
ANALISIS EKSISTENSI LAYANAN DOMPET DIGITAL DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UMKM KEBAB PREMIUM

Sekar Pertiwi
Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka
sekarp1888@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan mengetahui sejauh mana keberadaan Dompot Digital (Shopee Pay) dalam meningkatkan penjualan di Kedai Kebab Premium. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Sampel dalam penelitian ini adalah UMKM Kedai Kebab Premium yang telah bertransformasi menggunakan dompet digital Shopee Pay dengan fokus selama satu bulan terakhir. Hasil dari penelitian ini yaitu terdapat peningkatan penjualan di UMKM Kebab Premium, yakni diambil dari transaksi setiap minggunya yakni setiap hari minggu yang merupakan hari yang cenderung lebih sepi dibandingkan hari sabtu untuk masyarakat sekitar mengunjungi UMKM tersebut. Hasilnya yaitu terdapat 47% kenaikan penjualan pada minggu ke 1-4 bulan Januari setelah owner dari UMKM Kedai Premium menggunakan dompet digital Shopee Pay.

Kata kunci: *Transformasi Digital, Dompot Digital, Shopee Pay*

ANALYSIS OF THE EXISTENCE OF DIGITAL WALLET SERVICES IN INCREASING SALES OF PREMIUM KEBAB UMKM

Abstract

This study aims to examine and determine the extent to which the presence of Digital Wallet (Shopee Pay) has increased sales at Kebab Premium Shops. This study uses a qualitative descriptive research method with observation, interviews and documentation. The sample in this study is the UMKM Kebab Premium which has transformed using the Shopee Pay digital wallet with a focus on the last one month. The results of this study are that there is an increase in sales at UMKM Kebab Premium, which is taken from transactions every week, namely every Sunday which is the busiest day when local people visit these UMKM. The result is that there is a 47% increase in sales in the 1st-4th week of January after the owner of the UMKM Kedai Premium uses the Shopee Pay digital wallet.

Keywords: *Digital Transformation, E-Wallet, Shopee Pay*

PENDAHULUAN

Layanan keuangan sedang diubah oleh inovasi digital. Di seluruh dunia, inovasidalam teknologi keuangan

seperti *mobile money, peer-to-peer (P2P) lending, robo- advice*, teknologi asuransi (*insurtech*), danaset kripto telah bermunculan. Dalam sepuluh tahun

terakhir, fintech telah membuat lebih mudah bagi pelanggan ritel untuk mendapatkan layanan keuangan dan membuatnya lebih mudah diakses.

Mayoritas bisnis yang sudah mapan menunjukkan bahwa transformasi digital adalah prioritas strategis, dan banyak bisnis baru yang memanfaatkan teknologi mutakhir untuk memenuhi permintaan pelanggan.

Transformasi digital telah dipercepat sebagai akibat dari pandemi COVID-19. Saat ekonomi, penyedia layanan keuangan, bisnis, dan individu menavigasi pandemi dan dunia pasca-COVID-19, persyaratan konektivitas digital untuk menggantikan interaksi fisik antara konsumen dan penyedia dan dalam proses yang menghasilkan layanan keuangan menjadi semakin penting. Pandemi telah mempercepat transisi ke pembayaran digital [1]. Meski penggunaan teknologi di sektor keuangan bukanlah hal baru, lingkungan operasi sebelumnya dibatasi oleh sejumlah batasan. Karena sebagian besar layanan keuangan mengalami dematerialisasi pada akhir abad ke-20 [2], industri tersebut telah memiliki tingkat komputerisasi yang tinggi. Hanya pembayaran yang seringkali memerlukan uang tunai atau cek, dan orientasi untuk produk dan layanan baru sering kali memerlukan tatap muka atau dokumen. Maka dari itu layanan keuangan digital ini dikembangkan.

Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa pembayaran digital dianggap memindahkan transaksi lebih cepat daripada pembayaran tradisional. *E-Wallet* adalah salah satu jenis metode

pembayaran seluler. Dompet digital (selanjutnya disebut dompet elektronik) adalah layanan elektronik untuk menyimpan data alat pembayaran, termasuk alat pembayaran yang menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang juga dapat menyimpan dana untuk melakukan pembayaran, sebagaimana dijelaskan dalam penyelenggaraan pembayaran. proses transaksi oleh Bank Indonesia.

Salah satu jenis *Fintech* juga dikenal sebagai dompet digital merupakan alternatif pembayaran yang memanfaatkan Internet dan menggunakan media. *E-Wallet* dapat menggantikan uang tunai dengan memungkinkan untuk memfasilitasi transaksi tanpa harus membawa banyak uang tunai [3] dengan membutuhkan lebih sedikit waktu untuk menghitung transaksi dan pembayaran lebih cepat, dengan meningkatkan keamanan, menurunkan kemungkinan pencurian, dan dengan menjamin kerahasiaan data pengguna saat melakukan pembayaran. Fungsi terpenting dari *E-Wallet* adalah menyimpan dan mengirim uang, mengamankan proses pembayaran antara konsumen dan pedagang, dan mengautentikasi pelanggan melalui penggunaan sertifikat digital atau metode enkripsi lainnya [4]. Meningkatnya jumlah bisnis dan pusat perbelanjaan yang menerima pembayaran nontunai mendukung hal ini.

Metode pembayaran non tunai meliputi uang elektronik, kartu kredit,

dan kartu debit. Salah satu faktor yang berpengaruh pada layanan dompet digital itu sendiri adalah aplikasi seluler yang digunakan untuk mempelajari kebutuhan pengguna dan menentukan apakah mereka puas atau tidak dengan suatu produk.

Beberapa produk atau aplikasi dompet digital yang sedang marak digunakan oleh masyarakat yaitu Shoope Pay, Dana, OVO, GoPay, dan lain sebagainya.

Shopee Pay merupakan salah satu dompet digital yang paling banyak digunakan di Indonesia. Shopee Pay adalah layanan untuk dompet digital Shopee. ShopeePay adalah merek e-wallet yang paling banyak digunakan, menurut survei online tim Snapcart (50 persen) [5]. Ada banyak fitur menarik di *e-wallet* Shoopepay ini, seperti; batas saldo shoopepay yang lebih besar, kemampuan untuk mentransfer saldo ke rekening bank, dan tidak ada biaya untuk transfer bank [6]. Berkat kemitraannya dengan sejumlah pengecer besar Indonesia, Shoopepay menjadi dompet digital yang terkenal. Shopee Pay juga menyediakan opsi untuk menyelesaikan transaksi, seperti pembelian pulsa dan paket data. Akibatnya, Shopee Pay efektif dan efisien, memungkinkan pengguna untuk menyederhanakan transaksi.

Salah satu UMKM yang berada di Kota Bekasi tepatnya di Meikarta Central Park yaitu bernama "Kebab Premium" yang dikelola oleh Mariana Yustina telah bertransformasi digital dalam hal metode pembayaran produknya. Seperti diketahui bahwa

wilayah Meikarta Central Park merupakan kawasan wisata dari Kota Meikarta yang setiap harinya dikunjungi oleh ratusan pengunjung, khususnya pada hari Sabtu dan Minggu. UMKM yang dirintis oleh Mariana ini hanya dibuka setiap hari Sabtu dan Minggu karena owner dari UMKM Kebab Premium ini memiliki kesibukan lain di hari biasanya. Dan khusus di hari Minggu, penjualan cenderung menurun dibandingkan pada hari Sabtu.

Selama tahun 2019 hingga akhir tahun 2022, *Owner* masih menggunakan metode pembayaran manual yaitu pembayaran *Cash* dan terkadang ia kesulitan dalam melayani pembeli dan juga mengurus pembayaran pembeli, sehingga penelitian ini disusun untuk membantu dalam pengembangan UMKM tersebut ke arah digitalisasi usaha dengan mensosialisasikan dan membimbing Mariana mengenai dompet digital yaitu Shopee Pay. Karena masyarakat Indonesia masih terbawa kebiasaan-kebiasaan pada saat pandemi Covid-19 yaitu banyak masyarakat yang tidak membawa uang *Cash* di dompetnya dan lebih mengutamakan mengisi saldo digitalnya dan juga untuk membantu pelaku usaha agar lebih efektif dan efisien dalam berjualan [7]. Sehingga pelaku usaha Kebab Premium tersebut memutuskan untuk membawa usaha bertransformasi digital.

MATERI DAN METODE

Penelitian ini dikaji di UMKM Kebab Premium yang berlokasi di Meikarta Central Park, Cikarang, Bekasi. Peneliti memulai penelitian sejak

akhir Desember 2022 hingga akhir Januari 2023. Terdapat sampel penelitian dalam penelitian ini yaitu UMKM Kebab Premium.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Siyoto, penelitian deskriptif kualitatif menitikberatkan pada karakteristik, kualitas, dan keterkaitan antar kegiatan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan fenomena yang ada baik yang alamiah maupun buatan manusia [8]. Penelitian deskriptif, sebaliknya, menggambarkan suatu kondisi apa adanya daripada menawarkan segala bentuk perlakuan, manipulasi, atau perubahan terhadap variabel yang diteliti. [9]

Data primer dan sekunder adalah dua jenis dan sumber data yang digunakan. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi [10]. Peneliti menggunakan data primer dan sekunder dalam penelitian ini. Data primer, atau informasi yang dikumpulkan dari objek yang dipelajari oleh peneliti atau organisasi, Mengenai contoh data primer dalam penelitian ini, data wawancara langsung, hasil survei, dan kuesioner yang dikirim ke responden adalah semua contohnya [11].

Sedangkan data sekunder mengacu pada berbagai informasi yang telah ada dan sengaja

dikumpulkan oleh peneliti untuk memenuhi kebutuhan data penelitian. Data ini biasanya disajikan dalam bentuk tabel, grafik, atau bagan. Peneliti menggunakan bukti transaksi UMKM Kebab Premium pada setiap hari minggu di bulan Desember 2022 dan di bulan Januari 2023. Pengambilan data hanya pada hari minggu karena mengacu pada kunjungan para pengunjung yang cenderung lebih sepi dibandingkan hari sabtu. Maka dari itu peneliti mengambil data keempat minggu di bulan Januari 2023.

Analisis deskriptif adalah metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini. Analisis deskriptif diartikan sebagai "mencoba menganalisis sekumpulan data dan menyajikannya dalam bentuk yang mudah dipahami", menurut Siyoto, analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik responden dan variabel yang diteliti [8].

PEMBAHASAN

Perkembangan UMKM Kebab Premium ini sangat meningkat dengan adanya digitalisasi bisnis yang telah pelaku usaha lakukan. Menurut data primer yang digunakan peneliti yaitu data pada setiap hari minggu di bulan Desember 2022 tepat UMKM tersebut belum bertransformasi digital, penjualan di setiap minggunya lebih kecil dibandingkan dengan sudah menggunakan dan mengaplikasikan dompet digital Shopee Pay di Kebab

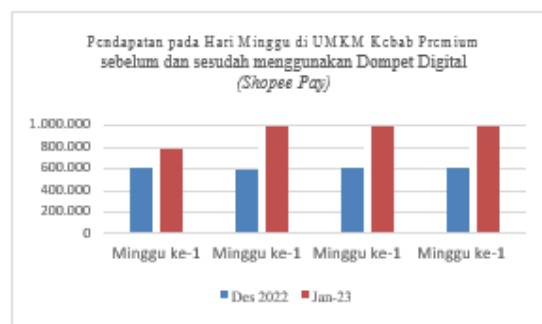
Premium tersebut dikarenakan di era industri 4.0 ini masyarakat lebih mengutamakan bertransaksi secara elektronik dengan menggunakan uang elektronik, salah satunya melalui dompet digital Shopee Pay ini [12].

Tabel 1. Data Pendapatan pada Hari Minggu di UMKM Kebab Premium sebelum dan sesudah menggunakan Dompet Digital (*Shopee Pay*)

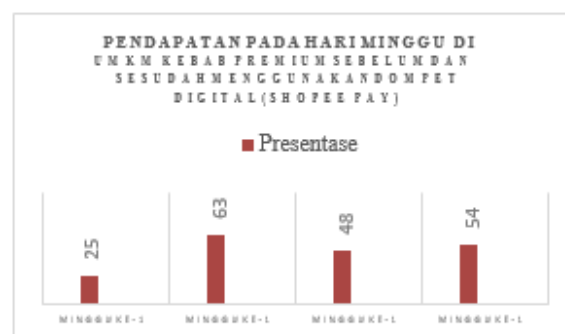
Minggu ke-	Laba		%
	Desember 2022	Januari 2023	
Minggu ke-1	Rp. 616.000	Rp. 773.490	25%
Minggu ke-2	Rp. 571.000	Rp. 933.799	63%
Minggu ke-3	Rp. 636.000	Rp. 944.390	48%
Minggu ke-4	Rp. 612.500	Rp. 946.000	54%
Total	Rp. 2.435.500	Rp. 3.597.679	47%

Table diatas menggambarkan sebuah data penjualan UMKM Kebab Premium pada setiap hari minggu di bulan Desember 2022 disaat *owner* dari Kebab Premium ini belum menggunakan dan bertransformasi digital dengan dompet digital Shopee Pay. Sedangkan pada setiap hari minggu di bulan Januari 2023

merupakan data UMKM Kebab Premium telah menggunakan dan mengaplikasikan dompet digital shopee pada usahanya. Data tersebut peneliti jadikan grafik agar lebih mudah dalam membacanya. Grafik di bawah ini merupakan grafik tingkat pendapatan/penjualan dari UMKM Kebab Premium sebelum dan sesudah bertransformasi digital menggunakan dompet digital Shopee Pay.



Gambar 1. Grafik Pendapatan pada UMKM Kebab Premium sebelum dan sesudah menggunakan Dompet Digital (*Shopee Pay*)



Gambar 2. Grafik Presentase pendapatan pada UMKM Kebab Premium sebelum dan sesudah menggunakan Dompet Digital (*Shopee Pay*)

Dari Gambar 1, dapat kita lihat bahwa garis biru pada minggu pertama di bulan desember 2022 sebelum melakukan transformasi digital, UMKM Kebab Premium hanya memperoleh penjualan Rp. 616.000, sedangkan setelah

bertransformasi yakni garis merah pada grafik yaitu di minggu pertama bulan Januari 2023, penjualan naik menjadi Rp. 777.490.

Kemudian pada minggu ke-2, penjualan di bulan Desember 2022 menurun dari minggu pertama yaitu hanya Rp. 571.000, sedangkan di minggu ke-2 Januari 2023 setelah menggunakan Shopee Pay penjualan naik menjadi Rp. 933.799. Lalu pada minggu ke-3 di bulan Desember 2022, penjualan UMKM Kebab Premium kembali naik yaitu mencapai Rp. 636.000, namun jumlah tersebut sangat jauh perbandingannya setelah owner bertransformasi digital. Pada minggu ke-3 bulan Januari 2023, penjualan meningkat hingga mencapai Rp. 944.390 per harinya. Dan pada minggu terakhir yaitu minggu ke-4, penjualan di bulan Desember 2022 sebelum bertransformasi masih di angka Rp. 612.000 yaitu cenderung lebih rendah dibandingkan minggu sebelumnya di Desember 2022. Tetapi grafik dari penjualan setelah bertransformasi digital menggunakan dompet digital Shopee Pay, grafik pendapatan atau penjualan selalu naik bahkan hingga sampai minggu ke-4 di bulan Januari 2023. Hal ini tentu menjadi point plus bagi pengelola UMKM Kebab Premium.

Dan dari Gambar 2, dapat kita lihat bahwa peningkatan penjualan UMKM Kebab Premium sangat signifikan. Terlihat presentase perbandingan kenaikan penjualan di minggu pertama bulan Desember 2022

dan Januari 2023, penjualan meningkat hingga 25%, minggu kedua yaitu 63%, minggu ketiga 48% dan minggu ke empat naik lagi hingga 52%. Presentase ini menggambarkan bahwa terdapat peningkatan penjualan di UMKM Kebab Premium setelah bertransformasi digital menggunakan dompet digital *Shopee Pay*. Bahkan jika perbandingan keseluruhan pendapatan di bulan Desember 2022 dan Januari 2023 dipresentasikan, kenaikan penjualan kurang lebih melonjak 47% hanya dalam 1 bulan saja yaitu di bulan Januari 2023.

PENUTUP

Transformasi digital telah dipercepat sebagai akibat dari pandemi COVID-19. Saat ekonomi, penyedia layanan keuangan, bisnis, dan individu menavigasi pandemi dan dunia pasca-COVID-19, persyaratan konektivitas digital untuk menggantikan interaksi fisik antara konsumendan penyedia dan dalam proses yang menghasilkan layanan keuangan akan menjadi semakin penting.

Salah satu jenis *Fintech* juga dikenal sebagai dompet digital merupakan alternatif pembayaran yang memanfaatkan Internet dan menggunakan media. *E-Wallet* dapat menggantikan uang tunai dengan memungkinkan untuk memfasilitasi transaksi tanpa harus membawa banyak uang tunai. *Shopee Pay* merupakan salah satu dompet digital yang paling banyak digunakan di Indonesia. *Shopee Pay* adalah layanan untuk dompet digital *Shopee*. *Shopee Pay* adalah merek e-wallet yang paling banyak digunakan,

menurut survei online tim Snapcart (50 persen). Salah satu UMKM yang berada di Kota Bekasi tepatnya di Meikarta Central Park yaitu bernama "Kebab Premium" yang dikelola oleh Mariana Yustina telah bertransformasi digital dalam hal metode pembayaran produknya. Hasil penelitian yaitu terdapat peningkatan penjualan sebesar 47% pada setiap hari minggu di bulan Januari 2023 pada UMKM Kebab Premium.

DAFTAR PUSTAKA

1. Artikel dalam Jurnal

- [1] E. Feyen, J. Frost, L. Gambacorta, H. Natarajan, And M. Saal, *Fintech And The Digital Transformation Of Financial Services: Implications For Market Structure And Public Policy*, Vol. 117, No. 117. 2021.
- [2] G. Nadia And D. Wiryawan, "Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Penggunaan E-Wallet Shopeepay (Studi Pada Pengguna Shopeepay Di Bandar Lampung)," *Revenue J. Manaj. Bisnis Islam*, Vol.3, No. 2, Pp. 185–198, 2022, Doi: 10.24042/Revenue.V3i2.13486.
- [3] W. P. Scorina Dwiantari¹, Rusdiana Permanasari², "Penggunaan Aplikasi E-Wallet Sebagai Sarana Pembayaran Transaksi Bisnis Kuliner Pada Masa PpkM Kota Semarang," Vol. 14, No. 12, Pp. 2– 8, 2022, Doi: 10.33747.
- [4] D. S. Soegoto And M. P. Tampubolon, "E-Wallet As A Payment Instrument In The Millennial Era," *Iop Conf. Ser. Mater. Sci. Eng.*, Vol. 879, No. 1, Pp. 0–7, 2020, Doi: 10.1088/1757-899x/879/1/012139.
- [5] R. Sulistyowati, L. Paais, And R. Rina, "Persepsi Konsumen Terhadap Penggunaan Dompot Digital," *Isoquant J. Ekon. Manaj. Dan Akunt.*, Vol. 4, No. 1, P. 17, 2020, Doi: 10.24269/Iso.V4i1.323.
- [6] E. E. W. Tulungen, D. P. E. Saerang, And J. B. Maramis, "Transformasi Digital: Peran Kepemimpinan Digital," *J. Emba J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis Dan Akunt.*, Vol. 10, No. 2, Pp. 1116–1123, 2022, Doi: 10.35794/Emba.V10i2.41399.
- [7] Y. M. Idah And M. Pinilih, "Strategi Pengembangan Digitalisasi Umkm," *Pros. Semin. Nas. Dan Call Pap. "Pengembangan Sumber Daya Pedesaan Dan Kearifan Lokal Berkelanjutan IX"*, Vol. 9, No. 1, 2020.
- [8] S. Siyoto And A. Sodik, "Metodologi Penelitian Kualitatif," *Cv Jejak*, Pp. 54– 68, 2018, Accessed: Jul. 21, 2022. [Online]. Available: <https://scholar.google.com/citations?user=O-B3ejyaaaaj&hl=en>
- [9] A. Saleh And M. Mujahiddin, "Challenges And Opportunities For Community Empowerment Practices In Indonesia During The Covid-19 Pandemic Through Strengthening The Role Of

- Higher Education,” *Budapest Int. Res. Critics Inst. Humanit. Soc. Sci.*, Vol. 3, No. 2, Pp. 1105–1113, 2020, Doi: 10.33258/Birci.V3i2.946.
- [10] L. Hanim, E. Sopyonyono, And M. Maryanto, “Pengembangan Umkm Digital Di Masa Pandemi Covid-19,” *Pros. Semin. Nas. Penelit. Dan Pengabd. Kpd. Masy.*, Vol. 2, No. 1, 2022, Doi: 10.24967/Psn.V2i1.1452.
- [11] F. Mawardani And R. Dwijayanti, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital Shopeepay Pada Aplikasi Shopee,” *J. Pendidik. Tata Niaga*, Vol. 9, No. 3, Pp. 1455–1463, 2021.
- [12] S. M. Ambawani, Tiyas., “Praktik Jual Beli Online Dengan Sistem Pre-Order Pada Online Shop Dalam Tinjauan Hukum Islam,” *Alhamra J. Stud. Islam*, Vol. 1, No. 1, 2020.