

Analysis Of The Use Of Financial Technology As An Effort To Optimize The Potential Of MSMEs In Medan City

Analisis Penggunaan Financial Technology Sebagai Upaya Optimalisasi Potensi UMKM Di Kota Medan

Mutiarani Silalahi^{1*}, Ova Novi irama²

Universitas Muslim Nusantara Al - Washliyah Medan^{1,2}

mutiaranisilalahi4@gmail.com¹, novi12345za@gmail.com²

*Corresponding Author

ABSTRACT

This study aims to analyze the Analysis of the Use of Financial Technology as an Effort to Optimize the Potential of MSMEs in Medan City. This study uses a qualitative descriptive approach, aiming to analyze the use of financial technology as an effort to optimize the potential of MSMEs in Medan City. The subjects of this study were 4,377 MSMEs in Medan City and the objects in this study were 90 MSMEs using financial technology in the form of GoPay, Ovo and ShopeePay in Medan City in Delitua District, Medan Amplas and Medan Johor during 2019-2021. The analysis technique used is descriptive qualitative. Based on the results of the research, it is known that the application of Financial Technology in the form of GoPay, OVO and AhopeePay is very helpful for MSMEs, especially Dimsum and Boba MSMEs in running their business. Fintech provides opportunities for MSMEs to increase access to new customers and facilitate transactions because the financial services provided by Fintech have a wider reach. Based on the results of the study it can also be concluded that Financial Technology such as GoPay, OVO and ShopeePay are very effective for optimizing MSMEs in Medan City. This can be seen from the average income earned by Dimsum and Boba MSME players, which has increased by 50-66%. This indicates that the GoPay, OVO and ShopeePay applications can help MSMEs to increase their business so that they can develop more. This is because the GoPay, OVO and ShopeePay applications are an opportunity for MSMEs to sell their products to a wider area.

Keywords: Financial Technology, Optimizing the Potential of MSMEs

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Analisis Pemanfaatan Financial Technology Sebagai Upaya Optimalisasi Potensi UMKM di Kota Medan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan financial technology sebagai upaya optimalisasi potensi UMKM di Kota Medan. Subjek penelitian ini adalah 4.377 UMKM di Kota Medan dan objek dalam penelitian ini adalah 90 UMKM yang menggunakan teknologi finansial berupa GoPay, Ovo dan ShopeePay di Kota Medan Kecamatan Delitua, Medan Amplas dan Medan Johor selama tahun 2019-2021. Teknik analisis yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa penerapan Financial Technology berupa GoPay, OVO dan AhopeePay sangat membantu UMKM khususnya UMKM Dimsum dan Boba dalam menjalankan usahanya. Fintech memberikan peluang bagi UMKM untuk meningkatkan akses nasabah baru dan mempermudah transaksi karena layanan keuangan yang disediakan oleh Fintech memiliki jangkauan yang lebih luas. Berdasarkan hasil kajian juga dapat disimpulkan bahwa Financial Technology seperti GoPay, OVO dan ShopeePay sangat efektif untuk mengoptimalkan UMKM di Kota Medan. Hal ini terlihat dari rata-rata pendapatan yang diperoleh pelaku UMKM Dimsum dan Boba mengalami peningkatan sebesar 50-66%. Hal ini menandakan bahwa aplikasi GoPay, OVO dan ShopeePay dapat membantu UMKM untuk meningkatkan usahanya agar lebih berkembang. Pasalnya, aplikasi GoPay, OVO, dan ShopeePay menjadi peluang bagi UMKM untuk menjual produknya ke wilayah yang lebih luas.

Kata Kunci: Financial Technology, Optimalisasi Potensi UMKM

1. Pendahuluan

Di Indonesia Perkembangan FINTECH mengalami peningkatan yang pesat, terlihat dari mulai banyaknya perusahaan FINTECH yang bermunculan. Pada tahun 2017, sesuai data Asosiasi FINTECH Indonesia terdapat sekitar 235 perusahaan FINTECH yang berada di Indonesia. Industri FINTECH akan mengalami pertumbuhan terus menerus karena adanya dukungan dari pemerintah yaitu dengan pemberian regulasi bagi perusahaan FINTECH agar dapat mengurangi resiko terjadinya kejahatan dunia maya (cyber crime) dalam penggunaan FINTECH di Indonesia. Penggunaan FINTECH juga dapat meningkatkan literasi masyarakat terhadap sektor keuangan.

Di Indonesia layanan FINTECH masih didominasi dalam hal pembayaran sebanyak 41%, sedangkan sebanyak 12% dalam hal market provisioning, kemudian sebanyak 11% dalam hal investasi, selanjutnya sebanyak 3% dalam hal asuransi digital dan sebanyak 30% dalam hal peminjaman (peer to peer lending). Alasan masyarakat untuk beralih menggunakan FINTECH karena masyarakat merasa tidak terlayani dengan sepenuhnya pada industri keuangan konvensional. Seperti adanya aturan-aturan yang ketat dalam melakukan transaksi, masalah keterbatasan lembaga keuangan dalam memberikan layanan kepada masyarakat. Sehingga masyarakat akan mencari alternatif layanan keuangan yang dapat memudahkan mereka, salah satunya melalui FINTECH.

UMKM di Indonesia telah siap untuk memperoleh keuntungan dari perkembangan teknologi digital bagi usaha mereka. Pada tahun 2015 berdasarkan riset yang dilakukan Deloitte terdapat sekitar 437 UKM di Indonesia, pelaku UMKM yang sudah menggunakan FINTECH ternyata mereka merasakan manfaat yang lebih banyak dibandingkan pelaku UMKM yang tidak menggunakan teknologi dalam usaha mereka. Manfaat teknologi digital bagi UMKM dapat berupa pemasaran produk barang dan jasa yang ditawarkan, sehingga menarik pelanggan baru dari berbagai wilayah yang ada termasuk kancah internasional. Penggunaan teknologi yang dapat dimanfaatkan UMKM salah satunya FINTECH.

Fenomena masalah yang UMKM Kota Medan hadapi mengenai financial technology yaitu kurang pahamiya pelaku UMKM mengenai teknologi keuangan yang dijalankan. Hal ini sejalan dengan minimnya penyuluhan yang diberikan kepada para pemilik UMKM mengenai teknologi keuangan dengan tujuan meningkatkan perkembangan UMKM yang dijalankan. Minimnya pengetahuan pemilik UMKM mengenai teknologi membuat UMKM di Kota Medan kalah saing dengan UMKM di daerah lain. Pada saat jaman yang semakin modern ini, para konsumen lebih suka melakukan transaksi dengan teknologi dengan alasan lebih efisien.

Tentunya hal ini membuat pemilik UMKM menjadi kesulitan dalam menjual barang dagangannya. Kurangnya penyuluhan atau informasi yang diberikan pemerintah setempat mengenai teknologi keuangan membuat para UMKM masih kurang paham dalam menggunakan keuangan dengan teknologi yang lebih canggih. Akibatnya masih banyak para UMKM yang takut untuk menggunakan teknologi keuangan tersebut.

Dari Penjelasan latar belakang diatas maka saya mengangkat judul Penelitian dengan judul "Analisis Penggunaan Financial Technology Sebagai Upaya Optimalisasi Potensi UMKM di Kota Medan".

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimanakah penggunaan financial technology pada beberapa UMKM di Kota Medan.
2. Untuk mengetahui upaya yang dilakukan pemilik UMKM di Kota Medan dalam optimalisasi potensi yang dimiliki UMKM.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu suatu penulisan yang menggambarkan keadaan yang sebenarnya tentang objek yang diteliti seperti sejarah

perusahaan, struktur organisasi UMKM Kota Medan. Di sini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif karena penelitian ini mengeksplor fenomena Analisis Penggunaan Financial Technology Sebagai Upaya Optimalisasi Potensi UMKM di Kota Medan. Yang menjadi subjek penelitian pada penelitian ini yaitu UMKM di Kota Medan yang berjumlah 4.377 unit.

Secara khusus peneliti menjadikan UMKM Dinsum dan Boba yang ada di Kota Medan sebagai subjek penelitian yaitu berjumlah 686 unit.

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan di pelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2018). Data Collection (Pengumpulan Data). Pada tahap awal peneliti melakukan penjelajahan secara umum terhadap situasi sosial/obyek yang diteliti, semua yang dilihat dan didengar direkam semua. Dengan demikian peneliti akan memperoleh data yang akurat.

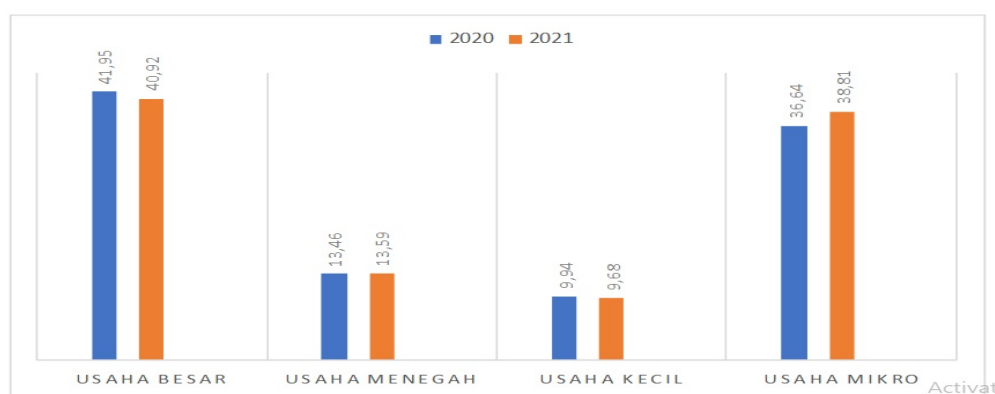
3. Hasil Dan Pembahasan

Kota medan menjadi tempat yang strategis dikarenakan berada pada jalur pelayaran selat malaka. Maka, kota ini menjadi pintu gerbang untuk kegiatan ekonomi domestik dan mancanegara yang melalui Selat Malaka. Tidak hanya itu, berbatasan langsung dengan Kabupaten Deli Serdang yang merupakan daerah yang kaya akan sumber daya alam mempengaruhi perekonomian Kota Medan. Beberapa sungai mengalir Kota Medan yaitu Sungai Belawan, Sungai Badera, Sungai Sikambing, Sungai Putih, Sungai Babura, Sungai Deli, Sungai Sulang-Saling, Sungai Kera dan Sungai Tuntungan.

Perkembangan UMKM di Kota Medan

UMKM merupakan salah satu kegiatan usaha produktif yang di miliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. UMKM memiliki proporsi sebesar 99,99% dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia atau sebanyak 56,54 juta unit. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah telah mampu membuktikan eksistensinya dalam perekonomian di Indonesia.

Pada tahun 1998 ketika badai krisis moneter melanda Indonesia usaha berskala kecil dan menengah yang relatif mampu bertahan dibandingkan perusahaan besar. Karena mayoritas usaha berskala kecil tidak terlalu tergantung pada modal besar atau pinjaman dari luar dalam mata uang asing. Sehingga, ketika ada fluktuasi nilai tukar, perusahaan berskala besar yang secara umum selalu berurusan dengan mata uang asing adalah yang paling berpotensi mengalami imbas krisis.



Gambar 1. Berikut Dapat Menjadi Gambaran Bagaimana Peningkatan UMKM Di Kota Medan

Sumber: Kementerian Koperasi dan UMKM, 2021

Selanjutnya, data pertumbuhan UMKM dalam menyumbang terhadap PDB dari tahun 2020 hingga tahun 2021 mengalami fluktuatif naik turun peningkatan. Pada periode 2020 pertumbuhan PDB nya sebesar 6,76% namun ditahun 2021 mengalami penurunan sebesar 0,76% atau sebesar 6% dari total PDB Nasional. Pada periode 2021 ada peningkatan sebesar 0,3 dari periode tahun sebelumnya atau sebesar 6,03%. Selanjutnya, pertumbuhan nilai ekspor ditahun 2021 mengalami angka pertumbuhan berarti bagi pembentuk PDB Nasional yaitu sebesar 9,29% lebih baik dari pada periode tahun sebelumnya yang mengalami minus -11,10%. Melihat fenomena data yang dirilis oleh BPS tahun 2020 ini menunjukkan bahwa UMKM harus terus dibina demi meningkatkan pertumbuhan bagi PDB secara keseluruhan.

Perkembangan Industri *Financial Technology*

Di suatu Negara, Salah satu faktor yang dapat memperkuat perekonomian yaitu sektor financial yang dimiliki oleh negara tersebut. Untuk itu perlu adanya fleksibilitas dalam sektor ini diharapkan mampu mengikuti perkembangan teknologi. Salah satu bukti perkembangan dunia financial yang berkaitan dengan teknologi adalah keberadaan FINTECH. Fintech memanfaatkan teknologi internet dan software dengan Salah satu kegiatan bisnis yang dapat diselesaikan oleh fintech ialah pembayaran, investasi, pembiayaan, asuransi, lintas-proses dan infrastruktur. Indonesia sebagai salah satu negara besar dengan jumlah generasi muda terbanyak tidak ingin melewati kesempatan yang diberikan untuk memajukan perkembangan FINTECH tersebut.

Di tahun 2017 hingga saat ini, perusahaan fintech sedang berkembang sangat pesat terutama bagi start-up di Indonesia. Saat ini setidaknya muncul lebih dari 40 bisnis fintech baru yang mencoba peruntungan di lanskap keuangan Indonesia bersama dengan start-up lain yang telah berdiri sebelumnya. Industri fintech di Indonesia memang menjadi salah satu primadona yang menarik perhatian begitu besar dari para pelaku industri keuangan. Investasi pada start-up fintech banyak diminati. Sektor-sektor fintech mulai berkembang dan produk-produk baru banyak diluncurkan.

Analisis *Financial Technology* yang Digunakan UMKM di Kota Medan

Sementara uang digital mendapatkan popularitas awal untuk digunakan pada transportasi umum dan layanan perjalanan online yang diterima oleh pengecer di pusat perbelanjaan dan mall yang benar-benar mendorong pertumbuhannya ke atas. Studi Snapcart menunjukkan OVO memimpin dalam segmen transaksi ritel dengan 63% responden mengatakan mereka lebih suka OVO daripada layanan pembayaran digital lainnya untuk melakukan pembelian. Go-Pay tertinggal jauh di belakang (28%), diikuti oleh DANA (7%) dan LinkAja (1%).

Saat ini, OVO mengklaim layanan pembayarannya diterima di 500.000 pedagang, sementara Go-Pay mengatakan itu tersedia di 300.000 pedagang. LinkAja baru-baru ini mengklaim ketersediaannya di 130.000 pedagang, sementara DANA tersedia di lebih dari 13.000 pedagang. Jika dilihat alur perkembangannya, terobosan besar pertama untuk OVO adalah kemitraan mereka dengan Grab, dengan rebranding dari GrabPay sebagai "GrabPay, powered by OVO". Dengan OVO menjadi e-wallet resmi untuk Grab, akhirnya berhasil menjadi bagian dari transaksi penting harian dari banyak orang yaitu transportasi. Integrasi ini diikuti dengan kampanye yang lebih agresif di toko eceran dan batu bata, dengan cara yang mirip dengan Go-Pay yaitu dengan adanya Cashback, diskon, dan voucher.

OVO adalah sebuah aplikasi mobile payment dengan layanan pembayaran dan transaksi secara online (OVO Cash), yang tiap kali melakukan transaksi pembayaran melalui OVO akan berkesempatan untuk mengumpulkan poin. Secara umum, OVO Cash dapat digunakan untuk berbagai macam pembayaran yang telah bekerjasama dengan OVO menjadi lebih cepat. Sedangkan OVO Points adalah loyalty rewards atau keuntungan yang dapat

ditukarkan dengan berbagai penawaran menarik bagi yang melakukan transaksi dengan menggunakan OVO Cash di seluruh pedagang rekanan OVO hingga ditukarkan kembali dengan transaksi di merchant rekanan OVO.

FINTECH juga memberikan kesempatan kepada UMKM untuk meningkatkan akses kepada pelanggan baru dan memudahkan transaksi karena layanan keuangan yang disediakan Fintech memiliki jangkauan yang lebih luas. Peluang dari penerapan Fintech dalam UMKM yaitu berupa perluasan pasar yaitu sasaran terhadap masyarakat yang unbankable. Masyarakat yang tidak memiliki kemampuan literasi yang baik namun memiliki kebutuhan pembiayaan nasional untuk UMKM juga merupakan peluang bagi para pelaku bisnis Fintech. Adanya perubahan pola dan konsumen yaitu ingin mendapatkan produk atau jasa dengan cara yang praktis dan mudah, kemajuan digitalisasi, menurunnya loyalitas terhadap merk dan institusi tertentu merupakan salah satu peluang bagi andemic Fintech untuk berkembang.

Situasi andemic covid juga semakin meningkatkan peluang Fintech untuk masuk ke dalam UMKM. Hal tersebut karena pada situasi andemic berimbas pada melemahnya daya beli konsumen karena bertambahnya angka pengangguran akibat penutupan perusahaan. Selain itu konsumen merasa lebih aman melakukan pembelian dari rumah. Oleh karena itu, UMKM harus mempertimbangkan penggunaan Fintech dalam upaya peningkatan penjualan.

Faktor Yang Mempengaruhi UMKM Menggunakan *Financial Technology*

Dari hasil penelitian di lapangan, faktor yang mempengaruhi adanya penggunaan financial technology khususnya digital payment di kalangan pelaku UMKM yaitu:

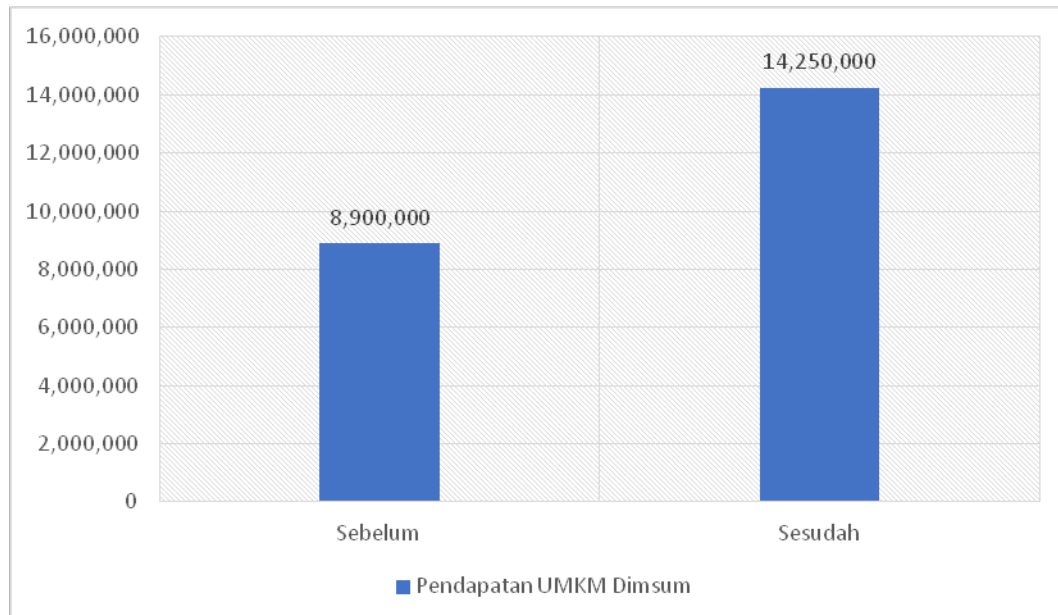
1. Faktor Ekonomi
2. Faktor sosial

Dari hasil wawancara menunjukkan bahwa Pelaku UMKM mampu mengikuti perkembangan teknologi. Para pelaku UMKM telah banyak merangkul digitalisasi untuk menjual produknya melalui ponsel yang lebih canggih, dan telah berpindah ke masyarakat untuk membantu aktivitas dan kebutuhan mereka.

Analisis Pendapatan UMKM Dimsum dan Boba Sebelum dan Sesudah Menggunakan *Financial Technology*

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada pelaku usaha yang memiliki kriteria usaha berbeda yaitu dimsum dan boba, rata-rata mereka menyatakan bahwa penggunaan teknologi fintech telah meningkatkan penjualan dan laba mereka. Kenaikan laba ini berkisar 50-66% tentu ini sangat penting dalam perkembangan usahanya. Fintech telah menjadi bagian yang penting dalam pengembangan UMKM di Kota Medan, dimana dengan penggunaan fintech ini menyelesaikan permasalahan yang sering terjadi seperti tidak tercapainya laba yang diinginkan, hal ini disebabkan karena beberapa faktor seperti terbatasnya akses pasar, terbatas akses informasi mengenai sumberdaya dan teknologi serta keinginan masyarakat yang ingin bertransaksi lebih cepat, mudah dan nyaman. Adapun pendapatan yang diterima pelaku usaha UMKM dimsum dan boba sebelum dan sesudah menggunakan *financial technology* seperti *GoPay*, *OVO* dan *ShopeePay*.

Berdasarkan tabel 4.3, diketahui bahwa rata-rata pendapatan pelaku UMKM dimsum setelah menggunakan aplikasi *GoPay* mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Agar lebih jelas, peneliti menyajikan grafik pendapatan pelaku UMKM dimsum sebelum dan sesudah menggunakan aplikasi *GoPay* sebagai berikut:



Gambar 2.

Pembahasan

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa *Financial Technology* seperti GoPay, OVO dan ShopeePay sangat efektif untuk upaya optimalisasi UMKM yang di Kota Medan. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata pendapatan yang diperoleh pelaku UMKM Dimsum maupun Boba mengalami peningkatan sebesar 50-66%. Hal ini menandakan bahwa aplikasi GoPay, OVO dan ShopeePay dapat membantu UMKM untuk meningkatkan usaha agar lebih berkembang. Hal ini dikarenakan dengan adanya aplikasi GoPay, OVO dan ShopeePay menjadi peluang bagi UMKM untuk menjual produknya ke daerah yang lebih luas. Hal ini dikarenakan aplikasi tersebut digunakan oleh seluruh masyarakat Indonesia. Dengan adanya aplikasi GoPay, OVO dan ShopeePay dapat membantu menarik konsumen karena adanya promo-promo dan potongan harga yang tentunya akan menarik minat konsumen.

4. Penutup

Kesimpulan

1. Peluang dari penerapan Fintech dalam UMKM yaitu berupa perluasan pasar yaitu sasaran terhadap masyarakat. Situasi pandemi covid juga semakin meningkatkan peluang Fintech untuk masuk ke dalam UMKM. Hal tersebut karena itu konsumen merasa lebih aman melakukan pembelian dari rumah dan dapat menggunakan *Financial Technology* sebagai solusi yang efektif.
2. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata pendapatan yang diperoleh pelaku UMKM Dimsum maupun Boba mengalami peningkatan sebesar 50-66%. Hal ini menandakan bahwa aplikasi GoPay, OVO dan ShopeePay dapat membantu UMKM untuk meningkatkan usaha agar lebih berkembang. Hal ini dikarenakan dengan adanya aplikasi GoPay, OVO dan ShopeePay menjadi peluang bagi UMKM untuk menjual produknya ke daerah yang lebih luas. Hal ini dikarenakan aplikasi tersebut digunakan oleh seluruh masyarakat Indonesia. Dengan adanya aplikasi GoPay, OVO dan ShopeePay dapat membantu menarik konsumen karena adanya promo-promo dan potongan harga yang tentunya akan menarik minat konsumen.

Saran

Pemerintah dan pelaku UMKM di harapkan dapat bekerja sama dalam mengembangkan sistem FINTECH untuk meningkatkan sistem ekonomi digital pada UMKM. Perusahaan FINTECH yang ada di Indonesia juga harus memperkenalkan produk produk ke masyarakat terutama pelaku UMKM sehingga mereka dapat banyak pilihan dalam memilih usaha kredit mereka maupun transaksi pembayaran sesuai dengan kebutuhan mereka.

Daftar Pustaka

- Aan Komariah dan Djam'an Satori. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Abdul, H., & Hanafi, M. M. (2014). *Analisis Laporan Keuangan. Edisi kedua*, Yogyakarta
- Arikunto, Suharsimi. (2016). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik, EdisiRevisi VI*, Jakarta : PT Rineka Cipta
- Dalimunthe, Muhammad Irzan Fikri. (2019). Implementasi Fintech Terhadap Umkm Di Kota Medan Dengan Analisis SWOT. *Junral Akuntansi*. 4(3).
- Fahmi, Irham. (2015). *Pengantar Manajemen Keuangan Teori Dan Soal Jawab*. Bandung: Alfabeta.
- Fajar, Muhammad. (2021). Peran Financial Technology (FINTECH) dalam Perkembangan UMKM di Indonesia : Peluang dan Tantangan. *Jurnal Akuntansi*. 1(2)
- Hery. (2016). *Auditing Dan Asurans*. Jakarta: Kompas Gramedia
- Platt, H. & Platt,M.B. (2015). Predicting Financial Distress. *Journal of Financial Service Professionals*. 56(3), 12-15.
- Romadhon, Fitri. (2020). Analisis Peluang dan Tantangan Penggunaan Financial Technology Sebagai Upaya optimalisasi Potensi UMKM (Studi Kasus UMKM di Gresik). *Jurnal Technobiz*. 3(1)
- Rudianto, Dudi. (2015). Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan PT Telkom Tbk, dengan PT Indosat Tbk Periode 2005-2010. *Business and Management Review (BMR)* 2(1) Desember 2015.
- Soekanto, Soerjono. (2013). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sukmadinata, Nana Syaodih. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Umar, Husein. (2016). *Metodologi Penelitian Aplikasi dalam pemasaran. edisi II*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Usman, Husaini. (2015). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta : Bumi Aksara.