
**ANALISIS PENGGUNAAN MIDTRANS TERHADAP KONSUMEN
(STUDI KASUS BUBUR KACANG HIJAU DI JAKARTA TIMUR)**

Harisky Maulana

Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka

Email : Hariskymaulana7@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana penggunaan midtrans terhadap konsumen melalui penjualan UMKM bubur kacang hijau yang berlokasi di Kecamatan Ciracas – Jakarta Timur. Metodologi penelitian dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mempermudah dalam melakukan analisa, penulisan dan pengembangan website. Pada pembahasan ini membahas faktor pendukung dan penghambat penggunaan midtrans terhadap konsumen. Faktor pendukung membahas Mudah nya dalam melakukan pembayaran dan pembelian, kepercayaan konsumen dan menjangkau penjualan yang lebih luas. Sedangkan faktor penghambat Dikenakan charge. Adapun hasil dari pembahasan ini konsumen merasakan mudah dalam melakukan pembayaran dan pembelian dikarenakan potongan harga yang cukup menarik serta aman nya melakukan pembayarannya dengan memakai payment gateway terhadap Midtrans pada penjualan UMKM bubur kacang hijau serta konsumen merasa sangat keberatan dikenakan pajak 2%+Rp 2.200 jika melakukan pembayaran menggunakan payment gateway pada Midtrans

Kata kunci : *Midtrans, Payment Gateway, Konsumen*

**ANALYSIS OF THE USE OF MIDTRANS TO CONSUMERS
(CASE STUDY OF GREEN BEAN PORRIDGE IN EAST JAKARTA)**

ABSTRACT

The purpose of this study was to find out how the use of midtrans to consumers through the sale of mung bean porridge SMEs located in Ciracas District - East Jakarta. The research methodology in this study uses a descriptive qualitative method which aims to facilitate the analysis, writing and development of websites. This discussion discusses the supporting and inhibiting factors for the use of midtrans to consumers. Supporting factors discuss the ease of making payments and purchases, consumer confidence and reaching wider sales. While the inhibiting factors are subject to a charge. As for the results of this discussion, consumers find it easy to make payments and purchases because of the attractive price discounts and the safe way to make payments using a payment gateway for Midtrans on MSME sales of mung bean porridge and consumers feel very objection to being taxed 2% + IDR 2,200 if they do payment using a payment gateway on Midtrans.

Keywords : Midtrans, Paymnt Gatway, Consumers

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu prioritas dalam pengembangan ekonomi nasional, selain karena UMKM menjadi tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan yang tidak banyak ditujukan mengurangi masalah kesenjangan antar golongan pendapat dan antar pelaku usaha, ataupun pengentasan kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja (Hasbullah et al., 2015). Pengembangan UMKM akan memperluas basis ekonomi dan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mempercepat struktural, yaitu meningkatkan perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional (Sari & Rani, 2021).

Perkembangan teknologi membuat terjadinya tranformasi pola sistem ekonomi di Indonesia. Dari model sistem ekonomi yang konvensional, perlahan menjadi sistem ekonomi berbasis digital. Meski belum bisa dikatakan sebagai suatu sistem ekonomi, tetapi digitalisasi sektor ekonomi telah memaksa para konsumen dan produsen untuk bertransformasi mengikuti tren digitalisasi. Banyak manfaat yang dapat dirasakan oleh kehadiran digitalisasi di bidang ekonomi yaitu bisa menkan biaya operasional suatu entitas bisnis. Bahkan digitaliasasi akan mempermudah dan memberikan layanan lebih baik, lebih murah, lebih cepat dan menjangkau kawasan yang lebih jauh (Vinerean & Opreana, 2019).

Kebutuhan dan keinginan konsumen sangat bervariasi dan dapat berubahubah karena adanya faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Oleh karena itu, seorang pemasar perlu untuk memahami perilaku konsumen supaya kegiatan pemasaran yang dilaksanakan dapat berjalan secara efektif dan efisien (Wahyuni & Turisno, 2019).

Ada beberapa pengertian perilaku konsumen yang dikemukakan oleh para ahli diantaranya adalah : "Perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi lingkungan" (Diandra & Diandra, 2019).

Perilaku konsumen adalah : "Perilaku yang ditujukan oleh orang-orang dalam merencanakan, membeli dan menggunakan barang-barang ekonomi dan jasa" (A. Rusdiana, 2017) .

Pemahaman terhadap perilaku konsumen bukanlah hal yang mudah dimengerti bagi para UMKM (Hartawan et al., 2021). Hal ini di sebab kan banyaknya pertimbangan dalam membeli sesuatu, meskipun demikian jika para UMKM dapat menemukan solusi bagi konsumen, maka hal ini dapat memberikan kepuasan lebih baik kepada konsumen (Setiawan, 2021).

Kehadiran uang non tunai diklaim mampu menjadi solusi sebagian masyarakat untuk mempermudah transaksi dengan hanya mengandalkan akses ke internet. Tren tersebut menciptakan suatu metode pembayaran baru di yang bernama financial technology (Colombelli et al., 2022). *Payment gateway* adalah salah satu bentuk dari fintech. *Payment gateway* merupakan pembayaran *online* yang menguraikan dan menentukan informasi pada sebuah Midtrans adalah salah satu *payment gateway* yang menyediakan fasilitas berbagai metode pembayaran (Pratama et al., 2020) sebagai *payment gateway* terdepan di Indonesia, Midtrans menyediakan layanan pemrosesan pembayaran online dari beragam bisnis, dari start-up, UMKM, sampai perusahaan besar.

Layanan *Payment Gateway* telah menjadi terkenal di dunia online. *Payment Gateway* memberikan keuntungan lebih kepada customer yang bergantung kepada Internet untuk membeli produk – produk yang diinginkan, sehingga memerlukan transaksi uang secara online. *Payment Gateway* berguna untuk mendeskripsikan informasi pembayaran dan membandingkan nilai hash yang dikirimkan penjual. Apabila terjadi kecocokan, maka *Payment Gateway* yakin pembeli dan penjual telah sepakat mengenai pembelian yang dilakukan. Tugas *Payment Gateway* yang lain adalah melakukan pengesahan transaksi sesuai dengan kebijakan yang dimiliki oleh issuer kartu kredit. Yang menjadi pokok permasalahan, masih banyak orang terutama

customer dan merchant masih tidak mengerti bagaimana sebenarnya cara kerja sistem transaksi online di internet. Pada hal bila ditinjau dari waktu sangat membantu Customer, dalam hal proses pembayaran online menggunakan *payment gateway*, dan manfaatnya supaya customer, merchant ataupun user lain bias mengerti tentang kinerja online yang aman (Ardiansyah, 2019).

Penggunaan *payment gateway* melalui website Midtrans menjadi solusi bagi konsumen karena memberikan kemudahan bagi para konsumen sudah sangat jelas dirasakan dikarenakan kemudahan dalam menggunakannya, hal ini menjadi sebuah keuntungan bagi UMKM dan UMKM yang menggunakan *payment gateway* (Widiati, 2020)

Maka dari itu penelitian ini membahas mengenai Analisis Penggunaan Midtrans terhadap Konsumen

METODE

Metodologi penelitian dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mempermudah dalam melakukan analisa, penulisan dan pengembangan website.

Deskriptif kualitatif adalah istilah yang digunakan dalam penelitian kualitatif untuk suatu kajian yang bersifat deskriptif. Jenis penelitian ini umumnya dipakai dalam fenomenologi sosial. Deskriptif Kualitatif difokuskan untuk menjawab pertanyaan penelitian (Sugiyono, 2018)

Teknis analisis dalam penelitian ini menggunakan interactive model analisis dimana proses pengumpulan data, penyajian, kondensasi dan penarikan kesimpulan dilakukan terus menerus, saling berinteraksi hingga interpretasi data penelitian tuntas (Miles et al., 2014)

Subjek penelitian ini ialah pelaku konsumen terhadap penjualan UMKM Bubur Kacang Hijau di Kecamatan Ciracas yang dipilih dengan teknik purposive sampling. Kriteria subjek peneliti ialah pelaku Konsumen yang membeli UMKM bubur kacang hijau yang menggunakan Midtrans dalam transaksi Payment Gateway untuk UMKM. Penelitian dilaksanakan selama dua bulan

Lingkup Penelitian

Dalam mengembangkan usaha UMKM ini saya sudah melakukan bentuk transformasi digital, yaitu pertama kami melakukan bentuk pembayaran dengan metode digital melalui payment gateway terhadap Midtrans. Dengan adanya pembayaran digital dapat membuka peluang menambah pelanggan, karena bisa membayar melalui aplikasi tanpa harus datang ke lokasi penjualan. Tidak hanya itu dengan adanya Midtrans disini membuat banyak sekali perubahan salah satunya kemasan yang lebih menarik sehingga para konsumen tertarik dengan produk tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN Implementasi Midtrans Pada Konsumen

Midtrans merupakan platform electronic payment gateway berbasis website. Sehingga konsumen yang mengakses website Midtrans dapat melakukan transaksi pembelian produk-produk UMKM secara praktis melalui link website yang tersedia. Para konsumen

menggunakan payment gateway untuk mengelola pada UMKM yang sudah membuat akun Midtrans.

Informan kami telah mengimplementasikan website Midtrans dengan membuat barcode yang ditempelkan ditempat usahanya yang berfungsi untuk memudahkan para konsumen untuk melakukan pembayaran secara non tunai

Untuk informasi produk penjualan, para konsumen sudah mendapatkan informasi secara online melalui aplikasi WhatsApp dan instagram dengan berbentuk poster produk yang dijual

Selain untuk mempermudah pembayaran setelah menggunakan payment gateway terhadap Midtrans, ternyata dapat mempengaruhi dalam segi harga. Konsumen dapat membeli produk dengan harga yang lebih terjangkau, karena pada pembelian Midtrans pada konsumen bubur kacang hijau harga yang ditetapkan lebih terjangkau.

Faktor Pendukung Midtrans Pada Konsumen

Ada beberapa faktor pendukung Midtrans terhadap Konsumen, antara lain sebagai berikut :

1. Mudah nya dalam melakukan pembayaran dan pembelian konsumen yang melakukan pembelian menggunakan payment gateway terhadap UMKM yang menggunakan website midtrans lebih merasakan keuntungan dalam segi harga yang di tawarkan pada konsumen. Konsumen mendapatkan lebih sering mendapatkan harga yang murah karena pada UMKM warung bubur kacang hijau sering melakukan pemotongan harga. Konsumen mengungkapkan sebagai berikut:

".....kalo pembelian sedikit murah dari harga yang lain karena disini banyak diskon walaupun pajak dikenakan lumayan menguras kantong"

Konsumen yang melakukan pembayaran terbilang sangat mudah, dikarenakan

UMKM yang sudah terdaftar pada website Midtrans secara otomatis sudah mendapatkan kode Qris. Sehingga konsumen dapat melakukan pembayaran dengan lebih mudah, karena dengan konsumen dapat melakukan pembayaran non tunai dengan menggunakan kode Qris. . Konsumen mengungkapkan sebagai berikut :

".....yaa sangat mudah karena tinggal scan barcode Q-rish atau melalui transfer sudah selesai melakukan pembelian"

2. kepercayaan konsumen

UMKM yang mengaktifkan payment gateway dengan menggunakan Midtrans dapat terjamin kepercayaannya. Hal ini membuat konsumen merasa aman dan tidak khawatir berbelanja disana. Metode ini aman bagi para pengguna kartu kredit karena payment gateway memiliki teknologi *frauddetection* yang berfungsi untuk mencegah terjadinya kecurangan pada saat pembayaran serta proses dijamin cepat dan aman. . Konsumen mengungkapkan sebagai berikut :

"....sejauh ini ketika melakukan pembayaran aman-aman saja tidak ada kendala apapun, paling kendala jika

jaringan internet saya kurang bagus"

3. menjangkau penjualan yang lebih luas dengan menggunakan payment gateway Midtrans, maka jangkauan konsumen lebih luas sehingga bagi para konsumen yang berlokasi cukup jauh dapat melakukan pembelian serta mempermudah konsumen lebih praktis dalam melakukan pembelian. . Konsumen mengungkapkan sebagai berikut :

"...yaaa saya merasa lebih praktis dalam melakukan pembelian dan saya pun malas membawa uang cash" Dapat disimpulkan bahwasanya faktor pendukung dalam penggunaan Midtrans sangat berpengaruh

terhadap konsumen, berdasarkan data di atas Informan merasakan sangat mudah, aman dan praktis.

Faktor Penghambat Midtrans pada konsumen

1. Dikenakan *charge*

Pada UMKM yang menggunakan website Midtrans ini, konsumen dikenakan *charge* sebesar 4% + Rp 2.200 ke merchant yang sudah termasuk biaya pajak. . Konsumen mengungkapkan sebagai berikut :

"....sebenarnya saya merasa keberatan dengan biaya admin hingga 4% di karenakan bubuk kacang hijau ini memberikan discount-discount yang sangat menarik"

Dapat disimpulkan faktor penghambat pengguna Midtrans pada konsumen, tentang di kenakan pajak.

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa bagi konsumen yang menggunakan payment gateway terhadap Midtrans bahwasanya selain dari mudahnya pembelian dan pembayaran yang dirasakan oleh konsumen ternyata konsumen peka terhadap pemotongan harga yang menarik sehingga dapat menambah nilai jual terhadap suatu produk yang sedang di pasarkan. Para konsumen merasa keberatan jika transaksi dikenakan pajak kembali.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Rusdiana. (2017). *Entrepreneur Theory And Practice*. CV Pustaka Setia. <https://doi.org/10.31227/osf.io/6gujt>
- Ardiansyah, T. (2019). Model Financial Dan Teknologi (Fintech) Membantu Permasalahan Modal Wirausaha UMKM Di Indonesia. *Majalah Ilmiah Bijak*, 16(2),

- 158–166.
<https://doi.org/10.31334/bijak.v16i2.518>
- Colombelli, A., Panelli, A., & Serraino, F. (2022). A Learning-by-Doing Approach to Entrepreneurship Education: Evidence from a Short Intensive Online International Program. *Administrative Sciences*, 12(1), 1–27.
<https://doi.org/10.3390/admsci12010016>
- Diandra, D., & Diandra, D. (2019). Meningkatkan Kemampuan Softskill Dalam Berwirausaha. *Seminar Nasional Ekonomi & Bisnis Dewanatara*, 97–102.
- Hartawan, E., Liu, D., Handoko, M. R., Evan, G., & Widjojo, H. (2021). Pengaruh Iklan Di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada E-Commerce. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 8(1), 217–228.
<https://doi.org/10.35794/jmbi.v8i1.33853>
- Hasbullah, R., Surahman, M., Yani, A., Almada, D. P., & Faizaty, E. N. (2015). Peran Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi dalam Peningkatan Kinerja Usaha UKM Pangan (Role of Universty Bussiness Incubators on the Improvement of Food SMEs Bussiness Performances). *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia (JIPI)*, 20(1), 59–65.
journal.ipb.ac.id/index.php/JIPI
- Miles, Huberman, & Saldana. (2014). *Qualitative Data Analysis*. SAGE Publications Inc.
- Sari, R. T. P., & Rani, N. L. R. M. (2021). Efektivitas Penggunaan Digital Marketing untuk Promosi pada Masa Pandemi Covid19 di Petoss Mbok Sarinten Wonosobo. *Komunikasiana: Journal of Communication Studies*, 3, 109.
<https://doi.org/10.24014/kjcs.v0i0.14180>
- Setiawan, I. (2021). Pembiayaan Umkm, Kinerja Bank Syariah Dan Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 6(2), 263–278.
<https://doi.org/10.36908/isbank.v6i2.165>
- Sugiyono. (2018). *Research Method Qualitative, Quantitative, Mixed Methods, Research And Development*. Alfabeta.
- Vinerean, S., & Opreana, A. (2019). Social Media Marketing Efforts of Luxury Brands on Instagram. *Expert Journal of Marketing*, 7(2), 144–152.
- Wahyuni, R. A. E., & Turisno, B. E. (2019). Praktik Finansial Teknologi Ilegal Dalam Bentuk Pinjaman Online Ditinjau Dari Etika Bisnis. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 1(3), 379–391.
<https://doi.org/10.14710/jphi.v1i3.379-391>
- Widiati, A. (2020). Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*, 8(2), 67–76.
<https://doi.org/10.26418/jaakfe.v8i2.40670>

PROFIL SINGKAT

Harisky Maulana, lahir di Jakarta pada 31 Maret 2001 dan sekarang menetap di Cibinong. Menyelesaikan pendidikan dasar di SDN Cibinong 2 pada tahun 2013, dan melanjutkan pendidikan di MTs Aliltizam selesai pada tahun tahun 21016 dan menyelesaikan pendidikan di MAN 1 Bogor pada tahun 2019. Sekarang tengah menempuh studi Pendidikan semester 7 di Universitas Muhammadiyah. Prof. Dr. Hamka dan mengambil Program Studi Pendidikan Ekonomi. Pengalaman organisasi pada Himpunan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi, menjabat sebagai ketua bidang organisasi dan kaderisasi.

