

Peran Strategi Bisnis Fintech Payment Gateway dalam Meningkatkan Kinerja UMKM di NTB

Dwi Arini Nursansiwi¹, Armiani²

¹Universitas Mbojo, ²Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMM
Arinidwi298@gmail.com¹, armiani198431s3@gmail.com²

*Corresponding Author

Diajukan : 3 Oktober 2022

Disetujui : 15 Nopember 2022

Dipublikasi : 1 Januari 2023

ABSTRACT

Presidency Group of Twenty (G20) strengthen the acceleration of the digital transformation agenda, in line with the government's goal of national economic recovery after the Covid-19 pandemic. MSME actors are required to adapt in order to be able to be competitive in improving company performance for the sake of business sustainability. This study aims to identify fintech payment gateway becoming a business strategy in improving the performance of MSMEs in NTB. The method approach adopted in this study is qualitative with a case study description. Data were obtained through observation and interviews with 12 (twelve) informants, with the criteria; 1). MSME actors who use the application fintech, 2). Doing business online, 3). The payment system uses payment gateways, 4). MSME in NTB. The results of the study indicate that business transactions on line become a business strategy for MSME actors to improve MSME performance and business sustainability. This is because the payment system using payment gateway can transact easily, quickly, precisely, efficiently, effectively, so that actors can provide excellent service to their consumers, this is also supported and in line with the pleasures of consumers from the millennial generation and generation Z, which are dominant in transactions using fintech and saving money using E-wallet, so that consumers prefer to transact online on line with a payment system using payment gateway.

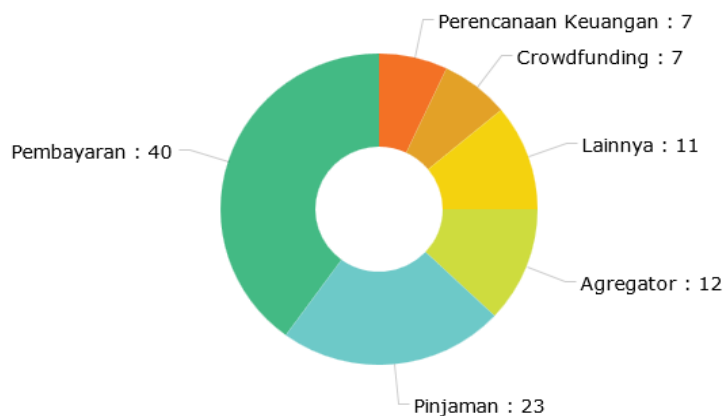
Keywords: Fintech; Payment Gateways; Business strategy; MSME Performance

PENDAHULUAN

Tahun 2022 Indonesia secara resmi memegang dan memimpin Presidensi *Group of Twenty* (G20), yang diselenggarakan di Provinsi Bali. Salah satu topik yang menjadi prioritas dalam G20 adalah transformasi ekonomi digital, dengan menyusun *Technology Digital*. Pemerintah memiliki *roadmap* untuk mendorong dan membangun infrastruktur layanan komunikasi sampai ke wilayah terpencil dan membuat regulasi *sandbox* untuk melindungi transaksi keuangan masyarakatnya www.ekon.go.id/ dan databoks.katadata.co.id/. Perkembangan dan kegiatan ekonomi yang secara efisiensi dan terkoneksi secara *global* mempercepat terjadinya transformasi digital yang mengubah tatanan, gaya hidup masyarakat pada umumnya (Armiani dkk., 2021), yang terlihat dari perubahan perilaku masyarakat dengan menggunakan, memanfaatkan digital untuk mempercepat transaksi bisnis dan kelancaran kegiatannya. Transaksi digital secara *online* dapat meningkatkan pelayanan, efektifitas, efisiensi, fleksibilitas, keamanan bagi seluruh masyarakat (Ramadhany, 2020), sekaligus dapat mendorong kreasi, inovasi dan invensi kegiatan ekonomi baru dikalangan generasi muda, pelaku bisnis milenial dan generasi Z.

Perkembangan dan kemajuan bisnis *startup* yang terus meningkat setiap saat, mendorong para pelaku bisnis harus berkompetitif dalam memperkenalkan produknya dan memberikan pelayanan yang terbaik untuk kenyamanan pelanggannya tersebut. Perilaku dan gaya hidup masyarakat yang lebih senang atau cenderung instan, membuka peluang bagi para pelaku bisnis untuk selalu berinovasi dalam berkompatitif guna memberikan pelayanan yang terbaik bagi para pelanggan-pelanggannya, sehingga berbelanja *online* salah satu pilihan yang menjadi aktivitas menarik untuk menunjang gaya hidup yang super instan dengan tidak harus repot-repot mengunjungi pasar tradisional. Sehingga Bank Indonesia memfasilitasi transaksi bisnis dengan sistem pembayaran yang aman, efisiensi, efektif dan tetap memperhatikan daya saing (Awalih, 2020). *Fintech* (*financial technology*) yaitu sebuah *tools* teknologi keuangan yang berguna untuk

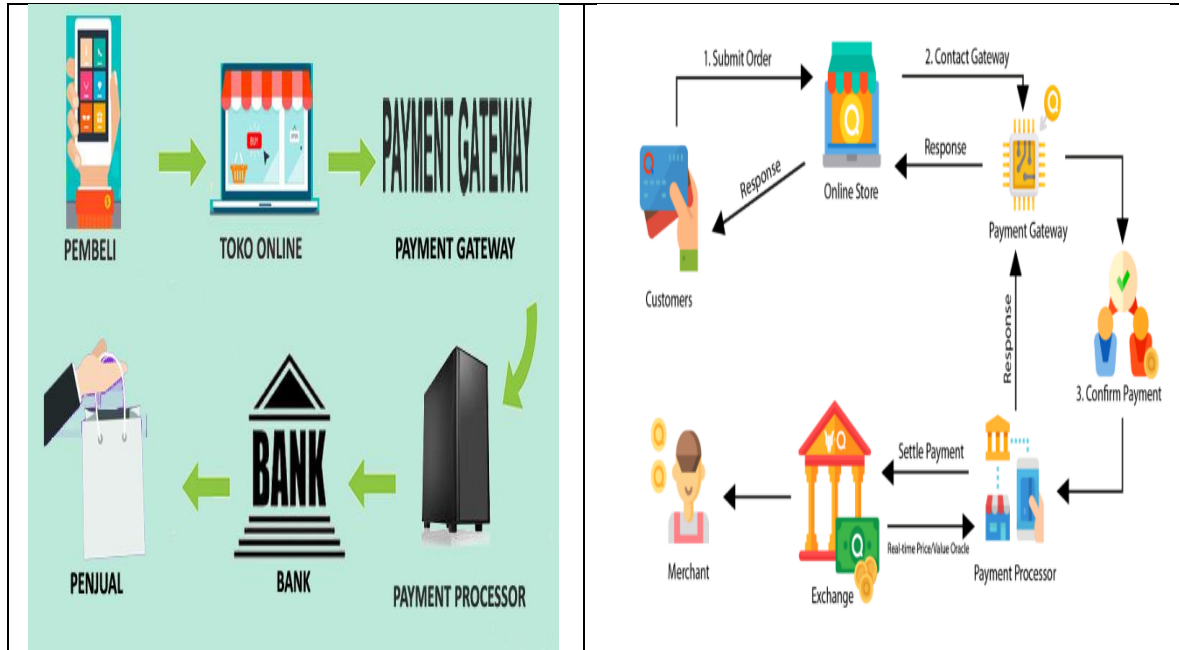
memudahkan dalam melakukan transaksi keuangan secara digital/*online*. *Fintech* di Indonesia yang semakin menjamur, seiring dengan perilaku dan gaya hidup masyarakat ke arah digital, sehingga *fintech* dapat dikategorikan dalam beberapa hal, seperti; 1). Sistem pembayaran, 2). Manajemen investasi dan manajemen resiko, 3). Penyediaan Pinjaman, Pembiayaan, dan Penyediaan Modal, 4). Menyediakan pasar bagi para pelaku bisnis, dan 5). Jasa *financial* lainnya, sehingga dapat meningkatkan literasi keuangan, dan mewujudkan inklusi keuangan (Bank_Indonesia, 2017). Hal tersebut sesuai yang dilansir oleh Asosiasi *fintech* Indonesia, menunjukkan bahwa *fintech* didominasi dari *payment* sebesar 43%, *Lending* sebesar 23% dan sisanya bagian *fintech* lainnya <https://fintech.id/en>. Sehingga *fintech* menjadi salah satu *tools* yang menjadikan sebagai strategi bisnis untuk menarik simpatisan pada para pelanggan, guna memberikan pelayanan prima yang berhubungan dengan transaksi bisnis, transaksi keuangan secara *online* / *digital* dengan menggunakan perangkat, salah satunya *smartphone*.



Gambar 1. Kategori *fintech* di Indonesia
Sumber; Asosiasi Fintech Indonesia (Data Boks)

Terlihat dari gambar 1 menunjukkan dominan *fintech* yang digunakan di Indonesia yaitu *payment* sebesar 40%, sehingga fokus pembahasan dalam penelitian ini yaitu *fintech payment*. Salah satu jenis *fintech payment* yaitu *payment gateway*, yang merupakan sebuah inovasi pada industri jasa keuangan guna menjalankan atau mengotorisasi mekanisme pemrosesan transaksi keuangan yang spesifik, dengan menggunakan *platform fintech* untuk pembayaran guna kelancaran dari transaksi bisnis secara *online*. Jenis dan metode *payment gateway* bermacam-macam yang dapat dilakukan melalui; transfer Bank, kartu debit/kredit, virtual account, e-wallet, hingga pembayarannya dapat melalui gerai-gerai market (Alfamart, Indomaret). Dengan beragam macamnya pilihan pembayaran tersebut, sehingga para pembeli/pelanggan bisa lebih bebas untuk memilih metode pembayaran yang lebih sesuai dengan kondisinya pada saat itu.

Transaksi bisnis dengan menggunakan *fintech payment-gateway* guna memfasilitasi transaksi keuangan menjadi lebih praktis, mudah, efisiensi, dan efektif, dikarenakan pembayaran lebih instan tanpa harus membawa uang cash, menjaga keamanan lebih terjamin tanpa takut dengan uang palsu, serta pembayaran dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun selama tersedianya jaringan internet. Hal tersebut dilakukan untuk memberikan pelayanan prima bagi para pelanggan-pelanggannya. Adapun proses transaksi dengan menggunakan *payment-gateway* dapat dilihat pada gambar 2, yaitu sebagai berikut;



Gambar 2. Proses Transaksi menggunakan *Fintech Payment-gateway*

Gambar 2 menunjukkan proses transaksi bisnis dengan menggunakan *payment gateway* yaitu: 1). Pelanggan bertransaksi dengan menggunakan *gadget* atau laptop sebagai *tools* untuk masuk dalam toko virtual (memilih produk, kenali dan teliti betul terkait toko yang dituju dengan cermat, cek komentar konsumennya dan *rating* dari toko tersebut), selanjutnya pelanggan memilih metode pembayaran (*payment gateway*) sampai proses *checkout*. 2). E-commerce akan mengirimkan data pelanggan ke penyedia *payment gateway*, setelah pelanggan melakukan pembayaran, selanjutnya transaksi akan dilanjutkan ke Bank/instansi keuangan yang terkait. 3). Pihak Bank/instansi keuangan terkait akan memproses transaksi tersebut (bisa ditolak jika data masih ada yang keliru atau terjadi kesalahan pembayaran). 4). Pihak penyedia *payment gateway* akan mengkonfirmasi ke toko virtual (apakah transaksi berhasil atau tidak). 5). Pihak Bank/instansi keuangan terkait akan menerima pembayaran dari transaksi bisnis tersebut dan selanjutnya akan diteruskan pembayaran ke toko virtual. 6). Pihak toko virtual segera memproses pengiriman barang sampai ke pelanggan tersebut. 7). Pelanggan menerima barang dengan baik dan selamat.

Dinamika perkembangan dan perubahan pasar yang kompatibel dikarenakan tuntutan, selera, dan harapan pelanggan, yang mengakibatkan pada perubahan; inovasi produk, produk baru, pesaing baru atau pesaing yang sudah ada menjadi lebih agresif dalam proses dan sistem pengembangan praktik yang lebih baik (Kowo dkk, 2018). Hal tersebut mengharuskan UMKM lebih fleksibel, mampu berkolaborasi dan mudah beradaptasi untuk berkompetitif dalam lingkungan bisnis yang kompleks, dengan memiliki kapabilitas e-bisnis dalam bentuk e-intelijen, *e-commerce*, dan e-kolaborasi (Raymond dan Bergeron, 2008). *Payment gateway* dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dengan menawarkan solusi transaksi yang fleksibel, mudah, aman, efisien, dan efektif, hal tersebut memungkinkan penjual maupun pelanggan untuk saling percaya satu dengan lainnya. Sehingga tidaklah heran jika *payment gateway* menjadi pilihan strategi bisnis dalam bertransaksi guna menjadi penunjang kebutuhan/ perubahan gaya hidup yang sudah familiar dengan *fintech* atau transaksi bisnis secara digital/online.

Fintech payment gateway memberikan *output* yang relatif besar untuk setiap transaksi *online* yang dapat membantu dan mengembangkan bisnis bagi para pelaku UMKM secara efisien dan efektif, sesuai dengan kreatifitas dan inovasi produk dari para pelaku UMKM, sehingga para pelaku UMKM juga harus meningkatkan pemahaman tentang transaksi bisnis secara *online*, yaitu; manfaat dan risiko menggunakan *fintech payment gateway*. Adapun manfaat para pelaku UMKM menggunakan *fintech payment gateway* dalam transaksi bisnisnya yaitu; 1). Mudah

dalam melayani pelanggan, 2). Biaya pemasaran lebih murah, 3). Update informasi lebih efektif dan efisien, 4). Proses transaksi efisiensi, 5). Pelayanan lebih efisien dan efektif, dan 6). Notifikasi pembayaran lebih terjamin dan akurat. Sedangkan risiko menggunakan *fintech payment gateway* yang dipaparkan oleh pihak OJK yaitu; 1). Risiko *cybercrime* (penyalahgunaan dan penipuan data klien), 2). Risiko kebocoran data nasabah, 3). Perlindungan dan pertukaran data pribadi nasabah belum dijamin Undang-undang <https://www.digination.id/read/0141/kenali-risiko-penggunaan-fintech>.

Penerapan dan kendala UMKM yang menerapkan *Fintech payment gateway* masih belum maksimal dan kendala yang dihadapi masih cukup banyak (Perdana & Sinarwati, 2022), namun penelitian yang dilakukan (Alfian dkk, 2020; Kusumastuti & Tinangon, 2019; Lestari dkk, 2020; Pangestu & Rita, 2022; Purnamasari, 2020; Wardani & Darmawan, 2020) dengan menerapkan *payment gateway* dapat memudahkan proses transaksi jual-beli dan menyediakan informasi produk yang ditawarkan, sehingga dapat meningkatkan literasi keuangan, meningkatkan penjualan/ pendapatan, dan meningkatkan kinerja UMKM, serta *payment gateway* mampu mempengaruhi perkembangan UMKM (Khafidloh dkk, 2021). hal tersebut tidak terlepas dari aplikasi dan *provider* yang ditawarkan terkoneksi dengan baik.

Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) merupakan daerah kepulauan (pulau lombok dan pulau sumbawa), sehingga memiliki sumberdaya alam (SDA) yang sangat bagus dan melimpah (hasil pertanian dan hasil kelautan), disamping itu NTB memiliki destinasi wisata yang sangat indah (Gunung tabora, gunung rinjani, pantai senggigi, pantai lakey, pulau ular, pulau moyo, gili trawangan, mandalika dan lain-lain), hal tersebut menjadikan NTB mendapatkan penghargaan dan piagam dari pemerintah RI, diantaranya; 1). NTB menerima penghargaan *Innovative Government Award 2021*, yang merupakan apresiasi pemerintah terhadap semangat daya upaya serta keberhasilan pemerintah daerah, dalam melaksanakan penyelenggaraan pemerintahan daerah dengan cara-cara inovatif <https://www.bankntbsyariah.co.id/>, 2). NTB menerima Penganugerahan Produktivitas Paramakarya 2021, yang merupakan penghargaan atas dukungan, binaan, dan memfasilitasi UMKM melalui program industrialisasi <https://disnakertrans.ntbprov.go.id/>, 3). NTB menerima penghargaan dari ASPERAPI 2022, yang merupakan penghargaan atas upaya dalam penanganan Covid-19 dengan tetap menjaga roda perekonomian (program bela-beli produk UMKM untuk warga NTB) <https://disperin.ntbprov.go.id/>, dan 4). Suksesnya *event MotoGP Mandalika 2022*, yaitu sebanyak 300 UMKM berhasil meraup keuntungan yang fantastik <https://www.antaraneews.com/> dan <https://economy.okezone.com/>. Hal tersebut tidak terlepas dari perhatian, kepedulian dan dukungan pemerintah atas program-program yang dilaksanakannya, dan dibuktikan juga dengan terbitnya regulasi yaitu; Pergub Nomor 43 Tahun 2020 tentang Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah melalui Bela dan Beli Produk Lokal.

Berpijak pada uraian sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengidentifikasi *fintech payment gateway* menjadi strategi bisnis dalam meningkatkan kinerja UMKM di NTB.

STUDI LITERATUR

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti & Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	(Perdana & Sinarwati, 2022)	Penerapan Transaksi <i>Payment Gateway</i> berbasis QRIS pada UMKM (Study Empiris Pada Pedangang di Pantai Penimbangan)	Kualitatif Deskriptif. Wawancara, Observasi & Dokumentasi	1. Penerapan transaksi <i>payment gateway</i> berbasis QRIS masih belum berjalan dengan maksimal, 2. Kendala dalam mewujudkan penerapan transaksi <i>payment gateway</i> berbasis QRIS masih

				<p>sangat banyak,</p> <p>3. Inisiatif yang telah dilakukan dalam mengatasi kendala aplikasi QRIS adalah dengan melakukan <i>upload</i> artikel mengenai aplikasi QRIS pada website resmi Bank Rakyat Indonesia.</p>
2	(Pangestu & Rita, 2022)	Penggunaan <i>Payment Gateway "Go-Pay"</i> dan Kinerja UMKM: Studi Pada Coffee Shop di Kota Salatiga	Kuantitatif Kuesioner Skala likert SPSS	Penggunaan <i>payment gateway "Go-Pay"</i> berpengaruh terhadap kinerja keuangan, namun tidak berpengaruh terhadap kinerja nonkeuangan usaha <i>coffee shop</i> di Kota Salatiga.
3	(Wardani & Darmawan, 2020)	Peran <i>Financial Technology</i> pada UMKM: Peningkatan Literasi Keuangan Berbasis <i>Payment Gateway</i>	Kualitatif Deskriptif. Wawancara, Observasi & Dokumentasi	Peran penerapan <i>fintech</i> dapat meningkatkan literasi keuangan dengan memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM dalam mengelola serta memahami keuangan, dikarenakan <i>fintech</i> memberikan kemudahan dalam pembayaran secara digital dan otomatis dalam pencatatan transaksi yang terjadi.
4	(Purnamasari, 2020)	Pengaruh <i>Payment Gateway</i> dan <i>Peer to Peer Lending (P2P)</i> terhadap Peningkatan Pendapatan di Kota Palembang	Kuantitatif Kuesioner & Wawancara <i>Purposive sampling</i> SPSS 22	<i>Payment Gateway</i> dan P2P berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan pada UMKM di Kota Palembang yang bergerak di bidang kuliner dan fashion.
5	(Alfian <i>et al.</i> , 2020)	Penerapan <i>Payment Gateway</i> pada Aplikasi <i>Marketplace</i> Waroeng Mahasiswa Menggunakan Midtrans	Kualitatif Wawancara, Observasi & Studi Literatur	<p>1. Aplikasi <i>marketplace</i> ini dapat dimanfaatkan untuk memasarkan dan menyediakan informasi produk/jasa yang ditawarkannya melalui media berbasis <i>website</i>.</p> <p>2. Penerapan sistem <i>payment gateway</i> dapat memudahkan transaksi jual-beli (proses transaksi menjadi lebih cepat, mudah dan praktis).</p>

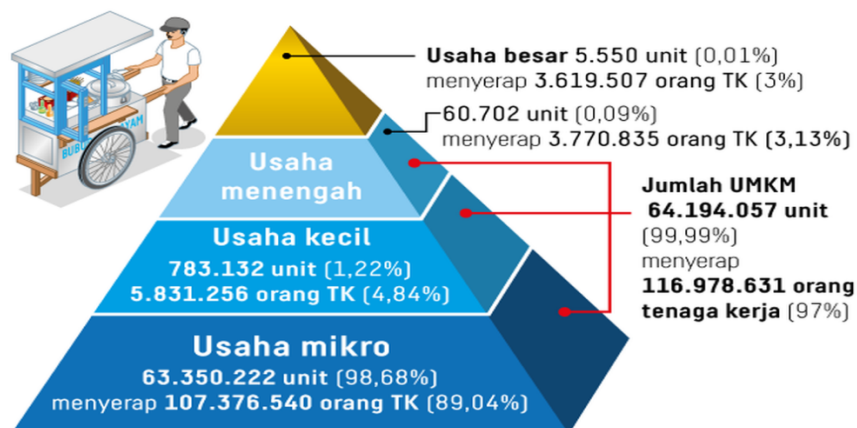
6	(Lestari dkk., 2020)	Pengaruh <i>Payment Gateway</i> Terhadap Kinerja UMKM	Kuantitatif Kuesioner SPSS	<i>Payment Gateway</i> berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM yang diukur dengan pendapatan penjualan (<i>sales revenue</i>).
7	(Kusumastuti & Tinangon, 2019)	Penerapan Sistem GPN (Gerbang Pembayaran Nasional) Dalam Menunjang Transaksi <i>Daring</i>	Kualitatif Studi Kepustakaan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan berlakunya GPN; 1. Sistem pembayaran menjadi saling terkoneksi 2. Terjadinya efisiensi pemrosesan transaksi, pembayaran, perluasan akses layanan sistem pembayaran, serta biaya pemrosesan data yang lebih murah, serta <i>sharing</i> infrastruktur.

Sumber; Data diolah 2022

UMKM di Indonesia

Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 yang menyatakan bahwa organisasi menguntungkan yang dimiliki oleh orang dan/ atau substansi usaha tunggal yang memenuhi ketentuan dalam Undang-Undang Dasar, tidak bersifat penunjang, atau bukan bagian dari organisasi yang diklaim, dikendalikan/ diubah menjadi bagian, baik secara langsung atau tidak langsung, dari bisnis yang diselesaikan, dengan sumber daya bersih atau penjualan tahunan, sebagaimana diarahkan dalam Konstitusi ini. Sesuai Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2013, dengan izin untuk beroperasi sebagai bukti tertulis/ keabsahan yang diberikan oleh otoritas yang disetujui untuk menyelesaikan tindakan bisnis tertentu.

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) adalah unit usaha produktif mandiri yang dijalankan oleh perseorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Perbedaan mendasar biasanya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata per tahun, atau jumlah karyawan tetap (Tambunan, 2017), dan sejumlah faktor seperti kriteria lain yaitu; lokasi, ukuran, usia usaha, struktur organisasi, jumlah karyawan, volume penjualan, nilai aset kepemilikan (Singh *et al.*, 2008). Sehingga kondisi perkembangan UMKM dan kontribusi UMKM di Indonesia dapat dilihat pada gambar 3, yaitu sebagai berikut;



Gambar 3 Kondisi dan Kontribusi UMKM di Indonesia

Sumber; Kementerian Koperasi dan UMKM 2018

Perkembangan UMKM di Indonesia

Data perkembangan UMKM terakhir per Juni 2022, yaitu sebesar 17,5 juta unit UMKM yang *go digital*. Pemerintah melalui kementerian Koperasi dan UMKM Bapak [Teten Masduki](#) mengungkapkan pada pertemuan B20 (*The business 20* yang merupakan *outreach group* dari G20 yang mewakili bisnis internasional), bahwa UMKM yang *go digital* sudah menggunakan *platform e-commerce* <https://biz.kompas.com/>. Program UMKM *go digital* merupakan fondasi bagi Indonesia dengan tujuan untuk mengoptimalkan potensi ekonomi digital, akses pasar lebih luas, peluang pasar baru, peningkatan kualitas SDM, hal tersebut dilakukan guna untuk kompatibel di ranah regional maupun global dalam meningkatkan penjualan. Sehingga pemerintah menargetkan jumlah UMKM *go digital* pada tahun 2024 sebesar 30 juta unit UMKM. Lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 4 sebagai berikut;

Gambar 4 Jumlah dan Target UMKM Go Digital



Dilihat dari gambar 4 menunjukkan bahwa setiap tahun penggunaan *fintech* pada para pelaku bisnis selalu mengalami peningkatan yang cukup signifikan, hal tersebut dikarenakan transaksi menggunakan *fintech* dapat memberikan layanan prima pada para penggunanya, dan sangat memungkinkan pemerintah menargetkan pada tahun 2024 pengguna *fintech* mencapai 30 juta.

Financial Technology (Fintech)

Bank Indonesia mendefinisikan *financial technology* merupakan penggunaan teknologi dalam sistem keuangan atau inovasi jasa keuangan dengan tujuan mengubah model bisnis konvensional menjadi moderat, yang berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, dan/atau layanan secara keefisienan, kelancaran, keamanan, dan keandalan pada sistem pembayaran (Bank_Indonesia, 2017). Inovasi jasa keuangan ini dapat memudahkan para pelaku bisnis untuk bertransaksi secara *online* tanpa harus bertatap muka dan repot-repot lagi dan dalam hitungan waktu sesingkat-singkatnya. Sehingga transaksi menggunakan *fintech* semakin populer dan dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan *fintech* tersebut, apalagi dikalangan generasi milenial dan generasi Z. *Fintech* dapat menciptakan banyak peluang, dapat memperluas penawaran dan layanan untuk bertransaksi secara *online* (Dewi, 2022).

Payment Gateway

Payment gateway merupakan bentuk sistem transaksi yang memiliki tugas untuk mengotorisasi suatu proses transaksi secara *online* melalui *E-commerce*. *Payment gateway* yaitu teknologi yang memberikan cara dan layanan baru bagi masyarakat yang bertransaksi secara *online* dengan pembayaran non tunai, yang lebih praktis, efisien, efektif dan aman dengan media

teknologi atau media elektronik. Hal tersebut menjadi daya tarik masyarakat untuk menggunakan *payment gateway* yang disebabkan masyarakat tidak lagi harus repot membawa uang tunai, tarik tunai ke ATM, mencegah tindakan kriminal (pencopetan), dan juga banyak penawaran berupa diskon, *cashback*, *doorprize*, hingga bonus (Maulidah dkk, 2022).

Kinerja UMKM

Kinerja merupakan ukuran keberhasilan sebuah perusahaan dalam menyelesaikan target dan pencapaian tujuannya (Permata Sari dkk, 2022). Jadi kinerja UMKM merupakan tolak ukur bagi keberhasilan *Owner* dan manajemen dari suatu usaha, pada periode tertentu dengan indikator baik dari kinerja keuangan maupun kinerja non keuangan, hasil dari kinerja UMKM tersebut menjadi salah faktor untuk pengambilan keputusan bagi kelangsungan usahanya tersebut.

Perkembangan Pertanyaan Penelitian

Fintech payment gateway menjadi suatu yang menarik untuk digunakan dalam transaksi bisnis secara *online*, hal tersebut dikarenakan *fintech payment gateway* mampu memberikan layanan yang tepat sesuai yang diinginkan oleh para *stakeholders* dalam memudahkan dan menunjang aktifitas sehari-hari pada era digital. Para pelaku bisnis termasuk UMKM harus mampu beradaptasi dengan teknologi digital agar dapat meningkatkan kinerja usaha dan keberlanjutan usahanya. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa dengan menggunakan *fintech payment gateway* dapat mengefisienkan dalam proses transaksi pembayaran dari beberapa kegiatannya secara digital dan otomatis (Kusumastuti & Tinangon, 2019; Wardani & Darmawan, 2020), serta dapat memudahkan transaksi jual-beli (lebih cepat, mudah, dan praktis) (Alfian dkk, 2020). Dalam hal ini peneliti menjadi tergelitik untuk mengetahui lebih detail terkait “Bagaimanakah peran strategi bisnis *fintech payment gateway* dalam meningkatkan kinerja UMKM di NTB?”

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus deskriptif. Penelitian yang bersifat menggambarkan dan mengungkapkan objek dan subjek penelitian apa adanya. Penelitian studi kasus bertujuan untuk membangun pemahaman fenomena yang kompleks, dalam sebuah konteks tertentu, dengan intensitas, pola penggunaan teknologi, dan dampak sosial yang tidak dapat dengan jelas dipisahkan dimana fenomena berlangsung (Basuki, 2016). Data primer diperoleh dengan melakukan survey dan wawancara dengan informan sebanyak 12 orang. Pemilihan informan dengan kriteria; 1). UMKM yang bertransaksi dengan menggunakan *fintech payment gateway*, 2). Pelanggan yang bertansaksi dengan menggunakan sistem pembayaran *fintech payment gateway*, 3). UMKM dan pelanggan yang bertransaksi dengan sistem pembayaran *fintech payment gateway*, dan 4). Konsumen berdomisili di NTB.

Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu, triangulasi dengan analisa data meliputi tiga tahap; 1). Reduksi data, 2). Penyajian data, dan 3). Penarikan kesimpulan (verifikasi), tahapan ini akan dilakukan pada setiap kasus tunggal dan multi kasus dengan membandingkan temuan yang diperoleh (Sunaryo & Utami, 2021). Fokus penelitian pada informan yang bertransaksi menggunakan *fintech payment gateway* sebagai sistem pembayaran dalam transaksi bisnisnya (jual-beli), baik sebagai penjual (UMKM) maupun sebagai pelanggan, dikarenakan pada setiap informan dapat menunjukkan persepsi yang tepat, dan diperkirakan dari 12 informan tersebut sudah mewakili dari beberapa Kabupaten/Kota yang ada di NTB.

HASIL

Pemanfaatan *fintech payment gateway* dimasa era digital dan pasca Covid-19 menjadi strategi bisnis bagi para pelaku UMKM agar tetap mampu bertahan, berperan, dan bersemangat untuk pemulihan perekonomian secara nasional (Armiani, 2022) serta khususnya dapat meningkatkan kinerja UMKM dan keberlanjutan usahanya, didukung dengan peningkatan kapasitas SDM, regulasi pemerintah, dan infrastruktur jaringan teknologi digital, untuk menunjang transaksi bisnis yang akan dilakukannya tersebut. Dalam berkompatitif para pelaku UMKM harus mampu beradaptasi dengan teknologi digital, harus mampu menerapkan strategi bisnis yang tepat, harus mampu memberikan layanan yang prima, dan harus mampu berbeda dengan produk lain.

Hasil survey dan wawancara dari 12 (dua belas) informan menunjukkan bahwa; Pelaku UMKM yang menggunakan dan menerapkan *fintech payment gateway* dapat mengefisienkan dan memudahkan transaksi bisnisnya, hal itu dikarenakan pelaku UMKM dalam memasarkan, dan menjelaskan produknya tanpa harus tatap-muka dan transaksi bisa secara *online*, serta adanya kepastian terjadinya transaksi jual-beli (order dari konsumen – pembayaran – proses pengiriman produk), sehingga para pelaku UMKM dapat memberikan pelayanan yang Prima (cepat, tepat, efisiensi, efektif, agar mampu memenuhi keinginan konsumennya tersebut).

Konsumen dari generasi milenial dan generasi Z lebih dominan tertarik bertransaksi secara digital, dikarenakan konsumen merasa lebih nyaman, tidak tatap-muka, tidak repot-repot menyediakan uang tunai, dan lebih simpel, serta proses transaksi lebih efisiensi. Hal tersebut disebabkan generasi milenial dan generasi Z lebih senang menyimpan uang dengan menggunakan *e-wallet* atau *e-money*.

Fintech payment gateway memberikan manfaat dan solusi bagi para pelaku UMKM dan konsumen yang ada di NTB. dikarenakan transaksi bisnis yang dilakukan lebih efisien, efektif, tidak repot-repot, tidak harus tatap-muka, adanya kepastian, dan meminimalisir penipuan. Sehingga transaksi jual-beli dengan menggunakan *fintech payment gateway* antara pelaku UMKM dengan konsumen menjadi strategi bisnis yang tepat untuk memberikan pelayanan yang prima kepada konsumennya (ada ungkapan yang menyatakan Pembeli adalah Raja, atau konsumen/ pelanggan harus dilayani dengan baik agar tetap bertransaksi dengan toko kita). Hal tersebut dilakukan untuk memberikan kenyamanan kepada para konsumen, sehingga para pelaku UMKM dapat meningkatkan kinerja UMKM dan keberlangsungan usahanya. Penelitian ini sesuai yang diteliti oleh (Alfian dkk, 2020; Kusumastuti & Tinangon, 2019; Lestari dkk, 2020; Perdana & Sinarwati, 2022; Purnamasari, 2020).

PEMBAHASAN

Peran Strategi Bisnis dalam Meningkatkan Kinerja UMKM

Strategi merupakan pengaturan yang menyeluruh, menjangkau suatu yang global dan terkoordinasi untuk mencapai tujuan perusahaan (Abdurrahman, 2015). Strategi yang tepat, membantu perusahaan mencapai keunggulan yang kompetitif (Teeratansirikool dkk, 2013), dan merupakan hal yang paling penting dalam meningkatkan kinerja keuangan serta mendorong pertumbuhan profitabilitas jangka panjang (Rajapathirana & Hui, 2017). Hasil penelitian menunjukkan bahwa perkembangan UMM di NTB terkait penggunaan teknologi digital, lebih dominan menggunakan dan menerapkan *fintech* berbasis *payment gateway*. Hal tersebut disebabkan karena sasaran pasar, minat pelanggan, dan pelanggan sudah menggunakan *e-wallet* atau *e-money*, sehingga dapat mempermudah, mengefisienkan, dan mengefektifkan dalam melakukan transaksi bisnis (jual-beli), didukung oleh penelitian yang dilakukan (Alfian dkk, 2020; Maulidah dkk, 2022). Sehingga strategi bisnis berbasis *fintech payment gateway* dapat meningkatkan kinerja UMKM di NTB, didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Lestari dkk, 2020; Pangestu & Rita, 2022).

Peran *Fintech Payment Gateway* dalam Meningkatkan Kinerja UMKM

Fintech payment gateway memberikan kemudahan dalam menerapkan, menggunakan dan mengembangkan transaksi bisnis secara *online* dengan kreatifitas, pelayanan dan inovasi produk dari para pelaku UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perkembangan UMKM di NTB terkait penggunaan *fintech payment gateway* dapat mempengaruhi kinerja UMKM. Hal tersebut disebabkan para pelanggan merupakan dominan generasi milenial dan generasi Z, yang lebih konsumtif dengan *update* perkembangan *style* terkini, sehingga para pelanggan membutuhkan aplikasi untuk bertransaksi bisnis *online* (jual-beli) yang mudah dan simpel. Para pelaku UMKM menggunakan *fintech payment gateway* guna memenuhi dan memberikan pelayanan yang terbaik pada para pelanggannya. penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Lestari dkk, 2020; Maysaroh & Diansyah, 2022).

Peran Strategi Bisnis *Fintech Payment Gateway* dalam Meningkatkan Kinerja UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perkembangan UMKM yang menggunakan *fintech*

setiap tahun mengalami peningkatan, sehingga pemerintah menargetkan pada tahun 2024 jumlah UMKM *go digital* dengan menggunakan *fintech* dalam transaksi bisnisnya sebesar 30 juta unit UMKM. pemerintah melalui Bank Indonesia melindungi transaksi bisnis *online* dengan menerbitkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial”, dan pemerintah NTB menerbitkan Pergub Nomor 43 Tahun 2020 tentang Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah melalui Bela dan Beli Produk Lokal.

Pemanfaatan *fintech payment gateway* dimasa era digital dan pasca Covid-19 menjadi strategi bisnis bagi para pelaku UMKM agar tetap mampu bertahan, berperan, dan bersemangat untuk pemulihan perekonomian secara nasional (Armiani, 2022) serta khususnya dapat meningkatkan kinerja UMKM dan keberlanjutan usahanya, didukung dengan peningkatan kapasitas SDM, regulasi pemerintah, infrastruktur jaringan teknologi digital, untuk menunjang transaksi bisnis yang akan dilakukannya tersebut (Kusumastuti & Tinangon, 2019).

Pelaku UMKM yang menggunakan dan menerapkan *fintech payment gateway* dapat memperluas jaringan pemasarannya, mengefektifkan penjelasan produk yang dijual, mengefisiensikan biaya operasional dan memudahkan transaksi bisnisnya (order dari konsumen – pembayaran – proses pengiriman produk), serta adanya kepastian dalam transaksi jual-beli. Sehingga para pelaku UMKM dapat memberikan pelayanan yang Prima (cepat, tepat, efisiensi, efektif, agar mampu memenuhi keinginan konsumennya tersebut). Sedangkan Konsumen dari generasi milenial dan generasi Z lebih dominan tertarik bertransaksi secara digital, dikarenakan konsumen merasa lebih nyaman, tidak tatap-muka, tidak repot-repot menyediakan uang tunai, dan lebih simpel, serta proses transaksi lebih efisiensi. Hal tersebut disebabkan bahwa generasi milenial dan generasi Z lebih senang menyimpan uang dengan menggunakan *e-wallet* atau uang elektronik. Penelitian ini sejalan dengan (Harijanto dkk, 2021)

Para pelaku UMKM yang menggunakan dan menerapkan *Fintech payment gateway* menjadi strategi bisnis dalam meningkatkan Kinerja UMKM dan keberlanjutan usaha di NTB. hal tersebut disebabkan antara pelaku UMKM dan konsumen sama-sama mendapatkan manfaat dan solusi dalam bertransaksi secara *online* dengan sistem pembayaran digital atau *payment gateway*.

KESIMPULAN

Fintech payment gateway mengalami peningkatan pengguna selalu meningkat, sehingga pemerintah menargetkan tahun 2024 pengguna *fintech payment gateway* sebesar 30 juta unit UMKM. Pelaku UMKM yang menggunakan dan menerapkan *fintech payment gateway* dapat memperluas jaringan pemasarannya, mengefektifkan penjelasan produk yang dijual, mengefisiensikan biaya operasional dan memudahkan transaksi bisnisnya, serta adanya kepastian dalam transaksi jual-beli. Sehingga para pelaku UMKM dapat memberikan pelayanan yang Prima (cepat, tepat, efisiensi, efektif, agar mampu memenuhi keinginan konsumennya tersebut). Sedangkan Konsumen dari generasi milenial dan generasi Z lebih dominan tertarik bertransaksi secara digital, dikarenakan konsumen merasa lebih nyaman, lebih simpel, serta proses transaksi lebih efisiensi. Hal tersebut disebabkan bahwa generasi milenial dan generasi Z lebih senang menyimpan uang dengan menggunakan *e-wallet* atau uang elektronik. Sehingga para pelaku UMKM yang menggunakan dan menerapkan *Fintech payment gateway* menjadi strategi bisnis dalam meningkatkan Kinerja UMKM dan keberlanjutan usaha di NTB. hal tersebut disebabkan antara pelaku UMKM dan konsumen sama-sama mendapatkan manfaat dan solusi dalam bertransaksi secara *online* dengan sistem pembayaran digital atau *payment gateway*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah dan rasa Syukur yang dihanturkan kepada Allah SWT atas Rahmat dan RidhoNya sehingga semua dilancarkan. Kami juga hanturkan terimakasih kepada yang tercinta Ibunda **Dra. Hj, Andi Siti Hajar Ar.** Terimakasih kepada Pimpinan dan Civitas akademik **STISIP Mbojo Bima** dan **STIE AMM Mataram** yang memberikan bantuan dan dukungan sehingga penelitian dan penulisan artikel ini sesuai yang diharapkan.

REFERENSI

Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran* (pp. 1–471). Pustaka Setia Bandung



Indonesia.

- Alfian, Sokibi, P., & Magdalena, L. (2020). Penerapan Payment Gateway pada Aplikasi Marketplace Waroeng Mahasiswa Menggunakan Midtrans. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*, 5(3), 387. <https://doi.org/10.32493/informatika.v5i3.6719>
- Armiani. (2022). E-Commerce berbasis Cash On delivery Guna Meningkatkan Omset Penjualan Produk UMKM pada Masa Pandemi Covid-19. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 6, 668–676. <https://doi.org/https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.639>
- Armiani, A., Basuki, B., & Suwarno, N. (2021). Teknologi Digital Memediasi Dampak Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Umkm Di Nusa Tenggara Barat. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(3), 300–320. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i3.4892>
- Awalih, R. (2020). Tinjauan Masalah Mursalah terhadap Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/8/PBI/2017 tentang Gerbang Pembayaran Nasional (National Payment Gateway). *AL-Hakim*, 2(1).
- Bank_Indonesia. (2017). Penyelenggaraan Teknologi Finansial. *Peraturan Bank Indonesia*, 19/12/PBI/, 1. <https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/fintech/Contents/default.aspx>
- Basuki. (2016). *Metode Penelitian Akuntansi dan Manajemen. Berbasis Studi Kasus*. Airlangga University Press. Surabaya.
- Dewi, M. A. (2022). Pentingnya Financial Education dan Financial Knowledge terhadap Inklusi Keuangan Pada Era Fintech di Indonesia. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 6(3), 2967–2979. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i3.866>
- Harijanto, G. T., Linawati, N., Manajemen, P. S., Petra, U. K., Manajemen, P. S., & Petra, U. K. (2021). Peran Electronic Payment System Sebagai Mediator Financial Advice Seeking , Financial Anxiety Dan Financial Capability Terhadap Financial Satisfaction. *E-Prosiding Seminar Nasional*, 178–181.
- Khafidloh, S. N., Hermuningsih, S., & Maulida, A. (2021). Peran Fintech Terhadap Perkembangan UMKM di Yogyakarta. *Inovator : Jurnal Manajemen*, 10(2), 93–99.
- Kowo, S., Sabitu, O., & Adegbite, G. (2018). Influence of Competitive Strategies on Corporate Performance of Small and Medium Enterprises: A Case From Nigeria. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*, 3(ISSN 2414-584X), 14–33.
- Kusumastuti, A. D., & Tinangon, J. R. (2019). Penerapan Sistem Gpn (Gerbang Pembayaran Nasional) Dalam Menunjang Transaksi Daring. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 6(1), 56–64. <https://doi.org/10.26905/jbm.v6i1.3035>
- Lestari, D. A., Purnamasari, E. D., & Setiawan, B. (2020). Pengaruh Payment Gateway terhadap Kinerja Keuangan UMKM. *Jurnal Manajemen SDM, Pemasaran, Dan Keuangan*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.47747/jbme.v1i1.20>
- Maulidah, H., Krisdiyawati, & Utami, E. unggul S. (2022). Peran Financial Technology Berbasis Digital Payment System E-Wallet dalam Meningkatkan Literasi Keuangan. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 6, 3324–3332. <https://doi.org/https://doi.org/10.33395/owner.v6i4.1105>
- Maysaroh, S., & Diansyah, D. (2022). Pengaruh Peer To Peer Lender (P2P) Dan Payment Gateway Terhadap Kinerja UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19 Dengan E-commerce Sebagai Variabel Moderating. *Business Management Journal*, 18(2), 131. <https://doi.org/10.30813/bmj.v18i2.3021>
- Pangestu, R., & Rita, M. R. (2022). Penggunaan Payment Gateway “Go-Pay” Dan Kinerja UMKM: Studi Pada Coffee Shop Di Kota Salatiga. *Jurnal EBBANK*, 12(1), 17–26.
- Perdana, I. K. D., & Sinarwati, N. K. (2022). Penerapan Transaksi Payment Gateway berbasis QRIS pada UMKM (Study Empiris Pada Pedagang di Pantai Penimbangan). *Jurnal Manajemen*, 8(2), 331–337. <https://repo.undiksha.ac.id/9553/%0Ahttps://repo.undiksha.ac.id/9553/9/1717051396>
- Permata Sari, B., Rimbano, D., Marselino, B., Rusydi, G., Putra, R. I., & Mbeko, H. E. (2022). Determinasi Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan Usaha UMKM. *Owner : Riset & Jurnal Akuntansi*, 6(3), 2865–2874. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i3.928>
- Purnamasari, E. D. (2020). Pengaruh Payment Gateway dan Peer to Peer Lending (P2P) terhadap Peningkatan Pendapatan di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*,

- 11(1), 63. <https://doi.org/10.36982/jiegmk.v11i1.1063>
- Rajapathirana, R. P. J., & Hui, Y. (2017). Relationship between innovation capability , innovation type , and firm performance. *Journal of Innovation & Knowledge*, 1–16. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2017.06.002>
- Ramadhany, B. R. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Terhadap Produk Nurayya Sampo Dandruff Tanpa Kandungan Sls. *E-Jurnal*, 09, 51–59. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnal-tata-riasi/article/view/33580>
- Raymond, L., & Bergeron, F. (2008). Enabling the business strategy of SMEs through e-business capabilities. *Industrial Management & Data Systems*, 108(5), 577–595. <https://doi.org/10.1108/02635570810876723>
- Singh, R. K., Garg, S. K., & Deshmukh, S. G. (2008). Strategy development by SMEs for competitiveness: A review. *Benchmarking: An International Journal*, 15(5), 525–547. <https://doi.org/10.1108/14635770810903132>
- Sunaryo, S., & Utami, H. (2021). Kecurangan pelaporan keuangan organisasi kemahasiswaan: perspektif crowe's fraud pentagon theory. *Jurnal Akuntansi Aktual*, 8(1), 51–64. <https://doi.org/10.17977/um004v8i12021p051>
- Tambunan, T. T. H. (2017). *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah* (pp. 1–260). Ghalia Indonesia.
- Teeratansirikool, L., Siengthai, S., Badir, Y., & Charoenngam, C. (2013). Competitive strategies and firm performance: The mediating role of performance measurement. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 62(2), 168–184. <https://doi.org/10.1108/17410401311295722>
- Wardani, A. P. Y. K., & Darmawan, N. A. S. (2020). Peran Financial Technology pada UMKM: Peningkatan Literasi Keuangan Berbasis Payment Gateway. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 10(2), 170. <https://doi.org/10.23887/jiah.v10i2.25947>