

Transformasi Digital UMKM: Strategi Ekspansi Pasar dan Kemudahan Pembayaran di Era Digital

Arum Nastiti ^{1*}

^{1*} Accounting Department, Faculty of Economics, Mercu Buana University Yogyakarta, Indonesia

Email: arumnastiti1@gmail.com ^{1*}

Article history:

Received November 16, 2024.

Revised December 11, 2024.

Accepted December 13, 2024.

Abstract

Digital transformation is a strategic step for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to address the challenges of the digital era, such as global competition and changing consumer behavior. This article discusses the implementation of digital transformation through online ride-hailing applications (Grab, Gojek, and ShopeeFood) and digital payment systems (QRIS) to expand markets and improve transaction efficiency. Through a community service approach, training was conducted for home-based MSMEs to familiarize them with these technologies, select suitable platforms, and practice the registration process until account verification. The results indicate that MSMEs tend to prefer ShopeeFood due to its simpler registration process, lower fees, and direct integration with QRIS. Intensive assistance throughout the process demonstrated that digital technology could be effectively adopted, supporting MSMEs in reaching broader markets and enhancing customer experiences.

Keywords:

Digital Transformation; MSMEs; Online ride-hailing applications; QRIS.

Abstrak

Transformasi digital merupakan langkah strategis bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk menghadapi tantangan era digital, seperti persaingan global dan perubahan perilaku konsumen. Artikel ini membahas implementasi transformasi digital melalui aplikasi ojek online (Grab, Gojek, dan ShopeeFood) serta sistem pembayaran digital (QRIS) guna memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi transaksi. Melalui pendekatan pengabdian masyarakat, dilakukan pelatihan bagi pelaku UMKM rumahan untuk mengenal teknologi tersebut, memilih platform yang sesuai, dan mempraktikkan proses pendaftaran hingga verifikasi akun. Hasilnya, pelaku UMKM cenderung memilih ShopeeFood karena kemudahan proses pendaftaran, biaya potongan yang lebih rendah, dan integrasi langsung dengan QRIS. Pendampingan intensif selama proses ini menunjukkan bahwa teknologi digital dapat diadopsi secara efektif, mendukung UMKM dalam meraih pasar yang lebih luas dan meningkatkan pengalaman pelanggan.

Kata Kunci:

Transformasi Digital, UMKM, Aplikasi Ojek Online, QRIS.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian di Indonesia, menyumbang lebih dari 60,5% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menciptakan lapangan kerja bagi jutaan masyarakat (Cantika, 2023). Tetapi di era sekarang ini UMKM menghadapi tantangan baru seperti persaingan global, perubahan perilaku konsumen, dan keefisien-an konsumen yang mempunyai pemikiran tidak mau ribet. Transformasi digital merubah bukan hanya sekadar pengolahan data digital, melainkan mengubah proses bisnis secara keseluruhan. Digitalisasi lebih berfokus pada pengolahan data secara elektronik, sementara transformasi digital mencakup perubahan signifikan dalam cara bisnis atau organisasi beroperasi melalui integrasi teknologi digital (Putra et al., 2023). Digitalisasi menjadi solusi strategis untuk membantu

UMKM bisa tetap berdiri pada saat ini, terutama dalam hal ekspansi pasar dan kemudahan pembayaran. Perubahan di era digital dapat membantu UMKM meningkatkan akses ke pasar yang lebih luas. Transformasi digital UMKM merujuk pada penerapan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi dalam bertansaksi, memperluas jaringan pasar, dan memperbaiki pengalaman pelanggan (Agustin et al., 2023). Salah satunya adalah adanya aplikasi ojek online yang telah merubah kebiasaan masyarakat dalam mengakses layanan transportasi. Dari sini muncul lah ojek online yang membantu pelaku UMKM untuk mempermudah transaksi dengan menjadi kurir makanan maupun barang (FALAQ, 2020). Melalui aplikasi ojek online, pelaku UMKM dapat ditemukan oleh konsumen dengan jangkauan yang lebih luas dan beragam yang mungkin tidak dapat ditemukan melalui jaringan sebelumnya (Rama Dwi Rendra Graha, dkk, 2024). Aplikasi ini tidak hanya menawarkan kemudahan dalam perjalanan dengan mengandalkan fleksibilitas waktu dan lokasi bagi para penggunanya, tetapi bisa untuk mengirim barang maupun memesan makanan.

Selain aplikasi ojek online, digitalisasi UMKM yang saat ini sedang dikembangkan adalah digitalisasi pembayaran (Beno et al., 2023). Situasi perkembangan transformasi digital ini, yang mendorong Bank Indonesia untuk ikut serta dalam peningkatan sistem pembayaran digital dengan menciptakan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS), yaitu alat pembayaran digital melalui aplikasi dompet digital maupun *m-banking* (Rika Widianita, 2023). Dengan adanya QRIS untuk memberdayakan UMKM diharapkan berdampak positif untuk meningkatkan produktivitas UMKM di Indonesia, baik dari segi transaksi dan efisiensi biaya (Paat et al., 2022). Penggunaan sistem pembayaran non tunai untuk pembayaran secara online maupun offline berkembang seiring dengan UMKM yang semakin meningkat, hal ini akan memudahkan dalam melakukan pembayaran antara customer dan pelaku UMKM (Riza Amalia Rifani, 2023). Selain itu, saat ini kondisi masyarakat di Indonesia sudah mulai ketergantungan atau bisa di sebut *Cashless Society* atau dimana masyarakat menggunakan pembayaran digital saat melakukan pembayaran, sehingga penggunaan uang tunai menjadi minim digunakan (Setiana Sri Wahyuni Sitepu, 2020). QRIS memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran dengan lebih cepat, aman, dan efisien melalui pemindaian kode QR yang tersedia di berbagai platform. Kehadiran QRIS menjadi solusi bagi konsumen yang menginginkan cara transaksi yang lebih cepat tanpa gesekan dalam era serba digital saat ini (Hariyani et al., 2023). Semakin banyak manfaat yang mereka rasakan dalam melakukan transaksi pembayaran, maka mereka akan semakin menggunakan transaksi pembayaran menggunakan QRIS (Putri et al., 2023). Sayangnya, tidak semua UMKM mampu mengadopsi teknologi ini secara optimal. Faktor keterbatasan kurangnya sosialisasi sumber daya, pengetahuan, dan dukungan infrastruktur menjadi penghambat dan pengabdian mengenai strategi transformasi digital yang efektif bagi UMKM menjadi pembahasan yang perlu untuk mendukung pertumbuhan bisnis mereka di era digital. Dengan semakin berkembangnya penggunaan aplikasi ojek online dan sistem pembayaran QRIS, tantangan baru muncul terkait bagaimana menghadirkan kemudahan bagi konsumen dalam menggunakan kedua sistem tersebut secara optimal. Oleh karena itu, pengabdian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana aplikasi ojek online dan sistem pembayaran QRIS dapat memberikan kemudahan serta kenyamanan bagi konsumen di era digital yang serba cepat ini.

2. METODE

Metode yang digunakan pengabdian dalam pengabdian ini bertujuan untuk mendukung UMKM agar lebih mudah beradaptasi dengan transformasi digital. Dalam kegiatan ini, pengabdian melibatkan satu pelaku UMKM usaha rumahan di bidang rumahan. Langkah-langkah yang dilakukan pengabdian sebagai berikut:

- Pengenalan Aplikasi Digital. Memperkenalkan berbagai aplikasi online yang relevan dengan kebutuhan pelaku UMKM. Aplikasi yang di perkenalkan antara lain Grab, Gojek, dan Shopeefood selain memperkenalkan aplikasi tersebut pengabdian juga menjelaskan pembayaran digital masing-masing aplikasi berserta manfaatnya. Hal ini dilakukan agar pelaku UMKM dapat memahami keunggulan dari setiap pilihan dan memilih aplikasi yang paling sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM.
- Bantuan Pembuatan Akun. Setelah pelaku UMKM memilih aplikasi yang ingin digunakan yaitu Shopeefood, pengabdian memberikan panduan langsung dalam proses pembuatan akun. Dengan membantu pendudukan aplikasi, pendaftaran akun, dan membimbing pelaku UMKM serta memastikan pelaku UMKM tidak hanya memiliki akun tetapi juga mengerti bagaimana cara menggunakan secara optimal.
- Pendampingan. Langkah terakhir yaitu memberikan pendampingan kepada pelaku UMKM hingga seluruh proses pendaftaran selesai dan akun siap digunakan. Pendampingan ini dilakukan secara intensif untuk memastikan pelaku UMKM benar-benar siap memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan usaha mereka.

Indikator Keberhasilan:

- Akun Shopeefood berhasil diverifikasi dan aktif dalam 1-5 hari.
- Pelaku UMKM dapat melakukan transaksi pertama melalui aplikasi Shopeefood secara mandiri.
- Pelaku UMKM memahami cara penggunaan fitur pembayar digital dalam bentuk QRIS.
- Tersedianya peningkatan pemahaman terhadap penggunaan teknologi digital.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdiaan kepada pelaku UMKM ini dilakukan oleh Arum Nastiti pada hari Minggu, 8 Desember 2024 pada pelaku UMKM rumahan dengan tujuan untuk memperkenalkan aplikasi ojek online dan pembayaran digital supaya pelaku UMKM dapat mengatasi tantangan digitalisasi dan memanfaatkan teknologi untuk mengikuti perkembangan pasar.

3.1. Memperkenalkan Beberapa Aplikasi Ojek Online dan Pembayaran Digital

Ada 3 (tiga) aplikasi ojek online yang saat ini banyak digunakan di Indonesia khususnya di Kota Yogyakarta yaitu Grab, Gojek, dan Shopeefood.



Gambar 1. Pengenalan Aplikasi

Tabel 1. Hasil Pengenalan Aplikasi

Aplikasi	Presentase	Alasan Utama
Shopeefood	70%	Pendaftaran mudah dan cepat, potongan rendah, QRIS otomatis terdaftar
Grab	20%	Fitur lengkap, pendaftaran memerlukan banyak dokumen
Gojek	10%	Jangkauan luas, pendaftaran memerlukan waktu yang cukup lama

(Sumber: Observasi langsung pada pelaku UMKM)

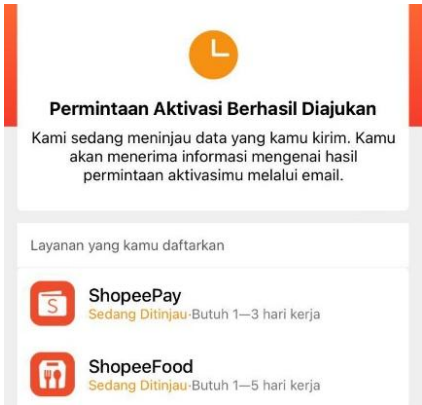
Dari pengenalan tiga aplikasi tersebut didapatkan hasil pelaku UMKM 70% memilih aplikasi Shopeefood. Selain karena alasan utama pada observasi diatas, pertimbangan lainnya juga aplikasi Shopeefood untuk mitra atau biasa disebut Shopeeptatner bisa di download pada App Store (HP Pelaku UMKM).

3.2. Praktik Pembuatan Akun Shopeefood

Pelatihan ini berhasil meningkatkan tingkat pemahaman pelaku UMKM terhadap penggunaan aplikasi digital. Sebelum pelatihan, hanya 40% pelaku UMKM memahami dasar terkait teknologi digital. Setelah pelatihan, tingkat pemahaman meningkat menjadi 85%, didukung oleh metode praktik langsung dan pendampingan intensif oleh pengabdi.

3.3. Pendampingan dan Tanya Jawab

Pada tahap yang terakhir yaitu pengabdi terus melakukan pendampingan selagi menunggu pendaftaran di verifikasi oleh pihak Shopeefood (1-5 hari proses verifikasi).



Gambar 2. Menunggu Proses Verifikasi

Sambil menunggu proses verifikasi berlangsung pengabdian memberikan kesempatan kepada pelaku UMKM untuk memberikan pertanyaan. Pertanyaan yang muncul seperti kapan pencairan dana yang masuk melalui pembayaran digital QRIS ataupun pembelian langsung dari aplikasi. Tahap ini tidak terjadi dalam satu hari kerja saja pengabdian memberikan pendampingan hingga pelaku UMKM benar-benar sudah bisa sendiri dan mengerti. Dengan demikian pelaku UMKM merasa hal tersebut bukan suatu yang sulit.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian yang dilakukan pada hari Minggu, 8 Desember 2024 memberikan pandangan khususnya bagi pelaku UMKM rumahan supaya memiliki motivasi untuk dapat berkembang seiring berkembangnya teknologi pada saat ini. Kegiatan ini berjalan dengan lancar karena kemauan pelaku UMKM untuk mengikuti perkembangan dan pelaku UMKM senang dapat memanfaatkan teknologi untuk ekspansi pasar dan dapat merasakan keefektifan dalam pembayaran.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada semua pihak yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam pelaksanaan kegiatan ini. Semoga pengabdian ini dapat memberikan manfaat bagi pelaku UMKM dan bisa memotivasi pelaku UMKM berkelanjutan.

REFERENCES

- Agustin, A., Putra, G. P. E., Pramesti, D. T., & Madiistriyatno, H. (2023). Strategi UMKM Dalam Menghadapi Digitalisasi. *Oikos-Nomos: JURNAL KAJIAN EKONOMI DAN BISNIS*, 16, 33.
- Beno, J., Silen, A. ., & Yanti, M. (2023). HUBUNGAN PENGGUNAAN QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD (QRIS) TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN UMKM DI KOTA KLATEN TAHUN 2023. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.
- Cantika, Y. (2023). Kementerian Keuangan RI_Direktorat Jendral Perbendaharaan.pdf. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikaping/id/data-publikasi/artikel/3134-kontribusi-umkm-dalam-perekonomianindonesia.html>
- FALAQ, A. F. (2020). KEBERADAAN OJEK ONLINE DALAM MENINGKATKAN PERKEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI KOTA SURABAYA. *Journal GEEJ*, 7(2), 1–8. <https://repository.unipasby.ac.id/id/eprint/3476>
- Hariyani, E. K., Analisis Persepsi Masyarakat Terhadap, M., Quick, P., Code, R., Digital, A. P., Hariyani, E. V. I. K., Ekonomi, F., & Bisnis, D. A. N. (2023). *Indonesia Standard (Qris)* Sebagai.
- Paat, T. B. S., Tulung, J. E., & Saerang, R. T. (2022). Analyzing Behavioral Intention of E-Wallet Usage in Food and Beverage At Micro Small and Medium Enterprises (Msme) in Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(2), 227. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.39761>
- Putra, T. W. A., Solechan, A., & Hartono, B. (2023). Transformasi Digital Pada UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar. *Jurnal Informatika Upgris*, 9(1), 7–12. <https://doi.org/10.26877/jiu.v9i1.15096>
- Putri, M. T., Hatta, A. J., & Indraswono, C. (2023). Analisis Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Gaya Hidup, Literasi Keuangan, Dan Risiko Terhadap Penggunaan Qris Sebagai Alat Pembayaran Digital Pada Mahasiswa Di Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 17(3), 215–228. <https://doi.org/10.53916/jeb.v17i3.73>
- Rama Dwi Rendra Graha, Fiyoga Bayu Saputra, D. W. M. P. (2024). Pengaruh Perkembangan Ojek Online terhadap Peningkatan Ekonomi UMKM di Kecamatan Sumbersari, Jember. 4(2), 617–630.
- Rika Widianita, D. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan QR Code Indonesian Standar (QRIS) Sebagai Sistem Pembayaran. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1–19.

- Riza Amalia Rifani. (2023). Penerapan Sistem Pembayaran QRIS pada Sektor UMKM di Kota Parepare. *Amsir Accounting & Finance Journal*, 1(1), 16–23. <https://doi.org/10.56341/aafj.v1i1.170>
- Setiana Sri Wahyuni Sitepu, T. P. M. D. A. S. S. N. T. H. (2020). Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Menggunakan. *Journal GEEJ*, 7(2).