

MEMANFAATKAN KECANGGIHAN TEKNOLOGI DALAM BERBISNIS

* Margarita Ekadjaja

** Amory Takahiro Theja

Editor: Frangky Selamat

Pengaruh Teknologi Digital Terhadap Pola Hidup Masyarakat

Dunia teknologi telah mengalami perkembangan dari tahun ke tahun di berbagai negara, termasuk di Indonesia. Perkembangan teknologi di Indonesia dapat terlihat dari adanya perkembangan alat komunikasi yang semakin canggih, perkembangan jaringan internet, hingga munculnya berbagai aplikasi *digital* yang dapat mempermudah kehidupan kita sehari-hari.

Ya, jika beberapa tahun yang lalu kita masih menggunakan jaringan 2G atau 3G di telepon seluler kita, sekarang jaringan-jaringan tersebut perlahan sudah mulai menghilang dan telah berganti dengan jaringan 4G. Bahkan, baru-baru ini telah muncul jaringan internet 5G di Indonesia. Adanya revolusi tersebut, tentu dapat meningkatkan kenyamanan pengguna. Terlebih, hal tersebut dipadukan dengan adanya perkembangan telepon seluler dengan kemampuan dan fitur yang semakin ditingkatkan dari masa ke masa bagi kenyamanan penggunaannya.

Masuknya virus Corona di Indonesia, membuat seluruh kegiatan yang biasa dilakukan secara *luring* harus beralih menjadi secara *daring*. Di masa-masa seperti ini, kecanggihan teknologi seakan-akan menjadi “laris manis” dimanfaatkan oleh seluruh komponen masyarakat untuk menjalankan aktivitas yang dimiliki. Semua orang seperti “diharuskan” beradaptasi dengan kecanggihan teknologi. Jasa pengiriman, belanja *online*, rapat *online*, hingga aktivitas pembayaran *online* menjadi sangat meningkat di tengah masa kritis seperti ini.

Hal tersebut tentunya membawa peningkatan pengguna bagi beberapa teknologi *digital* canggih, seperti: *platform* yang menyediakan fasilitas untuk rapat secara *online*, alat pembayaran *digital* (*e-wallet*) yang dapat digunakan oleh masyarakat untuk melakukan pembayaran, hingga berbagai aplikasi berbelanja *online*. Pada masa ini pula, masyarakat perlahan mulai beradaptasi dan mulai terbiasa menggunakan teknologi *digital* dalam menjalankan aktivitas sehari-harinya.

Fenomena ini yang menyebabkan pemilik Toko Tatajaya yang merupakan UMKM yang memasarkan perangkat *sound system* secara konvensional harus mengikuti dinamika kebiasaan pelanggan dalam bertransaksi, di mana saat ini pelanggan cenderung menyukai bertransaksi secara digital dibandingkan secara konvensional.

Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Berbisnis

Dari sisi penjualan sendiri, teknologi *digital* mempermudah kegiatan penjualan barang berkat adanya berbagai toko *online*. Pemilik bisnis hanya perlu memantau pembeli secara *online* dan melakukan hal-hal yang diperlukan untuk memikat hati konsumennya. Hal ini kemudian juga didukung dengan adanya berbagai aplikasi *e-money* yang dapat mempermudah transaksi dalam dunia usaha, terlebih dengan adanya berbagai promo.

Hal ini yang membuat Tim PKM FEB Untar berkolaborasi dengan mitra guna mengimplementasikan teknologi digital dalam transaksi bisnis. Sebagai tahap awal, Tim PKM menyosialisasikan transformasi berbisnis secara digital seperti pemanfaatan teknologi digital dalam pembayaran bagi UMKM. Kegiatan pelaksanaan PKM dilakukan secara luring di Glodok Plaza yang merupakan lokasi usaha mitra pada hari Senin, 13 Maret 2023 pukul 10.00 sampai selesai. Tim PKM menyosialisasikan beberapa alat pembayaran di Indonesia seperti *full bodied money*, *fiat money*, *checking accounts*, dan transaksi elektronik, serta keuntungan dan risiko dari pemanfaatan pembayaran secara digital.

Tahap selanjutnya, tim PKM membantu mitra dalam pemanfaatan aplikasi keuangan digital seperti *e-wallet*, di mana sebelumnya mitra juga telah menggunakan aplikasi keuangan digital seperti *mobile banking*, kartu kredit, *internet banking*, dan *virtual account*. Hasil dari sosialisasi keuangan digital, mitra tertarik untuk mengaplikasikan *platform e-wallet* yang populer saat ini yaitu OVO dan Gopay. Tim PKM melakukan pendampingan kepada mitra dalam penggunaan aplikasi QRIS (*Quick Response Code Indonesia Standard*) sebagai pemanfaatan *platform e-wallet* bahkan *mobile banking* (seperti yang tertera pada Gambar 1).



Gambar 1. Penggunaan QRIS dalam transaksi

Penggunaan QRIS sebagai salah satu alat pembayaran digital dalam berbisnis selain memberikan kemudahan kepada pelanggan untuk berbisnis juga memberikan keamanan yang pada akhirnya menstimulasi transaksi. Tahapan pembuatan QRIS sebagai alat pembayaran digital suatu bisnis tertera pada Gambar 2.



Gambar 2. Proses Pembuatan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Digital

Adapun dua metode pembayaran menggunakan QRIS adalah metode pembayaran “*Merchant Presented*” dan *Customer Presented*”. Perbedaan keduanya adalah metode QRIS *Merchant Presented* lebih ‘statis’ di mana dalam bertransaksi pembayaran, maka pelanggan melakukan scan pada *print out* QRIS yang terpajang di meja kasir. Sementara metode QRIS *Customer Presented* cenderung bersifat dinamis, di mana tampilan QRIS untuk di *scan* pelanggan dengan menggunakan mesin EDC. Penggunaan QRIS dalam pembayaran *merchant* dapat memantau semua transaksi pembayaran harian.

Kesimpulan

Dengan mempertimbangkan biaya dan kemudahan dari metode pembayaran digital melalui aplikasi QRIS, mitra lebih tertarik untuk menggunakan metode pembayaran “*Merchant Presented*” dikarenakan tersedianya informasi transaksi secara lengkap sehingga mitra dapat memantau proses pembayaran digital secara mudah, cepat, dan aman. Minat UMKM dalam pemanfaatan aplikasi keuangan digital dipengaruhi oleh kemudahan dan keamanan bertransaksi yang merupakan transformasi berbisnis saat ini, serta persepsi mengatasi semua hambatan dalam penggunaan aplikasi QRIS seperti kualitas koneksi internet dan adanya tambahan biaya yang ditimbulkan.

Kegiatan PKM ini berjalan dengan lancar diukur dari hasil tanya jawab setelah sosialisasi materi pelatihan yang mencerminkan mitra dapat memahami mengenai *platform* pembayaran digital seperti *e-wallet* dan kemampuan mitra dalam mengaplikasikan QRIS sebagai salah satu alat pembayaran digital. Sebagai saran, mitra PKM dapat mempelajari mengenai *digital marketing* untuk memasarkan produknya secara *online*. Hal ini dapat meningkatkan penjualan produknya sehingga mitra tidak hanya menjual produknya secara konvensional, tetapi dapat memasarkan produknya secara *online*.



Gambar 3. Tim PKM memberikan Pelatihan

* Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara

** Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara