

PELATIHAN PEMBAYARAN DIGITAL UNTUK MENSTIMULASI KEGIATAN BISNIS

Margarita Ekadjaja¹ & Amory Takahiro Theja²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: margaritae@fe.untar.ac.id

²Program Studi Sarjana Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: amory.115220330@stu.untar.ac.id

ABSTRACT

The growth in the number of internet technology users in Indonesia will certainly have an impact on increasing the number of users of various digital applications. The partner in this PKM activity is Tatajaya, which is an individual company that markets conventional sound system equipment at Glodok Plaza. The main problem for partners is the large number of old customers who want to make contactless payments and conduct online transactions. This is one of the causes for turning customers away to competitors who are more ready with digital transactions. The PKM Team's solution is to conduct training to provide information to partners regarding the digital payment process and the utilization of various digital payment platforms that exist today. The training was conducted offline and was divided into two sessions, namely a session on understanding the training material and a simulation session on using digital payment platforms to stimulate business. The material discussed includes an introduction to payment instruments in Indonesia, both cash and non-cash, the advantages and risks of using digital payment systems, and how digital payments work. The result of PKM activities is that partners can understand digital payment platforms such as e-wallets and are able to apply QRIS (Quick Response Code Indonesia Standard) as a digital payment instrument which is a cross between various digital payment platforms and mobile banking in Indonesia which can stimulate activities partner business.

Keywords: *online transaction, QRIS, digital payment, mobile banking*

ABSTRAK

Pertumbuhan jumlah pengguna teknologi internet yang terjadi di Indonesia, berdampak kepada peningkatan jumlah pengguna berbagai aplikasi digital. Mitra pada kegiatan PKM ini adalah Tatajaya yang merupakan perusahaan perseorangan yang memasarkan perangkat *sound system* secara konvensional di Glodok Plaza. Permasalahan utama mitra adalah banyaknya pelanggan lama yang ingin melakukan pembayaran secara *contactless* dan melakukan *online transaction*. Hal ini merupakan salah satu penyebab berpalingnya pelanggan ke pesaing yang sudah lebih siap dengan transaksi digital. Solusi Tim PKM adalah melakukan pelatihan untuk memberikan informasi kepada mitra terkait proses pembayaran digital dan pemanfaatan berbagai *platform* pembayaran digital yang ada saat ini. Pelatihan dilakukan secara luring dan dibagi dalam dua sesi, yaitu sesi pemahaman materi pelatihan dan sesi simulasi pemanfaatan *platform* pembayaran digital dalam menstimulasi bisnis. Materi yang dibahas meliputi pengenalan alat pembayaran yang ada di Indonesia baik tunai maupun non tunai, keuntungan dan risiko dalam pemanfaatan sistem pembayaran secara digital, serta cara kerja dari pembayaran digital. Hasil dari kegiatan PKM adalah mitra dapat memahami mengenai *platform* pembayaran digital seperti *e-wallet* dan mampu mengaplikasikan QRIS (*Quick Response Code Indonesia Standard*) sebagai salah satu alat pembayaran digital yang merupakan lintas dari berbagai *platform* pembayaran digital dan *mobile banking* di Indonesia yang dapat menstimulasi kegiatan bisnis mitra.

Kata Kunci : *online transaction, QRIS, pembayaran digital, mobile banking*

1. PENDAHULUAN

Pada era digitalisasi memicu perubahan model dan mekanisme kerja suatu bisnis. Para pebisnis harus memiliki kreatifitas dalam mengoperasikan bisnis dan mampu menerapkan teknologi dalam aktivitas bisnisnya sehari-hari. Hadirnya teknologi digital tersebut bukan hanya mampu mengubah dan memperbaiki proses bisnis menjadi lebih cepat dan efisien, melainkan juga menciptakan proses bisnis baru. Teknologi digital membawa kemudahan dalam proses dan mekanisme kerja, membuat

pekerjaan menjadi lebih cepat, lebih murah, lebih mudah, dan dapat terkoneksi satu sama lain. Sehingga dengan adanya teknologi digital telah memberikan inspirasi munculnya sebuah model baru di sektor ekonomi, yaitu ekonomi digital.

Istilah ekonomi digital diperkenalkan oleh Don Tapscott (2015) dalam *“The Digital Economy: Rethinking Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence”* yang membuat pemikiran visioner mengenai peran dari teknologi yang mampu mengubah proses bisnis, pengembangan produk, pemasaran, dan peta persaingan. Pada ekonomi konvensional, nilai output dari suatu kegiatan ekonomi, baik dalam bentuk produksi maupun konsumsi dihitung menggunakan standar uang tanpa melihat cara pencapaiannya. Namun pada ekonomi digital, outputnya dihitung dengan menggunakan standar uang, tapi cara pencapaiannya dihitung dengan menggunakan basis teknologi digital, seperti internet, *web*, *artificial intelligence*, *virtual reality* dan *robotic* (Abbos et al., 2021).

Menurut Rizaty (2023) jumlah pengguna internet di Indonesia terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun dan berdasarkan data dari situs *we are social*, jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2023 sebesar 212,9 juta orang. Hal ini menandakan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia telah mengalami pertumbuhan sebesar 3,85% dibandingkan dengan tahun lalu yang hanya sebesar 205 juta jiwa.

Pertumbuhan jumlah pengguna internet yang terjadi di Indonesia, tentu akan berdampak kepada peningkatan jumlah pengguna berbagai aplikasi *digital*. Adanya kecanggihan teknologi *digital* tentu memainkan peran penting di hampir setiap organisasi. Salah satu kegiatan bisnis yang akan merasakan manfaat dengan hadirnya teknologi *digital* adalah dari sisi pemasaran dan keuangan. Dalam bisnis pemanfaatan teknologi *digital*, maka pebisnis dapat memberikan informasi dengan jelas mengenai produk dan layanan yang dijual kepada para pelanggan (Foroudi et al., 2017).

Mitra pada kegiatan PKM ini adalah Tatajaya yang merupakan perusahaan perseorangan yang memasarkan perangkat *sound system* secara konvensional. Seiring dengan perkembangan internet, mitra harus beradaptasi untuk mengikuti dinamika kebiasaan *customer* melakukan transaksi secara digital. Menurut Rosa et al. (2022), literasi keuangan digital berpengaruh positif signifikan terhadap omset penjualan produk kuliner di kota Padang.

Gambar 1.

Tempat usaha mitra



Gambar 1 menunjukkan tempat usaha mitra kegiatan PKM yang berlokasi di daerah Glodok Plaza, Jakarta Barat. Kegiatan usaha mitra sudah berjalan sejak tahun 10 tahun, produk dan jasa yang ditawarkan adalah menjual alat-alat audio karaoke serta juga menerima perbaikan alat-alat audio karaoke.

Gambar 2.

Situasi Lokasi Mitra



Gambar 2 menunjukkan situasi daerah perdagangan elektronik Glodok Plaza yang merupakan lokasi mitra dimana saat ini terlihat aktivitas perdagangan kurang bergairah dengan sepihnya jumlah pengunjung yang mencari produk dan jasa di tempat perdagangan ini. Hal ini sudah berlangsung sudah cukup lama sejak pandemi Covid 19 yang memicu perubahan pola *customer* untuk bertransaksi secara digital (Situmorang, 2021).

Teknologi digital menyebabkan perubahan pada kegiatan usaha dan memperoleh momentum yang luar biasa saat terjadinya pandemi Covid 19. Perubahan perilaku *customer* terhadap kemudahan, kenyamanan, dan kecepatan dalam melakukan kegiatan bisnis merupakan faktor penting yang harus diperhatikan dalam ekonomi digital. Saat ini terdapat transformasi kegiatan bisnis seperti cara *customer* untuk bertransaksi dan melakukan pembayaran dari yang sebelumnya *customer* cenderung untuk bertatap muka dalam aktivitas bisnis menjadi lebih bersifat digital (Setyawan et al., 2022)

Berdasarkan hasil diskusi awal dengan mitra, maka yang menjadi permasalahan utama mitra adalah banyaknya pelanggan lama yang ingin melakukan pembayaran secara *contactless* dan atau melakukan transaksi secara *online*. Hal ini merupakan salah satu penyebab berpalingnya pelanggan ke pesaing yang sudah lebih siap dengan transaksi digital. Saat ini, berbagai teknologi *digital* canggih sering dijumpai dalam kehidupan sehari-hari, seperti: Adanya aplikasi atau platform yang menyediakan fasilitas untuk rapat secara *online* (Zoom, Microsoft Teams, Google Meet, dan sebagainya), adanya alat pembayaran digital (*e-wallet*) yang dapat digunakan oleh masyarakat untuk melakukan pembayaran (OVO, Gopay, Dana, Shopee Pay, dan sebagainya), hingga adanya transportasi *online* (Grab, Gojek, Maxim).

Mitra berkeinginan untuk memberikan pilihan cara bertransaksi bagi pelanggannya sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut Aulia (2020), seiring dengan perkembangan digitalisasi, perilaku konsumen milenial, dan pandemi Covid 19 menyebabkan perubahan signifikan terhadap perilaku konsumen dalam penggunaan dompet digital untuk pembayaran.

Kegiatan PKM ini merupakan pengembangan dari hasil penelitian Ketua Tim PKM yang berjudul “Implementasi GPN untuk Menunjang Stimulasi dan Kemudahan Bisnis”. Hasil penelitian menemukan seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan gaya hidup setelah pandemi covid 19, para pembisnis harus mampu beradaptasi yaitu mengubah sistem pembayaran konvensional melalui uang tunai menjadi sistem pembayaran digital diantaranya melalui penggunaan kartu plastik dan uang elektronik yang memberikan kemudahan kepada para pelanggannya dalam bertransaksi (Ekadjaja, 2021).

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra dilakukan kolaborasi dengan Tim PKM UNTAR guna mencari informasi dan pengetahuan mengenai transaksi digital dan mengimplementasikan dalam transaksi bisnis. Tahapan awal yang dilakukan, Tim PKM melakukan pelatihan untuk memberikan informasi kepada mitra terkait transformasi bisnis secara digital, sistem pembayaran digital, dan pemanfaatan sistem pembayaran digital bagi UMKM. Pelatihan dilakukan secara luring dan dibagi dalam beberapa sesi. Materi yang dibahas terkait dengan literasi keuangan digital yaitu pengenalan digitalisasi produk dan layanan jasa keuangan sehingga dan manfaat dari penggunaan sistem pembayaran digital.

2. METODE PELAKSANAAN PKM

Dalam kegiatan PKM, pelaksanaan pelatihan dilakukan secara luring di lokasi bisnis mitra. Adapun tahapan dalam pelaksanaan kegiatan PKM dapat dilihat pada Gambar 3.

Gambar 3

Alur kegiatan PKM



Alur kegiatan PKM dimulai dari penentuan topik kegiatan PKM yang didasarkan pada hasil identifikasi masalah mitra dalam kegiatan PKM. Selanjutnya, Tim PKM akan memberikan pelatihan sesuai topik sebagai pembekalan kepada mitra, dengan target mitra dapat memahami dan mengaplikasikan sistem pembayaran digital dalam kegiatan bisnisnya.

Beberapa tahapan yang dilakukan Tim PKM untuk memberikan pelatihan kepada mitra sebagai berikut: (1) Pertemuan awal, tim PKM mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra. (2) Diskusi dengan mitra, tim PKM melakukan rapat dengan anggota PKM untuk menentukan topik pelatihan yang akan diberikan dengan tujuan membuka wawasan mitra tentang sistem pembayaran digital yang ada saat ini, pada tahapan ini mitra bersama tim PKM menentukan jadwal pelatihan guna membantu tim PKM dalam mempersiapkan materi pelatihan. (4) Evaluasi, tim PKM mengukur kemampuan mitra dalam memahami topik pelatihan melalui beberapa pertanyaan untuk menilai pemahaman akan pelatihan yang diberikan.

Setelah mitra memperoleh pembekalan, Tim PKM melakukan pendampingan kepada mitra dalam mengaplikasikan beberapa *platform* pembayaran digital seperti OVO dan Gopay. Tim PKM juga memperkenalkan kepada mitra untuk penggunaan QRIS. Melalui penggunaan QRIS memungkinkan mitra untuk melakukan lintas pembayaran digital dari berbagai platform pembayaran digital yang tersedia. Tim PKM akan memberikan simulasi kepada mitra mulai dari

pendaftaran hingga proses pengaplikasian QRIS. Partisipasi mitra diwujudkan dalam bentuk peran aktif mitra dalam berkomunikasi permasalahan mitra dan kesediaan mitra untuk mengikuti seluruh sesi dalam pelatihan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan telah dilaksanakan secara luring dan pembekalan materi diberikan pada hari Senin, 13 Maret 2023 di tempat usaha mitra, di Jalan Blustru, Jakarta Pusat dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan (Gambar 4). Peserta pelatihan adalah pemilik dan beberapa karyawan yang berkeinginan untuk mengubah transaksi pembayaran usahanya dari konvensional menjadi *digital payment*.

Gambar 4

Pelatihan di Toko Tatajaya



Gambar 4 menunjukkan Tim PKM yang sedang memaparkan materi pelatihan bersama dengan pemilik Toko Tatajaya. Mitra begitu tertarik untuk mengenal lebih mendalam mengenai berbagai *platform* pembayaran digital yang ada saat ini. Pelatihan dibagi menjadi dua sesi, materi yang dibahas pada sesi pertama berupa pengenalan alat pembayaran yang ada di Indonesia baik tunai maupun non tunai (Tabel 1.), keuntungan dan risiko dalam pemanfaatan sistem pembayaran secara digital, serta cara kerja dari *digital payment*. Meski *fiat money* masih digunakan dan di sisi lain *electronic money* berkembang dengan pesat, maka akan ada yang bergeser dalam pola transaksi. Pergeseran itu terjadi dalam hal komposisi dari penggunaan tunai menjadi nontunai.

Tabel 1.

Alat pembayaran di Indonesia

Konvensional (Paper based)	Digital (Card based)	Digital (Electronic based)
- Cek - Bilyet giro - Nota debit lainnya	- Kartu ATM - Kartu kredit - Kartu prabayar (<i>e-money</i>)	-Transfer kredit via RTGS dan SKNBI - <i>e-wallet</i>

Sumber : Pohan (2013)

Tabel 1. menunjukkan salah satu materi yang diberikan dalam pelatihan yaitu pemaparan mengenai berbagai alat pembayaran yang ada di Indonesia mulai dari *full bodied money*, *fiat money*, *checking accounts*, dan transaksi elektronik.

Pada sesi kedua, tim PKM melakukan simulasi tentang berbagai jenis pembayaran digital yang ada saat ini, yaitu *e-wallet*, *mobile banking*, kartu kredit, *internet banking*, dan *virtual account*. Mitra sudah menggunakan kartu kredit, *internet banking*, dan *mobile banking*, namun mitra sangat tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai *e-wallet*. Tim PKM membantu mitra untuk mengaplikasikan *platform e-wallet* yang populer saat ini yaitu OVO dan Gopay, selain itu tim PKM juga memperkenalkan pengaplikasian QRIS (*Quick Response Code Indonesia Standard*) yang memungkinkan mitra menggunakan berbagai *platform e-wallet* bahkan *mobile banking*.

Gambar 5.

Pemanfaatan QRIS dalam transaksi



Gambar 5 menunjukkan hasil dari pelatihan PKM, dimana mitra dapat memahami mengenai *platform* pembayaran digital seperti *e-wallet* dan kemampuan untuk mengaplikasikan QRIS sebagai salah satu alat pembayaran digital yang memberikan kemudahan para pelanggannya melakukan transaksi terutama yang nilainya tidak terbesar dan QRIS juga memberikan keamanan bagi mitra dalam bertransaksi, sehingga pada akhirnya menstimulasi kegiatan bisnis mitra.

Gambar 6.

Tahapan Pembuatan QRIS



Dalam pemanfaatan penggunaan QRIS untuk kegiatan usaha UMKM, beberapa langkah yang harus dilakukan (Gambar 6) : (1) Melakukan pendaftaran melalui website QRIS id dan mengisi form pendaftaran, (2) Membayar Biaya pendaftaran dan memverifikasi pembayaran, (3) *Log in* ke website QRIS dengan memasukkan *user id* dan *password* yang diterima dari email, kemudian melengkapi data terkait informasi bisnis. Hasil penelitian Setiawan & Mahyuni (2020) menunjukkan bahwa minat UMKM dalam penggunaan QRIS dipengaruhi oleh kemudahan dan keamanan dalam proses pembayaran, adaptasi dari perkembangan teknologi dan bisnis di era *new normal*, persepsi hambatan dalam penggunaan QRIS seperti kualitas koneksi internet dan biaya dalam penggunaan QRIS.

Dalam penggunaan QRIS terdapat dua cara pembayaran “*Merchant Presented Mode (MPM)* dan *Customer Presented Mode (CPM)*”. QRIS dengan metode MPM terbagi dua, yaitu : (1) MPM yang bersifat statis, dalam hal ini penjual cukup memajang *print out QRIS* untuk di *scan* oleh pembeli; (2) MPM yang bersifat dinamis, dalam hal ini penjual memerlukan mesin EDC atau smartphone untuk

menampilkan QRIS yang akan di *scan* oleh pembeli (Suprpto & Kusuma, 2022). Dalam hal ini, mitra PKM lebih tertarik untuk menggunakan QRIS dengan metode MPM yang bersifat dinamis dikarenakan tersedianya informasi transaksi secara lengkap sehingga mitra dapat memantau proses pembayaran digital secara mudah, cepat, dan aman.

2. KESIMPULAN

Teknologi digital menyebabkan perubahan pada kegiatan usaha dan memperoleh momentum yang luar biasa saat terjadinya pandemi Covid 19. Perubahan perilaku *customer* terhadap kemudahan, kenyamanan, dan kecepatan dalam melakukan kegiatan bisnis merupakan faktor penting yang harus diperhatikan dalam ekonomi digital.

Mitra dalam kegiatan PKM adalah Tatajaya yang merupakan perusahaan perseorangan yang memasarkan perangkat *sound system* secara konvensional. Seiring dengan perkembangan internet dan adaptasi pelaksanaan kegiatan usaha bisnis di era digital, maka mitra harus beradaptasi untuk mengikuti dinamika kebiasaan *customer* melakukan transaksi secara digital. Mitra begitu tertarik untuk mengenal lebih mendalam mengenai berbagai *platform* pembayaran digital yang ada saat ini yang dapat menstimulasi kegiatan bisnisnya.

Tim PKM melakukan pelatihan secara luring untuk memberikan informasi kepada mitra terkait transformasi bisnis secara digital, sistem pembayaran digital, dan pemanfaatan sistem pembayaran digital bagi UMKM. Kegiatan PKM ini berjalan dengan lancar dan mitra dapat memahami mengenai *platform* pembayaran digital seperti *e-wallet* dan kemampuan untuk mengaplikasikan QRIS sebagai salah satu alat pembayaran digital. Metode pembayaran QRIS yang dipilih adalah “*Merchant Presented Mode* (MPM)” yang bersifat dinamis dikarenakan kelengkapan informasi dan kemudahan dalam penggunaan QRIS dinamis.

Sebagai saran, mitra PKM dapat mempelajari lebih mendalam mengenai *digital marketing* untuk memasarkan produknya secara *online*. Hal ini dapat meningkatkan penjualan produknya sehingga mitra tidak hanya menjual produknya secara konvensional, tetapi dapat memasarkan produknya secara *online*.

Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Tarumanagara yang telah mendanai seluruh kegiatan PKM dengan SPK No 0252-Int-KLPPM/UNTAR/V/2023.

REFERENSI

- Aulia, S. (2020). Pola perilaku konsumen digital dalam memanfaatkan aplikasi dompet digital. *Jurnal Komunikasi*, 12(2), 311–324. <https://doi.org/10.24912/jk.v12i2.9829>.
- Abbos, Shermukhamedov, Rakhimov Nuridding, Jumaniyazova Muqaddas, Shermukhamedov Bobur. (2021). World experience of development trends of digital economy. *Psychology and Education Journal*, 58(1), 5546-5550 <https://doi.org/10.17762/pae.v58i1.1951>.
- Ekadjaja, Margarita. (2021). Transformasi bisnis di masa pandemi: Tinjauan dari aspek manajemen, ekonomi, dan kewirausahaan. *Seri publikasi ilmiah kontemporer UNTAR 2021*, 75-96.
- Foroudi, P., Gupta, S., Nazarian, A., & Duda, M. (2017). Digital technology and marketing management capability: achieving growth in SMEs. *Qualitative Market Research*, 20(2). 230-
<https://doi.org/10.24912/jsa.v1i3.26154>

- 246.<https://doi.org/10.1108/QMR-01-2017-0014>.
- Pohan, Aulia. (2013). Sistem pembayaran : Strategi dan implementasi di Indonesia, edisi revisi. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Rosa, Y. Del, Idwar, I., & Abdilla, M. (2022). Literasi keuangan dan literasi digital UMKM kuliner Kota Padang sebagai penggerak pemulihan ekonomi masa pandemi global covid 19. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 24(1), 130-139. <https://doi.org/10.47233/jebd.v24i1.352>.
- Setiawan, I. Wayan Arta., & Luh Putu Mahyuni. (2020). QRIS di mata UMKM: Eksplorasi persepsi dan intensi UMKM menggunakan QRIS. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*. 921-946. <https://doi.org/10.24843/eeb.2020.v09.i10.p01>
- Setyawan, I. R., Listyarti, I., & Wicaksono, H. S. (2022). Peningkatan literasi keuangan dan pemasaran digital bagi wanita pelaku UMKM di Tangerang. *Prosiding SERINA*, 2(1), 911-920.
- Situmorang, M. K. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Uang Elektronik (Dompot Digital) Sebagai alat Pembayaran pada Masa Pandemi Covid – 19 di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 123-130.
- Suprpto, S. S., & Kusuma, V. A. (2022). Pengukuran waktu tunggu verifikasi transaksi digital otomatis berbasis Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) dynamic pada rancang bangun vending machine. *SPECTA Journal of Technology*, 6(1). 10-17. <https://doi.org/10.35718/specta.v6i1.330>.
- Tapscott, Don. (2015). The digital economy: rethinking promise and peril in the age of networked intelligence. *Choice Reviews Online*, 52(09). <https://doi.org/10.5860/choice.189120>.