengan *payment gateway* ini, Anda tidak perlu merekap karena adanya laporan keuangan harian yang dikirim otomatis dan statistik penjualan yang dapat diakses real-time.

3. Jangkauannya lebih luas

Mengandalkan sistem pembayaran atau pembelian manual, jangkauan bisnis Anda cukup terbatas. Berbeda dengan *payment gateway* Indonesia, akan memperluas jangkauan bisnis Anda hingga ke mancanegara. Pelanggan Anda

¹⁶ Evita Effendy, Zulkilfi Zulkilfi, dan Derriawan Derriawan, "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PAYMENT GATEWAY UNTUK PELANGGAN PT MORA TELEMATIKA INDONESIA (MORATELINDO)," *EKOBISMAN: JURNAL EKONOMI BISNIS MANAJEMEN* 7, no. 1 (2022): 59–76.

¹⁷ Yuni Sulistyowati dan Dwi Rahmat Islami, "Aplikasi Penjualan Pulsa Online Menggunakan Payment Gateway," *Jurnal Teknologi Informasi dan Multimedia Polinema* 8, no. 1 (2016).

nantinya bisa membeli barang dagangan Anda meski keberadaannya tidak di Indonesia. Tentu hal ini akan membuat bisnis Anda jadi lebih berkembang. Nilai produk Anda juga akan mengalami peningkatan karena telah berhasil menembus pasar asing.

4. Keamanan transaksi sangat terjamin

Terkadang hingga saat ini masih banyak orang yang enggan belanja online karena dirasa tidak aman. Hal ini tak lepas dari masih adanya kasus penipuan dalam transaksi jual beli online yang mengakibatkan konsumen jadi rugi.

Hadirnya payment gateway dapat membangung “trust” atas reputasi bisnis online Anda di mata pelanggan. Keamanan payment gateway Indonesia ini sudah pasti terjamin karena diawasi dan memperoleh lisensi dari lembaga keuangan di Indonesia serta sertifikasi keamanan berstandar Internasional.

5. Transaksi tidak terbatas

Layanan payment gateway Indonesia ini dapat digunakan untuk transaksi dalam jumlah besar. Di waktu yang sama, Anda bisa melakukan puluhan, ratusan, hingga ribuan transaksi online yang diminta oleh para pelanggan.

Berikut ini sistem keamanan yang harus dimiliki dalam sebuah *payment gateway*:

- a) *Address Verification System*. Sistem ini akan memberikan rincian tagihan pelanggan, lalu diperiksa dan disesuaikan dengan alamat kartu yang terdaftar.
- b) *Card Security Code*. Pelanggan akan diminta memasukkan tiga digit angka pada bagian belakang kartu kredit atau debit jika ingin melakukan transaksi.
- c) *3D Secure Password*. Pengguna akan selalu menggunakan kata sandi ketika transaksi online dijalankan.

Jenis-Jenis *Payment Gateway*

Payment gateway memiliki beragam jenis tersendiri yang digunakan dalam website e-commerce. Menurut Go Cardless, jenis-jenis payment gateway adalah sebagai berikut:¹⁸

a. *Hosted payment gateway*

¹⁸ Dewi Sartika Nasution, Muhammad Muhajir Aminy, dan Lalu Ahmad Ramadani, *Ekonomi Digital* (Sanabil, 2019).

Jenis payment gateway ini akan mengalihkan konsumen dari halaman checkout suatu website e-commerce. Misalkan, ketika konsumen mengklik tombol “beli”, ia akan diarahkan ke halaman milik penyedia layanan pembayaran. Di sana, konsumen akan mengisi detail pembayaran sebelum dialihkan kembali ke halaman website e-commerce untuk memenuhi pembeliannya.

b. Self-hosted payment gateway

Dalam self-hosted payment gateway, konsumen akan mengisi detail pembayaran di website e-commerce secara langsung, detail pembayaran tersebut kemudian akan dienkripsi dan dikirimkan ke pihak ketiga penyedia jasa layanan pembayaran untuk diverifikasi dan otorisasi.

c. API-hosted payment gateway

Jenis payment gateway lainnya adalah API-hosted. Seperti self-hosted, konsumen akan mengisi detail pembayaran di website e-commerce secara langsung, sehingga, pihak website e-commerce memiliki kontrol penuh dalam mengarahkan proses pembelian konsumen dan bertanggung jawab terhadap keamanan datanya.

d. Local bank integration gateway

Jenis payment gateway ini mengarahkan konsumen ke website penjual di mana semua data seputar pembayaran serta kontak informasi dimasukkan dan dipertukarkan. Kemudian, konsumen diarahkan kembali ke website penjual setelah seluruh pembayaran diselesaikan bersama pemberitahuannya.

Berikut adalah proses payment gateway atau cara kerjanya sehingga transaksi bisa berlangsung cepat dan aman:¹⁹

1. Konsumen *e-commerce* melakukan transaksi di sebuah situs dengan memberikan informasi sesuai dengan metode pembayaran yang digunakan, apakah melalui e-wallet, kartu kredit, atau lainnya.
2. *Payment gateway* akan melanjutkan informasi itu ke payment processor bank yang dimiliki *e-commerce* tersebut.
3. Payment processor melanjutkan lagi informasinya ke asosiasi penerbit kartu yang dipakai seperti *Mastercard* dan *Visa*.
4. Bank terkait akan mendapat permintaan tersebut dan meresponsnya ke

¹⁹ Yudha Prasetyo, “Implementasi Layanan Payment Gateway Pada Sistem Informasi Transaksi Pembayaran” (University of Technology Yogyakarta, 2020).

processor dengan menggunakan kode khusus sekaligus memberikan konfirmasi apakah transaksi itu dinyatakan berhasil atau gagal.

5. Payment processor akan mengirim pesan tersebut ke *payment gateway* yang kemudian dilanjutkan kembali ke situs *e-commerce* dan konsumen hingga transaksi bisa dinyatakan berhasil.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yang merupakan metode yang digunakan dalam penelitian, metode ini dipilih karena metode ini dilakukan saat meneliti suatu objek alamiah dengan upaya mendeskripsikan, mencatat, menganalisis dan menginterpretasikan kondisi-kondisi yang terjadi saat ini.²⁰ Pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif dipilih karena penelitian ini berfokus pada dampak penerapan teknologi keuangan oleh UMKM terhadap peningkatan literasi keuangan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dua sumber data yaitu data primer berupa data observasi dan wawancara yang dapat diperoleh langsung dari lapangan melalui sumber informan dalam penelitian ini. Data sekunder digunakan dari berbagai artikel terkait dengan topik yang sama dan sumber lain seperti buku terkait dan internet.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data kualitatif yang digunakan adalah mengumpulkan data melalui wawancara, observasi dan studi dokumentasi kemudian mereduksi data dan menyajikan data serta menarik kesimpulan. Pengujian keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan untuk menguji penelitian dilakukan untuk menguji data ilmiah yang diperoleh dalam penelitian ini. Cara atau metode yang digunakan untuk memperoleh keabsahan data adalah triangulasi. Berbagai cara pengujian data dari sumber yang berbeda untuk menunjukkan kredibilitas diartikan sebagai triangulasi sumber dan teknik yang digunakan dalam penelitian ini untuk menunjukkan validitas data.²¹

²⁰ Mardalis Drs, "Metode Penelitian (suatu pendekatan proposal)," *Bumi Aksara, Jakarta*, 2006.

²¹ Sugiono Sugiono, "Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r & d," *Bandung: Alfabeta*, 2016.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Seiring berkembangnya teknologi yang semakin pesat mengakibatkan cashless society telah menjadi kebiasaan di masyarakat dan hampir sebagian besar masyarakat membawa e-wallet dalam gadget yang menjadikan pelaku UMKM juga harus beradaptasi dengan menerapkan fintech pada usaha sehingga pelaku UMKM tidak tertinggal. Fintech dapat menjadi solusi bagi UMKM untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi karena jika implementasi fintech berjalan dengan baik maka dapat memungkinkan kemudahan transaksi dalam proses bisnis. Kemudahan tersebut dianggap sebagai percepatan dari bisnis yang di jalankan pelaku UMKM.

Untuk meningkatkan literasi keuangan peserta UMKM, pemerintah mendukung hal tersebut dengan memberikan pendampingan pelatihan digital yang bertujuan agar pelaku UMKM memiliki keterampilan digital yang berdampak pada kemampuan literasi finansial mereka. Direktur Ekonomi Digital Ditjen Aptika, I Nyoman Adhiarna, pada siaran pers Selasa (20/06/2021) menyebutkan Kementerian Informasi dan Komunikasi menyediakan *base camp* atau pusat pelatihan di daerah-daerah tertentu. "Jadi kami mendorong para pelaku UMKM untuk memanfaatkan teknologi digital melalui pendampingan dan fasilitasi. Mereka bisa langsung memantau penjualan di berbagai *marketplace* yang sekaligus sebagai aplikasi transaksi atau *point of sale* (PoS)," jelasnya.²² Hal ini sesuai dengan pemaparan Ibu Titin, sebagai pelaku UMKM kacang telur susu sebagai berikut.

"Kami para pelaku UMKM diberi bimbingan betapa mudahnya menggunakan *fintech* dalam usaha yang kami jalankan dan dijelaskan betapa pentingnya bagi kami para pelaku UMKM untuk menggunakan *Fintech*."

Manfaat penggunaan *fintech* yang dirasakan pelaku UMKM adalah menguntungkan bagi pelaku usaha UMKM maupun pelanggan yang diuntungkan dengan kemudahan pembayaran. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Ibu Titin, beliau menjelaskan bahwa. "Bagi saya, menggunakan *fintech* tidak rumit karena uang langsung masuk ke rekening BCA."

Sebenarnya *fintech* sangat memudahkan di era digital seperti ini, namun banyak orang awam atau orang tua yang tidak mengetahui teknologi ini. Hal ini juga

²² Dina, "Pemerintah Mau 8 Juta UMKM Pakai Layanan Pembayaran Digital pada 2020."

sesuai dengan pendapat Ibu Titin: “Keuangan digital itu mudah, tapi di sekitar kita masih banyak yang belum menggunakan QRIS atau *fintech*, sehingga sulit untuk menerapkan hal tersebut secara maksimal.”

Gambar 1
Produk Kacang Telur Susu



Di lingkungan desa Rembang *fintech* belum dapat dilakukan secara maksimal karena sebagian orang tidak tahu betapa pentingnya *fintech* dan bagi mereka menggunakan *fintech* itu menyulitkan karena harus *top up* terlebih dahulu. Hal ini sesuai dengan penjelasan Ibu Titin: “Masih banyak masyarakat di lingkungan Rémbang yang belum menggunakan *fintech*, sehingga saya juga menjual produkpun ada sebagian produk dititpkan di toko dan itupun membayar dengan uang tunai.”

Gambar 2
Katalog Produk UMKM Kacang Telur Susu



Dari hasil wawancara, bahwa sebenarnya penggunaan *fintech* dalam bertransaksi sangat membantu dan memudahkan apalagi bagi pelaku UMKM. Akan tetapi, di lingkungan Rembang banyak yang belum tahu tentang *fintech* maupun QRIS yang merupakan satu QR Code untuk semua model pembayaran yang merupakan standar QRIS QR Code dari Bank Indonesia. Maka, QRIS bisa digunakan di semua *merchant* yang kerjasama dengan PJSP seperti Link Aja, Gopay, OVO, DANA, ShopeePay dan lainnya. Sangat memudahkan Anda dalam membangun software/aplikasi karena di bagian pembayaran tak perlu bingung lagi untuk menggunakan E-Wallet Tertentu. Namun mereka lebih memilih membayar dengan tunai karena mereka berfikir dengan membayar dengan tunai lebih mudah. Sehingga pola pikir ini menjadi penghambat bagi pelaku usaha menerapkan *fintech* berbasis *payment gateway*. Selain itu koneksi internet yang belum tersebar secara merata dan tidak semua pembeli memiliki ataupun membawa *smartphone* turut menambah penghambat yang ada.

Adapun kontribusi yang dapat disarankan oleh penulis yaitu mengedukasi masyarakat di Desa Rembang terkait *fintech* dalam bentuk iklan dan pelatihan

penggunaan payment gateway. Dengan cara mengusulkan ke RT untuk memberi pelatihan melalui program pemerintah RT Keren agar masyarakat paham akan mudahnya penggunaan *fintech* dan hal ini juga berdampak meningkatkan perekonomian UMKM di Desa Rembang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas sebelumnya dapat disimpulkan beberapa pelaku UMKM yang menerapkan *fintech* berbasis *payment gateway* adalah para pelaku UMKM lebih memahami bahwa *fintech* ini hanya sekedar sebagai transaksi dengan pembayaran digital saja. Walaupun pada kenyataannya banyak peran *fintech* yang digunakan dalam bidang usaha untuk membantu kegiatan usaha UMKM dan dalam hal literasi keuangan, seperti pembiayaan dan pengaturan keuangan dan lain- lain. Pelaku UMKM mengatakan *fintech* ini digunakan untuk mempermudah transaksi dengan konsumen ataupun dengan distributor. Namun yang menjadi penghambat penerapan bagi pelaku usaha *fintech* berbasis *payment gateway* ini adalah di lingkungan Rembang banyak yang belum tahu tentang *fintech* maupun QRIS, mereka (konsumen) lebih memilih membayar dengan tunai karena mereka berfikir dengan membayar dengan tunai lebih mudah. Jadi disimpulkan bahwa peran *fintech* dapat membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan literasi keuangan dengan membantu memahami mengenai pengelolaan keuangan yang dimudahkan dalam hal pencatatan pemasukan transaksi yang terjadi sehingga pelaku UMKM dapat dengan mudah mengelola kegiatan usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, Feni Dwi. "Pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) melalui fasilitasi pihak eksternal dan potensi internal (Studi kasus pada kelompok usaha "Emping Jagung" di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang)." Brawijaya University, 2013.
- Ansori, Miswan. "Perkembangan dan dampak financial technology (fintech) terhadap industri keuangan syariah di Jawa Tengah." *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman* 5, no. 1 (2019): 31–45.
- Astarina, S. "Keuntungan Menjadi Cashless Society, Sudah Merasakannya? KoinWorks." Diambil dari [https://koinworks.com/blog/keuntunganmenjadi-cashless-society ...](https://koinworks.com/blog/keuntunganmenjadi-cashless-society...), 3M.
- Atsar, Abdul, dan Aryo Fadlian. "Sosialisasi Kegiatan Penyuluhan UMKMMewujudkan Perekonomian Masyarakat Yang Mempunyai Potensi Dan Peran Strategis Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008." *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada*

- Masyarakat* 5, no. 5 (2021): 1202–10.
- Balushi, Yasmeen Al, Stuart Locke, dan Zakaria Boulanour. “Islamic financial decision-making among SMEs in the Sultanate of Oman: An adaption of the theory of planned behaviour.” *Journal of Behavioral and Experimental Finance* 20 (2018): 30–38.
- Dina, Steffani. “Pemerintah Mau 8 Juta UMKM Pakai Layanan Pembayaran Digital pada 2020.” [kominfo.go.id](https://www.kominfo.go.id/content/detail/12092/pemerintah-mau-8-juta-umkm-pakai-layanan-pembayaran-digital-pada-2020/o/sorotan_media), 2020. https://www.kominfo.go.id/content/detail/12092/pemerintah-mau-8-juta-umkm-pakai-layanan-pembayaran-digital-pada-2020/o/sorotan_media.
- Drs, Mardalis. “Metode Penelitian (suatu pendekatan proposal).” *Bumi Aksara, Jakarta*, 2006.
- Effendy, Evita, Zulkilfi Zulkilfi, dan Derriawan Derriawan. “FAKTOR–FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PAYMENT GATEWAY UNTUK PELANGGAN PT MORA TELEMATIKA INDONESIA (MORATELINDO).” *EKOBISMAN: JURNAL EKONOMI BISNIS MANAJEMEN* 7, no. 1 (2022): 59–76.
- Martawardaya, Berly. “Teknologi Disruptif dan Peluangnya.” *Medcom. Id*, 2016.
- Nasution, Dewi Sartika, Muhammad Muhajir Aminy, dan Lalu Ahmad Ramadani. *Ekonomi Digital*. Sanabil, 2019.
- Prasetyo, Yudha. “Implementasi Layanan Payment Gateway Pada Sistem Informasi Transaksi Pembayaran.” University of Technology Yogyakarta, 2020.
- Rina, Lelahester. “Upaya Peningkatan Literasi Keuangan Melalui Pendidikan Keuangan Dalam Menciptakan Perilaku Menabung di Kalangan Mahasiswa.” In *Prosiding Seminar Pendidikan Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 3, 2017.
- Rinaldi, Irwan. “Pojok Literasi ‘Financial Technology Ramah Bagi Millennial’ Edukasi Generasi Millennial Cara Bertransaksi Aman di Era Digital Konten ini telah tayang di Kompasiana.com dengan judul “Pojok Literasi ‘Financial Technology Ramah Bagi Millennial’ Edukasi Generasi.” *Kompas*, 2019. https://www.kompasiana.com/agus_oloan/5c95dc8f3ba7f74b9d698b85/pojok-literasi-financial-technology-ramah-bagi-millennial-edukasi-generasi-millennial-cara-bertransaksi-aman-di-era-digital.
- Rosyda. “Pengertian UMKM: Kriteria, Aturan, Peran dan Contoh.” *gamedia*, 2023. <https://www.gamedia.com/literasi/umkm/>.
- Rouza, Erni. “Identifikasi dan Klasifikasi UMKM di Kabupaten Rokan Hulu Menggunakan Metode K-Means.” *RJOCS (Riau Journal of Computer Science)* 7, no. 1 (2021): 32–40.
- Sugiono, Sugiono. “Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r & d.” *Bandung: Alfabeta*, 2016.
- Sulistiyowati, Yuni, dan Dwi Rahmat Islami. “Aplikasi Penjualan Pulsa Online Menggunakan Payment Gateway.” *Jurnal Teknologi Informasi dan Multimedia Polinema* 8, no. 1 (2016).
- Supriyanto, Supriyanto. “Pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) sebagai salah satu upaya penanggulangan kemiskinan.” *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan* 3, no. 1 (2006): 17247.
- Wardani, Ayu Putu Yulia Kusuma, dan Nyoman Ari Surya Darmawan. “Peran Financial Technology pada UMKM: Peningkatan Literasi Keuangan Berbasis Payment Gateway.” *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika* 10, no. 2 (2020): 170–75.
- Yanto, Heri, Niswah Baroroh, Kiswanto Kiswanto, dan Ain Hajawiyah. “KELANGSUNGAN BISNIS UMKM DI TENGAH PENDEMI COVID 19.” *Inovasi Ekonomi*, no. 1 (2022): 73–94.