

**PERAN DAN PENGGUNAAN QRIS *E-WALLET* LINKAJA TERHADAP  
PENINGKATAN OMZET USAHA  
(Studi Kasus UMKM Mitra LinkAja di Kabupaten Banyumas)**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Prof. Kh. Syaifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

**OLEH**

**TRIYANI  
NIM.1817202176**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. KH. SYAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO  
2022**

**PERAN DAN PENGGUNAAN QRIS E-WALLET LINKAJA TERHADAP  
PENINGKATAN OMZET USAHA  
(Studi Kasus UMKM Mitra LinkAja di Kabupaten Banyumas)**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Prof. Kh. Syaifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

DIAN JUDIT

**OLEH**

**TRIYANI  
NIM.1817202176**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. KH. SYAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO  
2022**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Triyani

NIM : 1817202176

Jenjang : S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Peran dan Penggunaan QRIS *E-Wallet* LinkAja Terhadap Peningkatan Omzet Usaha (Studi Kasus UMKM Mitra LinkAja di Kabupaten Banyumas)

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 7 Desember 2021

Saya yang menyatakan,



Triyani  
NIM.1817202176



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PERAN DAN PENGGUNAAN QRIS E-WALLET LINKAJA TERHADAP  
PENINGKATAN OMZET USAHA  
(Studi Kasus UMKM Mitra LinkAja di Kabupaten Banyumas)**

Yang disusun oleh Saudara **TRIYANI NIM 1817202176** Program Studi **Perbankan Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Kamis** tanggal **23 Juni 2022** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang DewanPenguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.  
NIP. 19920613 201801 2 001

Sekretaris Sidang/Penguji

Akhris Fuadatis S, S.E., M.Si.  
NIDN. 2009039301

Pembimbing/Penguji

Sarpini, M.E.Sy..  
NIP. 19830404 201801 2 001

Purwokerto, 20 Juni 2022

Mengetahui/MengesahkanDekan



**Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.**  
NIP. 19730921 200212 1 004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri  
Di Purwokerto.

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Triyani NIM 1817202176 yang berjudul:

***“Peran dan Penggunaan QRIS E-Wallet LinkAja Terhadap Peningkatan Omzet Usaha (Studi Kasus UMKM Mitra LinkAja Di Kabupaten Banyumas)”***

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Perbankan Syariah (S.E.).

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Purwokerto, 7 Desember 2021

Pembimbing,



Sarpini, M.E.Sy.

NIP. 19830404 201801 2 001

**MOTO**

*“Hormati dan cintai kehidupanmu. Maka kehidupan akan balik mencintaimu.”*

**-Triyani-**



**“PERAN DAN PENGGUNAAN QRIS *E-WALLET* LINKAJA TERHADAP  
PENINGKATAN OMZET USAHA  
(STUDI KASUS UMKM MITRA LINKAJA DI KABUPATEN BANYUMAS)”**

**TRIYANI**

**NIM. 1817202176**

Email: [tyani8806@gmail.com](mailto:tyani8806@gmail.com)

Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRAK**

*E-wallet* merupakan salah satu jenis pembayaran elektronik. Di Indonesia, ada begitu banyak produk *e-wallet* baik yang dikeluarkan oleh bank ataupun sektor swasta. PT. Fintek Karya Nusantara merupakan perusahaan yang memiliki produk dompet elektronik yaitu LinkAja dan telah disetujui Bank Indonesia untuk menjalankan operasionalnya pada tanggal 30 Juni 2019. Salah satu sektor yang menjadi fokus tujuan dari LinkAja adalah pemberdayaan UMKM Mitra melalui proses digitalisasi pasar. Dengan semakin berkembangnya *e-wallet* LinkAja di kalangan pelaku bisnis, apakah dapat meningkatkan omzet usaha UMKM? Selain itu pemerintah melalui Bank Indonesia telah mencanangkan GNNT (Gerakan Nasional Non Tunai) dalam rangka mewujudkan sistem pembayaran yang aman, efisien, dan lancar. Lalu bagaimana penggunaan QRIS pada UMKM Mitra LinkAja?

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran dan penggunaan QRIS untuk *e-wallet* LinkAja terhadap peningkatan Omzet Usaha (Studi Kasus UMKM Mitra LinkAja di Kabupaten Banyumas). Metode penelitian yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan analisis data dilakukan dengan reduksi data, penyajian dan kemudian penarikan kesimpulan. Untuk menguji keabsahan data menggunakan metode triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa LinkAja mempunyai peran penting dalam meningkatkan omzet UMKM Mitra LinkAja di Kabupaten Banyumas. Hal ini dapat ditunjukkan melalui data yang diperoleh dari UMKM Mitra LinkAja bahwa terjadi perubahan omzet sebelum dan setelah menggunakan QRIS *e-wallet* LinkAja. Fitur-fitur yang lengkap, sales dan tim professional LinkAja district Purwokerto yang tersebar di beberapa titik, layanan full service dan basic service juga menjadi komponen kemudahan penggunaan QRIS *e-wallet* LinkAja bagi UMKM Mitra.

**Kata Kunci:** *E-wallet*, QRIS, UMKM, LinkAja, Omzet.

**ROLE AND USE OF QRIS E-WALLET LINKAJA TOWARDS  
INCREASING BUSINESS TURNOVER (CASE STUDY OF SMEs  
PARTNER LINKAJA IN BANYUMAS DISTRICT)”**

TRIYANI

NIM. 1817202176

Email: tyani8806@gmail.com

Study Program of Islamic Banking, Faculty of Islamic Economics and Business

State Islamic University Prof. K.H. Saifuddin Zuhri

**ABSTRACT**

E-wallet is a type of electronic payment. In Indonesia, there are so many e-wallet products either issued by banks or the private sector. PT. Fintek Karya Nusantara is a company that has an electronic wallet product, namely LinkAja and has been approved by Bank Indonesia to run its operations on June 30, 2019. One of the sectors that is the focus of LinkAja's goals is the empowerment of SMEs Partners through the market digitization process. With the development of the LinkAja e-wallet among business people, can it increase SMEs business turnover? In addition, the government through Bank Indonesia has launched the GNNT (National Non-Cash Movement) in order to realize a payment system that is safe, efficient, and smooth. Then how to use QRIS on LinkAja Partner SMEs?

This study aims to determine the role and use of QRIS for LinkAja e-wallet to increase business turnover (Case Study of LinkAja Partner SMEs in Banyumas Regency). The research method used in the preparation of this thesis is descriptive qualitative research. Data collection techniques using observation, interviews and documentation. Meanwhile, data analysis was carried out by data reduction, presentation and then drawing conclusions. To test the validity of the data using the triangulation method. The results of the study show that LinkAja has an important role in increasing the turnover of SMEs of LinkAja Partners in Banyumas Regency. This can be shown through data obtained from the LinkAja Partner SMEs that there is a change in turnover before and after using the LinkAja QRIS e-wallet. Complete features, sales and professional team of LinkAja district Purwokerto spread over several points, full service and basic service are also components of the ease of use of LinkAja's QRIS e-wallet for SMEs Partners.

**Keywords:** E-wallet, QRIS, SMEs, LinkAja, Turnover



## PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor : 158/1987 dan Nomor : 0543b/U/1987.

### 1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	be
ت	ta'	T	te
ث	Ša	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	Ĥa	Ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	Žal	Ž	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	d'ad	d'	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ža	Ž	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	ge
ف	fa'	F	ef
ق	Qaf	Q	qi
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	w
ه	ha'	H	ha
ء	Hamzah	'	apostrof
ي	ya'	Y	ye

### 2. Konsonan Rangkap karena syadda ditulis rangkap

متعددة	Ditulis	Muta'addidah
عدة	Ditulis	'iddah

3. Ta'marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	Ditulis	Hikmah
جزية	Ditulis	Jizyah

(ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	Ditulis	Karamah al-auliya'
----------------	---------	--------------------

- b. Bila ta'marbutah hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan

زكاة لفظر	Ditulis	Zakat al-fitr
-----------	---------	---------------

4. Vokal pendek

◌َ	Fathah	Ditulis	a
◌ِ	Kasrah	Ditulis	i
◌ُ	Dammah	Ditulis	u

5. Vokal panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	a
	جاهلية	Ditulis	jahiliyah
2.	Fathah + ya' mati	Ditulis	a
	تنس	Ditulis	tansa
3.	Kasrah + ya'	Ditulis	i
	كريم	Ditulis	karim
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	u
	فروض	Ditulis	furud

6. Vocal rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	ai
	بينكم	Ditulis	bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	au

قول	Ditulis	qaul
-----	---------	------

**7. Vocal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof**

أنتم	Ditulis	a'antum
أعدت	Ditulis	u'iddat
تن شكرتم	Ditulis	la'in syakartum

**8. Kata sandang alif + lam**

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القرآن	Ditulis	al-qur'an
القياس	Ditulis	al-qiyas

b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

السماء	Ditulis	As-sama
الشمس	Ditulis	Asy-syams

**9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat**

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوي الفروض	Ditulis	Zawi al-furud
أهل السنة	Ditulis	Ahl as-sunnah

## PERSEMBAHAN

Setiap orang akan selalu mengawali dirinya dengan kondisi tidak siap sampai akhirnya mereka memutuskan untuk men-*start* dirinya sendiri. Saya selalu mengingat kata-kata dari orang tua saya: *"Apabila saya diberi waktu satu jam untuk menebang pohon memakai kapak yang tumpul, maka lebih baik akan saya gunakan waktu 55 menit saya untuk mengasah terlebih dahulu daripada saya gunakan sepenuhnya untuk menebang."* Kata-kata tersebut seolah menggambarkan bahwa persiapan yang matang lebih baik daripada melakukan sesuatu yang sia-sia atau kurang baik dampaknya.

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang selalu menguatkan dalam setiap hampir patah. Terima kasih untuk harapan yang masih menyala, cita-cita yang masih setia, saya akan berusaha sekuat tenaga ke depannya.

Terima kasih untuk bapak ibu yang selalu memberi dukungan kepada saya selama ini, adik-adik yang senantiasa memberikan keceriaan, sahabat-sahabat yang menerima saya yang begini adanya dan guru saya yang tidak pernah memihak. Hai esok! Hari ini saya sudah bergegas dan bersiap untuk menyambutmu. Coba saja uji dan patahkan saya jika kamu mampu. Saya pastikan padamu, saya tidak akan patah lagi apalagi menyerah. Hari ini saya masih percaya bahwa cita-cita masih menunggu untuk diperjuangkan dengan gagah berani. Saya bukan seorang pecundang. Saya dilahirkan dari rahim seorang pemenang dan saya juga akan menjadi juara di medan perjuangan. Saya pastikan, esok tidak akan patah lagi!

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada Rasulullah SAW suri tauladan yang mengantarkan manusia dari zaman kegelapan ke zaman yang terang benderang. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi di UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M. Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si. selaku Kepala Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Hastin Tri Utami S.E., M.Si. selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Sarpini, M.E.Sy. selaku Dosen Pembimbing, terima kasih telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan bimbingan selama penyusunan skripsi.
5. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Ibu Diana Rakhmawati S.E. selaku *District Senior Associate* LinkAja 2022 yang sudah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di Kantor LinkAja District Purwokerto.
7. Mba Septi selaku *Business Development Support* LinkAja District Purwokerto terimakasih telah membantu dalam proses wawancara.

8. UMKM Mitra LinkAja di Kabupaten Banyumas Terimakasih atas waktu dan segala informasi yang telah diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
9. Orang tua tercinta Bapak Wage Suryadi dan Ibu Taripi, kakak saya Nursohibah, serta kedua adik saya, Windi Antika Sari dan Denmas Sura Wijaya. Terima kasih atas motivasi, bimbingan, do'a dan dukunganya serta terima kasih atas semua perhatiannya dan kasih sayang yang telah kalian berikan sampai saat ini.
10. Sahabat saya Akbar Aminudin, Wafiqa, Khumaira, Chindy, Azizah, Adhit, Riri, Naila, Wawa, Harry, Rizkin, Afik, Bombom, Ijum, Riyan, Husen, Isan, Diyani, Tata, Syifana, Mas Simuh, Mas Bayu, Mas Soni, Mas Khairy, Mba Devi, Mas Amri, Mas Fahmi, Mas Bintang, Mas Firman, dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan dukungan. Terima kasih, tanpa kalian saya tidak akan sampai pada titik ini.
11. Kawan-kawan saya di DEMA UIN SAIZU Tahun 2022, KMPS, DEMA FEBI, PMII sebagai awal kiprah saya berproses, terimakasih atas pembelajaran yang tidak ternilai ini. Sampai jumpa di titik terbaik menurut takdir. Sampai bertemu di masa tua nanti dalam keadaan kita sudah mencapai cita-cita kita masing-masing.

Semoga amal baik yang telah diberikan dalam penelitian skripsi ini dapat dibalas oleh Allah SWT. Peneliti sadar bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna mengingat keterbatasan kemampuan peneliti, karena kesempurnaan hanya Allah yang memilikinya. Peneliti berharap karya sederhana ini dapat memberikan sedikit manfaat bagi siapa saja yang membacanya, Amiin.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Purwokerto, Mei 2022



Triyani  
NIM. 1817202176

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA</b> .....	viii
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	xi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvii
<b>BAB 1 : PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Definisi Operasional.....	4
C. Rumusan Masalah .....	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	9
E. Kajian Pustaka.....	9
F. Sistematika Pembahasan .....	18
<b>BAB II : LANDASAN TEORI</b> .....	20
A. <i>Electronic Wallet</i> .....	20
B. <i>E-Wallet LinkAja</i> .....	22
C. <i>QRIS atau (Quick Response Code Indonesian Standard)</i> .....	24
D. <b>UMKM</b> .....	26
E. <b>OMZET</b> .....	30
F. <b>Pandemi Covid-19</b> .....	31
G. <b>Landasan Teologi</b> .....	33

<b>BAB III : METODE PENELITIAN</b> .....	37
A. Jenis Penelitian.....	37
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	37
C. Subjek dan Objek Penelitian .....	40
D. Subjek dan Obyek Penelitian .....	41
E. Teknik Pengumpulan Data.....	41
F. Teknik Analisis Data.....	42
G. Uji Keabsahan Data.....	43
<b>BAB IV : PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN</b> .....	45
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	45
B. Peran LinkAja dalam meningkatkan Omzet Usaha & Mendukung Digitalisasi Pasar (Studi Kasus UMKM Mitra LinkAja <i>District</i> Purwokerto) .....	52
C. Proses <i>On Boarding Merchant</i> LinkAja Bagi Pelaku UMKM di Kabupaten Banyumas .....	64
<b>BAB V : PENUTUP</b> .....	69
A. KESIMPULAN .....	69
B. SARAN .....	69
C. REKOMENDASI.....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	71
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN</b> .....	75
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	94



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Jumlah UMKM di Kabupaten Jawa Tengah

Tabel 2.2 Kiprah dan Prestasi LinkAja per Januari 2022

Tabel 3.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 4.1 Perbedaan Sebelum dan Setelah Memakai QRIS Bagi Merchant

Tabel 5.1 Jumlah UMKM Mitra LinkAja di Kabupaten Banyumas

Tabel 5.2 Sampel UMKM yang diteliti

Tabel 6.1 Perubahan Omzet Sebelum dan Setelah *On Boarding Merchant*



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Volume Transaksi Non Tunai

Gambar 2.1 Prosesi Wawancara Toko Sembako BM

Gambar 2.2 Prosesi Wawancara Pak Agus Snack

Gambar 2.3 Prosesi Wawancara Lapak Daging Sapi Putra Bontot

Gambar 2.4 Prosesi Wawancara Warung Tempe Nursalim

Gambar 2.5 Prosesi Wawancara Warung Rempah Ibu Tin

Gambar 2.6 Prosesi Wawancara Toko Bumbu Andriasih

Gambar 2.7 Prosesi Wawancara Bumbu Dapur Sriyati

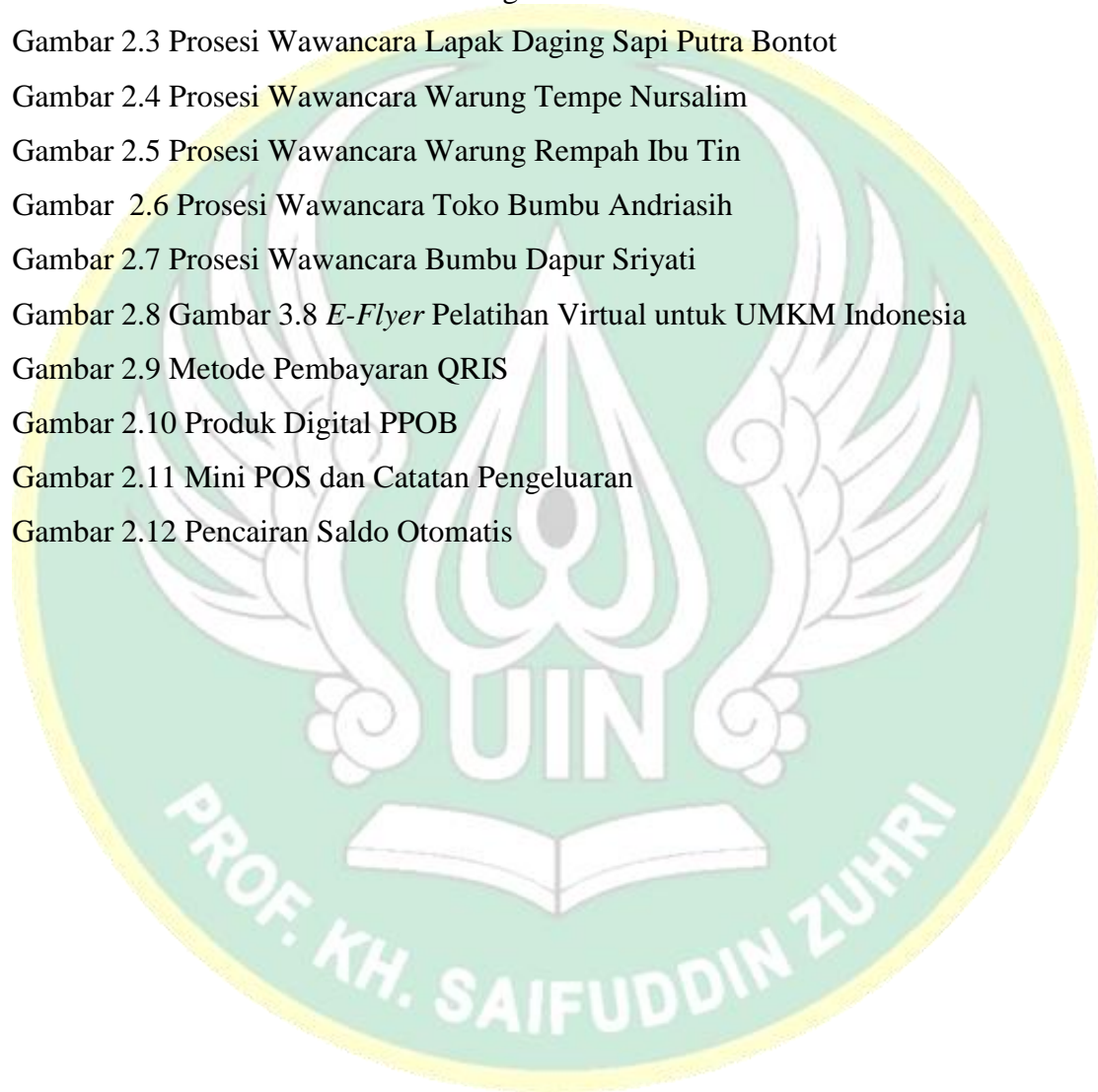
Gambar 2.8 Gambar 3.8 *E-Flyer* Pelatihan Virtual untuk UMKM Indonesia

Gambar 2.9 Metode Pembayaran QRIS

Gambar 2.10 Produk Digital PPOB

Gambar 2.11 Mini POS dan Catatan Pengeluaran

Gambar 2.12 Pencairan Saldo Otomatis



# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan secara masif, tidak terkecuali dalam dunia keuangan. Layanan keuangan berbasis teknologi informasi atau yang biasa disebut layanan keuangan digital tidak dapat dipungkiri berkembang dengan cukup pesat. Dengan layanan keuangan digital berbagai hambatan dalam transaksi keuangan konvensional dapat dieliminasi dengan memanfaatkan teknologi informasi. Keterbatasan infrastruktur serta kondisi geografis yang selama ini menjadi kendala bagi layanan keuangan formal juga dapat ditekan. Dengan demikian, kesenjangan layanan keuangan bagi antar kelompok masyarakat, antar daerah dan lainnya dapat dikurangi.

Implementasi keuangan inklusi di Indonesia masih relatif rendah dibanding beberapa negara tetangga. Pengguna layanan keuangan formal di Indonesia hanya mencapai 36 persen. Seberapa besar kesempatan masyarakat untuk dapat mengakses dan menggunakan jasa keuangan, mencerminkan tingkat keuangan inklusif dalam ekonomi tersebut (Azwar, 2017). Penerapan teknologi keuangan akan menimbulkan inovasi disruptif seiring perkembangan teknologi dan digitalisasi yang demikian cepat. Apabila dinamika dan transformasi ini tidak dapat dikelola dengan baik, patut dikhawatirkan akan dapat mengganggu sistem keuangan dan perekonomian kita.

Pada tanggal 14 Agustus 2014 pemerintah melalui Bank Indonesia telah mencanangkan GNNT (Gerakan Nasional Non Tunai). Gerakan ini dalam rangka mewujudkan sistem pembayaran yang aman, efisien dan lancar. Gerakan nasional non tunai ini meminimalisir kendala seperti maraknya peredaran uang palsu, uang sobek, dan uang tidak layak edar beredar di masyarakat. Bank Indonesia melalui blue print sistem pembayaran Indonesia pada tahun 2025 salah satu visinya yaitu mendukung digitalisasi pasar melalui pemrosesan QRIS. Bermula dari hal tersebut munculah industri fintech di kalangan Nusantara. Menurut Laucereno dalam

artikelnya yang berjudul “LinkAja Besutan UMKM” mengatakan bahwa satu-satunya UMKM yang memiliki kedekatan secara psikologi dengan UMKM adalah LinkAja. Mengapa harus UMKM dan LinkAja yang menjadi fokus penelitian? Tahun 2020 merupakan tantangan bagi semua korporasi akibat anjloknya perekonomian saat pandemi covid 19. Tidak terkecuali di Kabupaten Banyumas yang turut terkena imbas dengan adanya PHK mencapai 30%. Satu-satunya sektor yang eksis bertahan di tengah pandemi adalah UMKM. Selain itu, berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UKM Kabupaten Banyumas menunjukkan bahwa Kabupaten Banyumas menempati urutan kedua dengan jumlah UMKM mencapai 8.538 UMKM di beberapa kabupaten di Jawa Tengah.

**Tabel 2.1.**  
**Jumlah UMKM di Kabupaten Jawa Tengah**

No.	Kab/Kota	Ketenagakerjaan Laki-Laki	Ketenagakerjaan Perempuan	Jumlah UMKM
1	Kabupaten Banjarnegara	3543	245	2862
2	Kabupaten Banyumas	2209	409	8538
3	Kabupaten Batang	1285	369	887
4	Kabupaten Blora	1605	596	3470
5	Kabupaten Boyolali	1188	211	942
6	Kabupaten Brebes	2043	281	8378
7	Kabupaten Cilacap	1891	341	2099
8	Kabupaten Demak	14435	252	13016
9	Kabupaten Grobogan	1297	246	2065
10	Kabupaten Jepara	3390	331	1912
	<b>Total</b>	<b>135242</b>	<b>43890</b>	<b>141545</b>

Sumber: Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UKM Kabupaten Banyumas

Peran e-wallet bagi UMKM dapat diklasifikasikan menjadi dua. Pertama, *electronic wallet* berperan sebagai sumber pembiayaan usaha. Dalam mendukung

perkembangan UMKM, *e-wallet* memberikan akses yang mudah untuk para peminjam dari sektor UKM. Salah satunya adalah melakukan pinjaman melalui online dimana para pemilik UKM hanya perlu mencantumkan dokumen-dokumen yang diperlukan secara online. Calon peminjam yang merupakan UMKM menggunakan layanan aplikasi pinjaman online karena biaya yang ditagihkan bersahabat dan tidak harus datang ke kantor layanan. Tingkat bunga dan biaya yang diterapkan kompetitif berdasarkan analisis risiko kredit modern sehingga prosesnya relatif lebih mudah dan cepat. Kedua, peran *e-wallet* adalah sebagai pendorong kemampuan ekspor UMKM yang masih tergolong rendah, mendorong tingkat kesejahteraan yang merata, membantu pemenuhan kebutuhan pembiayaan dalam negeri yang masih besar, mendorong pembiayaan nasional yang masih belum merata diberbagai wilayah tanah air. Saat ini jumlah UMKM mitra LinkAja sebanyak 25 merchant di Kabupaten Banyumas. UMKM mitra merupakan UMKM yang dinyatakan sebagai mitra atau bagian dari LinkAja dengan tujuan mendapatkan fungsi kemudahan sehingga meningkatkan hasil penjualan.

Menteri Badan Usaha Milik Negara, Erick Thohir mengapresiasi LinkAja dalam membantu pelaku usaha mikro kecil dan menengah dan masyarakat di tengah pandemi covid-19 dengan menyediakan layanan keuangan digital yang mudah, aman, dan terpercaya. Pandemi covid-19 yang melanda seluruh penjuru dunia ini menjadi tantangan besar yang dihadapi sebagai sebuah negara. Tidak dapat dipungkiri dengan adanya pandemi, dunia usaha terus-menerus melakukan inovasi dengan beralih ke digital. LinkAja berkomitmen penuh dalam mendukung kebijakan sistem pembayaran dan berbagai program inisiatif Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia pada tahun 2025.

**Tabel 2.2**  
**Kiprah dan Prestasi LinkAja per Januari Tahun 2022**

<b>No.</b>	<b>Highlight</b>	<b>Jangkauan</b>
1.	Perluasan ekosistem area	34 Provinsi
2.	Digitalisasi Pasar	1,1 Juta UMKM

3.	Jumlah Marketplace	7500 merchant
4.	Jalinan Kerjasama dan Relasi	400.000 Merchant dan 750 Pasar tradisional
5.	Afiliasi Bersama BUMN	8 BUMN

(Sumber: Kantor LinkAja District Purwokerto)

Pangsa persaingan e-wallet di Nusantara begitu ketat. Termasuk persaingan LinkAja dengan dompet digital yang lain seperti, Go Pay, ShopeePay dan Dana yang saat ini menjadi dompet digital paling banyak di pakai di Indonesia. Keunggulan LinkAja daripada Go Pay adalah LinkAja turut serta menjadi bagian dari ekosistem BUMN dan Bank Himbara sehingga mudah dan menguntungkan untuk konsumen yang kerap bertransaksi dalam ekosistem ini. Selain itu, LinkAja juga dapat melakukan transaksi tanpa kartu ATM. Kemudahan ini tidak dapat dilakukan dan ditemukan pada *e-wallet* Go Pay. Keberhasilan LinkAja dalam mengakuisisi startup fintech lending i-Grow pada tahun 2021 dengan meraih pendanaan seri B lebih dari US\$ 100 juta atau sekitar Rp.1,4 triliun juga menjadi nilai plus untuk LinkAja yang tidak dimiliki oleh ShopeePay. Jumlah merchant mencapai 1,1 juta UMKM juga menjadi keunggulan tersendiri bagi LinkAja mengingat jumlah UMKM mitra pada e-wallet dana hanya mencapai 200.000 UMKM mitra yang tersebar di seluruh Nusantara. Hal itulah yang membuat peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana penggunaan dan peran QRIS e-wallet LinkAja Terhadap Peningkatan Omzet Usaha (Studi Kasus Mitra UMKM LinkAja di Kabupaten Banyumas).

## B. Definisi Operasional

Dari judul penelitian yang penulis angkat mengenai “Peran dan Penggunaan QRIS *E-wallet* LinkAja Terhadap Peningkatan Omzet Usaha (Studi Kasus UMKM Mitra LinkAja di Kabupaten Banyumas)” terdapat istilah-istilah yang perlu mendapat penjelasan agar maksud penulisan penelitian ini menjadi jelas dan tidak terjadi kesalahpahaman dalam memahami permasalahan yang dibahas, diantaranya:

### 1. Pengertian *E-Wallet*

*E-wallet* merupakan bentuk alternatif metode pembayaran berbasis *financial technology* (fintech) yang menggunakan media jaringan internet atau online. Hanya dengan memakai koneksi internet sistem *e-wallet* ini sudah bisa digunakan oleh para konsumen dan *e-wallet* ini menggunakan aplikasi dalam penggunaannya. *E-wallet* atau dompet elektronik merupakan sistem yang berhubungan dengan rekening pemakai guna dibayarkan untuk penjual berwujud pengurangan langsung saldo yang terdapat dalam rekening pemakai. *E-wallet* juga memungkinkan pemakai yang sudah terdaftar guna melaksanakan transaksi online dengan mudah, aman dan nyaman serta pengguna dapat mengirim atau menerima uang cuma dengan menuliskan nomor telepon yang akan dituju serta kini sedang jadi gaya pengguna bisa bertransaksi menggunakan *E-wallet* dengan melakukan scan kode QR dari *smartphone*. *E-wallet* sendiri bertujuan guna memudahkan setiap pengguna menyimpan uang pada wujud elektronik serta pengguna bisa menjalankan semua aktivitas transaksi dengan lebih mudah, efisien, efektif, aman, dan nyaman.

Industri dompet digital di Indonesia dapat berkembang karena beberapa faktor diantaranya:

- a. Adanya perubahan pola pikir konsumen.

Perubahan ini ditandai dengan kebuh yang semakin banyak dalam masyarakat tetapi masyarakat ingin mendapatkan dengan cara yang praktis dan mudah. Hal ini mendorong masyarakat untuk menggunakan layanan *e-wallet* ini untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dengan cara yang instan dan mulai meninggalkan sistem konvensional yang harus datang kepada penjual.

- b. Kemajuan digital.

Digitalisasi merupakan perubahan dari sistem yang lama yang belum modern. di era sekarang ini digitalisasi sudah digunakan di banyak produk untuk keperluan masyarakat. Seperti halnya pada *smartphone* yang semakin

canggih dan sudah menyebar di masyarakat akan memudahkan masyarakat dalam membatu kegiatan dan kebutuhannya.

c. Perubahan tren.

Perkembangan dan inovasi yang dilakukan secara cepat dan terus menerus mendorong perubahan dan percepatan dalam sebuah trend di masyarakat.

d. Menurunnya loyalitas terhadap merk dan institusi.

Potensi untuk mengambil keputusan membeli suatu produk dalam masa ini sudah tidak dipengaruhi oleh sebuah merk dan institusi melainkan untuk kaum millenial dalam mengambil keputusan membeli lebih cepat dan behati-hati terhadap penawaran produk dan jasa.

e. Akses yang semakin mudah.

Keterbukaan layanan dan sistem informasi akan semakin memberikan akses yang mudah dalam bertransaksi. Perkembangan akses ini diawali oleh perkembangan technology yang akan membuka pangsa pasar baru.

f. Penawaran produk yang menguntungkan.

Jika produk yang ditawarkan memberikan benefit dan menguntungkan maka akan mengubah dan menarik dari sisi konsumen untuk membeli suatu produk yang ditawarkan.

g. Dukungan kebijakan dari pemerintah.

Dalam hal ini pemerintah memberikan kebijakan dalam pengawasan merupakan hal yang penting untuk membatu memajukan industri Fintech dan memberikan dorongan untuk terus berkembang. Di indonesia lembaga yang di berikan otoritas terhadap pengawasan fintech di lembaga keuangan adalah Otoritas Jasa Keuangan (Wahid Wachyu Adi Winarto, 2020). Di era digitalisasi saat ini membuat berbagai kegiatan menggunakan teknologi demi efisiensi biaya. *E-wallet* ini dapat membantu UMKM di area



keuangan seperti pendanaan, transaksi non tunai, pembayaran dan lainnya (Rizal et.al, 2018).

Seiring dengan penggunaan *e-wallet* ini, literasi keuangan pelaku UMKM harus ditingkatkan dalam rangka mendukung kebijakan pemerintah. Walaupun dampak potensial *e-wallet* ini fokus pada industri keuangan (Yusitha, 2017) tetapi di sisi lain, terdapat juga ancaman keamanan yang semakin meningkat pesat dan telah menjadi tantangan bagi pengguna *e-wallet* apabila pengguna tidak dibekali dengan pemahaman literasi keuangan yang baik (Rohrke & Robinson, 2000).

## **2. Pengertian Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM)**

Usaha mikro adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau penjualan tahunan (Sadoko, 1995). Menurut CPIS (center for policy and implementation studies) yang dimaksud usaha mikro adalah unit kegiatan ekonomi dengan jumlah tenaga kerja enam sampai tujuh orang (Isono Sadoko, 1995).

Usaha mikro banyak menekankan segi kemampuan untuk berdiri sendiri. Pengertian berdiri sendiri hendaknya ditafsirkan secara kritis dan dinamis, bukan berarti harus bekerja seorang diri tanpa berhubungan atau bekerja sama dengan siapapun (Wijandi, 1998). Justru kondisi sosial dan ekonomi dewasa ini menuntut adanya kerjasama dan interaksi yang erat antara pemimpin dan dipimpin, antara seorang dengan masyarakat antara pedagang dan sebagainya. Menurut ketentuan di dalam Bab 1 UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, yang dimaksud dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah :

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan / badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang- undang ini.
- b. Usaha Kecil ialah usaha ekonomi yang berdiri secara individual, dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak

perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU ini.

- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil, atau Usaha Besar dengan jumlah laba bersih atau penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam UU ini. (Irma, 2018)

Berdasarkan definisi di atas, pada intinya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah suatu bentuk usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Ainul Hayat, 2019). Peran fintech terhadap UMKM mendorong lajunya pertumbuhan ekonomi Indonesia. Pertumbuhan ekonomi didefinisikan sebagai kenaikan jangka panjang dalam kemampuan suatu negara untuk menyediakan semakin banyak jenis barang-barang ekonomi kepada penduduknya (Hartono, 2014).

Kemampuan ini tumbuh sesuai dengan kemajuan teknologinya dan penyesuaian kelembagaan dan ideologis yang diperlukan (Jhingan, 2012). Pertumbuhan ekonomi menjadi salah satu indikator yang dapat menggambarkan kondisi ekonomi di suatu wilayah dalam periode tertentu. Indikator yang digunakan adalah data PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) yaitu jumlah nilai tambah yang dihasilkan dalam proses berproduksi barang dan jasa di perekonomian suatu daerah (Badan Pusat Statistika, 2021).

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan masalah di atas, maka peneliti merumuskan pokok permasalahan tentang pembahasan ialah:

1. “Bagaimana Peran *E-Wallet* LinkAja Terhadap Peningkatan Omzet Usaha (Studi Kasus UMKM Mitra LinkAja di Kabupaten Banyumas?)”
2. “Bagaimana Penggunaan QRIS *E-Wallet* LinkAja (Studi Kasus UMKM Mitra LinkAja di Kabupaten Banyumas)

#### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

1. Tujuan dari penelitian ini diantaranya adalah:

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran dan penggunaan QRIS *e-wallet* LinkAja Terhadap Peningkatan Omzet Usaha di Kabupaten Banyumas.

2. Manfaat dari penelitian ini meliputi:

- a. Secara Akademik, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi berupa wawasan mengenai peran *e-wallet* LinkAja dalam meningkatkan omzet UMKM bagi penulis maupun untuk peneliti berikutnya.
- b. Secara umum atau praktis, penelitian ini diharapkan menjadi masukan dan pemahaman bagi UMKM Mitra LinkAja yang tersebar di Kabupaten Banyumas untuk menggunakan *e-wallet* sebagai suatu instrumen dalam melakukan kegiatan ekonominya.
- c. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa buku bacaan perpustakaan di lingkungan Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, khususnya di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.

#### **E. Kajian Pustaka**

Penelitian mengenai Peran dan Penggunaan QRIS *E-wallet* LinkAja Terhadap Peningkatan Omzet Usaha (Studi Kasus UMKM Mitra LinkAja di Kabupaten Banyumas) telah dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Di antaranya akan dijabarkan di bawah ini:

Penelitian yang dilakukan oleh Wahid Wahyu Adi Winarto pada tahun 2020 yang berjudul “Peran *E-wallet* dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah” dengan hasil penelitian terdapat Fintech dalam inklusi keuangan di UMKM kabupaten

Pekalongan, kabupaten Batang dan kabupaten Pemasang. Hal ini dapat dilihat bahwa para pemilik UMKM sudah banyak yang menggunakan aplikasi dan bekerjasama dengan perbankan dan Koperasi Simpan Pinjam sehingga dapat memberikan kemudahan mengakses berbagai jenis layanan keuangan bank dan koperasi simpan pinjam, sekarang lembaga keuangan mampu menjangkau seluruh UMKM hingga daerah hingga yang terpencil, fintech sudah membuka akses pembiayaan usaha yang lebih mudah dan cepat dari lembaga perbankan dan koperasi simpan pinjam.

Penelitian yang dilakukan oleh Diah Rahayu Ningsih pada tahun 2020 yang berjudul “Peran E-wallet dalam Membantu Perkembangan Wirausaha UMKM” dengan hasil penelitian terdapat hubungan positif antara fintech dengan keberhasilan pada UMKM. E-wallet memberikan banyak solusi keuangan, khususnya bagi bisnis kecil menengah yang ingin berkembang.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Mochamad Fajar dan Cintia Widya Larasati tahun 2021 yang berjudul “Peran E-wallet dalam Perkembangan UMKM di Indonesia: Peluang dan Tantangan” dengan hasil penelitian E-wallet memiliki peranan yang sangat penting dalam perkembangan UMKM di Indonesia. E-wallet dapat memberikan kemudahan dan efisiensi dalam hal pengelolaan keuangan berbasis teknologi meliputi digitalisasi laporan keuangan, teknologi pembayaran maupun pinjaman berbasis online. Fintech juga dapat meningkatkan akses kepada pelanggan baru melalui perluasan pasar terhadap masyarakat yang unbankable dengan layanan transaksi keuangan digital yang praktis dan mudah.

Penelitian yang dilakukan oleh Budi Rahardjo pada tahun 2019 dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh e-wallet Terhadap Perkembangan UMKM di kota Magelang menunjukkan bahwa Fintech berperan penting dalam mendukung kinerja UMKM, yaitu berupa peningkatan efisiensi baik secara operasional maupun efisiensi yang dinikmati oleh anggotanya.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Uray Maharani Pertiwi dalam penelitiannya yang berjudul Penerapan E-wallet dan Peningkatan Literasi

Keuangan untuk Strategi Penguatan Bisnis UMKM di Kalimantan Barat. Dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa e-wallet memberi angin segar untuk membantu bisnis UMKM terutama di area keuangan bisnis. Fintech di berbagai daerah sangat membantu UMKM dalam menjalankan operasionalnya seperti transaksi pembayaran, investasi, pembiayaan, asuransi (Risk Management) dan lintas proses, serta infrastruktur keamanan.

Selain itu, dalam jurnal internasional karangan Paul A. Pavlou yang berjudul “Consumer Acceptance of Electronic Commerce : Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model” menyatakan bahwa bahwa variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan pemanfaatan, norma subjektif, serta keinovatifan menjadi indikator naiknya penggunaan e-wallet di kalangan masyarakat.

Kondisi tersebut sangat membantu efektivitas dan efisiensi UMKM dalam menjalankan bisnisnya. Namun penggunaan Fintech harus diikuti dengan peningkatan literasi keuangan oleh masyarakat termasuk pelaku UMKM. Seperti pemeriksaan legalitas dan izin e-wallet, kesesuaian dengan kebutuhan bisnis, dan pengelolaan risikonya. Sehingga manfaat e-wallet dapat dirasakan dan dapat membantu keberlangsungan UMKM di Kalimantan Barat.

Berikut adalah tabel penelitian terdahulu yang berkaitan dengan proposal peneliti:

**Tabel 3.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
1.	Wahid Wahyu Adi Winarto	Peran <i>E-wallet</i> dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah	Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dalam bentuk	Adanya peranan dari <i>E-wallet</i> dalam inklusi keuangan di UMKM Kabupaten Pekalongan,

			<p>survey kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM di Kabupaten Batang, Kabupaten Pekalongan dan Kabupaten Pemalang. Sampel dalam penelitian ini sejumlah 150 responden.</p>	<p>Kabupaten Batang dan Kabupaten Pemalang. Hal ini dapat dilihat bahwa para pemilik UMKM sudah banyak yang menggunakan aplikasi dan berkerjasama dengan perbankan dan koperasi simpan pinjam. <i>E-wallet</i> sudah membuka akses pembiayaan usaha yang lebih mudah dan lebih cepat daripada lembaga perbankan dan koperasi simpan pinjam.</p>
2.	Diah Rahayu Ningsih	Peran <i>E-wallet</i> dalam Membantu Perkembangan Wirausaha UMKM	<p>Penelitian dilakukan melalui kajian dan analisis dari berbagai sumber bacaan</p>	<p><i>E-wallet</i> mampu mendorong ekspor UMKM yang saat ini masih tergolong rendah. Hal ini dibuktikan dengan peran <i>e-wallet</i> yang menyediakan fitur</p>

			<p>mengenai topik dan permasalahan yang dibahas.</p> <p>Jenis penelitian termasuk dalam jenis kualitatif.</p>	<p>pinjaman secara online sebagai sumber permodalan bagi UMKM.</p>
3.	<p>Mochamad Fajar dan Cintia Widya Larasati</p>	<p>Peran <i>E-wallet</i> dalam Perkembangan UMKM di Indonesia: Peluang dan Tantangan</p>	<p>Penelitian ini dilakukan melalui kajian dan analisis deskriptif kualitatif, dimana data diperoleh dari berbagai sumber referensi mengenai topik dan permasalahan yang dibahas.</p> <p>Teknik pengumpulan data</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>e-wallet</i> memiliki potensi yang cukup besar bagi perkembangan UMKM di Indonesia. <i>E-wallet</i> dapat membantu pelaku UMKM dalam memberikan kemudahan dan efisiensi dalam hal pengelolaan keuangan berbasis teknologi meliputi digitalisasi laporan keuangan, teknologi pembayaran maupun</p>

			<p>menggunakan pendekatan studi literatur melalui berbagai jurnal penelitian, artikel, serta data sekunder.</p>	<p>pinjaman berbasis online. Adapun penerapan <i>e-wallet</i> dalam UMKM juga memiliki beberapa tantangan meliputi infrastruktur, perundang-undangan, keterbatasan kemampuan sumber daya manusia, dan kurangnya literasi keuangan.</p>
4.	Budi Rahardjo	<p>Pengaruh <i>Electronic wallet</i> Terhadap Perkembangan UMKM di Kota Magelang</p>	<p>Metode penelitian yang digunakan dalam penyusunan jurnal ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Dengan menggunakan data</p>	<p><i>E-wallet</i> memiliki peran penting dalam kinerja UMKM yaitu berupa peningkatan efisiensi baik dari operasional ataupun efisiensi yang dinikmati oleh anggotanya. Fintech juga dapat digunakan sebagai market place dalam jenis UMKM produksi ataupun</p>



			<p>sekunder dari Bank Indonesia, Badan Pusat Statistik (BPS), Data Kementerian Koperasi dan UKM, dan Dinas UMKM Kota Magelang.</p> <p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa Fintech berperan penting dalam meningkatkan kinerja UMKM yaitu berupa peningkatan efisiensi operasional, dan efisiensi</p>	<p>UMKM jual beli.</p> <p>Peluang dari penerapan <i>e-wallet</i> dalam UMKM yaitu berupa perluasan pasar yang di sasar oleh koperasi yaitu sasaran terhadap masyarakat yang <i>unbankable</i>.</p>
--	--	--	---	--

			yang dinikmati oleh anggotanya.	
5.	Uray Maharani Pertiwi	Penerapan <i>Electronic wallet</i> dan Peningkatan literasi keuangan Untuk Strategi Penguatan Bisnis UMKM di Kalimantan Barat	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif deskriptif dan studi literatur untuk menjelaskan penerapan Financial Technology (Fintech) dan penguatan literasi keuangan untuk memulihkan bisnis UMKM di masa adaptasi baru di	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>E-wallet</i> dapat menopang kebutuhan UMKM yang terbatas hanya pada bank atau layanan keuangan lainnya terutama dalam pendanaan. Literasi keuangan seiring dengan penggunaan fintech akan memperkuat bisnis UMKM di masa adaptasi baru. Selain itu, literasi keuangan juga dibutuhkan UMKM untuk mengelola sumber keuangan mereka dengan arif.

			Kalimantan Barat.	
6.	Paul A. Pavlou	<i>Consumer Acceptance of Electronic Commerce : Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model</i>	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis penelitian kuantitatif.	Hasil dari penelitian ini disimpulkan bahwa variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan pemanfaatan, norma subjektif, serta keinovatifan teknologi relevan dengan hipotesis peneliti, signifikan terhadap variabel penggunaan nyata emoney. Hanya variabel persepsi kredibilitas yang berbeda dengan hipotesis menghasilkan nilai positif dan berpengaruh terhadap penggunaan <i>e-money</i> 6 Persepsi Risiko Melakukan Ecommerce dengan Kepercayaan

				<p>Konsumen dalam Membeli Produk Fashion Online</p> <p>Restika Firdayanti (2012) Variabel Independen: kepercayaan konsumen dalam membeli produk <i>fashion</i> melalui facebook</p> <p>Variabel Dependen persepsi terhadap risiko melakukan e-commerce</p> <p>Hasil peneliti.</p>
--	--	--	--	---

#### F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan adalah kerangka skripsi secara umum, yang bertujuan untuk memberi petunjuk kepada para pembaca tentang permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini. sistematika pembahasan dalam penelitian ini pada garis besarnya terdiri atas lima bab, dan dari setiap bab terdiri dari beberapa sub bab untuk memudahkan dalam pembahasan penelitian ini, secara garis besar penulis membaginya menjadi lima bab. Adapun sistematikanya sebagai berikut:

##### **Bab I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini pembahasan awal yang dipaparkan secara global yakni berisi tentang Pendahuluan yang terdiri dari latar

belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penulisan.

**Bab II : LANDASAN TEORI**

Pada bab ini membahas mengenai penelitian terdahulu sekaligus pembahasan umum yang berhubungan dengan judul proposal.

**Bab III : METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, tempat penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan juga teknik analisis data.

**Bab IV : PEMBAHASAN**

Pada bab ini penulis membahas tentang temuan yang diperoleh dari hasil penelitian *“Peran dan Penggunaan QRIS E-Wallet LinkAja Terhadap Peningkatan Omzet Usaha (Studi Kasus UMKM Mitra LinkAja di Kabupaten Banyumas)”*

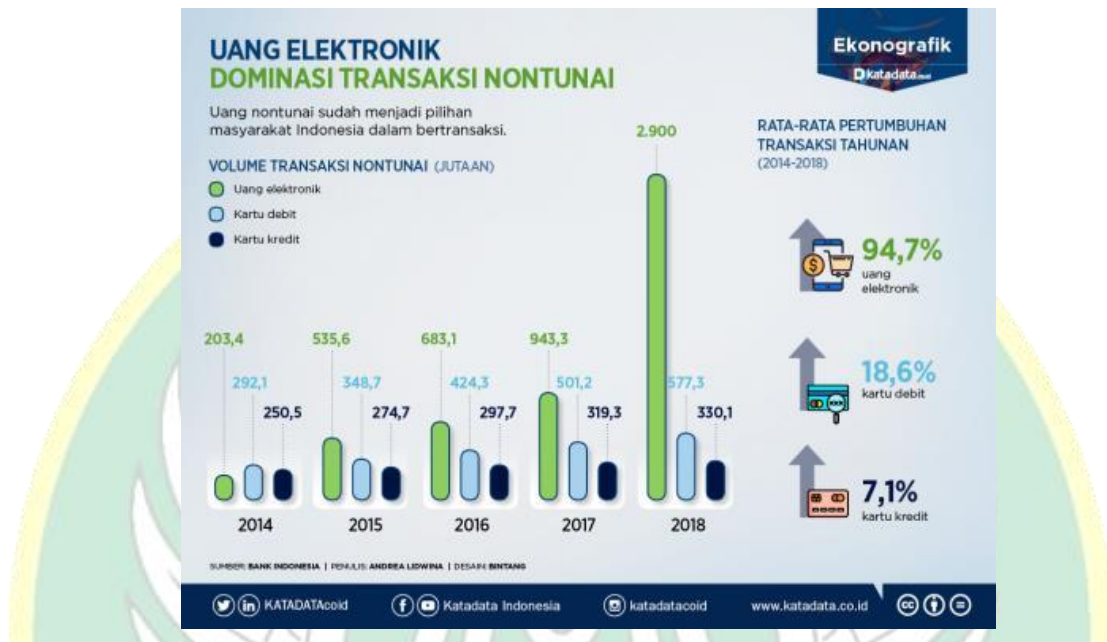
**Bab V : PENUTUP**

Pada bab ini terdiri dari kesimpulan dari hasil akhir yang didapatkan dari pembahasan, dan juga saran-saran mengenai penelitian ini. Tidak lupa, penulis juga mencantumkan daftar pustaka dan lampiran-lampiran yang mendukung dalam penelitian ini.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. *Electronic Wallet*



**Gambar 1.1**  
**Volume Transaksi Non Tunai**

Pada umumnya *e-wallet* merupakan aplikasi yang berbasis server dan dalam proses pemakaiannya memerlukan sebuah koneksi terlebih dulu dengan penerbitnya. Terdapat beberapa *e-wallet* yang saat ini ada di pasar yaitu T-Cash Telkomsel, XL Tunai, Rekening Ponsel CIMB Niaga, BBM Money Permata Bank, DOKU, dan lain sebagainya yang merupakan bagian sistem *electronic payment*. *Electronic Payment* adalah sistem pembayaran yang menggunakan media internet sebagai komunikasi (Nonika 2020). *E-wallet* didefinisikan sebagai mata uang digital, dimana terdapat kemudahan dalam berbelanja tanpa perlu membawa uang dalam bentuk fisik (nontunai) dan dapat disalurkan pada saat melakukan kegiatan lain (Megadewardanu, Suyoto, & Pranowo, 2016). *E-wallet* atau yang sering disebut dengan *mobile wallet* adalah layanan pembayaran yang dioperasikan dibawah regulasi keuangan dan dilakukan melalui perangkat *mobile*. *E-wallet*

dikatakan sebagai jenis terbaru dari mcommerce yang memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi, belanja online, pemesanan dan untuk berbagi layanan yang tersedia (Sharma et al., 2018).

Jenis – jenis E-wallet Berdasarkan peraturan Bank Indonesia No.16/8/PBI/2014, berdasarkan tempat penyimpanan nilai dana uang elektronik. Maka juga terbagi 2 (dua jenis) yaitu:

1. Uang elektronik berbasis kartu atau chip. Dimana nilai dana uang elektronik dicatat pada media elektronik yang dikelola oleh penerbit juga dicatat pada media elektronik yang dikelola oleh pemegang. Sistem pencatatan seperti ini terjadi pada uang elektronik berbasis kartu atau chip dan memungkinkan transaksi dilakukan secara offline.
2. Uang elektronik berbasis server. Dimana nilai dana pemegang tersimpan pada database penerbit dan dalam melakukan transaksi akan membutuhkan media berupa gadget pengguna untuk mengirim nomor sandi dan nilai transaksi yang dibutuhkan dan menerima nomor token untuk melakukan transaksi. Sistem pencatatan seperti ini terjadi pada uang elektronik berbasis server dan hanya dapat dilakukan secara online. Uang elektronik berbasis server ini dikenal sebagai dompet digital atau *e-wallet*

Manfaat *E-wallet* dibandingkan uang tunai maupun alat pembayaran non-tunai lainnya:

1. Lebih cepat dan nyaman dibandingkan uang tunai, khususnya untuk transaksi yang bernilai kecil disebabkan penggunaan tidak perlu menyediakan sejumlah uang pas untuk suatu transaksi atau harus menyimpan uang kembalian, dan meminimalisir dalam kesalahan perhitungan kembalian.
2. Waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu transaksi dengan e-wallet dapat dilakukan jauh lebih singkat dibandingkan transaksi dengan kartu kredit atau kartu debit, karena tidak harus memerlukan proses otorisasi on-line, tanda tangan maupun PIN.

3. *Electronic value* dapat diisi ulang kedalam kartu e-wallet melalui berbagai sarana yang disediakan (Hidayati et al, 2006).

## **B. E-Wallet LinkAja**

Perkembangan teknologi menjalar ke berbagai aspek termasuk dalam bidang ekonomi. Hal ini dapat disebut *financial technology* (fintech) atau keuangan berbasis teknologi. Dalam artian luas fintech dapat diartikan industri yang memanfaatkan teknologi dalam mendukung agar sistem keuangan dan penyampaian layanan keuangan lebih efektif dan efisien (Ginantra et al., 2020). Fintech berkembang dipicu akibat perkembangan teknologi dan internet sejak 1966 dan pada tahun 80-an mulai diterapkan pada bidang keuangan perbankan dan bisnis yang dapat diakses oleh internet. Di dalam industri fintech terdapat dompet digital yang menjadi ketertarikan konsumen pada saat ini. Lee & Shin pada Tahun 2018 melakukan analisis terhadap elemen fokus dompet digital yaitu:

1. *Startup* fintech yang dapat digunakan untuk melakukan berbagai transaksi keuangan.
2. Pengembangan kecerdasan buatan seperti layanan analisis big data, kecerdasan buatan, *blockchain dan cryptocurrency, cloud computing*.
3. Organisasi pemerintahan (regulasi keuangan dan legislatif)
4. Klien (individu atau berbadan hukum)
5. Lembaga keuangan tradisional seperti bank tradisional, perusahaan pialang dan pemodal ventura.

Salah satu dompet elektronik (e-wallet) yang eksis dan merambah ke berbagai sektor adalah LinkAja. LinkAja diluncurkan oleh PT. Fintek Karya Nusantara (Finarya) pada 30 Juni 2019 yang dapat digunakan untuk menyimpan uang dalam bentuk saldo elektronik (Laucereno, 2019). Pengguna aplikasi LinkAja diberikan kemudahan, kenyamanan dan keamanan dalam melakukan transaksi. Dalam perkembangannya sebagai penyedia layanan keuangan elektronik nasional, LinkAja berkomitmen untuk terus mendukung upaya pemerintah dalam



implementasi inklusi keuangan dan pemerataan ekonomi seluruh masyarakat Indonesia.

Tujuan adanya LinkAja adalah sebagai wujud cashless society di Indonesia. Keuntungannya yaitu praktis, jaringan luas, kemudahan, promosi, tawaran layanan dan aman (Isrososiawan, Hurriyati, & Dirgantari, 2019). LinkAja adalah sebuah layanan uang elektronik yang berbasis aplikasi untuk melakukan berbagai transaksi nontunai dengan mudah dan praktis. Layanan ini dapat kamu gunakan sebagaimana layaknya layanan keuangan berbasis digital lainnya, yang membuat berbagai transaksi keuangan bisa dilakukan dengan mudah dan cepat. Transaksi pembayaran secara online tanpa kartu kredit atau uang tunai cukup dengan aplikasi LinkAja. Layanan Transaksi lengkap. pembayaran transaksi online atau offline .

Cara membayar yang beragam, bayar transaksi belanja dengan berbagai cara mudah yaitu dengan menempelkan ponsel anda (TAP) atau dengan QR kode, terdapat promo-promo menarik. keleluasan berbelanja dan penawaran di fitur lainnya. Layanan pembayaran fleksibel, transaksi pembayaran dengan LinkAja kapan saja 365 hari atau 1 tahun yang bisa dilakukan dimana saja melalui aplikasi LinkAja di ponsel. Transaksi dijamin aman karena semua informasi saldo, transaksi, dan informasi pribadi dilindungi sistem keamanan mutakhir dari Telkomsel. Belanja yang dapat dilakukan melakukan transaksi online atau offline di merchant-merchant yang bekerja sama dengan LinkAja. Pembayaran tagihan listrik atau beli token listrik, Pembayaran BPJS, Pembayaran tagihan telepon dan TV berlangganan, pembelian pulsa, berbagi uang dengan sesama pengguna LinkAja. LinkAja merupakan salah satu produk mobile payment yang tersedia di Indonesia. LinkAja merupakan produk yang ditawarkan oleh perusahaan BUMN di Indonesia yaitu PT. Telekomunikasi Selular (Telkomsel) yang bekerjasama dengan Himbara (Himpunan Bank Milik Negara) yang terdiri dari Bank Mandiri, BNI, BRI, dan BTN. LinkAja merupakan sebuah nama baru untuk T-Cash yang sebelumnya juga merupakan produk mobile payment milik Telkomsel. Dengan

masuknya LinkAja ke dalam persaingan mobile payment yang kini dihuni oleh pesaing kuat seperti Go-Pay, OVO dan Dana, semakin memberikan konsumen pilihan serta alternatif dalam menggunakan mobile payment dan menjadikan persaingan antara penyedia jasa mobile payment menjadi semakin kuat.

### C. QRIS atau (Quick Response Code Indonesian Standard)

QRIS adalah penyatuan berbagai macam QR dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) menggunakan QR Code. QRIS dikembangkan oleh industri sistem pembayaran bersama dengan Bank Indonesia agar proses transaksi dengan QR kode dapat lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya. Semua Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran yang akan menggunakan QR Code Pembayaran wajib menerapkan QRIS.

**Tabel 4.1.**  
**Perbedaan Transaksi Sebelum dan Sesudah QRIS**

Metode Transaksi Sebelum QRIS	Metode Transaksi Sesudah QRIS
Merchant harus menyediakan beberapa aplikasi pembayaran di tokohnya. Konsumen yang membayar secara non tunai, harus memastikan bahwa aplikasi pembayaran yang dimilikinya harus tersedia pada merchant.	Merchant tidak perlu mempersiapkan banyak aplikasi pembayaran, hanya menyediakan satu QR Code di tokoh dan QR Code dapat di scan oleh mahasiswa/i dengan berbagai aplikasi pembayaran di <i>smartphone</i> .

Sumber: [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)

Adapaun visi Bank Indonesia melalui Sistem pembayaran non-tunai dengan menggunakan jasa produk QRIS sebagai berikut :

1. SPI (Sistem Pembayaran Indonesia) 2025 mendukung integrasi ekonomi keuangan digital nasional sehingga menjamin fungsi bank sentral dalam proses peredaran uang, kebijakan moneter, dan stabilitas sistem keuangan, serta mendukung inklusi keuangan.

2. SPI (Sistem Pembayaran Indonesia) 2025 mendukung digitalisasi perbankan sebagai lembaga utama dalam ekonomikeuangan digital melalui open-banking maupun pemanfaatan teknologi digital dan data dalam bisnis keuangan.
3. SPI (Sistem Pembayaran Indonesia) 2025 menjamin interlink antara *fintech* dengan perbankan untuk menghindari risiko *shadow-banking* melalui pengaturan teknologi digital, kerjasama bisnis, maupun kepemilikan perusahaan.
4. SPI (Sistem Pembayaran Indonesia) 2025 menjamin keseimbangan antara inovasi dengan *consumers protection*, integritas dan stabilitas serta persaingan usaha yang sehat..

Jenis pembayaran menggunakan QRIS dijelaskan bahwa terdapat tiga jenis pembayaran dalam menggunakan QRIS, yaitu:

1. *Merchant Presented Mode* (MPM) Statis  
Merchant cukup memajang satu sticker atau print-out QRIS dan gratis. Pengguna hanya melakukan scan, masukkan nominal, masukkan PIN dan klik bayar. Notifikasi transaksi langsung diterima pengguna ataupun merchant. QRIS MPM Statis sangat cocok bagi usaha mikro dan kecil.
2. *Merchant Presented Mode* (MPM) Dinamis  
QR dikeluarkan melalui suatu *device* seperti mesin EDC atau *smartphone*. *Merchant* harus memasukkan nominal pembayaran terlebih dahulu, kemudian pelanggan melakukan scan QRIS yang tampil atau tercetak. QRIS MPM dinamis sangat cocok untuk merchant skala usaha menengah dan besar atau dengan volume transaksi tinggi.
3. *Customer Presented Mode* (CPM) Pelanggan cukup menunjukkan QRIS yang ditampilkan dari aplikasi pembayaran pelanggan untuk discan oleh *merchant*. QRIS CPM lebih ditujukan untuk *merchant* yang membutuhkan kecepatan transaksi tinggi seperti penyedia transportasi, parkir dan ritel modern.

## D. UMKM

### 1. Pengertian UMKM

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 pasal 6 menyebutkan bahwa pengertian usaha mikro kecil dan menengah sebagai berikut:

#### a. Usaha Mikro adalah sebagai berikut:

- 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

#### b. Usaha Kecil adalah sebagai berikut:

- 1) memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- 2) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

#### c. Usaha Menengah adalah sebagai berikut:

- 1) memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- 2) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

### 2. Peran UMKM

Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam pasal 3 disebutkan bahwa usaha mikro dan kecil bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang

berkeadilan. Dengan demikian, UMKM merupakan salah satu pilar utama ekonomi nasional karena dapat memperluas lapangan pekerjaan serta memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat yang dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, sehingga mampu berperan mewujudkan stabilitas ekonomi nasional.

Menurut Saparingga (2015:41) kemampuan UMKM dalam menghadapi krisis dan perkembangan perekonomian Indonesia disebabkan karena:

- a. Sektor mikro dapat dikembangkan hampir di semua sektor usaha dan tersebar di seluruh wilayah Indonesia.
  - b. Karena sifat penyebarannya yang sangat luas baik sektor usaha dan wilayahnya sektor mikro juga sangat berperan dalam pemerataan kesempatan kerja.
  - c. UMKM termasuk usaha-usaha anggota koperasi yang pada umumnya fleksibel. UMKM dengan skala usaha yang tidak besar, kesederhanaan spesifikasi dan teknologi yang digunakan dapat lebih mudah menyesuaikan dengan perubahan atau perkembangan yang terjadi.
  - d. UMKM merupakan industri padat modal. Dalam struktur biaya produksinya, komponen terbesar adalah biaya variable yang mudah menyesuaikan dengan perubahan atau perkembangan yang terjadi.
  - e. Produk-produk yang dihasilkan sebagian besar merupakan produk yang berkaitan langsung dengan kebutuhan primer masyarakat.
  - f. UMKM lebih sesuai dan dekat dengan kehidupan pada tingkat bawah (grass root) sehingga upaya mengentaskan masyarakat dari keterbelakangan akan lebih efektif.
3. Masalah-Masalah Yang dihadapi UMKM

Menurut Utami (2018) dalam jurnal Pengaruh Pengetahuan Pemilik, Skala Usaha, dan Umur Usaha Terhadap Keberhasilan Kinerja Usaha Dengan Penggunaan Informasi Akuntansi Sebagai Variabel Moderasi (Survei Pada

Pemilik Usaha UKM Makanan Khas Di Kabupaten Banyumas) menjelaskan bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat menyebabkan keberhasilan atau kegagalan UMKM dalam menjalankan usahanya, diantaranya adalah:

a. Pengetahuan Pemilik

Hasil pengujian dalam jurnal tersebut menunjukkan bahwa pengetahuan pemilik berpengaruh terhadap keberhasilan kinerja usaha UMKM. Hal ini menunjukkan ketika pendidikan formal pemilik usaha tinggi dan didukung dengan pelatihan yang sering maka keberhasilan kinerja usaha UMKM juga meningkat begitu pula sebaliknya.

b. Skala Usaha

Hasil pengujian dalam jurnal tersebut menunjukkan bahwa skala usaha berpengaruh terhadap keberhasilan kinerja usaha UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa ketika omset pendapatan usaha meningkat maka keberhasilan kinerja usaha juga akan meningkat.

c. Umur Usaha

Hasil pengujian dalam jurnal tersebut menunjukkan bahwa umur usaha berpengaruh terhadap keberhasilan kinerja usaha UMKM. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin lama suatu perusahaan beroperasi maka akan meningkatkan keberhasilan kinerja usaha.

Selain itu masalah dasar yang dihadapi oleh UMKM menurut Turmudi (2017) adalah sebagai berikut:

a. Keterbatasan Finansial

UMKM khususnya di Indonesia menghadapi dua masalah utama dalam aspek finansial yakni mobilisasi modal awal (*start-up capital*) serta akses ke modal kerja. Di antaranya adalah modal yang kecil sehingga sulit untuk memenuhi pesanan, sulit mendapatkan kredit dari bank

b. Masalah Bahan Baku

Keterbatasan bahan baku dan input-input lainnya juga sering menjadi salah satu kendala serius bagi pertumbuhan output atau

kelangsungan produksi bagi banyak UMKM di Indonesia. Keterbatasan bahan baku dikarenakan harga baku yang terlampau tinggi sehingga tidak terjangkau atau jumlahnya terbatas.

c. Keterbatasan Produksi dan Teknologi

Usaha Mikro di Indonesia umumnya masih menggunakan teknologi lama atau tradisional dalam bentuk mesin-mesin tua atau alat-alat produksi yang sifatnya manual. Masalah-masalah tersebut jika diperinci seperti kurangnya pengetahuan tentang bagaimana memproduksi barang yang berkualitas, efisien dan diserahkan tepat waktu, tidak ada transfer teknologi dari usaha besar, tidak melakukan riset dan pengembangan.

d. Keterbatasan SDM

Keterbatasan SDM juga merupakan salah satu kendala serius bagi banyak usaha mikro di Indonesia, terutama dalam aspek-aspek entrepreneurship, manajemen, teknik produksi, pengembangan produk, engineering design, quality control, organisasi bisnis, akuntansi. Masalah yang dihadapi adalah rendahnya kualitas pendidikan, jiwa berwirausaha, keahlian yang terbatas, rendahnya produktivitas kerja, tidak ada pembagian kerja yang jelas, dan lain-lain.

e. Kesulitan Pemasaran

Pemasaran sering dianggap sebagai salah satu kendala yang kritis bagi perkembangan UMKM. Kendala dalam hal pemasaran diantaranya adalah kurang dapat melihat peluang pasar atau salera pesanan, akses terhadap informasi pasar kurang, terbatasnya tempat pemasaran., kemampuan negoisasi yang lemah, sehingga berakibat kerugian pada sistem pembayaran dan perjanjian kontrak, kurang kerjasama dengan perusahaan besar, sesama UMKM, pihak luar negeri terutama dalam hal promosi dan kurang mampu merancang strategi bisnis.

f. Pemerintah

Pemerintah juga sering kali menjadi momok bagi UMKM atas

kebijakan-kebijakannya yang terkadang menyulitkan UMKM untuk berkembang, seperti kurangnya dukungan dengan berbagai kebijakan yang berpihak pada UMKM, Kurangnya menciptakan lingkungan usaha yang kondusif.

#### **E. OMZET**

Chaniago (1998) memberikan pendapat tentang omzet penjualan adalah keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan suatu barang/jasa dalam kurun waktu tertentu. Swastha (1993) memberikan pengertian omzet penjualan adalah akumulasi dari kegiatan penjualan suatu produk barang barang dan jasa yang dihitung secara keseluruhan selama kurun waktu tertentu secara terus menerus atau dalam satu proses akuntansi. Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa omzet penjualan adalah keseluruhan jumlah penjualan barang/jasa dalam kurun waktu tertentu, yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diperoleh. Dalam praktek, kegiatan penjualan itu dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu kondisi dan kemampuan penjual, kondisi pasar, modal, kondisi organisasi perusahaan, dan faktor-faktor lain seperti periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, yang sering mempengaruhi penjualan. (Swastha dan Irawan, 1990).

Menurut Forsyth (1990), faktor-faktor yang mempengaruhi turunnya penjualan meliputi:

1. Faktor Internal yaitu sebab yang terjadi karena perusahaan itu sendiri seperti penurunan promosi penjualan, penurunan komisi penjualan, turunnya kegiatan salesman, turunnya jumlah saluran distribusi, pengetatan terhadap piutang yang diberikan.
2. Faktor Eksternal yaitu sebab yang terjadi karena pihak lain yaitu perubahan kebijakan pemerintah, bencana alam, perubahan pola konsumen, munculnya saingan baru, munculnya barang substitusi



## F. Pandemi Covid-19

Wabah covid-19 diperkirakan masuk ke Indonesia pada bulan maret 2020, sehingga menyebabkan kelumpuhan diberbagai sektor perekonomian. Dampak yang diberikan sangat signifikan pada perekonomian domestik terutama pada UMKM. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) menyebutkan pandemi ini berimplikasi ancaman krisis ekonomi yang ditandai terhentinya aktivitas produksi di berbagai negara, jatuhnya tingkat konsumsi masyarakat, hilangnya kepercayaan konsumen, hingga jatuhnya bursa saham. Pandemi covid-19 disinyalir bukan hanya menyerang kesehatan, namun juga ekonomi secara global, tak terkecuali Indonesia. Menanggapi hal tersebut, Menteri Keuangan Sri Mulyani mengatakan bahwa covid-19 akan memperburuk ekonomi Indonesia, bahkan pertumbuhan ekonomi diprediksi bakal tumbuh hanya sebesar 2,5 persen bahkan bisa mencapai 0 persen. Wabah covid-19 berdampak pada lingkungan internal entitas bisnis. Covid-19 berdampak pada pola aktivitas bisnis dalam bidang pemasaran, keuangan, sumber daya manusia dan operasional (Taufik,2020). Wabah covid-19 merajarela di Indonesia, banyak sektor usaha mengalami kesulitan dalam meningkatkan penjualan. Wabah covid-19 mengakibatkan penurunan volume penjualan yang drastis dari kondisi normal sebelumnya. Meskipun demikian, pemerintah telah mengambil sikap untuk memberlakukan kebijakankebijakannya. Kebijakan yang diambil oleh pemerintah menunjukkan nalar rasional. Dari sisi kesehatan, kebiakan untuk menjaga jarak dan menghindari kerumunan secara rasional dapat diterima sebagai cara menghindari penyebaran virus corona. Sedangkan dari sisi ekonomi, pemerintah memperhitungkan dampak ekonomi yang ditimbulkan dari kebijakan lockdown.

Pemerintah terkesan melakukan kebijakan secara bertahap untuk menghindari dampak ekonomi secara drastis, sehingga kebijakan pembatasan sosial secara besar adalah kebijakan yang dipilih pemerintah. Ini menunjukkan rasionalitas kebijakan negara (Zulfa, 2020). Wabah pandemi covid-19 sangat berpengaruh terhadap pendapatan ekonomi nasional, kerugian tersebut kemudian

ditransmisikan menjadi kerugian warga. Khususnya bagi entitas usaha, pengusaha kehilangan pendapatan karena tidak ada penjualan, namun pengeluaran tetap terjadi meski tidak sepenuhnya. Kerugian riil akan berbeda-beda. Tergantung jenis pengeluaran yang relatif tetap adalah sewa tempat beserta biaya rutin gaji karyawan, pengamanan, pembayaran kebutuhan dan lain-lain (Hardiwardoyo, 2020).

Dalam rangka meminimalisir resiko bencana wabah covid-19, beberapa langkah upaya agar perekonomian masyarakat dapat stabil yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut: (Nismawati, 2020)

1. Penguatan kearifan lokal
2. Pendataan masyarakat yang harus diberikan bantuan baik itu pangan atau berupa uang. Hal ini dapat dilakukan secara survey lapangan dari kepala desa/kelurahan yang dibantu dengan masyarakat local sendiri. Hal tersebut bertujuan agar bantuan tepat sasaran.
3. Saling tolong menolong antar warga yang mengalami penurunan perekonomian secara berkala.
4. Sikap kegotong royongan masyarakat dalam menjaga kebersihan, mulai dari saling mengingatkan mengatur untuk mengatur kesehariannya dengan pola hidup bersih dan sehat, bermusyawarah membuat aturan yang bertujuan meminimalisir penyebaran wabah covid-19.
5. Perlunya kesadaran sosial dalam diri masyarakat untuk selalu mengingatkan dan berbagi kepada sesama.
6. Memberikan wawasan kebencanaan demi menciptakan masyarakat tanggap darurat bencana melalui sosialisasi secara berkala (bagi pemerintah)
7. Alternatif usaha berupa online shop dimulai dengan pembekalan pengetahuan dan bantuan modal usaha untuk menjalankan usahanya.

Adanya pandemi covid 19 dapat dipetik sebuah hikmah pembelajaran. Menteri Keuangan (Menkeu) Sri Mulyani Indrawati menyampaikan pandemi covid-19 menyebabkan seluruh negara di dunia mengubah kebijakan fiskal akibat

menurunnya pendapatan negara. Perekonomian mengalami kontraksi sehingga perlu untuk menemukan sumber pendapatan lain yang adil dan merata secara berkelanjutan. Salah satu harapannya adalah melalui ekonomi digital yang sangat potensial dan bahkan penting untuk memulihkan perekonomian pasca pandemi. Peningkatannya pun mencapai 25% selama pandemi. Hal ini dapat menjadi suatu pembelajaran tersendiri untuk mengedukasi masyarakat agar beralih ke transaksi digital dan mulai mengurangi budaya transaksi-transaksi lama.

## G. Landasan Teologi

### 1. Pandangan Islam Tentang Pentingnya Layanan

Dalam Islam layanan harus berlandaskan etika dan bertujuan ibadah dengan niat untuk mendapat ridha Allah SWT. Siapa pun yang datang harus dilayani dengan baik dan memberikan solusi kepada pelanggan. Berikut beberapa ayat Al-Qur'an dan hadis terkait pentingnya layanan dalam Islam:

#### a. Surat Al-Maidah ayat 2

وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ۝

Artinya: “Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksaan-Nya.”

#### b. Surat Ali Imran ayat 159

فَمَا رَحْمَةً مِّنَ اللَّهِ لَئِن لُّدْتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۝

Artinya: “Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu.”

#### c. Hadist Bukhari No. 5699

حَدَّثَنَا سُلَيْمَانُ بْنُ عَبْدِ الرَّحْمَنِ حَدَّثَنَا الْوَلِيدُ حَدَّثَنَا أَبُو عَمْرٍو الْأَوْزَاعِيُّ قَالَ حَدَّثَنِي ابْنُ شِهَابِ الزُّهْرِيُّ عَنْ عَطَاءِ بْنِ يَزِيدَ اللَّيْثِيِّ عَنْ أَبِي سَعِيدِ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ أَعْرَابِيًّا قَالَ يَا رَسُولَ اللَّهِ أَخْبِرْنِي عَنْ الْهَجْرَةِ

فَقَالَ وَيْحَكَ إِنَّ شَأْنَ الْهَجْرَةِ شَدِيدٌ فَهَلْ لَكَ مِنْ إِبْلِ قَالَ نَعَمْ قَالَ فَهَلْ تُؤَدِّي  
صَدَقْتَهَا قَالَ نَعَمْ قَالَ فَأَعْمَلْ مِنْ وَرَاءِ الْبَحَارِ فَإِنَّ اللَّهَ لَنْ يَتْرَكَ مِنْ عَمَلِكَ  
شَيْئًا

*Artinya: Telah menceritakan kepadaku Ishaq telah menceritakan kepada kami An Nadlru telah mengabarkan kepada kami Syu'bah dari Sa'id bin Abu Burdah dari ayahnya dari kakeknya dia berkata: "Ketika beliau mengutusnyanya bersama Mu'adz bin Jabal, beliau bersabda kepada keduanya: "Mudahkanlah setiap urusan dan janganlah kamu mempersulit, berilah kabar gembira dan jangan kamu membuatnya lari, dan bersatu padulah (H.R Bukhari No. 5659).*

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah menciptakan manusia, tidak lain agar kita beribadah kepada-Nya dan tidak menyekutukan-Nya dengan sesuatu pun. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa semua aktivitas hidup manusia merupakan aktivitas penghambaan kepada Allah. Begitu juga dalam aktivitas ekonomi yang dilakukan harus dalam rangka kepatuhan terhadap segala ketentuan Allah SWT. Diantara adab dan etika dalam bekerja dalam Islam adalah (Harahap, 2017: 49-50):

- a. *Ihsan*. Yakni perbuatan seseorang untuk melakukan perbuatan yang makruf dan menahan diri dari dosa. Mendermakan kebaikan kepada hamba Allah yang lainnya baik melalui hartanya, kehormatannya, ilmunya maupun raganya. Salah satu bentuk ihsan yang paling utama adalah berbuat baik kepada orang yang berbuat jelek kepada kita, baik dengan ucapan atau perbuatannya.
- b. *Itqan*. Secara bahasa berarti mengerjakan sesuatu dengan sempurna. Namun dalam beberapa hal, *itqan* juga sering diartikan melampaui target. Dalam marketing, *itqan* bisa diartikan dengan penjualan produk minimal mencapai targetnya atau bahkan melampaui targetnya. *Itqan* dalam bekerja adalah bagaimana pekerjaan yang dilakukan seseorang tuntas, selesai, rapi dan tidak menimbulkan permasalahan lainnya.

- c. *Taysir*. Dalam memberikan pelayanan orang muslim juga harus memperhatikan aspek mempermudah orang lain, dalam proses mencari rezeki orang tersebut.
- d. *Samahah*, kata samhan sendiri secara bahasa memiliki arti longgar, toleransi, membuat orang lain senang. Sehingga seorang pebisnis yang baik, ia akan memudahkan dan menyenangkan orang lain ketika bertransaksi dengannya.\
- e. *Ash-Shidiq*. Kejujuran merupakan hal yang harus dilakukan oleh setiap manusia dalam berbagai segi kehidupan termasuk dalam bermuamalah, kejujuran menjadi bukti adanya komitmen akan pentingnya perkataan yang benar sehingga dapat dijadikan pegangan. Dengan demikian kejujuran merupakan nilai moral yang mendasar untuk menggapai ridha Allah dalam praktek perbankan syariah.
- f. Kitab Tafsir Al-Misbah karya Muhammad Quraish Shihab

Pada kitab tafsir al-Misbah Karya Muhammad Quraish Shihab melalui penafsirannya dalam surat An-nisa ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۝

*Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.*

Dalam tafsir Al-Misbah *تراض* (kerelaan) adalah sesuatu yang tersembunyi di lubuk hati, tetapi indikator dan tanda-tandanya dapat terlihat. Sehingga ijab dan kabul, atau apa saja yang dikenal dalam adat istiadat sebagai serah terima adalah bentuk-bentuk yang digunakan hukum untuk menunjukkan kerelaan antar kedua belah pihak (Shihab, 2012). Jadi ketika dalam transaksi yang menjadi kebiasaan adat istiadat dalam suatu tempat dan

sebagai serah terima maka itu sudah terdapat suatu kerelaan, yang mana mengundang kerjasama dan tidak saling merugikan, karena bila mitra saya rugi, saya juga akan rugi. Implementasinya dalam fintech adalah ketika dua belah pihak sudah sepakat dengan transaksi yang dilaksanakan dalam hal ini adalah merchant atau mitra LinkAja dengan fintech LinkAja maka transaksi tersebut sah dilakukan.

## 2. Efektivitas dalam perspektif Islam

Efektivitas penggunaan aplikasi layanan digital sangat berkaitan erat dengan kemudahan penggunaan, kepercayaan, daya guna serta kualitas layanan itu sendiri. Kemudahan merupakan salah satu prinsip penting dalam Islam, yang diberikan agar manusia tetap tekun dan semangat dalam menjalankan perintah agama terutama dalam keadaan sulit. Allah SWT. berfirman dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 185 sebagai berikut:

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمْ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمْ الْعُسْرَ وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ عَلَىٰ مَا هَدَاكُمْ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ۝

*Artinya: Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. Hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, agar kamu bersyukur (Q.S Al-Baqarah: 185).*

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Menurut (Moleong, 2010:6) Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik, dan cara deskripsi bentuk kata-kata dan bahasa pada konteks khusus yang ilmiah maupun alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrumen atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri sehingga peneliti harus “divalidasi”. Validasi terhadap peneliti, meliputi; pemahaman metode penelitian kualitatif, penguasaan wawasan terhadap bidang yang diteliti, kesiapan peneliti untuk memasuki objek penelitian baik secara akademik maupun logikanya (Sugiono, 2009:305). Objek dalam penelitian ini adalah pada UMKM Mitra LinkAja yang tersebar di Kabupaten Banyumas yang telah mendapatkan rekomendasi dari pihak LinkAja district Purwokerto untuk dilakukan penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode analisis data kualitatif. Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceriterakan kepada orang lain.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Banyumas. Waktu penelitian dimulai dari Bulan Februari sampai Mei 2022. Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM Mitra LinkAja yang tersebar di Kabupaten Banyumas. Objek penelitian yang dipilih adalah Tujuh UMKM yang telah melakukan mitra kerja dengan LinkAja di Kabupaten Banyumas dan mendapatkan rekomendasi dari

pihak LinkAja untuk dapat diteliti. Berdasarkan data yang diperoleh dari pihak *District Associate* LinkAja area Purwokerto bahwa total UMKM yang telah melakukan mitra kerja dengan LinkAja di Kabupaten Banyumas adalah 25 *merchant*.

Berikut adalah data jumlah UMKM Mitra LinkAja di Kabupaten Banyumas. Data ini diperoleh dari dokumen yang terdapat di Kantor LinkAja Kabupaten Banyumas:

**Tabel 5.1**  
**UMKM Mitra LinkAja di Kabupaten Banyumas**

No.	Merchant Type	Merchant Name	City
1.	Baron Forest Adventure	UMKM	Banyumas
2.	Beceer Purwokerto	UMKM	Banyumas
3.	Curug Bayan	UMKM	Banyumas
4.	Curug Cipendok	UMKM	Banyumas
5.	Djago Jowo Purwokerto	UMKM	Banyumas
6.	Elis Sugiarti	UMKM	Banyumas
7.	Gahwa Coffee	UMKM	Banyumas
8.	Mas Blangkon	UMKM	Banyumas
9.	Hutan Pinus Limpakuwus	UMKM	Banyumas
10.	Kantin Sehat Bu Novi	UMKM	Banyumas
11.	Toko Sembako BM	UMKM	Banyumas
12.	Toko Pak Agus Snack	UMKM	Banyumas
13.	Daging Sapi Putra Pak Bontot	UMKM	Banyumas
14.	Warung Tempe Nursalim	UMKM	Banyumas
15.	Warung Rempah Ibu Tin	UMKM	Banyumas
16.	Toko Bumbu Andriasih	UMKM	Banyumas
17.	Bumbu Dapur Sriyati	UMKM	Banyumas
18.	Lili Kantin 431	UMKM	Banyumas
19.	Pendakian Gprau Dwarawati	UMKM	Banyumas
20.	Kantin Biawara	UMKM	Banyumas
21.	Sentra.com	UMKM	Banyumas
22.	GWK Baturraden	UMKM	Banyumas
23.	Kantin Neo Purwokerto 1	UMKM	Banyumas
24.	Kantin Neo Purwokerto 2	UMKM	Banyumas
25.	Kantin Neo Purwokerto 3	UMKM	Banyumas

*Sumber: (Arsip Dokumen dari Kantor LinkAja Purwokerto)*



Peneliti mengambil tujuh UMKM yang dijadikan sampel penelitian. Hal ini dikarenakan ada 13 UMKM mitra yang sudah tidak memenuhi kriteria sebagai UMKM tetapi dari LinkAja belum melakukan sinkronisasi data kembali. 13 UMKM ini disebut status UMKM nya karena telah melewati batas hasil penjualan dalam kriteria UMKM. Berikut disajikan:

- 1) Baron Forest Adventure
- 2) Beceer Purwokerto
- 3) Curug Bayan
- 4) Curug Cipendok
- 5) Djago Jowo Purwokerto
- 6) Elis Sugiarti
- 7) Gahwa Coffee
- 8) Mas Blangkon
- 9) Hutan Pinus Limpakuwus
- 10) Kantin Sehat Bu Novi
- 11) Lili Kantin 431
- 12) Pendakian Gprau Dwarawati
- 13) Kantin Biawara

Sedangkan 5 UMKM lainnya statusnya sudah non aktif. Berikut disajikan

- 1) Sentra.com
- 2) GWK Baturraden
- 3) Kantin Neo Purwokerto 1
- 4) Kantin Neo Purwokerto 2
- 5) Kantin Neo Purwokerto 3

Oleh karena itu berikut adalah kategorisasi UMKM yang diteliti:

**Tabel 5.2**  
**Sampel UMKM yang diteliti**

No.	Merchant Type	Alamat	Omzet Usaha (Per Tahun)	Jenis Usaha
1.	Toko Sembako BM	Pesayangan, Kedung Wuluh	306.000.000	Usaha Kecil
2.	Toko Pak Agus Snack	Karang Lewas	182.500.000	Usaha Mikro
3.	Daging Sapi Putra Pak Bontot	Jalan Ahmad Yani	2.555.000.000	Usaha Menengah
4.	Warung Tempe Nursalim	Pliken	127.750.000	Usaha Mikro
5.	Warung Rempah Ibu Tin	Karang Gede, Karang Lewas	24.000.000	Usaha Mikro
6.	Toko Bumbu Andriasih	Langgong Sari, Cilongok	109.500.000	Usaha Mikro
7.	Bumbu Dapur Sriyati	Jalan Sukma Damai	219.000.000	Usaha Mikro

*(Sumber: Hasil Penelitian, Omzet dihitung per Mei 2021)*

### C. Subjek dan Objek Penelitian

Menurut (Arikunto, 2002:165) yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data diperoleh. Data merupakan hasil pencatatan baik berupa fakta dan angka yang dijadikan bahan untuk menyusun informasi. Berdasarkan pengertian di atas, subyek penelitian dimana subyek tersebut akan diambil datanya dan selanjutnya akan diambil kesimpulannya, atau sejumlah subyek yang akan diteliti dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa sumber data, baik itu sumber data primer dan sekunder, adapun yang dimaksud dengan data primer dan sekunder adalah :

#### 1. Data Primer

Menurut (Surakhmad, 1985:163) sumber data primer adalah data yang langsung dan segera diperoleh dari sumber data oleh penyelidik untuk tujuan khusus. Artinya data yang diperoleh dari sumber datanya yaitu pada UMKM di Kabupaten yang telah melakukan mitra kerja dengan LinkAja yang kemudian secara langsung akan peneliti kunjungi untuk melakukan

wawancara terhadap pemilik usaha untuk melakukan observasi mengenai peran fintech LinkAja terhadap peningkatan omzet usaha.

## 2. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang lebih dahulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh orang dari luar penyelidik sendiri. Yaitu data yang diperoleh dari pihak lain tidak berkaitan secara langsung dengan penelitian ini, seperti data yang diperoleh dari perpustakaan dan sumber-sumber lain yang tentunya sangat membantu hingga terkumpulnya data yang berguna untuk penelitian ini.

### **D. Subjek dan Obyek Penelitian**

Dalam penelitian ini istilah yang digunakan untuk subyek penelitian adalah informan, adapun informan yang akan diteliti adalah:

1. Pengelola LinkAja Purwokerto : Untuk mengetahui Peran Fintech LinkAja Terhadap Peningkatan Omzet UMKM Mitra LinkAja
2. UMKM di Kabupaten Banyumas : Alasannya yaitu karena dalam penelitian ini akan membahas bagaimana peran UMKM yang menggunakan fintech apakah berpengaruh dalam pengembangan usaha mikro kecil menengah atau tidak.

### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Data penelitian diperoleh dengan menggunakan beberapa teknik, diantaranya adalah:

Data penelitian diperoleh dengan menggunakan beberapa teknik, diantaranya adalah:

1. Observasi, digunakan untuk mengumpulkan data-data bagaimana perbandingan omzet usaha sebelum dan setelah menggunakan fintech LinkAja.
2. Dokumentasi, digunakan untuk mengumpulkan data-data tentang dokumen program-program pemberdayaan UMKM oleh fintech LinkAja beserta perkembangannya. Termasuk didalamnya adalah perencanaan, proses, hasil

kegiatan sampai pada evaluasi. Foto-foto pendukung juga digunakan untuk dikaji lebih lanjut.

3. Wawancara/Interview, digunakan untuk mengumpulkan data kepada subyek penelitian maupun informan terkait dengan profil UMKM, akses kegiatan dan kontrol atas sumber daya dan keuntungan yang diperoleh.
4. Artikel dan Data Pendukung. Sumber data didapatkan dari data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Bank Indonesia, Badan Pusat Statistik (BPS), Data Kementerian Koperasi dan UKM, Dinas UMKM provinsi Jawa Tengah serta referensi dari jurnal atau penelitian terdahulu

#### **F. Teknik Analisis Data**

Berdasarkan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif yang bertujuan untuk memaparkan situasi atau peristiwa, maka analisis data juga disesuaikan dengan metode penelitian. Analisis data kualitatif digunakan bila data-data yang terkumpul dalam riset adalah data kualitatif. Data kualitatif dapat berupa kata-kata, kalimat-kalimat atau narasi-narasi baik yang diperoleh dari wawancara mendalam maupun observasi. Prosedur analisis data yakni setelah memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka selanjutnya akan dilakukan langkah-langkah sebagai berikut: (Muhammad Albar, 2013)

1. Mengorganisasikan data.

Cara ini dilakukan dengan membaca berulang kali data yang ada sehingga peneliti dapat menemukan data yang sesuai dengan penelitiannya dan membuang data yang tidak sesuai. Menilai data yang didapatkan untuk dijadikan sebagai bahan laporan penelitian. Ini dilakukan agar data yang didapatkan sesuai dengan kebutuhan peneliti dan dianggap relevan untuk dijadikan sebagai hasil laporan penelitian.

2. Membuat kategori, menentukan tema, dan pola.

Langkah kedua ialah menentukan kategori yang merupakan proses yang cukup rumit karena peneliti harus mampu mengelompokkan data yang

ada ke dalam suatu kategori dengan tema masing-masing sehingga pola keteraturan data menjadi terlihat secara jelas. Mengkategorikan data yang diperoleh berdasarkan bagian-bagian penelitian yang ditetapkan. Klasifikasi data ini dilakukan untuk memberikan batasan pembahasan, berusaha untuk menyusun laporannya secara tersistematis menurut klasifikasinya agar lebih jelas dan rinci.

3. Merumuskan hasil penelitian.

Yaitu data yang diperoleh kemudian dirumuskan berdasarkan pengklasifikasian data yang telah ditentukan. Rumusan penelitian ini memaparkan beragam hasil yang didapat di lapangan dan berusaha untuk menjelaskannya dalam bentuk laporan yang terarah dan tersistematis.

4. Mencari eksplanasi alternatif data.

Proses berikutnya adalah peneliti memberikan keterangan yang masuk akal berdasarkan data yang ada dan peneliti harus mampu menerangkan data tersebut didasarkan pada hubungan logika makna yang terkandung dalam data tersebut.

5. Menulis laporan.

Penulisan laporan merupakan bagian analisis kualitatif yang tidak terpisahkan. Dalam laporan ini peneliti harus mampu menuliskan kata dan kalimat serta pengertian secara tepat yang dapat digunakan untuk mendeskripsikan data dan hasil analisisnya.

### G. Uji Keabsahan Data

Untuk menguji keabsahan data yang terkumpul, peneliti menggunakan metode triangulasi. Moleong mengemukakan (dalam Nugrahani, 2014) triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data tersebut untuk keperluan pengecekan atau perbandingan terhadap data yang bersangkutan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sumber, triangulasi teknik dan triangulasi waktu. Triangulasi sumber untuk mengecek kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang

telah diperoleh melalui beberapa sumber. Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan Teknik yang berbeda. Triangulasi waktu adalah pengujian kredibilitas data dengan cara mengecek data yang telah diperoleh pada satu waktu, kemudian dicek lagi pada waktu yang lain (Sugiyono, 2019: 274).

Teknik triangulasi ini peneliti gunakan untuk mengecek keabsahan data yang diperoleh dari observasi, wawancara dan dokumentasi, sehingga menghasilkan pengetahuan yang valid dan reliabel terkait bagaimana peran dan penggunaan e-wallet LinkAja terhadap peningkatan omzet usaha (Studi Kasus UMKM Mitra LinkAja di Kabupaten Banyumas).



## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 1. Sejarah Perkembangan LinkAja District Purwokerto

LinkAja adalah sebuah perusahaan BUMN fintech milik PT. Fintek Karya Nusantara yang berdiri pada tahun 2018. Sebelum nama LinkAja ini muncul, perusahaan ini bernama T-cash. *Telkomsel Cash (T-Cash)* merupakan suatu inovasi baru dari telkomsel yang berkontribusi di bidang teknologi. T-Cash yaitu sebuah layanan uang elektronik dari Telkomsel yang berfungsi sebagai alat pembayaran dan transaksi lainnya melalui ponsel. T-Cash pertama kali diluncurkan pada tanggal 9 Januari 2007. Pada tanggal 15 Oktober 2015 layanan *T-Cash* telah diperbaharui dengan mengadopsi teknologi *Near Field Communication (NFC)* yang merupakan pengembangan metode pembayaran T-Cash pada merchant fisik, dengan menggunakan media stiker dan mesin *Electronic Data Capture (EDC)* yaitu *T-Cash Tap*. Produk *Telkomsel Cash (T-Cash)* adalah satu bentuk *Digital Cash* di Indonesia yang dapat digunakan pelanggan Telkomsel untuk melakukan transaksi pembelian dan pembayaran secara digital dengan menggunakan pin di merchant yang berlogo T.Cash.

Dalam layanan ini, pelanggan bisa melakukan beragam transaksi mulai dari penukaran uang tunai menjadi uang elektronik, cek saldo terakhir, mengecek lima transaksi akhir, mengganti pin, reset pin, pengisian pulsa pin dan *unregist*. Menariknya perusahaan yang memperkenalkan produk ini bukanlah perusahaan perbankan yang selalu identik dengan urusan uang melainkan sebuah perusahaan telekomunikasi seluler yaitu Telkomsel. Dengan diluncurkannya aplikasi T-Cash ini, lagi-lagi Telkomsel menjadi pionir dengan menghadirkan produk baru yang inovatif berupa aplikasi.

T- Cash ini telah memberikan keuntungan yaitu kemudahan dalam melakukan transaksi pembelian tanpa perlu membayar uang tunai, dapat

melakukan berbagai macam pembayaran, maupun penarikan uang tunai pada merchant yang sudah bekerja sama dengan operator yang digunakan pengguna, dan keamanan terjaga karena adanya nomor PIN untuk otorisasi transaksi. Selain itu T-Cash dilengkapi dengan fitur transfer dan pengambilan saldo menjadi uang tunai.

Perubahan nama dari T-cash menjadi LinkAja secara resmi diumumkan pada tanggal 21 Februari 2019. LinkAja hari ini tidak hanya berfungsi sebagai platform pembayaran melainkan sudah menjadi ujung tombak untuk bersaing di sector digital saat ini. LinkAja ini adalah sebuah aplikasi pembayaran digital yang mengafiliasikan diri ke dalam 6 BUMN besar yaitu Telkom, Bank Mandiri, BTN, BRI, dan PERTAMINA dan BTN. Penggunaan QR code terstandar ini menjadi landasan utama dalam platform digital ini. LinkAja di bawah PT. Finarya ini awal berdirinya mengusung tujuan “Dari dan untuk Indonesia”.

Struktur organisasi di LinkAja terdiri dari dua yaitu regional dan district. Setiap regional membawahi district-district yang ada. Region LinkAja terdiri dari provinsi Jawa Tengah, Jawa Timur dan Jawa Barat. di Jawa Tengah sendiri membawahi district-district dengan ketentuan lima sampai enam kabupaten. Contohnya di district Purwokerto mencakup wilayah Wonosobo, Banjarnegara, Purbalingga, Banyumas, Cilacap dan Kebumen. Kantor LinkAja District Purwokerto yang digunakan sebagai sumber penelitian terletak di Perum Sapphire Mansion, Plumeria 1, Jalan Sunan Giri, Blok A5 No. 1 Desa Karangraju Kecamatan Sokaraja Kabupaten Banyumas. Area cover LinkAja district Purwokerto terdiri dari LinkAja district Wonosobo, Banjarnegara, Purbalingga, Purwokerto, Cilacap, Kebumen.

Pada tahun ini, LinkAja berhasil menorehkan prestasi dengan meraih 9 penghargaan yang membanggakan dan meraih predikat emas untuk kategori Korporasi sebagai Best Crisis Management Campaign, Best Help Desk, Best Home/ Remote Agent Program, Best Improvement Award – External



Consulting/ Training Service dan Best Incentive Scheme. Sementara untuk kategori Individu, LinkAja berhasil meraih predikat Gold sebagai Best Contact Center Operational Manager serta Best Contact Center Support Pro-HR. Tidak hanya itu, LinkAja pun meraih predikat Silver pada kategori Best Analyst dan predikat Bronze pada kategori Best Contact Center Supervisor.

Prestasi ini semakin diperkuat dengan pencapaian lain di ajang yang sama, dimana LinkAja secara korporasi juga berhasil meraih penghargaan The Dream Team. Penghargaan didasarkan pada akronim DREAM, yang merupakan singkatan dari Develop, Reward, Energize, Appreciate dan Motivate. Pencapaian ini merupakan pengakuan atas hasil kerja keras tim LinkAja terutama tim Customer Operation LinkAja yang selalu berupaya memberikan layanan terbaik bagi para pengguna, bahkan di tengah keterbatasan akibat pandemic covid-19 selama PPKM berlangsung. Melalui penghargaan tersebut semakin memacu LinkAja untuk terus bertansformasi meningkatkan layanan untuk senantiasa menjaga kepercayaan pengguna. (LinkAja.id)

Menurut Diana Rakmawati S.E. selaku District Senior Associate LinkAja Purwokerto pada saat diwawancarai mengatakan: *"di zaman modern saat ini sudah tidak zamanya masyarakat untuk membawa dompet. Kemudahan uang digital ini tentunya menurunkan risiko kerugian akibat penipuan pembayaran dengan uang palsu, transaksi yang tercatat secara otomatis sehingga riwayat transaksi dapat dilihat dengan mudah. Kemudahan dalam pembayaran tagihan, penjualan barang dapat dilakukan secara non-tunai tanpa meninggalkan toko, membangun profil kredit yang baik sehingga tidak terkendala jika mengajukan pinjaman ke bank, peluang untuk mendapat modal usaha menjadi lebih besar, dan masih banyak lagi. Dengan fintech diharapkan pelaku UMKM di Kabupaten Banyumas juga dapat merangkul digitalisasi yang saat ini tengah terjadi dan berkembang dengan pesat. Dengan demikian, pelaku UMKM dapat bertahan di*

*tengah situasi tidak menentu seperti sekarang dan bisa menjadi salah satu penopang ketahanan perekonomian Indonesia di kemudian hari.”*

## 2. Tujuan

Mendorong inklusi keuangan dan inklusi ekonomi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. LinkAja memiliki dua tujuan utama (komersial maupun tujuan besar untuk bangsa Indonesia) yaitu:

- a. Menjadi Dompot Elektronik Nasional Kebanggaan Indonesia dalam hal ini LinkAja sebagai produk dompet elektronik yang bisa digunakan oleh semua kalangan, baik kelas atas, menengah, dan kelas bawah.
- b. Menjadi Katalis Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT) dalam hal ini LinkAja dapat membantu percepatan terwujudnya inklusi keuangan di Indonesia dengan target 75% di akhir tahun 2019

## 3. Visi dan Misi

Visi perusahaan ini adalah menjadi platform keuangan digital pilihan bangsa (National Champion) yang unggul dan terpercaya. Untuk mewujudkan visi tersebut perusahaan memiliki misi. Misi LinkAja yaitu membangun ekosistem dan platform pembayaran serta layanan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat kelas menengah/aspiran serta UMKM di Indonesia.

#### 4. Fitur aplikasi LinkAja

LinkAja menghadirkan beragam fitur dan layanan transaksi pembayaran di lebih dari 150.000 merchant dan akan terus bertambah; pembayaran di lebih dari 400 tagihan dan produk digital seperti IndiHome, PLN, dan puluhan voucher game online; belanja online di lebih dari dua puluh e-commerce nasional, pembayaran pada berbagai model transportasi public, puluhan partner donasi digital hingga fitur-fitur keuangan dan hiburan. Selain itu, LinkAja memiliki titik CICO (Cash In Cash Out) untuk mengisi saldo dan menarik tunai lebih dari 100.000 titik di seluruh Indonesia, termasuk di minimarket, Grapari Telkomsel, puluhan ribu ATM Link Himbara dan jaringan ATM Bersama, dan lebih dari 100 ribu jaringan outlet mitra LinkAja.

Fitur unggulan LinkAja yang baru adalah layanan tarik tunai tanpa kartu debit pada lebih dari 40.000 ATM Link Himbara. Hal ini memungkinkan pengguna untuk melakukan penarikan uang instan tanpa harus membawa kartu. Selain itu, LinkAja juga menjadi satu-satunya uang elektronik di Indonesia yang melayani remitansi dari Pekerja Migran Indonesia di Singapura yang ingin mengirimkan uangnya ke keluarganya di tanah air secara mudah, murah, aman, dan cepat. LinkAja juga menawarkan layanan pembayaran digital yang berbeda dari produk lain yang sudah ada di pasar saat ini, berfokus pada pemenuhan kebutuhan esensial masyarakat. Salah satunya adalah melalui program digitalisasi SPBU bersama Pertamina, pengenalan pembayaran nirsentuh di jalan tol dengan Jasa Marga, dan pembayaran digital di berbagai moda transportasi publik seperti kereta api, bis, LRT, MRT, pesawat dll.

#### 5. Mitra LinkAja

Aplikasi Mitra LinkAja adalah aplikasi yang dapat digunakan oleh pemilik usaha untuk mempermudah proses transaksi saat bisnis berjalan. Aplikasi Mitra LinkAja dilengkapi beberapa fitur yang dapat membantu jalannya usaha seperti fitur QRIS, layanan produk digital dan lain-lain. Hal ini

dalam rangka mendukung setiap lini bisnis yang ada di masyarakat. Mitra LinkAja ini dibentuk juga dalam rangka meningkatkan kepercayaan diri para pelaku bisnis dalam mewujudkan digitalisasi pasar. Kemudahan LinkAja untuk diakses masyarakat menjadi salah satu alasan perusahaan ini tetap eksis.

## 6. Struktur Organisasi

### a. Struktur organisasi LinkAja *District* Purwokerto

Dalam berjalanya sebuah perusahaan tentu memerlukan hierarkis struktural organisasi agar berjalan sesuai fungsinya masing-masing.

- 1) Business Development : Diana Rakhmawati S.E.
- 2) Business Development Support: Septi Saraswati S.E.
- 3) Sales Force: Kamaludin
- 4) Sales Force 2: Hari Budi
- 5) Sales Force 3: Arif Sugiarto
- 6) Sales Force 4: Agus Muslimin
- 7) Sales Force 5: Dimas

### b. Fungsi dan Tugas Bagian LinkAja *District* Purwokerto

#### 1) *Business Development*

BD bertanggung jawab penuh dalam hal berjalanya sebuah perusahaan melalui strategi pengembangan bisnisnya. Tugas dari BD adalah melakukan riset terhadap pasar, menyusun dan mempresentasikan rencana pengembangan bisnis, bekerjasama dengan seluruh stakeholder untuk menjaga relasi antar pelanggan, bekerjasama dengan sales untuk meningkatkan target penjualan, dan lainnya. Dalam berjalanya sebuah perusahaan BD bertanggung jawab dalam hal mencari cara agar pelanggan, relasi bisnis dan pasar bisa berjalan sinergis agar nilai sebuah perusahaan bisa naik. Seorang BD juga harus pintar-pintar mengatur sumber daya yang ada pada tim dan perusahaan supaya bisa mendukung pertumbuhan bisnis. Perusahaan membutuhkan pengembangan yang berkelanjutan untuk

menghadapi tantangan di dunia bisnis. Di sini peran penting *Business Development* untuk membantu mengembangkan perusahaan tersebut. Pengembangan Bisnis mencakup riset pasar, mengembangkan dan memelihara hubungan dengan klien potensial baru, mendeteksi dan menciptakan peluang bisnis potensial. Semua cakupan tersebut membuat *Business Development* harus cakap dalam membuat suatu strategi bisnis perusahaan. Jika *Business Development* tidak mampu membuat strategi yang mampu membuat perusahaan berkembang atau bertahan melalui tantangan dan rintangan di dunia bisnis, maka perusahaan akan sulit melalui tantangan dan tersebut. Oleh sebabnya *Business Development* membutuhkan analisis yang sangat mendalam mengenai pengembangan perusahaan.

2) *Business Development Support*

BD support mempunyai tugas untuk membantu BD utama dalam hal turut membantu mengembangkan aplikasi LinkAja bersama dengan tim produk, *developer* dan pihak lain. Menjalin kerjasama dengan pihak investasi, membantu BD utama dalam hal pengadministrasian, membuat analisa data yang bersifat informative untuk perkembangan bisnis perusahaan, mengembangkan, melaksanakan, dan memonitoring kampanye pemasaran baik online ataupun offline bersama dengan tim marketing.

3) *Sales Force*

Sales force merupakan tim penjualan, strategi penjualan, serta teknologi penjualan dibalik LinkAja untuk mendorong pertumbuhan perusahaan. Tim ini biasanya bekerja sama dengan divisi penjualan dan marketing, serta berhubungan langsung dengan pelanggan atau konsumen. Tanggung jawab yang perlu mereka lakukan sangat luas. Karena itu, LinkAja harus membagi sales marketing yang juga

memiliki peran sebagai sales force. Selain meningkatkan omset perusahaan, peran mereka termasuk juga dengan maintains pelanggan, merancang dan mengkomunikasikan strategi sales, serta merangkum insight dari feedback para pelanggan terkait produk LinkAja. Di samping itu sales force bertanggung jawab dalam hal melakukan sosialisasi kepada pedagang lokal tentang produk yang hari ini sedang menjadi fokus LinkAja. Sales force juga harus mengetahui apa yang menjadi fokus LinkAja pada hari ini dengan mengikuti arahan dari Business Development Manager. Misalkan fokus LinkAja pada hari ini adalah digitalisasi pasar atau merchant lokal baik retail atau yang lainnya. Maka tugas dari sales force ini adalah sebagai pelaksana teknis dalam rangka meningkatkan inklusi keuangan LinkAja.

#### **B. Peran LinkAja dalam meningkatkan Omzet Usaha & Mendukung Digitalisasi Pasar (Studi Kasus UMKM Mitra LinkAja District Purwokerto)**

UMKM merupakan salah satu target yang sangat diperhatikan oleh LinkAja, salah satunya pada kegiatan di Pasar Manis, Purwokerto. Tujuan dari kegiatan tersebut adalah LinkAja ingin memperkenalkan digitalisasi pasar sebagai pusat perekonomian karena merupakan salah satu program prioritas LinkAja dalam upaya memperluas manfaat elektronifikasi transaksi dalam hal ini LinkAja bekerja sama dengan Bank BRI dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Banyumas. Hal pertama yang menjadi dasar dari kegiatan tersebut adalah pengenalan QRIS dalam hal transaksi non tunai. Diharapkan ketika sudah berjalan dengan baik nantinya para UMKM atau pedagang pasar dapat memiliki data transaksi harian yang terekam dengan baik. Startup digital LinkAja juga menggunakan teknik promo seperti yang dilakukan dompet digital lain guna mendapatkan sebuah *brand awareness* masyarakat. Apabila kita melihat sedikit ke belakang pasti kita tidak asing dengan istilah *cashback* yang dilakukan oleh beberapa dompet digital termasuk LinkAja, Diana Rakhmawati Selaku *Business Development* mengatakan : *“Sebenarnya apa ya..kita tidak bisa mengatakan bahwa uang fisik itu nggak perlu, dalam kata lain kita tidak bisa mengesampingkan uang tunai karena itu memang ada, cuma karena digitalisasi pasar ini adalah program pemerintah ya mau ngga mau kita harus mensukseskan. Susahnya adalah merubah pola pikir mereka untuk berallih dari konvensional ke*

*digital. Kasarnya kan kita beli bawang satu kilo udah bisa bayar pakai LinkAja. Kalau dari pedagang itu ngga mau digitalisasi ya mau sampai kapan gitu sedangkan jaman itu orang akan lebih worry ketika ngga bawa hp daripada ngga bawa dompet. Dan di kita ada yang namanya on boarding merchant. On boarding merchant ini bisa dilakukan sama siapa aja sebenarnya, kaya staff aku juga bisa dan disini kan kita mengedukasi mereka dari pertama pemasangan QRIS nya sampai kendala-kendalanya juga kita harus tau.”*

Di era sekarang pemerintah sedang fokus untuk memperhatikan UMKM. Momen ini yang menjadi peluang untuk masuk dan ikut andil dalam program pemerintah memajukan perekonomian Indonesia melalui UMKM. Peran *sales force* LinkAja District Purwokerto ini rupanya tidak hanya menjaga nama baik perusahaan di wilayah area saja. Di beberapa kesempatan event di luar kota masih dengan tujuan megoptimalisasi peran UMKM, *Sales force* LinkAja juga ikut andil dalam mengenalkan layanan dan produk bernama Mitra LinkAja.

Setelah dilakukan proses wawancara dengan pemilik UMKM tersebut di atas, peneliti merekap perubahan omzet sebelum UMKM menjadi mitra LinkAja dan setelah UMKM menjadi Mitra LinkAja. UMKM Mitra LinkAja merupakan UMKM yang terdaftar menjadi bagian atau mitra dari *financial technology* LinkAja dalam rangka mendukung kemudahan transaksi bagi para pelaku usaha. LinkAja melalui aplikasi Mitra LinkAja hadir untuk mengembangkan usaha bagi UMKM dari kebutuhan yang paling essential sampai ke kebutuhan tersier. Aplikasi ini melayani berbagai metode pembayaran salah satunya dengan QRIS (*Quick Response Indonesia Standard*) atau kode QR yang terstandar dari Bank Indonesia untuk pembayaran non tunai. Pemilik usaha dapat menggunakan QRIS statis ataupun QRIS dinamis. Untuk QRIS statis, pelanggan hanya perlu scan kode dan memasukan nominal pembelianya. Sedangkan QRIS dinamis *merchant* hanya perlu memasukan nominal pembelian pelanggan dan pelanggan melakukan scan kode. Merchant tidak perlu untuk mengurus pencairan saldo secara manual, karena saldo pendapatan dari transaksi non tunai sudah otomatis dicairkan secara otomatis. Pembukaan usaha dapat tercatat dengan lengkap mulai dari semua transaksi, produk terjual, hingga pengeluaran usaha lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi peneliti dengan tujuh UMKM Mitra LinkAja, berikut peneliti menyajikan hasil perubahan omzet sebelum

merchant menjadi mitra LinkAja dan setelah merchant menjadi mitra LinkAja dalam lima bulan terakhir terhitung dari Bulan Januari hingga Bulan Mei tahun 2022 disajikan melalui tabel berikut:

**Tabel 6.1**  
**Perubahan Omzet Sebelum dan Setelah *On Boarding Merchant***

No	UMKM Mitra LinkAja di Kabupaten Banyumas	Omzet	
		Sebelum <i>On Boarding Merchant</i> (Januari 2022)	Setelah <i>On Boarding Merchant</i> (Februari-Mei 2022)
1.	Toko Sembako BM	Rp. 25.500.000	Rp. 25.710.000
2.	Toko Pak Agus Snack	Rp. 15.000.000	Rp. 15.500.000
3.	Daging Sapi Putra Bontot	Rp. 210.000.000	Rp. 210.500.000
4.	Warung Tempe Nursalim	Rp. 10.500.000	Rp. 10.700.000
5.	Warung Rempah Ibu Tin	Rp. 2.000.000	Rp. 2.000.000
6.	Toko Bumbu Andriasih	Rp. 9.000.000	Rp. 9.100.000
7.	Bumbu Dapur Sriyati	Rp. 18.000.000	Rp. 19.000.000

*Sumber: Data Hasil Wawancara*

1. Toko Sembako BM

Warung kelontong memiliki peluang usaha yang sangat potensial karena yang dijualnya merupakan barang kebutuhan pokok yang setiap hari dibutuhkan oleh masyarakat. Sembako tidak mengalami musiman seperti berjualan buah dan buku. Maka dari itu Ibu Nasihin dari desa Pesayangan, Kedung Wuluh memilih berjualan sembako. Toko kelontongnya tempatnya strategis. Disini, terdapat barang-barang kebutuhan sehari-hari seperti kebutuhan pokok, beras,



gula pasir, teh sachet, kopi sachet, terigu, telur, minyak goreng, minuman ringan, makanan ringan, dll. Sebagai pemilik, Ibu Nasihin menyukai usaha kelontong ini. Usaha ini dijalannya karena dianggap mudah dibandingkan usaha warung makan yang lumayan merepotkan dan butuh keahlian. Disini barang-barang dijual dengan harga yang terjangkau sehingga masyarakat tidak perlu jauh-jauh berbelanja dan harganya pun tetap sama. *“Sebelum saya bermitra dengan LinkAja, keuntungan dari hasil penjualan saya kisaran 25jt setengah, saya kan pasang QRIS ini di awal tahun, makin kesini hasil dagangan saya lumayan naik serratus dua ratus lah, meskipun tidak jauh-jauh amat tapi saya seneng aja pakenya karena mudahin pelanggan saya yang kadang mborong tapi ngga bawa duit tunai. Sering juga perbulan dari LinkAja ada promo cashback 30% nah itu kalo pelangganya punya LinkAja kan seneng..”* (Wawancara dengan Ibu Nasihin Selaku pemilik toko sembako BM)



**Gambar 2.1**  
**Prosesi Wawancara**

## 2. Toko Pak Agus Snack

Toko aneka snack memiliki peluang usaha yang sangat potensial karena membantu konsumen untuk memperoleh makanan ringan ketika ada acara di keluarganya, rekanya ataupun acara organisasi. Maka dari itu Ibu Agus dari desa Karanglewas memilih berjualan snack. Tokonya memiliki lokasi yang strategis. Disini, terdapat makanan-makanan ringan seperti kue, jajan pasar, dll. Sebagai pemilik, Ibu Agus menyukai usaha kelontong ini. Usaha ini dijalannya karena dianggap mudah. *“LinkAja sudah masuk di OJK mba dan suka bakar-bakar duit. Dulu LinkAja sebelum terkenal kaya sekarang belum*

*semaju ini sih mbak..dan dari LinkAja niki kan diopeni bank BUMN, seperti BRI, Mandiri, Bank Jateng. Dengan sering kasih cash back, salesnya juga kadang kasih info promo, bagi saya itu sudah salah satu bentuk memberdayakan UMKM mba.. Saya biasanya menghitung laba per hari mba, sekitar 500 rb itu laba kotor nya mba.. Terakhir saya pasang sampai sekarang kalau dihitung-hitung karena yang jajan kesini biasanya anak muda dan nda gaptek terus saya arahin biar mendukung program pemerintah pakai QRIS ini ada peningkatan bisa sampai 500 rb per bulanya, kadang labanya tetep juga pernah, tapi konsumennya malah bertambah..” (Wawancara dengan Ibu Agus Selaku pemilik toko pak Agus Snack)*



**Gambar 2.2**  
**Prosesi Wawancara**

### 3. Lapak Daging Sapi Putra Bontot

Lapak daging sapi menjadi pilihan bagi Ibu Imam selaku pemilik usaha. Pemilik bisnis asal Purwanegara ini menuturkan bahwa mempunyai usaha ini membuatnya mampu bertahan hingga sekarang. Keuntungan yang menjanjikan meskipun konsumennya tidak sebanyak penjual yang lain tetapi satu kali bertransaksi lumayan membantu omzetnya. Beliau menjual daging sapi setiap harinya di Pasar manis dengan dibantu dua karyawannya. Daging yang dijual hasil ternaknya sendiri di rumahnya bersama dengan suaminya. *”Saya dekat dengan salesnya LinkAja namanya mba septi, kadang sering kesini mba, saya juga pernah pengajuan kredit untuk usaha saya di LinkAja bisa.. Pembeli saya kan sering saya arahkan pake ini mba, biar saya nda susah-susah nabung, tapi rekening saya ada isinya..” (Wawancara dengan Ibu Imam Selaku pemilik lapak daging sapi putra bontot)*



**Gambar 2.3**  
**Prosesi Wawancara**

4. *Warung Tempe Nursalim*

Tempe merupakan makanan khas bagi masyarakat Indonesia khususnya. Makanan yang terbuat dari kedelai ini, banyak digemari oleh semua kalangan. Baik kalangan atas, bahkan yang terbawah sekalipun. Layaknya beras, tempe juga bisa dijadikan sebagai makanan sehari-hari. Kandungan gizi yang tinggi, merupakan salah satu alasan tersendiri kenapa tempe sampai saat ini masih diperlukan. Bahkan, ada satu penelitian yang menarik, yaitu tempe bisa mencegah timbulnya penyakit kanker. Hal inilah yang menjadikan bapak Nursalim, pelaku bisnis asal Pliken untuk terus merintis usahanya. *“Saya merasa terbantu dengan aplikasi ini mba..karena biasanya ibu-ibu kantoran nda bawa duit jadi bayar pakai itu, apalagi pas lebaran kemarin yang scan lumayan banyak. Saya dipasangin dua barcode ini sama sales, ada dari gopay sama LinkAja, pada lebih sering pakainya yang LinkAja, pas saya nanya ke pembeli saya kataya LinkAja juga bisa buat bayar listrik, bensin, dan lain-lain.”* (Wawancara dengan Bapak Nursalim Selaku Pemilik Warung Tempe Nursalim)



**Gambar 2.4**  
**Prosesi Wawancara**

#### 5. Warung Rempah Ibu Tin

Ibu Tin mendirikan usahanya sejak tahun 2000. Usahanya kini masih bertahan 22 tahun. Beliau menjajakan semua jenis bumbu rempah dan aneka sayuran. Pedagang asal Karang Lewas ini menuturkan bahwa meskipun keuntungannya tidak seberapa tetapi ibu Tin nyaman untuk melakukannya. *“Kalo yang seperti terpasang disini saya jujur aja ribet mba, tapi saya dibilangin sama salesnya katanya ini dari pemerintah ya saya pasang aja, karena takut juga kalo udah pemerintah-pemerintah. Kalo buat warung kecil kaya saya lebih sering orang bayarnya pake cash mba..harga bumbu kan nda mahal...jadi ya jarang ada yang pakai, ada paling satu dua ibu-ibu pejabat. Saat pandemi covid 19 saya kekurangan modal mba karena dagangan saya hampir tidak ada yang membeli, Alhamdulillah saya dibantu oleh LinkAja.. kalo buat warung kecil kaya saya lebih sering orang bayarnya pake cash mba..harga bumbu kan nda mahal..jadi ya jarang ada yang pakai, ada paling satu dua ibu-ibu pejabat.”* (Wawancara dengan Ibu Tin Selaku Pemilik Warung Rempah Ibu Tin)



**Gambar 2.5**  
**Prosesi Wawancara**

6. Toko Bumbu Andriasih

Toko bumbu Andriasih memiliki peluang usaha yang sangat potensial karena yang dijualnya merupakan barang kebutuhan pokok yang setiap hari dibutuhkan oleh masyarakat. Toko rempah tidak mengalami musiman seperti berjualan buah dan buku. Maka dari itu Ibu Andriasih asal desa Langgongsari, Cilongok memilih berjualan rempah-rempah dan bumbu masak. Tempatnya strategis. *“Penggunaan QRIS LinkAja banyak manfaatnya, salah satunya membuat transaksi pelanggan di warung saya lebih mudah dan tidak perlu repot untuk mencari uang kembalian apalagi resiko uang palsu. Sebelum menjadi partner LinkAja saya suka repot dan pusing sama uang kembalian. Pelanggan belanjanya tidak seberapa namun uangnya besar-besar semua. Sekarang sejak ada QRIS, saya cukup iat handphone aja notifikasi pembayaran uang pelanggan sudah masuk.”* (Wawancara dengan Ibu Andriasih Selaku Pemilik Warung)



**Gambar 2.6**  
**Prosesi Wawancara**

7. Bumbu Dapur Sriyati

Toko bumbu Sriyati memiliki peluang usaha yang sangat potensial karena yang dijualnya merupakan barang kebutuhan pokok yang setiap hari dibutuhkan oleh masyarakat. Toko rempah tidak mengalami musiman seperti berjualan buah dan buku. Maka dari itu Ibu Sriyati asal Jalan Sukma Damai memilih berjualan rempah-rempah dan bumbu masak. Tempatnya strategis “*Saya senang bisa ikut berkontribusi menggunakan pembayaran digital LinkAja, banyak kemudahan yang kami dapatkan dan peningkatan permintaan dikarenakan promo cashback yang diberikan LinkAja di usaha kami. Sebelum saya gabung ke LinAja saya kadang ribet harus mencatat hasil rekapitulasi dagangan saya mba, pas udah gabung segala transaksinya kan tercatat. Untuk kenaikannya tidak terlalu signifikan akan tetapi kenaikan jelas ada, apalagi menjelang habis lebaran ini, bisa tembus lah 1jt mba, apalagi pas lebaran si pembeli bawa anaknya, jadi anaknya yang scan QR nya.*” (Wawancara dengan Ibu Sriyati Selaku Pemilik Toko)



**Gambar 2.7**  
**Prosesi Wawancara**

Berdasarkan hasil penelitian, ada beberapa peran atau faktor yang yang mempengaruhi kenaikan omzet UMKM setelah menjadi mitra LinkAja:

1. Kenyamanan, Keamanan, dan Kemudahan dalam Bertransaksi.

Perkembangan *e-wallet* LinkAja dibekali dengan kecanggihan pengamanan dalam aplikasi sehingga tingkat keamanan dan kenyamanan lebih baik dibandingkan dengan transaksi manual. Pemilik UMKM di Kabupaten Banyumas ini didorong untuk dapat bertransaksi tanpa harus khawatir akan keamanan. Kolaborasi antara LinkAja dengan perusahaan BUMN seperti BRI dan Bank-bank lain juga dapat meningkatkan pemberdayaan terhadap UMKM. Selama ini pemerintah gencar mengkampanyekan gerakan nasional transaksi non tunai sehingga terbentuk *less-cash society* dalam transaksi. Dalam proses wawancara yang dilakukan oleh peneliti, sering sekali penjual mendapati konsumen yang membayar dengan uang yang sobek dan tanpa sepengetahuan penjual, kehadiran LinkAja tentu menawarkan sisi kemudahan karena menghindari memperoleh uang sobek atau uang palsu serta tanpa perlu mempersiapkan uang kembalian. Ada dua tipe akun yang terdapat dalam LinkAja, yaitu sebagai berikut:

1) Layanan *Full Service*

Dapat digunakan untuk melakukan berbagai transaksi seperti isi saldo, pembayaran merchant, transportasi dan tagihan, transaksi online, serta donasi, kirim uang atau transfer hingga tarik tunai tanpa kartu. Akun *Full Service* merupakan upgrade dari akun Basic Service sehingga pengguna diwajibkan untuk menyediakan identitas pribadi untuk kepentingan proses yang dinamakan *KYC (Know Your Customer)* adalah sebuah prinsip yang diterapkan bank untuk mengetahui identitas dan memantau kegiatan transaksi nasabah dan juga termasuk kegiatan pelaporan transaksi yang mencurigakan. Pengguna *full service* dapat menikmati keuntungan tambahan, seperti saldo maksimum yang lebih tinggi di akun LinkAja yaitu Rp. 10.000.000.

## 2) Layanan Basic Service

Dapat digunakan untuk melakukan berbagai transaksi seperti isi saldo, pembayaran merchant, transportasi dan tagihan, transaksi online, serta donasi, namun tidak dengan layanan keuangan kirim uang atau transfer hingga tarik tunai tanpa kartu. Saldo maksimal yang dapat disimpan di akun Basic Service adalah sebesar Rp. 2.000.000.

## 2. Fitur-fitur dalam LinkAja yang lengkap

LinkAja memiliki titik CICO (Cash In Cash Out) untuk mengisi saldo dan menarik tunai di lebih dari 100,000 titik di seluruh Indonesia. LinkAja memberikan berbagai kemudahan untuk memenuhi kebutuhan harian transaksi online melalui serangkaian fitur yaitu telekomunikasi, transportasi, bayar tagihan, keuangan, hiburan, pajak dan dana sosial.

## 3. Sales dan Tim Profesional LinkAja District Purwokerto Tersebar di Beberapa Titik.

Peran sales dan tim professional LinkAja sangat berpengaruh terhadap peningkatan daya beli masyarakat. Hal tersebut dikarenakan tidak semua UMKM ataupun para pelaku usaha mampu mengedukasi masyarakat. Peran sales disini adalah memberikan sosialisasi kepada para pelaku usaha baik promo yang ditawarkan ataupun kendala yang dihadapi selama menjadi Mitra LinkAja. Salah satu contoh yang dilakukan LinkAja ini tidak serta merta menawarkan produknya ke konsumen atau masyarakat, namun dengan cara edukasi dilapangan ditujukan agar masyarakat tertarik dengan kemudahan cara yang ditawarkan, juga untuk mencapai *brand awareness*, kegiatan yang dilakukan di Pasar Manis contohnya. Diana Rakhmawati menjelaskan dalam wawancaranya : *“Aku kasih contoh event kayak gitu, jadi LinkAja kan lebih bergerak ke UMKM yaa kayak daerah-daerah yang mungkin kita ga fokus dulu di kota besar. Waktu itu kita melakukan pengenalan penggunaan QRIS itu di salah satu pasar nah itu kayak Pasar Tradisional gitu. Jadi tujuannya sehingga di pasar itu pedagangannya bisa punya QR nya masing-masing jadi gausah ribet pakai uang cash, event itu juga dihadiri langsung oleh para Head LinkAja dan oleh Ibu Ve yang sekarang ini menjabat sebagai CEO LinkAja. Kita disana hadir turun lapangan langsung juga kita engage sama mereka untuk memberikan product knowledge gitu”* (Wawancara Pribadi dengan Diana Rakhmawati 12 Mei 2022). Semangat tim LinkAja bisa dilihat dari ekosistem di dalamnya. Setiap divisi tidak hanya sales memiliki peran di



masing-masing sector dan itu semua bergerak untuk menjalankan branding LinkAja kepada masyarakat

#### 4. LinkAja Fokus dalam Pemberdayaan dan Pengembangan UMKM



**Gambar 2.8**  
***E-Flyer Pelatihan Virtual LinkAja untuk UMKM Indonesia***

Pemberdayaan dan pengembangan UMKM memang merupakan salah satu misi besar LinkAja dalam mewujudkan kualitas hidup masyarakat Indonesia yang mandiri secara ekonomi. Hingga akhir Mei 2020, LinkAja telah bekerja sama dengan lebih dari 208.830 merchant lokal dan telah mendigitalisasi 451 pasar di Indonesia. Lebih dari itu, guna semakin mendorong adopsi penggunaan uang elektronik di ekosistem lokal, LinkAja menyediakan program cashback sebesar 20% bagi seluruh pengguna Full Service untuk pembelian di pasar tradisional serta cashback 10% untuk transaksi di modern retail dan merchant lokal termasuk untuk UMKM di Kabupaten Banyumas. Selain itu ada program dari Tim LinkAja district Purwokerto untuk memberikan apresiasi bagi pelaku usaha Mitra LinkAja yang memperoleh transaksi QRIS paling banyak. Hadiah biasanya diberikan dalam bentuk bantal LinkAja, Celemek, Payung bahkan uang tunai. *“Kami melihat*

*bahwa UMKM di Kabupaten Banyumas ini merupakan pilar penting bagi peningkatan perekonomian Indonesia, oleh karena itu edukasi mengenai pentingnya transaksi elektronik dan kemudahan akses terhadap keuangan digital sangat penting bagi kelangsungan bisnis mereka, terutama di masa pandemi ini. Kemarin kita juga ngadain program mitigasi dampak Covid-19 untuk para pelaku UMKM di Indonesia. Salah satunya Purwokerto ini. Bentuknya melalui pelatihan virtual untuk UMKM. Inisiatif ini berangkat dari kesadaran LinkAja terhadap kondisi sulit yang dialami oleh para pelaku UMKM di tengah pandemi dan diharapkan dapat membangkitkan optimisme untuk tetap produktif. (Wawancara Pribadi Bersama Diana Rakhmawati, 12 Mei 2022).*

### **C. Proses *On Boarding Merchant* LinkAja Bagi Pelaku UMKM di Kabupaten Banyumas**

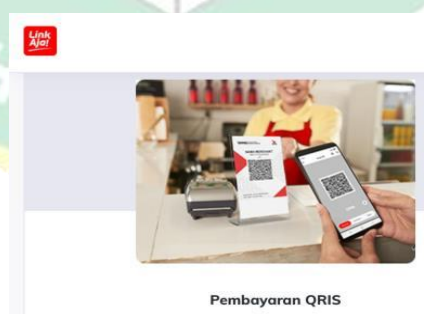
*On Boarding merchant* merupakan suatu proses yang dilakukan oleh UMKM untuk mendaftarkan diri menjadi Mitra LinkAja. Pelaku bisnis dapat menggunakan layanan LinkAja sebagai salah satu metode pembayaran, dengan bergabung sebagai mitra atau merchant LinkAja. Untuk mendaftar sebagai merchant LinkAja, langkah yang pertama kali dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Memberikan informasi identitas merchant yang dimiliki oleh UMKM ke dalam formulir pendaftaran yang dapat diakses melalui tautan <https://bit.ly/37uCNwI>.
2. Kemudian, langkah selanjutnya adalah mengisi identitas merchant, seperti: Nama merchant, Nama *contact person* (PIC merchant), Provinsi, Kota/kabupaten, Email aktif, Nomor ponsel aktif, Kelompok merchant, Jenis merchant, Deskripsi merchant (jelaskan dengan detail bisnis milik kamu).
3. Lalu, setelah mengisi kolom kelompok merchant tersebut, pelaku usaha harus mengisi jenis usaha yang sedang dijalankan. Misalnya untuk kelompok merchant *entertainment* ada taman hiburan, karnaval, sirkus; penginapan, hotel, motel, restoran; konser musik, band, orkestra; dan sebagainya.

4. Setelah mengisi formulir pendaftaran, pemilik usaha harus meng-klik tombol kirim atau submit. Setelah itu, tim LinkAja akan menghubungi pemilik usaha untuk proses selanjutnya.
5. Adapun waktu proses pendaftaran memerlukan waktu selama 7x24 jam atau 1 minggu. Bagi pelaku usaha yang akan melakukan registrasi tetapi tidak ingin dilakukan secara mandiri karena faktor kesibukan dan lain-lain ada alternative lain untuk dapat bergabung menjadi mitra LinkAja. Tim sales LinkAja akan mengunjungi usaha UMKM dan dapat didaftarkan secara langsung sekaligus melakukan pemasangan QRIS untuk pelanggan yang akan membayar secara non tunai.
6. Setelah menjadi bagian dari Mitra LinkAja, ketika pelaku usaha mengalami kendala dan masalah lain, maka tim LinkAja akan melakukan survei pasar dalam rangka mengetahui apa saja masalah yang dihadapi oleh para pelaku usaha dan diberikan solusi yang terbaik. Selain itu promo, *cash back*, dan program CSR LinkAja district Purwokerto juga secara berkala disosialisasikan oleh tim LinkAja yang bertugas.

Berikut adalah keuntungan bagi para pelaku usaha yang menjadi bagian dari Mitra LinkAja:

1. Pembayaran menggunakan QRIS. Pelaku usaha hanya perlu mengedukasi kepada pelanggan untuk membayar melalui scan QR dan saldo akan masuk ke nomor rekening yang terdaftar.



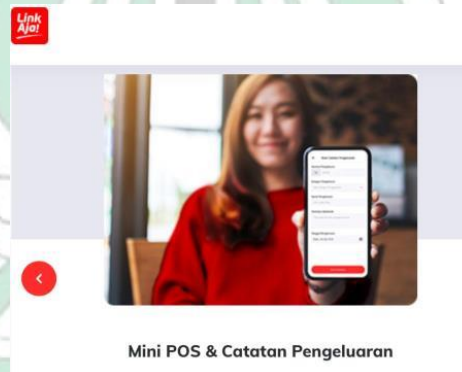
**Gambar 2.9**  
**Metode Pembayaran QRIS**

2. Layanan Produk Digital PPOB. Fitur ini berfungsi untuk membayar berbagai macam tagihan melalui smartphone pelaku usaha.



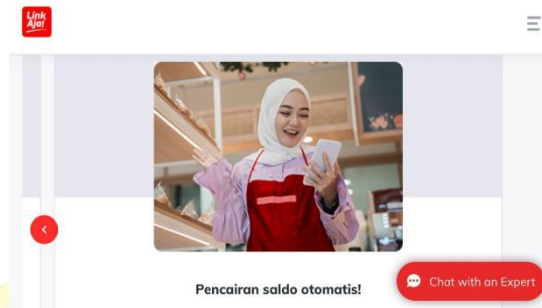
**Gambar 2.10**  
**Produk Digital PPOB**

3. Mini POS dan Catatan Pengeluaran. Segala macam arus transaksi tercatat dan dapat dibukukan lengkap dengan waktu dan nominal transaksinya.



**Gambar 2.11**  
**Mini POS dan Catatan Pengeluaran**

4. Pencairan Saldo Secara Otomatis. Transaksi yang masuk dapat dicairkan keesokan harinya. Dan pendapatan akan ditransfer ke rekening bank yang sudah didaftarkan. Minimum saldo settlement adalah lima ribu.



(Sumber: *LinkAja.id*)

### **Gambar 2.12** **Pencairan Saldo Otomatis**

LinkAja yang merupakan produk besutan PT Fintek Karya Nusantara (Finarya) ini memiliki misi untuk memberikan akses layanan keuangan yang menjangkau seluruh lapisan masyarakat Indonesia. Misi lainnya adalah mendorong peningkatan inklusi keuangan dan suksesnya Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Maka dari itu segmentasi UMKM pun menjadi salah satu target audience LinkAja. Dari beberapa event atau agenda yang dilakukan LinkAja 78 banyak agenda yang melibatkan UMKM di pasar-pasar khususnya melalui kegiatan sosialisasi penggunaan QRIS, dimana metode pembayaran ini ingin memudahkan para pedagang agar dapat mengetahui cash/flow perputaran uang melalui aplikasi LinkAja, para pedagang yang ikut berpartisipasi dalam kegiatan tersebut dapat disebut sebagai Mitra LinkAja. Hampir pengguna LinkAja merupakan segmentasi yang merata tidak terfokus hanya satu golongan tertentu.

LinkAja melalui fitur-fitur yang ada juga mampu meningkatkan omzet penjualan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Budi Rahardjo yang berjudul “Pengaruh Financial Technology (Fintech) Terhadap Perkembangan UMKM di Kota Magelang.” Fintech selalu berinovasi, seperti mengembangkan produk yang fleksibel dan cara yang lebih baik untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM, permasalahan tersebut diantaranya kesulitan mendapatkan akses. Fintech juga membuat layanan keuangan menjadi lebih terjangkau dan mudah diakses, meningkatkan pengalaman pelanggan dan

mempercepat penggunaan dan keterlibatan, membangun landasan termasuk verifikasi identitas secara digital agar lebih mudah, due diligence pelanggan yang kolaboratif, berbagi data, dan skema pembayaran yang dapat mengakselerasi sejumlah layanan keuangan.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Melalui penelitian ini, peneliti menyimpulkan bahwa *e-wallet* LinkAja memberi angin segar untuk membantu bisnis UMKM terutama di area keuangan bisnis. LinkAja yang merupakan produk besutan PT Fintek Karya Nusantara (Finarya) ini memiliki misi untuk memberikan akses layanan keuangan yang menjangkau seluruh lapisan masyarakat Indonesia. Misi lainnya adalah mendorong peningkatan inklusi keuangan dan suksesnya Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Maka dari itu segmentasi UMKM pun menjadi salah satu target *audience* LinkAja. Dari beberapa *event* atau agenda yang dilakukan LinkAja banyak agenda yang melibatkan UMKM di pasar-pasar khususnya melalui kegiatan sosialisasi penggunaan QRIS, dimana metode pembayaran ini ingin memudahkan para pedagang agar dapat mengetahui *cash/flow* perputaran uang melalui aplikasi LinkAja, para pedagang yang ikut berpartisipasi dalam kegiatan tersebut dapat disebut sebagai Mitra LinkAja. Dalam studi lapangan yang dilakukan penulis, LinkAja sangat membantu UMKM dalam menaikkan omzet usaha. Hal ini disebabkan karena LinkAja menawarkan beberapa kelebihan yang tidak ada pada *e-wallet* yang lain

#### **B. SARAN**

Melalui penelitian ini, peneliti memberikan saran bahwa diperlukan kembali pemantauan infrastruktur transaksi layanan LinkAja di berbagai sektor perdagangan agar betul dimanfaatkan optimal. Selain itu, diperlukan juga upaya promosi lebih luas baik melalui berbagai media agar masyarakat dapat lebih mengetahui keberadaan LinkAja. Pemanfaatan anak muda agar dapat menyukseskan langkah LinkAja sebagai bagian dari upaya membangun perekonomian umat khususnya terhadap eksistensi UMKM juga perlu diperhatikan.

### C. REKOMENDASI

Penelitian ini hanya terbatas pada kajian literatur, media massa dan data sekunder dari berbagai pihak. Selain itu kami menemui sedikit kendala pada sulitnya mendapatkan akses data utama dari perusahaan yang menaungi LinkAja karena keterbatasan waktu. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperoleh sumber data yang lebih kuat lagi agar mendukung penelitian.





## DAFTAR PUSTAKA

- Albar, Muhammad. 2013. *Aplikasi Nilai-Nilai Tauhid Dalam Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Muhammad Bank Muamalat Cabang Makassar*. Makassar : UIN Alauddin Makassar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta Cet Ke-X edisi revisi III. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar. 2017. Index of Syariah Financial Inclusion in Indonesia. *Jurnal Bulein Ekonomi Moneter Perbankan (BEMP)* Vol. 20 No. 1 : Bank Indonesia.
- Badan Pusat Statistika. 2021. *Produk Domestik Regional Bruto (Lapangan Usaha)*.
- Chaniago, A. Arifinal. 1998. *Ekonomi 2*. Bandung: Angkasa.
- Electronic Money In Proceeding Of Management*. 2019. Vol. 6, No. 2. PP 1961-1967.
- Fahlefi, R. 2018. Inklusi Keuangan Syariah Melalui Inovasi Fintech di Sektor Filantropi. Batusangkar International Conference III, 205–212. Retrieved from <http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/jibm>.
- Firmansyah, A. 2017. *Kajian kendala implementasi e-commerce di indonesia*. *Jurnal Masyarakat Telematika Dan Informasi*. Hal. 127–136.
- Forsyth, Patrick. 1990. *Manajemen Penjualan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Ginantra, N. L. W. S. R., Simarmata, J., Purba, R. A., Tojiri, M. Y., Amin Ama Duwila, M. N. H. S., Nainggolan, L. E., Marit, E. L., Sudirman, A., & Siswanti, I. (2020). *Teknologi Finansial: Sistem Finansial Berbasis Teknologi di Era Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Hadad MD. 2017. *Financial Technology (FinTech) di Indonesia*. *Kuliah Umum tentang FinTech – IBS*. Jakarta.
- Handoko Hani T. 1997. *Manajemen*. BPFE:Yogyakarta
- Hardiwardoyo dan Wibowo, Kerugian Nasional Akibat Pandemi Covid-19, Baskara, *Jurnal Bussines and Entrepreneurship*, Vol.2, No.2, April 2020, h.87
- Hartono, H., & Hartomo, D. D. 2014. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan UMKM Di Surakarta*. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* hal. 15–30.
- Hayat, Ainul dkk. 2019. *Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitas Pihak Eksternal dan Potensi Internal*. *Jurnal Administrasi Publik*, Vol.1, No.6.

<https://www.bps.go.id/subject/52/produk-domestik-regional-bruto--lapangan-usaha-.html>.

<https://www.cnbcindonesia.com/news/20210114152411-51-215977/linkaja-catat-kenaikan-pengguna-jadi-61-juta-pada-akhir-tahun>

Irma Muzdalifah, Inayah Aulia dan Bella Gita. 2018. *Peran Fintech dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif pada UMKM di Indonesia*. Jurnal Masharif Syariah Vol. 3, No. 1. Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Isrososiawan, Hurriyati, R., & Dirgantari, (2019). *Technology Acceptance Model (Tam) Toward "Dana" Linkajacustomer*. Jurnal Minds: Manajemen, Ide, Inspirasi, 6(2), 181–192.

Jaelani, A. 2015. "Analisis Terhadap Memaknisme Pembiayaan Mikro Dengan Akad Murabahah". Skripsi. Semarang: UIN Walisongo.

Jhingan, M. L. (2012). *Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan*. Rajawali Pers. Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJPE) Volume: 5 Nomor:1 Tahun: 2015

Jurnal Manajemen. Vol. 12 (2) 2020. 218-226. Jurnal Manajemen-Pissn: 0285-6911 - Eissn: 2528-1518 220.

Jurnal STIE Semarang. Vol. 5. No. 1. Edisi Februari 2013 (ISSN : 2252-7826)

Laucereno, S. F. (2019). *LinkAja, Fintech Besutan BUMN Resmi Diluncurkan 30 Juni*. <https://finance.detik.com/fintech/d-4605067/linkaja-fintech-besutan-bumn-resmi-diluncurkan-30-juni>

Manurung. Adler H dan Rizky. Lutfi T, 2009. *Succesful Financial Planner: A Complete Guide*. Jakarta: Grasindo

Maria Chyntia Chrystiantari and A. Suyanto,

Masduki, Mahfud. *Tafsir Al-Misbah M.Quraish Shihab:Kajian atas Amysal AlQur'an*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012.

Moleong, L. J., & Edisi, P. R. R. B. 2004. *Metodelogi penelitian*. Penerbit Remaja Rosdakarya.

Moleong, Lexy J. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Nismawati dan cahyadi Nugroho. *Perekonomian Masyarakat Kelurahan Tounsaruru Pasca Merebahkannya Wabah Covid-19*. Jurnal Ekonomi Entrepreneurship dan Inovasi, Vol.1,No.1, Mei 2020. Hal. 60.

- Nugrahani, F. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Solo: Cakra Books.
- Pranoto and S. S. Salsabila. *Eksistensi Kartu Kredit Dengan Adanya Electronic Money (E-Money) Sebagai Alat Pembayaran Pembayaran Yang Sah*. Priv. Law, vol. 6, no. 1, pp. 24–33, 2018.
- Riyanto Bambang, 2005 : *Pembelanjaan Perusahaan*. BPFE:Yogyakarta.
- Rizal M, Erna M, Nenden K. 2018 *Fintech As One Of The Financing Solutions For Smes*. Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan. 3(2): 89-100 DOI: <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v3i2.17836>.hal. 89-100.
- Rohrke, A, & Robinson, L 2000. *Guide to Financial Literacy Resources Journal of Financial Literacy*.
- Sadoko, Isono. 1995. *Pengembangan usaha kecil, pemihakan setengah hati*. Bandung: Akatiga.
- Saparingga, W. 2015. *Analisis Perbandingan Tingkat Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Sebelum dan Sesudah Mendapatkan Fasilitas Pembiayaan Mikro*. Skripsi. Bandung: Universitas Islam Bandung
- Soejono, T. S. 2002. *Ekonomi Skala Kecil dan Kecil Menengah dan Koperasi*. Jakarta: Galia Indonesia.
- Sugiyono. 2015. *Metode penelitian kuantitatif & kualitatif*. Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Surakhmad, Winarno. 1985. *Pengantar Penelitian Ilmiah dasar Metode Teknik*. Bandung: Tarsito.
- Suryana. 2011. *Kewirausahaan*, Jakarta: Salemba Empat.
- Swastha, Basu. 1993. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tambunan, T. T. 2009. *UMKM di Indonesia*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Taufik dan Eka Avianti Ayuningtias. *Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Bisnis dan Eksistensi Platform Online*. Vol.22. No.1. April 2020. Hal.26.
- Utami, T.H. 2018. “*Pengaruh Pengetahuan Pemilik, Skala Usaha, Dan Umur Usaha Terhadap Keberhasilan Kinerja Usaha Dengan Penggunaan Informasi Akuntansi Sebagai Variabel Moderasi (Survei Pada Pemilik Usaha UKM Makanan Khas Di Kabupaten Banyumas)*”, dalam jurnal *el-JIZYA*, Vol. 6 No.

1 Januari-Juni 2018.

Wachyu, W., & Winarto, A. 2020. *Peran Fintech dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*. Vol. 3 No. 1.

Wahid Wachyu Adi Winarto. 2020. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 3 No 1*.

Walfajri, M. 2021. <https://keuangan.kontan.co.id/news/di-tengah-pandemi-pengguna-linkaja-tumbuh-65-menjadi-61-juta-pengguna-di-tahun-2021>.

Wijandi, Susarsono.1998.*Pengantar Kewirausahaan*. Bandung: Binakarsa.

Yushita, A.N. (2017). *Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Pribadi*. Jurnal Nominal. Vol. VI No.1 PP 11-26.

Zulfa HAriah dan Anas Rizaldi, *Merespon Nalar kebijakan Negara Dalam Menangani Pandemi Covid-19 Di Indonesia*. Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik Indonesia, Vol.7, No.1, Mei 2020. Hal.48.



## LAMPIRAN – LAMPIRAN

### *Lampiran 1 Pedoman Wawancara*

#### **Wawancara I (Toko Sembako BM)**

##### **A. Identitas Informan**

Nama: Ibu Nasihin

Jenis Kelamin: Perempuan

Umur: 50 Tahun

Pendidikan: SMP

Posisi: Pemilik toko

Alamat: Jalan Jendral Gatot Subroto, Pesayangan, Kedungwuluh

##### **B. Pertanyaan Penelitian:**

###### **1. Apa yang dimaksud dengan financial technology?**

**Narasumber:** *Layanan keuangan ya mba yang dapat diakses lewat ponsel..anak saya juga pakai, katanya biar nda ribet kalau bawa duit banyak-banyak..*

###### **2. Apakah financial technology memberikan kemudahan dalam bertransaksi?**

**Narasumber:** *Tentu saja iya mba, dengan e-wallet kan jadi nda ribet, apalagi kalau saldonya sudah keisi..hehehe*

###### **3. Bagaimana pendapat narasumber tentang fintech yang saat ini sedang marak berkembang di seluruh kalangan masyarakat?**

**Narasumber:** *Saya mendukung mba. Kan tidak tahu barang kali 10 tahun yang akan datang sudah tidak ada lagi uang tunai. Walaupun pembeli saya ada yang ribet kalo pake tapi saya tetap berusaha mengedukasi pembeli saya..*

###### **4. Bagaimana pendapat narasumber tentang financial technology LinkAja?**

**Narasumber:** *Bagus sih mba, salesnya kadang setiap minggu juga kesini, ngutak-ngutik ini QRIS nya..*

###### **5. Bagaimana omzet penjualan Toko BM Purwokerto Per Bulan?**

**Narasumber:** *Saya per bulan naik turun sih mba tergantung harga pasaran kan, Cuma kalo kira-kira ya sampai 25 juta setengah.*

###### **6. Bagaimana omzet penjualan setelah memakai LinkAja?**

**Narasumber:** *Nggak terlalu jauh sih mba, paling selisih 100rb sampai 200 rb, Cuma saya seneng aja make nya karena memfasilitasi pembeli yang nda bawa duit begitu...*

**7. Apakah LinkAja berkontribusi dalam pemberdayaan UMKM Beceer Purwokerto?**

**Narasumber:** *Sempat saya ikut pelatihan UMKM yang diselenggarakan oleh LinkAja dan beberapa kali juga saya mendapatkan merchandise dari LinkAja mba...*

**8. Apa yang membedakan antara LinkAja dengan fintech yang lain?**

**Narasumber:** *Keuntungannya mba seperti praktis, jaringan luas, kemudahan, promosi, tawaran layanan dan aman..*



## Wawancara II (Pak Agus Snack)

### A. Identitas Informan

Nama: Indit Trisna P

Jenis Kelamin: Perempuan

Umur: 49 Tahun

Pendidikan: D3 Pariwisata

Posisi: Pemilik toko

Alamat: Karang Lewas

### B. Pertanyaan Penelitian:

#### 1. Apa yang dimaksud dengan financial technology?

**Narasumber:** Yang jelas transaksi digital ya mba, aplikasi online yang terkoneksi melalui jaringan internet dimana konsumen dan pelaku bisnis dapat dengan mudah berinteraksi secara langsung, seperti e-wallet begitu.

#### 2. Apakah financial technology memberikan kemudahan dalam bertransaksi?

**Narasumber:** Sangat memudahkan untuk pembeli yang tidak bawa uang tunai mba, jadi tinggal pencet langsung masuk ke rekening saya, apalagi saya belanja ini kan juga bayarnya per bulan sekali pakai online jadi ya saya pakai LinkAja ini.

#### 3. Bagaimana pendapat narasumber tentang fintech yang saat ini sedang marak berkembang di seluruh kalangan masyarakat?

**Narasumber:** Perilaku konsumen sekarang dikarenakan perkembangan teknologi merubah kebiasaan masyarakat yang dulunya konvensional sekarang menjadi online mba, selain mempermudah transaksi juga praktis bisa dilakukan tanpa datang langsung. Hal ini mempengaruhi pada penjualan produk juga mba..

#### 4. Bagaimana pendapat narasumber tentang financial technology LinkAja?

**Narasumber:** Transaksinya aman sih mba, saya juga senang kadang mereka secara berkala kesini, nanyain susahnyanya kenapa, jadi tidak melepas tanggung jawab setelah mendaftarkan merchant saya.

#### 5. Bagaimana omzet penjualan Per Bulan?

**Narasumber:** *Saya biasanya menghitung per hari mba, sekitar 500 rb itu laba kotor nya mba..*

**6. Bagaimana omzet penjualan setelah memakai LinkAja?**

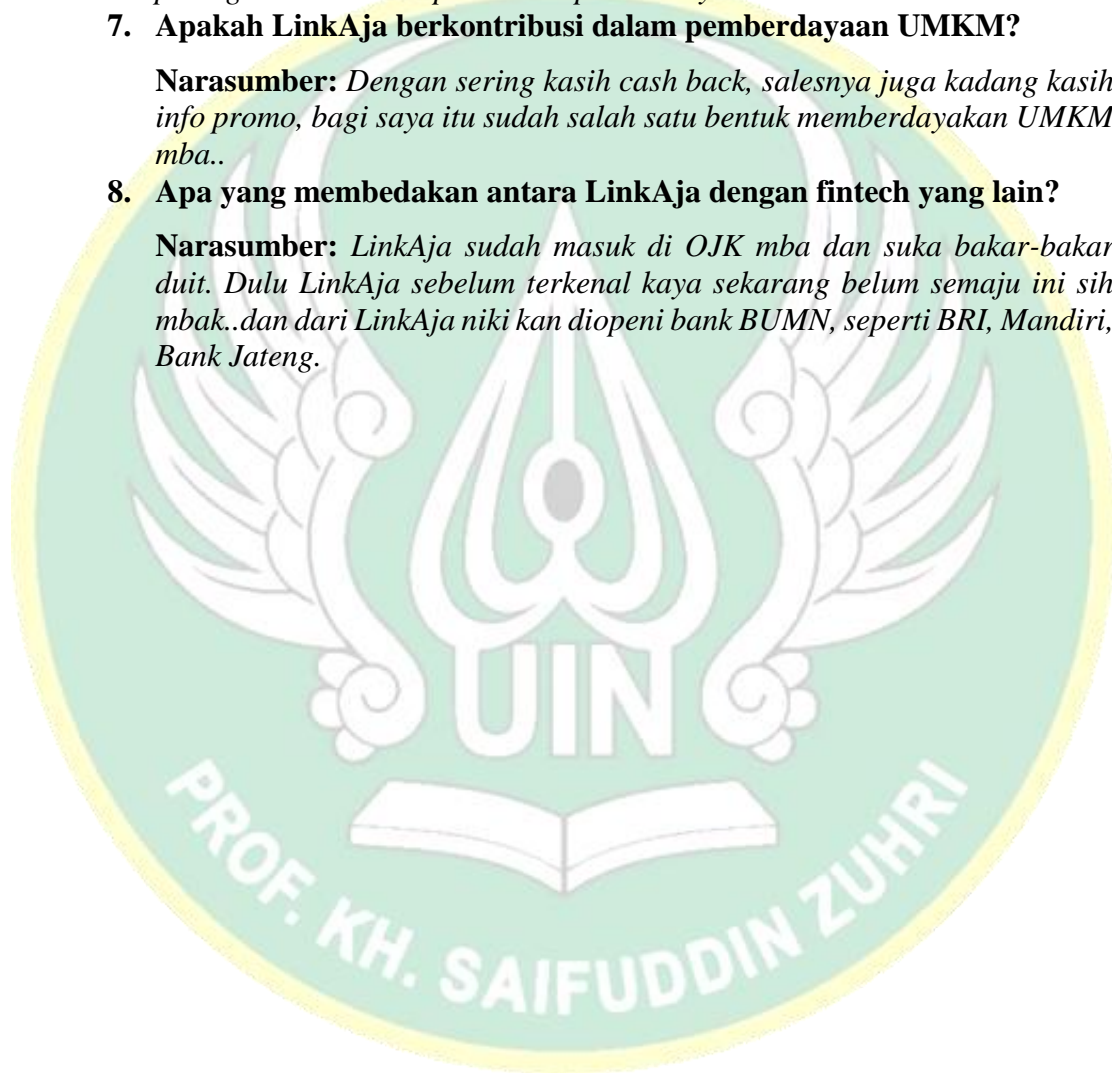
**Narasumber:** *Terakhir saya pasang sampai sekarang kalau dihitung-hitung karena yang jajan kesini biasanya anak muda dan nda gaptek terus saya arahin biar mendukung program pemerintah pakai QRIS ini ada peningkatan bisa sampai 500 rb per bulanya mba..*

**7. Apakah LinkAja berkontribusi dalam pemberdayaan UMKM?**

**Narasumber:** *Dengan sering kasih cash back, salesnya juga kadang kasih info promo, bagi saya itu sudah salah satu bentuk memberdayakan UMKM mba..*

**8. Apa yang membedakan antara LinkAja dengan fintech yang lain?**

**Narasumber:** *LinkAja sudah masuk di OJK mba dan suka bakar-bakar duit. Dulu LinkAja sebelum terkenal kaya sekarang belum semaju ini sih mbak..dan dari LinkAja niki kan diopeni bank BUMN, seperti BRI, Mandiri, Bank Jateng.*





## Wawancara III (Daging Sapi Putra Bontot)

### A. Identitas Informan

Nama: Imam S

Jenis Kelamin: Perempuan

Umur: 55 Tahun

Pendidikan: D3

Posisi: Owner

Alamat: Jalan Ahmad Yani

### B. Pertanyaan Penelitian:

#### 1. Apa yang dimaksud dengan financial technology?

**Narasumber:** *Fintech menurut saya ya cara bayar non tunai mba, orang-orang kan sekarang lebih takut kalo nda bawa hp disbanding nda bawa dompet, karna lebih simpel dana man, tapi ya itu pembeli kadang yang udah sepuh nda mau pake..*

#### 2. Apakah financial technology memberikan kemudahan dalam bertransaksi?

**Narasumber:** *Tentu saja memberikan kemudahan mba karna tinggal sekali scan ga perlu ribet bisa langsung masuk rekening saya..*

#### 3. Bagaimana pendapat narasumber tentang fintech yang saat ini sedang marak berkembang di seluruh kalangan masyarakat?

**Narasumber:** *Kalau menurut saya bagus mba, tapi kadang saya kurang mendapat sosialisasi jadi saya suka kepo-kepo cari tau ini yang sedang ada promo yang mana, biar saya bilang ke langganan saya.*

#### 4. Bagaimana pendapat narasumber tentang financial technology LinkAja?

**Narasumber:** *Saya dekat dengan salesnya namanya mba septi, kadang sering kesini mba, saya juga pernah pengajuan kredit untuk usaha saya di LinkAja bisa..*

#### 5. Bagaimana omzet penjualan Daging Sapi Putra Bontot Purwokerto Per Bulan?

**Narasumber:** *Karena saya buka di dua tempat saya per hari bisa sampai 7 juta mba..*

#### 6. Bagaimana omzet penjualan setelah memakai LinkAja?

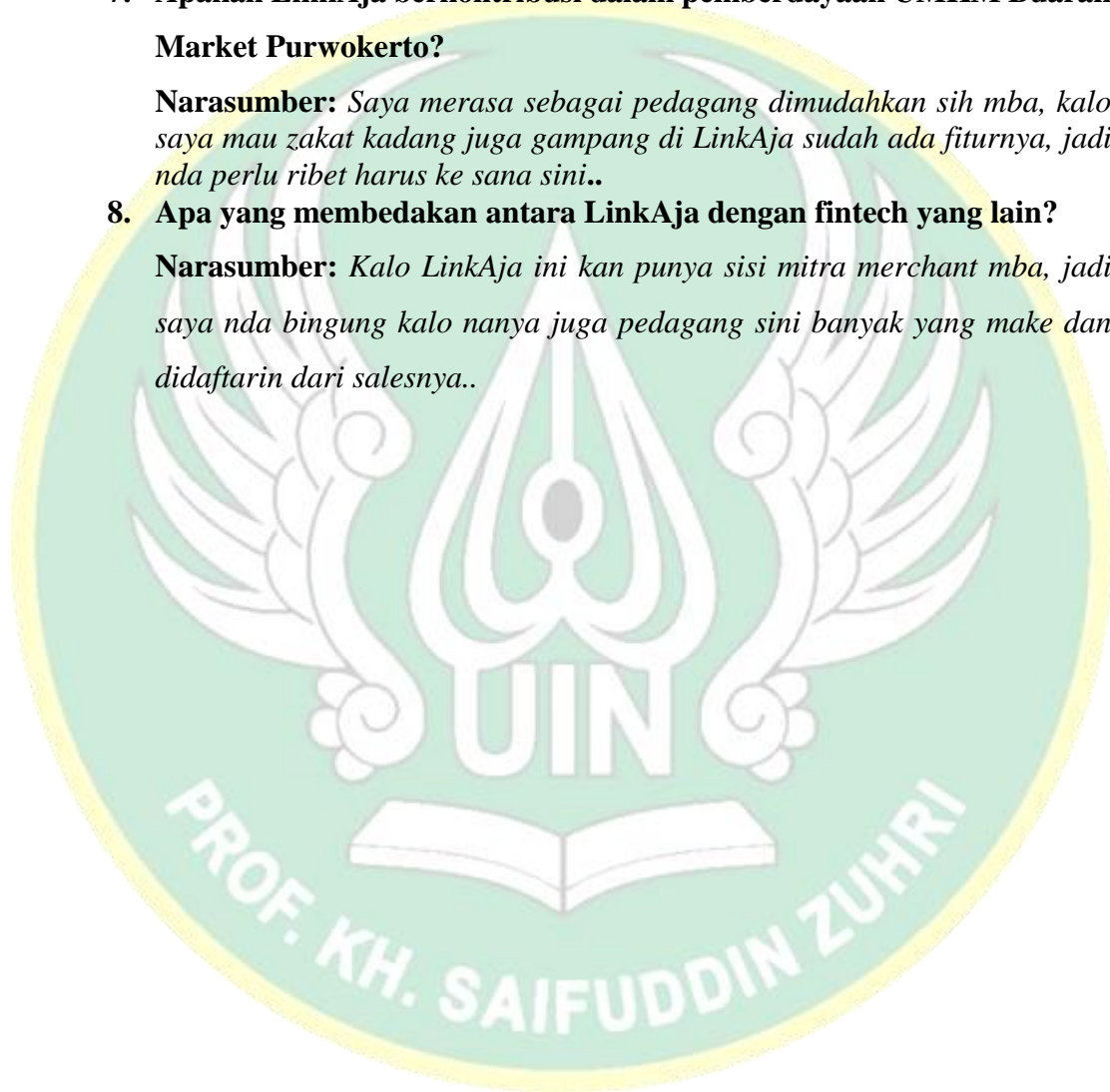
**Narasumber:** Pembeli saya kan sering saya arahkan pake ini mba, biar saya nda susah-susah nabung, tapi rekening saya ada isinya. Jadi semenjak saya pakai LinkAja pernah naik, pernah turun, Cuma kalau omsetnya nda naik ya biasanya konsumen saya nambah.. Kalau ditanya berapa kenaikan ya bisa sampai 500 rb per bulan, karna LinkAja ini sering kasih promo pembelian.

**7. Apakah LinkAja berkontribusi dalam pemberdayaan UMKM Buaran Market Purwokerto?**

**Narasumber:** Saya merasa sebagai pedagang dimudahkan sih mba, kalo saya mau zakat kadang juga gampang di LinkAja sudah ada fiturnya, jadi nda perlu ribet harus ke sana sini..

**8. Apa yang membedakan antara LinkAja dengan fintech yang lain?**

**Narasumber:** Kalo LinkAja ini kan punya sisi mitra merchant mba, jadi saya nda bingung kalo nanya juga pedagang sini banyak yang make dan didaftarin dari salesnya..



## Wawancara IV (Warung Tempe Nursalim)

### **A. Identitas Informan**

Nama: Nursalim

Jenis Kelamin: Laki-laki

Umur: 34

Pendidikan: SMP

Posisi: Owner

Alamat UMKM: Pliken

### **B. Pertanyaan Penelitian:**

#### **1. Apa yang dimaksud dengan financial technology?**

**Narasumber:** *Pernah denger mba, kaya pembayaran pakai hp kan mba..*

#### **2. Apakah financial technology memberikan kemudahan dalam bertransaksi?**

**Narasumber:** *Kalo saya yang udah diajarin anak saya sih ya mudah mba, ini kan tinggal ke aplikasi di HP nanti bayar pake itu, nda ribet..*

#### **3. Bagaimana pendapat narasumber tentang fintech yang saat ini sedang marak berkembang di seluruh kalangan masyarakat?**

**Narasumber:** *Saya sepakat-sepakat aja mba, apalagi saya orangnya malas ke bank, rumah saya jauh juga dari bank, kalo tinggal pencet di hp ada saldo kan kepenak.*

#### **4. Bagaimana pendapat narasumber tentang financial technology LinkAja?**

**Narasumber:** *Saya merasa terbantu dengan aplikasi ini mba..karena biasanya ibu-ibu kantoran nda bawa duit jadi bayar pakai itu, apalagi pas lebaran kemarin yang scan lumayan banyak. Saya dipasangin dua barcode ini sama sales, ada dari gopay sama LinkAja, pada lebih sering pakainya yang LinkAja, pas saya nanya ke pembeli saya kataya LinkAja juga bisa buat bayar listrik, bensin, dan lain-lain.*

**5. Bagaimana omzet penjualan Per Bulan?**

**Narasumber:** *Nda banyak mba, per hari paling 350 rb, ini kerja sampingan saya sih mba...*

**6. Bagaimana omzet penjualan setelah memakai LinkAja?**

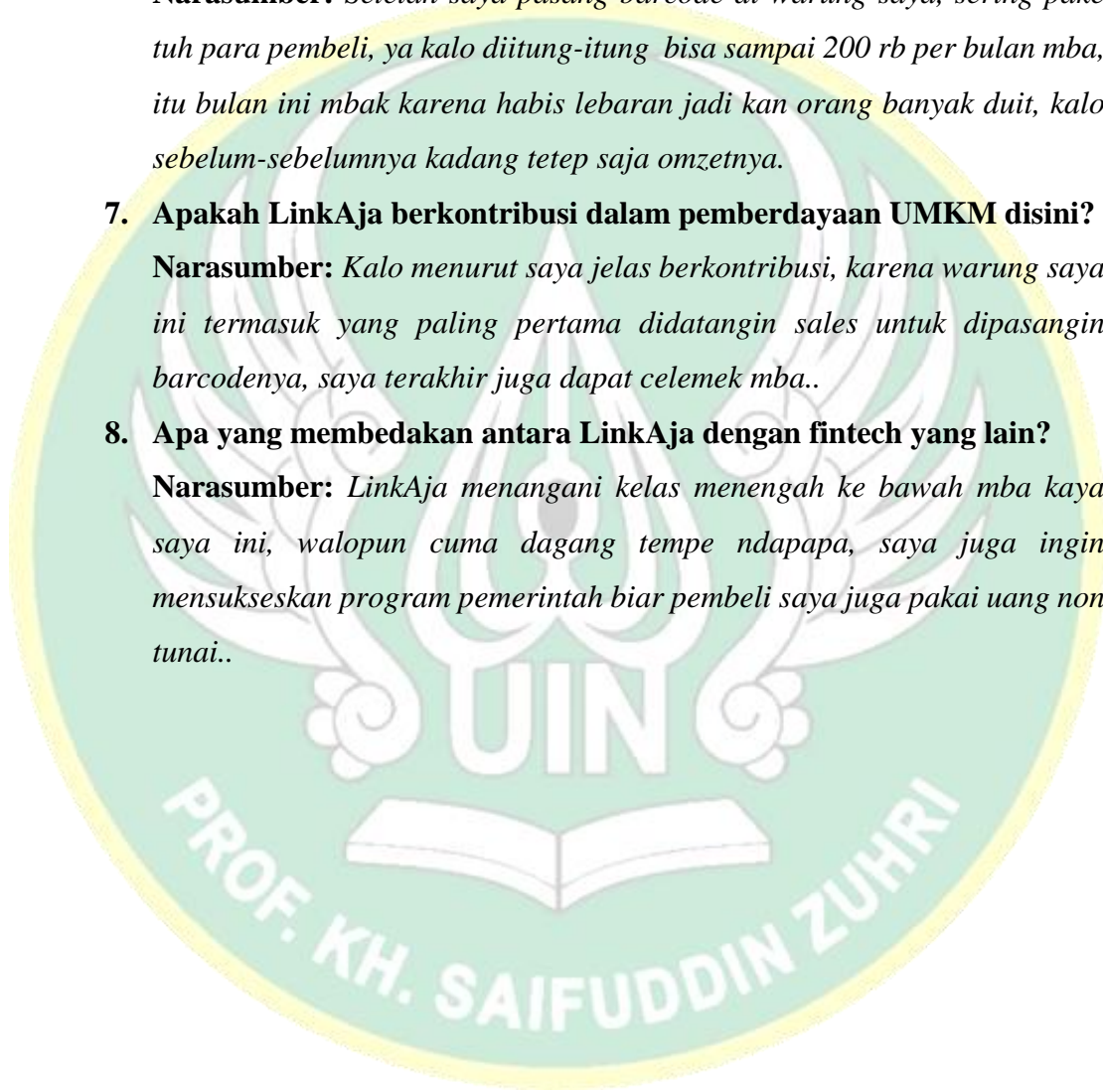
**Narasumber:** *Setelah saya pasang barcode di warung saya, sering pake tuh para pembeli, ya kalo diitung-itung bisa sampai 200 rb per bulan mba, itu bulan ini mbak karena habis lebaran jadi kan orang banyak duit, kalo sebelum-sebelumnya kadang tetep saja omzetnya.*

**7. Apakah LinkAja berkontribusi dalam pemberdayaan UMKM disini?**

**Narasumber:** *Kalo menurut saya jelas berkontribusi, karena warung saya ini termasuk yang paling pertama didatangi sales untuk dipasangin barcodenya, saya terakhir juga dapat celemek mba..*

**8. Apa yang membedakan antara LinkAja dengan fintech yang lain?**

**Narasumber:** *LinkAja menangani kelas menengah ke bawah mba kaya saya ini, walopun cuma dagang tempe ndapapa, saya juga ingin mensukseskan program pemerintah biar pembeli saya juga pakai uang non tunai..*



## Wawancara V (Warung Rempah Ibu Tin)

### **A. Identitas Informan**

Nama: Titin

Jenis Kelamin: Perempuan

Umur: 56

Pendidikan: SD

Posisi: Pemilik Warung

Alamat UMKM: Karang Gede, Karang Lewas

### **B. Pertanyaan Penelitian:**

#### **1. Apa yang dimaksud dengan financial technology?**

*Narasumber: Semacam pembayaran pakai saldo ya mba..*

#### **2. Apakah financial technology memberikan kemudahan dalam bertransaksi?**

*Narasumber: Kalo yang seperti terpasang disini saya jujur aja ribet mba, tapi saya dibilangin sama salesnya katanya ini dari pemerintah ya saya pasang aja, karena takut juga kalo udah pemerintah-pemerintah.*

#### **3. Bagaimana pendapat narasumber tentang fintech yang saat ini sedang marak berkembang di seluruh kalangan masyarakat?**

*Narasumber: Kalo buat warung kecil kaya saya lebih sering orang bayarnya pake cash mba..harga bumbu kan nda mahal..jadi ya jarang ada yang pakai, ada paling satu dua ibu-ibu pejabat.*

#### **4. Bagaimana pendapat narasumber tentang financial technology LinkAja?**

*Narasumber: Bagus itu, anak saya kalau bayar BPJS saya juga pakai itu sih mba..Cuma kalo pembeli yang disini pake itu jarang.*

#### **5. Bagaimana omzet penjualan Per Bulan?**

*Narasumber: Kira-kira ya mba, kadang saya ditanya sales juga nda mau, takut kena pajak, tapi buat mba ndapapa, sekitar 2 juta per bulan mba..*

**6. Bagaimana omzet penjualan setelah memakai LinkAja?**

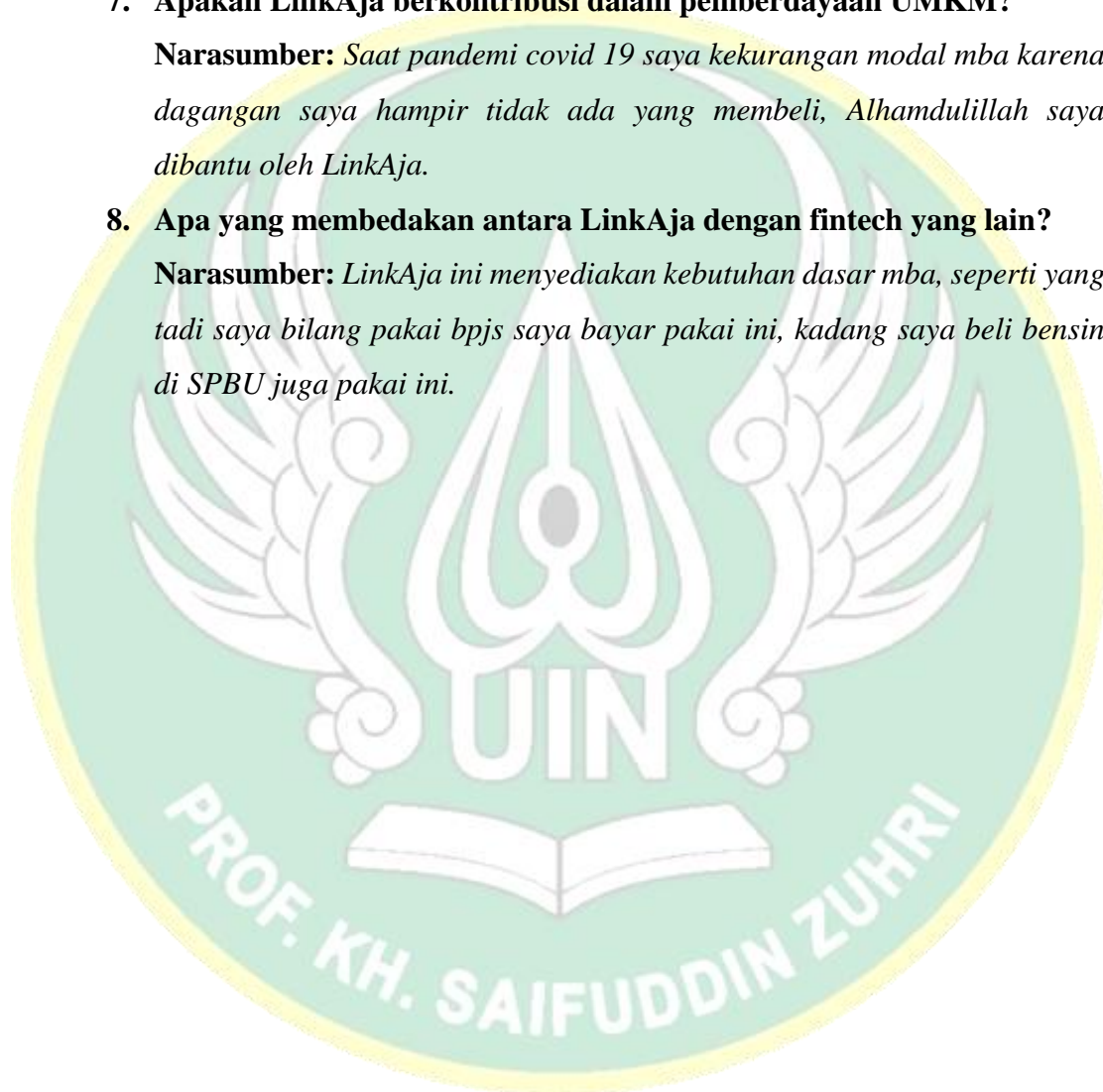
**Narasumber:** *Nda ngaruh sih mba. Tapi ya itu penting barang kali ada pembeli nda bawa uang bisa pakai itu. Kalau keuntungan sih saya rasa sama mba, paling kadang konsumen saya yang naik.*

**7. Apakah LinkAja berkontribusi dalam pemberdayaan UMKM?**

**Narasumber:** *Saat pandemi covid 19 saya kekurangan modal mba karena dagangan saya hampir tidak ada yang membeli, Alhamdulillah saya dibantu oleh LinkAja.*

**8. Apa yang membedakan antara LinkAja dengan fintech yang lain?**

**Narasumber:** *LinkAja ini menyediakan kebutuhan dasar mba, seperti yang tadi saya bilang pakai bpjs saya bayar pakai ini, kadang saya beli bensin di SPBU juga pakai ini.*



## Wawancara VI (Toko Bumbu Andriasih)

### A. Identitas Informan

Nama: Andriasih

Jenis Kelamin: Perempuan

Umur: 49

Pendidikan: SLTA

Posisi: Pemilik toko

Alamat: Langgongsari, Cilongok

### B. Pertanyaan Penelitian:

#### 1. Apa yang dimaksud dengan financial technology?

**Narasumber:** *Uang elektronik mba, saya anggap pelengkap nya ATM..*

#### 2. Apakah financial technology memberikan kemudahan dalam bertransaksi?

**Narasumber:** *Tentu saja mba, apalagi di masa pandemi dengan mengurangi pembayaran tunai bisa memutus mata rantai penyebaran covid-19..*

#### 3. Bagaimana pendapat narasumber tentang fintech yang saat ini sedang marak berkembang di seluruh kalangan masyarakat?

**Narasumber:** *Perkembangan Fintech hari ini di bekali dengan kecanggihan pengamanan dalam aplikasi sehingga tingkat keamanan dan kenyamanan lebih baik dibandingkan dengan transaksi manual.*

#### 4. Bagaimana pendapat narasumber tentang financial technology LinkAja?

**Narasumber:** *Gerakan pembayaran non tunai untuk menyelesaikan permasalahan dalam transaksi jual-beli dan pembayaran. Bagus sih mba, bisa buat saya juga di rumah kalau mau bayar PDAM, dan lain-lain, bukan cuma untuk ke gengsian, tapi saya pakai ini ya karena butuh..*

#### 5. Bagaimana omzet penjualan Per Bulan?

**Narasumber:** *Karena ini bumbu-bumbu dan kebutuhan dapur, keuntungan saya nda sebanyak pedagang yang lain mba, paling ya 300 rb per hari, tapi ya buat muter modal.*

#### 6. Bagaimana omzet penjualan setelah memakai LinkAja?

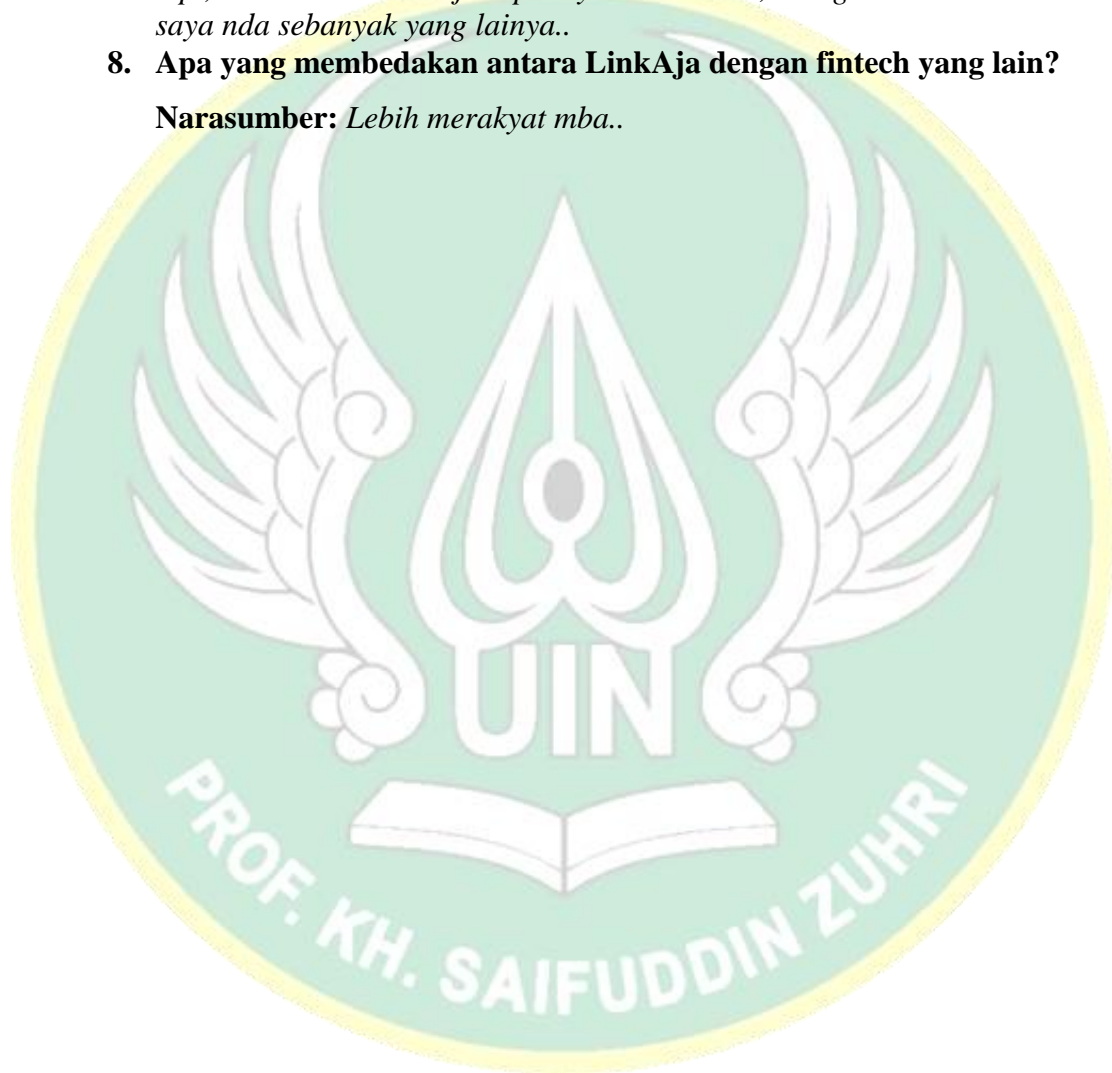
**Narasumber:** QRIS yang dipasang sales LinkAja disini kan Alhamdulillah berguna ya mba, kadang yang sering pake ya ibu-ibu kantoran yang mau belanja, kalo sepuh jarang, cuma kalau ditanya untuk keuntungan setelah pakai ini fifti-fifti mba, 100 rb ya kayanya sampai mba..

**7. Apakah LinkAja berkontribusi dalam pemberdayaan UMKM?**

**Narasumber:** Kalau saa liat pedagang yang lain ada yang dikasih payung, topi, bantal oleh LinkAja tapi saya belum mba, mungkin karena transaksi saya nda sebanyak yang lainnya..

**8. Apa yang membedakan antara LinkAja dengan fintech yang lain?**

**Narasumber:** Lebih merakyat mba..





## Wawancara VII (Bumbu Dapur Sriyati)

### **A. Identitas Informan**

Nama: Sriyati

Jenis Kelamin: Perempuan

Umur: 55

Pendidikan: SMP

Posisi: Pemilik

Alamat: Jalan Suka Damai RT. 03/04

### **B. Pertanyaan Penelitian:**

#### **1. Apa yang dimaksud dengan financial technology?**

**Narasumber:** *Layanan keuangan non tunai dari Bank Indonesia mba..*

#### **2. Apakah financial technology memberikan kemudahan dalam bertransaksi?**

**Narasumber:** *Alhamdulillah dengan adanya uang digital ini lebih ringkes mba, cuma saya kan orang tua, yang biasanya pakai ya anak muda..*

#### **3. Bagaimana pendapat narasumber tentang fintech yang saat ini sedang marak berkembang di seluruh kalangan masyarakat?**

**Narasumber:** *Saya mendukung mba, masa depan konsumen yang akan datang kan di tangan kami pedagang-pedagang ini..sebisa mungkin ya saya sosialisasikan ke langganan saya.*

#### **4. Bagaimana pendapat narasumber tentang financial technology LinkAja?**

**Narasumber:** *Layanan keuangan BUMN yang membantu memfasilitasi dan memberi solusi kepada pedagang-pedagang.*

#### **5. Bagaimana omzet penjualan Per Bulan?**

**Narasumber:** *600 rb per hari. Niku kira-kira nggih mba..*

#### **6. Bagaimana omzet penjualan setelah memakai LinkAja?**

**Narasumber:** *Tidak terlalu signifikan akan tetapi kenaikan jelas ada, apalagi menjelang habis lebaran ini, bisa tembus lah 1jt mba, apalagi pas lebaran si pembeli bawa anaknya, jadi anaknya yang scan QR nya.*

#### **7. Apakah LinkAja berkontribusi dalam pemberdayaan UMKM?**

**Narasumber:** *Promo, Cashback, Pelatihan kewirausahaan niku juga membantu memberdayakan UMKM.*

**8. Apa yang membedakan antara LinkAja dengan fintech yang lain?**

**Narasumber:** *Salesnya lebih peka dan lebih gerak cepat dalam melayani mba..*



## Wawancara VIII (LinkAja Purwokerto)

### A. Identitas Informan

Nama: Diana Rakhmawati S.E.

Jenis Kelamin: Perempuan

Umur: 27

Pendidikan: S1

Jabatan: *Business Development District* Purwokerto

Alamat Kantor: Jalan Sunan Giri Perum Sapphire Mansion, Plumeria 1, Blok A5 No. 1 Desa Karangrau Kecamatan Sokaraja Kabupaten Banyumas

### B. Pertanyaan Penelitian:

#### 1. Bagaimana pendapat narasumber mengenai pentingnya financial technology di masa sekarang?

**Narasumber:** *“kita tidak bisa menghindari trend yang sangat cepat ini yaa, tak bisa dipungkiri trend itu mengarah ke digital ya. Jadi buat kita imarketing sangat penting karena didalam sana kita punya target audience dan kita jangan sampai melewatkan moment trend ini ya sangat disayangkan, kita harus menyambut baik karena orang bangun tidur aja pasti dia sudah beraktivitas dengan internet melalkui gadget kan? Jadi yaa ini trend positif bagi kami”*

#### 2. Bagaimana narasumber menyoroti persaingan dunia fintech?

**Narasumber:** *“Karena ini sebagai salah satu cara mendukung program pemerintah, mau ngga mau ya harus didukung mba, kasarnya orang jaman sekarang kan lebih worry ga bawa hp daripada ga bawa dompet”*

#### 3. Apa saja kelebihan LinkAja yang tidak ada pada fintech yang lain?

**Narasumber:** *“Untungnya dari dulu kita tetap mengedepankan improvement, aheadment, dan development yah maksudnya disetiap divisi kita harus saling solid, support dan tentu berusaha untuk baik, baik dan makin baik walaupun mungkin semua dompet digital akan melakukan itu yaa. Bagaimana kita menjaga adalah kita menjadikan LinkAja itu AppDaily, kenapa? Kayak kamu bisa beli listrik disitu, beli pulsa disitu, kamu bisa delivery Mcd pakai LinkAja gitu misalnya terus kamu juga bisa bayar transportasi gitu kayak gojek grab pakai saldo LinkAja gitu juga bisa, terus MRT, KRL, LRT Palembang itu juga bisa pakai LinkAja. Jadi ibaratnya nih dari kamu bangun sampai kamu pulang ee LinkAja itu jadi Top of Mind kamu untuk melakukan aktivitas sehari-hari. Misalnya kamu*

*abis naik KRL bayar pakai LinkAja terus pulang nge-gojek bayar pakai LinkAja sampai kamu pulang pun misal laper delivery makanan bayar pakai LinkAja udah tentu bisa, hanya melalui satu aplikasi. Selain itu dari LinkAja juga bisa bayar iuran apartment, kamu bisa bayar SPP pendidikan, kamu bisa bayar retribusi pasar itu udah bisa pakai LinkAja bayarnya.”*

**4. Apakah terdapat peningkatan jumlah mitra UMKM LinkAja di Kabupaten Banyumas?**

**Narasumber:** *“Kalo ngomongin peningkatan jelas ada mba, karena aku juga pressure karyawanku gimana caranya kita ada target ya bisa tercapai gitu, dan balik lagi fokus kita ga cuma UMKM tapi segala lini kita coba sentuh”*

**5. Bagaimana strategi LinkAja agar tetap eksis?**

**Narasumber:** *“Jadi kalau yang aku lihat tentang cara mempertahankan mungkin kesegaran startupnya yaa itu yang pertama pasti kitakan hiring yaa disitu ada level juga kana da 5 level karyawan di LinkAja. Nah di level 1 dan 2 itu kita hire dari startup lain maksudnya bukan kita mengambil karyawan itu enggak. Kan ada LinkedIn ada rekan kerja lain mungkin channel bisnis banyak kan. Nah tapi gak semata-mata apa yang dia handle di tempat yang lama dengan tempat baru itu sama, enggak. Misalnya nih ada orang marketing tapi juga bisa masuk ke product gitu. Untuk di LinkAja sendiri sebenarnya kamu pindah ke di bisnis itu possible. Memang disini kita tuh bener-bener kejar-kejaran gitu hehe, misalnya kamu sudah setahun di product kamu bakal berinteraksi dengan divisi lain kana da divisi teknis, divisi integrator, ada komersial, ada operation, ada namanya developer banyaklah gitu kan. Disitulah pada saat kamu berinteraksi dengan divisi lain kamu kayak lebih paham di divisi ini dan kamu punya ide-ide yang dapat memajukan divisi itu gitu”*

**6. Bagaimana Kontribusi LinkAja terhadap keberlanjutan UMKM?**

**Apakah ada program khusus untuk meningkatkan kesejahteraan dan Pemberdayaan terhadap UMKM?**

**Narasumber:** *“Kita ngikut kebijakan region mba, pernah ada pelatihan virtual UMKM saat pandemic covid, kita juga suka bakar-bakar duit ke mereka nah itu sebagai langkah kita peduli sih ke mereka”*

**7. Hal apa yang membuat masyarakat beralih dari transaksi konvensional ke transaksi digital?**

**Narasumber:** *“Ya banyak faktor sebenarnya, salah satunya ya aman, nyaman, ga ribet dan terbantu sih”*

**8. Bagaimana menjaga konsistensi UMKM untuk tidak beralih ke platform yang lain dan tetap komitmen menggunakan LinkAja?**

**Narasumber:** *“Sudah pasti yaa kayak misalnya mitra-mitra itu atau yang punya toko dan UMKM pasti udah pernah ditawarin brand lain yaa, nah disinilah challenge kita gimana caranya walupun para pelaku usaha atau pemilik toko itu ditawarin banyak brand namun pilihnya tetap LinkAja hehe balik lagi ke tadi bagaimana kita mendeliver sebuah produk kita ke merchant, jangan sampai user merasa kehadiran kita tuh tidak memudahkan sama sekali, jangan sampai membuat bingung, tampilan yang rumit dsb. Makanya semua tim yang di LinkAja itu secara gak langsung tidak bisa berjalan sendiri pasti dalam sebuah agenda atau proyek baru gitu yaa pasti melibatkan divisi lain. Itu lah kenapa LinkAja semakin ada dan tumbuh rasa kepemilikan antar anggota, bayangin aja misalnya ada salah satu divisi yang amit-amit crash gitu udah kebayangkan dampak domino di dalam internal kita, jangan sampai sih hehe kita harus jaga nama baik perusahaan juga.”*



*Lampiran II (Foto Dokumentasi)*

**(Dokumentasi Wawancara)**



*Lampiran III (Foto Dokumentasi)*



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

Nama Lengkap : Triyani  
NIM : 1817202176  
Tempat, Tanggal Lahir : Tegal, 31 Juli 2000  
Alamat : Jalan Melati No. 12 Kecamatan Kramat Kabupaten  
Tegal

### B. Riwayat Pendidikan

1. SD Negeri Bongkok 02
2. SMP Negeri 2 Kramat
3. SMA Negeri 3 Kota Tegal
4. UIN PROF. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto

### C. Pengalaman Organisasi

1. Ketua Komunitas Marketing Perbankan Syariah 2020
2. Ketua Dewan Eksekutif Mahasiswa FEBI Tahun 2021
3. Ketua Dewan Eksekutif Mahasiswa UIN PROF. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto 2022
4. Wakil Ketua II PMII Rayon FEBI Komisariat Walisongo Purwokerto 2022
5. Anggota Divisi Pencegahan Unit Layanan Terpadu di UIN PROF. KH. Saifuddin Zuhri Tahun 2022