



**Analisis Transaksi Pembayaran Menggunakan *Fintech* Pada
UMKM di Indonesia: Pendekatan *Adaptive Structuration Theory***

Diardo Luckandi,
S.Kom.

*Tesis diajukan sebagai syarat untuk meraih gelar Magister Komputer
Konsentrasi Sistem Informasi Enterprise
Program Magister Teknik Informatika
Program Pascasarjana Fakultas Teknologi Industri
Universitas Islam Indonesia*

2018

Lembar Pengesahan Pembimbing

**Analisis Transaksi Pembayaran Menggunakan Fintech Pada UMKM di Indonesia:
Pendekatan Adaptive Structuration Theory**

Diardo Luckandi,

S.Kom.

15917107



Yogyakarta, Juli, 2018

الجامعة الإسلامية
الابستد الاندو

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Wing Wahyu Winarno'.

Wing Wahyu Winarno, Dr., MAFIS, Ak., CA.

Lembar Pengesahan Penguji

Analisis Transaksi Pembayaran Menggunakan Fintech Pada UMKM di Indonesia:
Pendekatan Adaptive Structuration Theory

Diardo Luckandi,

S.Kom.

15917107

Yogyakarta, Juli, 2018

Tim Penguji,

Wing Wahyu Winarno, Dr., MAFIS, Ak., CA.

Ketua

Kholid Haryono, S.T., M.Kom.

Anggota I

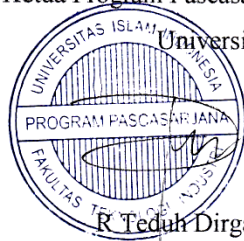
Taufiq Hidayat, S.T., MCS.

Anggota II

Mengetahui,

Ketua Program Pascasarjana Fakultas Teknologi Industri

Universitas Islam Indonesia



R. Teduh Dirgahayu, S.T., M.Sc., Ph.D.

Abstrak

Analisis Transaksi Pembayaran Menggunakan Fintech Pada UMKM di Indonesia: Pendekatan Adaptive Structuration Theory

Penggunaan Teknologi seharusnya dapat menjadi strategi bagi pelaku UMKM untuk menjalankan bisnisnya. Dengan didukung oleh berbagai peraturan dan fasilitas oleh pemerintah maupun swasta, pelaku UMKM sebaiknya dapat memanfaatkan teknologi sebaik-baiknya sesuai dengan kebutuhan bisnisnya. Fintech menjadi sebuah layanan keuangan yang dapat membantu pelaku untuk melakukan transaksi pembayaran, dengan berbagai keuntungan yang dijanjikan. Pada kenyataannya, banyak faktor-faktor yang dapat mendukung atau menghambat pelaku UMKM untuk menggunakan teknologi ini. Adaptive Structuration Theory dapat digunakan untuk mencari faktor-faktor tersebut, sehingga ditemukan sebuah kesimpulan yang dapat digunakan oleh berbagai pihak yang terlibat dalam penggunaan teknologi ini.

Kata kunci

fintech, pembayaran, transaksi, umkm

Abstract

Analysis Usage of Fintech for Payment Transaction on SME in Indonesia: Adaptive Structuration Theory Approach

Usage of Technology should have become a strategy to the micro-enterprise's businessman to do their business. With support from many rules and facilities from the government or private companies, the businessman should be able to take advantage of technology as well according to their business's needs. Fintech become a financial services that can help them to make payment transactions with the promised benefit. In fact, many factors that can support or become the obstacle them to while use this technology. Adaptive Structuration Theory can be used to search for these factors, so that a conclusion can be found for various party involved in the use of this technology.

Keywords

fintech, micro-enterprise, payment, transaction


Pernyataan Keaslian Tulisan

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis ini merupakan tulisan asli dari penulis, dan tidak berisi material yang telah diterbitkan sebelumnya atau tulisan dari penulis lain terkecuali referensi atas material tersebut telah disebutkan dalam tesis. Apabila ada kontribusi dari penulis lain dalam tesis ini, maka penulis lain tersebut secara eksplisit telah disebutkan dalam tesis ini.

Dengan ini saya juga menyatakan bahwa segala kontribusi dari pihak lain terhadap tesis ini, termasuk bantuan analisis statistik, desain survei, analisis data, prosedur teknis yang bersifat signifikan, dan segala bentuk aktivitas penelitian yang dipergunakan atau dilaporkan dalam tesis ini telah secara eksplisit disebutkan dalam tesis ini.

Segala bentuk hak cipta yang terdapat dalam material dokumen tesis ini berada dalam kepemilikan pemilik hak cipta masing-masing. Apabila dibutuhkan, penulis juga telah mendapatkan izin dari pemilik hak cipta untuk menggunakan ulang materialnya dalam tesis ini.

Yogyakarta, Mei, 2018


Diardo Luckandi, S.



Daftar Publikasi

Publikasi yang menjadi bagian dari tesis

Luckandi, D. (2018). *Analisis transaksi pembayaran menggunakan fintech pada umkm di indonesia: pendekatan adaptive structuration theory*. *JIKO - STMIK AKAKOM YOGYAKARTA*, 3(2).

Kontributor	Jenis Kontribusi
Diardo Luckandi	Mendesain eksperimen (100%) Menulis <i>paper</i> (100%)

Halaman Kontribusi

Tidak ada kontribusi dari pihak lain.

Halaman Persembahan

Tesis ini saya persembahkan untuk:

1. Allah SWT., atas segala limpahan rahmat, berkah, serta rezekinya;
2. Nabi Muhammad SAW., atas segala teladan yang memberikan inspirasi dalam kehidupan;
3. Bapak Wing Wahyu Winarno, Dr., MAFIS, Ak., CA., yang telah memberikan bimbingan untuk menyelesaikan tesis ini, baik moral maupun material serta waktu yang telah diluangkan;
4. Bapak Kholid Haryono, S.T., M.Kom., Bapak Taufiq Hidayat, S.T., MCS., Bapak R Teduh Dirgahayu, S.T., M.Sc., Ph.D., yang telah menguji tesis ini, dan memberikan masukan serta waktunya terhadap tesis ini;
5. Bapak R Teduh Dirgahayu, S.T., M.Sc., Ph.D., selaku Ketua Program Pascasarjana Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia;
6. Dosen serta staf Program Pascasarjana Magister Teknik Informatika Universitas Islam Indonesia atas waktu dan tenaga yang tercurahkan selama periode pembelajaran;
7. Ayah dan Bunda, serta adik-adik tercinta yang memberikan doa dan dukungan penuh terhadap proses pembelajaran ini;
8. Teman-teman angkatan 12 seperjuangan yang senang hati untuk bekerja sama dalam proses pembelajaran ini;
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu atas bantuan, kebaikan, serta doa dan dukungannya.

Kata Pengantar

Puji syukur saya haturkan ke hadirat Allah SWT., yang selalu melimpahkan rahmat dan rezekinya. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Rasulullah Nabi Muhammad SAW., yang selalu memberikan contoh dan teladannya bagi umat manusia. Berkat rahmat, rezeki, serta teladan tersebut, saya dapat menyelesaikan penulisan tesis ini dengan baik. Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Magister Komputer pada Universitas Islam Indonesia. Tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sulit untuk menyelesaikan tesis ini. Saya mengucapkan banyak terima kasih kepada orang tua, dosen, staf akademisi, serta teman-teman yang bersama berjuang atas dukungan kebaikan dan doa selama proses pembelajaran. Akhir kata saya berdoa semoga Allah SWT., membalas semua kebaikan kepada seluruh pihak yang membantu proses pembelajaran ini. Semoga tesis ini berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya bidang informasi dan komputer.

Yogyakarta, Juli 2018

Diardo Luckandi

Daftar Isi

Lembar Pengesahan Pembimbing	i
Lembar Pengesahan Penguji	ii
Abstrak	iii
Abstract	iv
Pernyataan Keaslian Tulisan	Error! Bookmark not defined.
Daftar Publikasi.....	vi
Halaman Kontribusi	vii
Halaman Persembahan	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi.....	x
BAB 1 Pendahuluan	1
1.1. Pendahuluan	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Kontribusi Penelitian	5
1.5. Metodologi Penelitian	6
1.6. Struktur Laporan.....	7
BAB 2 Tinjauan Pustaka	9
2.1. Transaksi Pembayaran.....	9
2.2. <i>Financial Technology (Fintech)</i>	10
2.3. <i>Fintech</i> Sebagai Sarana Transaksi Pembayaran Elektronik	11
2.4. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	13
2.5. Penerapan Transaksi Pembayaran Menggunakan <i>Fintech</i> pada UMKM.....	15
2.6. <i>Adaptive Structuration Theory (AST)</i>	16
BAB 3 Metodologi Penelitian	21

3.1.	Latar Belakang Kontekstual	21
3.2.	Tahapan Penelitian	21
3.2.1.	Menentukan Objek Penelitian	21
3.2.2.	Konstruk Utama, Proposisi, dan Kecocokan (<i>Appropriation</i>).....	22
3.2.3.	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.3.	Teknik Analisis Data	27
BAB 4 Hasil dan Pembahasan		28
4.1.	Analisis Hasil Wawancara.....	28
4.1.1.	Sumber Struktur (P1)	28
4.1.2.	Sistem Internal (P6).....	31
4.1.3.	Sumber Struktur Baru (P3).....	32
4.1.4.	Sumber Struktur Sosial Baru (P4).....	34
4.1.5.	Keputusan Menggunakan <i>Fintech/Decision Process</i> (P5).....	35
4.1.6.	Hasil Penerapan <i>Fintech/Decision Outcomes</i> (P7)	40
4.2.	Pembahasan	43
4.3.	Faktor Pendukung dan Penghambat	49
4.3.1	Faktor Pendukung	50
4.3.2	Faktor Penghambat.....	51
4.4.	Pola Penerapan <i>Fintech</i> pada UMKM.....	52
BAB 5 Kesimpulan dan Saran		56
5.1	Kesimpulan.....	56
5.2	Saran	56
DAFTAR PUSTAKA		58
LAMPIRAN.....		62

BAB 1

Pendahuluan

1.1. Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) saat ini menjadi bagian yang sangat penting bagi negara Indonesia karena 99,99% bentuk usaha di Indonesia adalah berupa UMKM (Depkop, 2012). UMKM berkembang sangat cepat (Suci, 2017) dalam kurun waktu belakangan ini. Berbagai bentuk UMKM tumbuh dengan sendirinya tanpa perlu bimbingan dari suatu lembaga. Fasilitas serta ilmu untuk menjalankan UMKM dapat ditemukan pada berbagai sarana. Pemanfaatan teknologi menjadi tantangan tersendiri bagi UMKM untuk dapat bertahan pada era saat ini. Fungsi utama dari pemanfaatan teknologi adalah untuk dapat memudahkan setiap transaksi yang dilakukan. Sayangnya di Indonesia, kemudahan ini kurang dimanfaatkan oleh pelaku bisnis serta pelanggannya. Sebuah penelitian tentang permasalahan UMKM menyebutkan bahwa permasalahan penggunaan serta pemanfaatan teknologi masih menjadi masalah utama bagi UMKM (Maier, 2016). Teknologi yang sering digunakan untuk kebutuhan proses transaksi dewasa ini adalah *fintech*.

Fintech adalah singkatan dari *financial technology*, sebuah bentuk layanan finansial berbasis teknologi yang sedang berkembang di dunia. *Fintech* memiliki berbagai bentuk layanan seperti *payment fintech*, *information fintech*, *financial SaaS fintech*, *capital market fintech*, *crowdfunding fintech*, *Peer to Peer Lending* (“FinTech Indonesia dan Perkembangannya | KoinWorks Blog,” n.d.). Teknologi atau layanan ini adalah sebuah bentuk yang dapat menjadi alternatif bagi institusi keuangan serta penggunaannya dalam memberikan dan mendapatkan layanan. *Fintech* dapat berperan sebagai pengantar layanan kepada pengguna yang sebelumnya tidak tercapai oleh institusi atau layanan tradisional yang sudah ada. Beberapa bentuk dari *fintech* menjadi terobosan karena dapat mengubah produk-produk keuangan tradisional menjadi banyak variasinya. Misalnya pada solusi simpan-pinjam, dengan *fintech* UMKM dapat mengakses sarana pembiayaan yang sebelumnya terkendala birokrasi pada lembaga keuangan lain, seperti bank. *Fintech* mempermudah proses pembiayaan seperti dapat memberikan pinjaman tanpa agunan. Pemberi pinjaman dapat berasal dari masyarakat yang memiliki uang lebih dalam jumlah berapapun, serta peminjam dapat berasal dari masyarakat manapun serta dalam jumlah berapapun. Hal ini menghapuskan beberapa syarat-syarat dan birokrasi yang pada awalnya ada pada institusi sebelumnya dengan tetap diawasi oleh pemerintah.

Fintech dapat berperan sebagai alat atau teknologi untuk mempermudah proses transaksi antara pembeli dan penjual serta dapat mengurangi celah atau kecurangan dalam proses transaksi tersebut. *Fintech* juga dapat disebut sebagai sebuah proses pembayaran yang sah tanpa

perlu menggunakan instrumen kertas (Junadi & Sfenrianto, 2015). *Fintech* hadir sebagai pelengkap sistem keuangan yang sudah ada, bukan sebagai pengganti. Bentuk layanan *fintech* yang memfasilitasi proses transaksi pembayaran yang akan secara spesifik dibahas pada penelitian ini, yang selanjutnya akan disebut sebagai *fintech* saja. Layanan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah layanan dengan merk “Go-Pay” dari PT. Gojek Indonesia, karena transaksi menggunakan merk ini mewakili 30% penggunaan *e-payment* di Indonesia (Mella & Naufal, n.d.).

Berbagai solusi yang ditawarkan oleh *fintech* di atas sudah mulai menjadi tren di dunia seiring dengan perkembangan teknologi. Solusi simpan pinjam dengan bentuk *crowdfunding* menjadi bentuk yang populer di berbagai negara maju. Bentuk lain yang berkembang dan disenangi di berbagai negara adalah *e-payment*; sebuah layanan pembayaran *cashless* untuk mengurangi kecurangan serta kesalahan dalam bertransaksi. Solusi ini sudah mulai diterapkan di Indonesia seperti untuk pembayaran jalan tol, serta pembayaran di berbagai gerai modern yang menjamur di seluruh pelosok Indonesia. Berbagai keuntungan telah diperoleh dari solusi *e-payment* di Indonesia, seperti masyarakat merasa aman untuk melakukan transaksi, kemudahan bertransaksi, mudah dipelajari, serta perasaan menyenangkan saat menggunakan *e-payment* (Junadi & Sfenrianto, 2015).

Dengan berbagai fakta di atas, maka sangat mungkin bagi *fintech* untuk berkembang di Indonesia. Bahkan di Indonesia, *Fintech* menjadi solusi yang sudah diawasi oleh pemerintah melalui lembaga Bank Indonesia (BI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Sayangnya, penyerapan jasa ini masih kurang di Indonesia. OJK regional Bali menyebutkan bahwa layanan keuangan berbasis teknologi masih kurang diperhatikan oleh masyarakat (Ananta, n.d.). UMKM mewakili 98% porsi pengusaha yang belum terlayani secara finansial. Padahal masyarakat di dunia menganggap layanan teknologi berbasis teknologi yang sedang berkembang dapat menjadi alternatif pada layanan finansial sejak layanan konvensional banyak mengalami permasalahan dan skandal pada krisis ekonomi tahun 2008 (Gelis, 2016).

Abrahão dkk, pada tahun 2016 meneliti tentang adopsi pembayaran secara *mobile* menggunakan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) di Brazil. Mereka melakukan survey terhadap pengguna dari suatu operator di Brazil yang berpotensi menggunakan pembayaran secara *mobile* dengan berbagai tipenya (prabayar, pascabayar, dan lain-lain). Metode *sampling* digunakan secara non-probabilistik karena kemudahan mengakses data dari operator di atas. Permasalahan yang ditemukan pada penelitian di atas adalah kurangnya sumber daya teknologi yang meliputi *traditional phone* dan *smartphone* di Brazil. Hal lain yang menyebabkan kurangnya adopsi adalah peraturan yang belum selesai terdefiniskan di Brazil (Abrahão, Moriguchi, & Andrade, 2016).

Leong dkk, pada tahun 2017 meneliti tentang tipe pengguna *fintech* yang berupa layanan pinjaman di Cina. Mereka melakukan penelitian tentang fenomena perilaku dan sifat peminjam secara kualitatif yang hasilnya dapat digunakan oleh perusahaan rintisan untuk mengambil kesimpulan agar layanannya dapat berhasil secara bisnis. Hasil yang didapatkan adalah suatu perusahaan *fintech* di Cina dapat melejit bisnisnya karena mereka menawarkan pinjaman terhadap peminjam yang berasal dari kalangan mahasiswa. Mahasiswa mau meminjam karena kebanyakan dari mereka tidak dapat melakukan pinjaman kepada bank karena tidak *bankable*. Pada awalnya, mahasiswa banyak melakukan pinjaman untuk kebutuhan tersier mereka seperti membeli *smartphone* dan laptop. Hal ini dirasakan beresiko tinggi terhadap pemberi pinjaman karena barang tersebut turun harganya serta bukan merupakan kebutuhan bisnis yang terlalu penting. Untuk mengurangi resiko tersebut, perusahaan *fintech* di atas mengeluarkan produk *fintech* lain yang berupa investasi serta perdagangan agar peminjam yang kebanyakan berasal dari mahasiswa tetap dapat menstabilkan kondisi keuangannya (Leong, Tan, Xiao, Tan, & Sun, 2017).

Dari berbagai penelitian di atas, dapat digambarkan keadaan *fintech* di Brazil dan Cina. Namun, bermacam aspek meliputi infrastruktur, letak geografis, budaya, serta aspek lainnya dapat menghasilkan kesimpulan yang berbeda pula. Perbedaan aspek tersebut menjadi hal yang menarik untuk melakukan penelitian tentang *fintech* di Indonesia. Akan muncul aspek selain aspek yang sudah pernah ditemukan oleh peneliti lain yang mungkin hanya dapat terjadi di Indonesia.

Penelitian ini akan menganalisis penggunaan *fintech* di Indonesia khususnya sebagai metode pembayaran pada UMKM di kota Yogyakarta dan sekitarnya dengan kriteria usaha “kecil” sesuai dengan UU No. 20 Tahun 2008, yaitu kriteria usaha yang memiliki aset Rp 50.000.000 sampai dengan Rp 500.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki omset tahunan Rp 300.000.000 sampai Rp 2.500.000.000. Kriteria “kecil” ini dipilih karena banyak fenomena yang terjadi, usaha masih dalam tahap pengembangan, belum terlalu matang dalam memiliki sifat kewirausahaan sehingga dapat dilihat margin atau perbedaannya antara usaha yang menerapkan *fintech* atau tidak.

Tujuan penelitian ini adalah agar dapat ditemukan faktor-faktor yang mengakibatkan tidak diperhatikannya layanan keuangan berbasis teknologi oleh masyarakat khususnya UMKM (Ananta, n.d.) serta faktor-faktor yang mengakibatkan tidak optimalnya penggunaan uang elektronik (Khatimah & Halim, 2014). Dengan tidak diperhatikannya layanan ini, makan dapat menimbulkan tidak berkembangnya bisnis suatu UMKM yang dapat mengakibatkan tidak berhasilnya percepatan pertumbuhan ekonomi yang sudah direncanakan oleh pemerintah, serta tidak ditemukannya efisiensi proses bisnis pada bisnis mereka. Hal ini akan berujung kepada

perekonomian Indonesia yang kurang bersaing dalam menghadapi persaingan bisnis secara global. Argumen ini didasari dengan berbagai data penggunaan *fintech* di dunia yang ternyata dapat membantu roda perekonomian mereka. Seperti di Amerika pada 2010 yang hanya mendapatkan \$0.15 milyar untuk memberikan pinjaman melalui *fintech*, dapat berkembang menjadi \$10.1 milyar pada tahun 2015 pada perangkat ini saja; meningkat sebesar 97%. Sedangkan di Inggris meningkat sebanyak 130% pada 5 tahun terakhir sebesar £2.3 milyar pada tahun 2015 (Maier, 2016). Tentu jika dibandingkan dengan berbagai data di atas, posisi Indonesia masih tertinggal jauh. Selain itu, UMKM juga tidak dapat bersaing dengan pelaku bisnis *e-commerce* karena faktor kemudahan transaksi yang mengakibatkan pelanggan dapat berpindah menggunakan layanan *e-commerce* (Junadi & Sfenrianto, 2015). Sementara jika dibandingkan dengan negara tetangga, menurut data dari Asian Development Bank per Januari 2017, posisi Indonesia tertinggal jauh dalam pemanfaatan *fintech* khususnya penggunaan fasilitas *e-payment* dan transfer dengan Filipina. Rasio perbandingan yang diperoleh dari penyedia layanan keuangan berupa perbandingan antara jumlah nasabah yang menggunakan layanan *fintech* terhadap jumlah nasabah keseluruhan. Filipina memperoleh angka 75% sedangkan Indonesia masih tertinggal jauh di angka 35%. Kamboja masih sedikit lebih baik dari Indonesia yaitu pada angka 40%. Indonesia hanya dapat mengungguli Myanmar yang hanya memperoleh angka 11%. Tentunya data di atas mengabaikan luas wilayah masing-masing negara (ADB, 2017).

Indonesia menjadi negara primadona dalam mengembangkan *fintech*. Pada tahun 2016, layanan *e-payment* “Go-Pay” milik PT. Gojek Indonesia menjadi layanan 4 besar bersama layanan *e-payment* lain milik perbankan konvensional. Layanan “Go-Pay” dapat meroket menjadi 4 besar dengan waktu yang singkat dan tidak seimbang jika dibandingkan dengan waktu pengembangan dan permodalan dari layanan milik bank konvensional. Tetapi dengan waktu dan modal tersebut, “Go-Pay” terbukti dapat berkembang dengan cepat dan tetap dalam kondisi yang baik dan stabil, serta siap bersaing dengan layanan lainnya (Chadha, 2017). Selanjutnya, sisi teknologi pada layanan finansial di Indonesia masih menjadi “ladang rumput hijau” yang memiliki kesempatan besar untuk dikelola dan dikembangkan (Lee, 2017). Seiring dengan pemerintah Indonesia yang terus menyiapkan regulasi serta unsur teknis pelaksanaannya, hal ini dapat menjadi peluang bagi masyarakat Indonesia untuk berkembang dalam berbagai sisi seperti lapangan pekerjaan serta inovasi berbagai proses bisnis. Mau tidak mau peluang ini harus diambil oleh Indonesia jika tidak mau tertinggal dengan negara tetangga.

Adaptive Structuration Theory adalah sebuah teori yang menggunakan strukturasi untuk menemukan fakta serta hal-hal yang digunakan untuk mengambil keputusan (Desanctis, Poole, & Zmud, 1994). AST terdiri dari beberapa strukturasi, yang masing-masingnya memiliki

konstruk untuk ditemukan kesesuaiannya, lalu dapat dideskripsikan yang menjadi pertimbangan untuk mengambil suatu keputusan atau keluaran. Teori ini digunakan karena dapat dimodifikasi sesuai dengan kebutuhan topik penelitian.

1.2. Rumusan Masalah

Karena penyerapan *fintech* khususnya pada penggunaan *e-payment* kurang diperhatikan dan digunakan di Indonesia, maka penelitian ini akan melakukan analisis tentang penggunaan *fintech* secara khusus dalam bentuk penggunaan *e-payment* oleh UMKM di kota Yogyakarta dan sekitarnya dengan kriteria usaha “kecil” dan “menengah” pada sektor usaha kuliner. Rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah faktor-faktor yang mendukung dan menghambat pengguna dalam menggunakan layanan *e-payment*?
2. Bagaimana pola penggunaan *e-payment* pada sektor tersebut?

Cara yang digunakan untuk mendapatkan hasil tersebut adalah dengan menggunakan *Adaptive Structuration Theory* (AST) (Desanctis et al., 1994) karena strukturasi yang terdapat pada penelitian ini dapat dimodifikasi sesuai dengan kebutuhan topik penelitian.

1.3. Tujuan Penelitian

Hasil penelitian ini berupa faktor-faktor yang mempengaruhi dan pola penggunaan *fintech* sebagai sarana transaksi pembayaran elektronik di Indonesia. Tujuan penelitian agar dapat digunakan sebagai pedoman oleh penyelenggara bisnis *fintech*, penggunanya, serta berbagai pelaku lain seperti pemerintah agar *fintech* di Indonesia dapat berkembang dan bersaing dengan negara lain. Hal ini juga dapat menjadi pedoman untuk mendukung Peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 74 tahun 2017 tentang Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik tahun 2017-2019.

1.4. Kontribusi Penelitian

Secara praktis, penelitian ini bermanfaat untuk memberikan pengetahuan kepada penyelenggara serta pengguna *fintech* khususnya UMKM di Indonesia agar lebih memilih menggunakan *fintech* khususnya sebagai metode pembayaran demi perkembangan bisnisnya. Secara teoritis, penelitian ini bermanfaat untuk menambah riset empiris tentang penggunaan teknologi untuk layanan keuangan yang dengan keberadaannya dapat mendukung roda ekonomi Indonesia seperti negara lain yang sudah sukses menerapkan teknologi ini.

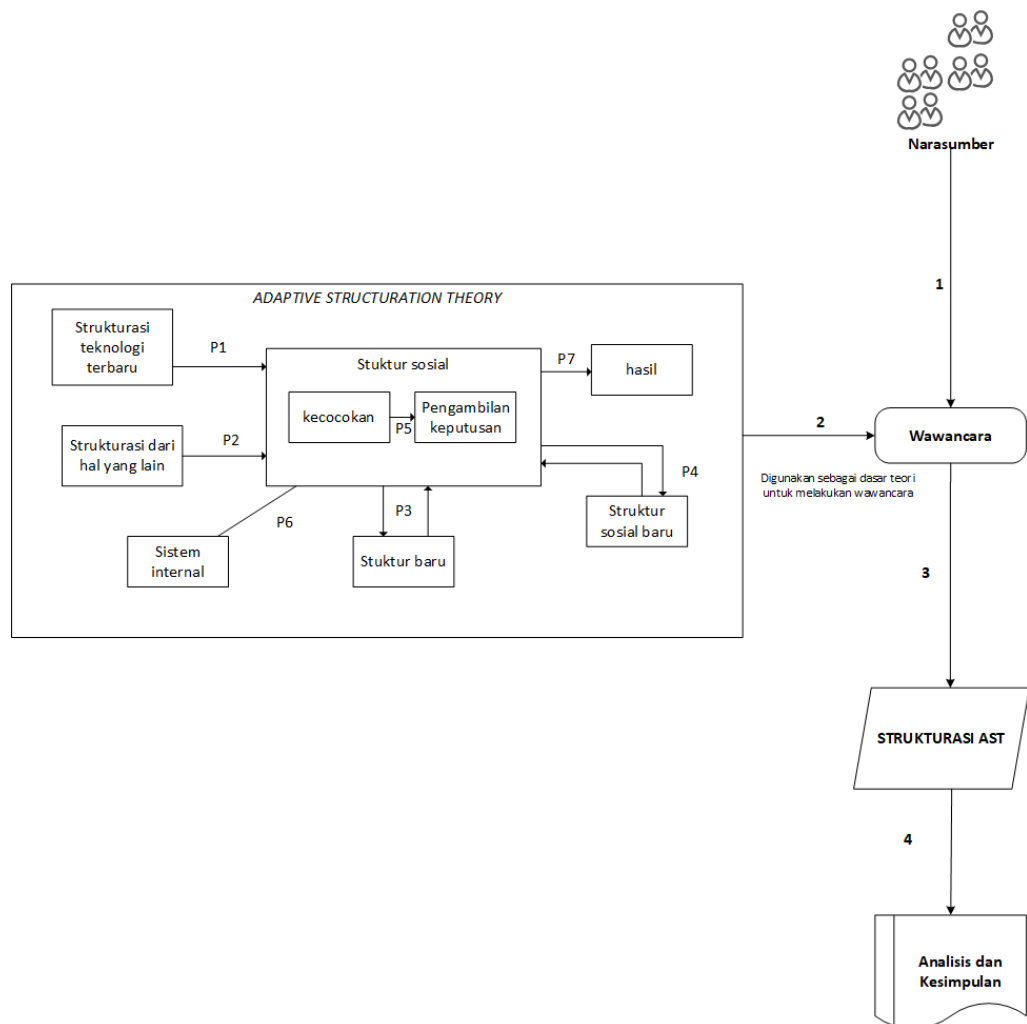
Selain itu, penelitian ini akan memberikan pengetahuan tentang keunggulan *e-payment* jika dibandingkan dengan metode konvensional seperti kecepatan bertransaksi, keamanan nilai

mata uang, serta mengurangi kesalahan dalam bertransaksi. Dengan *e-payment*, transaksi dilakukan oleh mesin sehingga dapat berproses secara cepat. Nilai mata uang tidak akan hilang jika terjadi bencana seperti kebakaran atau banjir. Uang fisik akan dapat rusak sehingga hilang nilai mata uangnya. Lalu kesalahan dalam bertransaksi dapat menurun karena dilakukan secara elektronik, serta dapat diaudit menggunakan catatan transaksi atau *log*.

1.5. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian secara kualitatif digunakan agar hasil pada setiap strukturasi dapat menjadi bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan. Dengan menggunakan teori strukturasi ke berbagai struktur implementasi *fintech* pada UMKM, maka didapatkan faktor-faktor yang mempengaruhi suatu *fintech* berhasil atau gagal diimplementasikan. Berbagai aktor yang terlibat serta berbagai peran mendapatkan evaluasi tentang aksi dan tugas secara nyata untuk mendukung keberhasilan implementasi. Keuntungan menerapkan teori ini adalah mendapatkan evaluasi secara berlapis; memudahkan distribusi aksi dan tugas serta tanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan implementasi. Metode pengumpulan informasi dilakukan dengan menggunakan 2 cara yaitu wawancara dan observasi. Berikut adalah tahapan penelitian ini:

1. Menentukan objek penelitian
2. Membuat proposisi sesuai dengan konstruk pada AST
3. Pengumpulan data dari narasumber (wawancara dan observasi)
4. Analisis hasil wawancara dengan berdasarkan strukturasi dan kecocokan
5. Mengolah hasil dan menarik kesimpulan (faktor-faktor & pola penggunaan)



Gambar 1.1. Model penggunaan *Adaptive Structuration Theory*

1.6. Struktur Laporan

Penulisan tesis ini menggunakan struktur tradisional (*monograph*) yang terdiri dari 5 bab, yang pada setiapnya terdiri dari beberapa sub-bab seperti penjelasan singkat sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang pendahuluan beserta latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi ilmiah, serta metodologi penelitian secara singkat.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang kajian terhadap teori yang akan digunakan, serta penelitian yang sudah pernah dilakukan yang relevan serta memiliki keterkaitan terhadap permasalahan penelitian ini. Tinjauan mengenai transaksi pembayaran, *fintech*, UMKM, dan *Adaptive Structuration Theory*.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas tentang kerangka, tahapan proses, serta alat bantu penelitian secara spesifik dan mendetail. Didalamnya termasuk data-data yang diperlukan untuk dapat membangun argumen penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan hasil dari proses penelitian setelah memperoleh data yang diperlukan beserta temuan pendukung yang relevan. Hal ini digunakan untuk memperoleh hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merumuskan kesimpulan atas hasil penelitian serta memberikan saran terhadap penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Bagian ini memuat semua sumber kepustakaan yang digunakan dalam penelitian yang dapat berasal dari penelitian lain, buku, tesis, disertasi, jurnal publikasi serta temuan melalui daring.

LAMPIRAN

Lampiran akan memuat semua dokumen yang diperlukan dan digunakan dalam penyusunan penelitian ini

BAB 2

Tinjauan Pustaka

2.1. Transaksi Pembayaran

Transaksi adalah sebuah kegiatan yang menimbulkan perubahan terhadap suatu nilai, yang dapat berupa uang maupun harta benda. Selain itu, transaksi adalah sebuah penanda terjadinya proses pemindahan untuk sebuah barang atau jasa yang dapat dipisahkan dari antarmuka teknologi (Williamson, 1985). Sebuah transaksi berhasil dilakukan jika suatu nilai tersebut berpindah ke pihak lain dengan konsekuensi mendapatkan bentuk nilai yang lainnya. Menurut Williamson, suatu transaksi pada suatu teknologi belum dapat terjadi jika belum ada kesepakatan antara pihak yang bersangkutan untuk menggunakan teknologi tersebut (Williamson, 1985). Artinya, jika menggunakan teknologi untuk bertransaksi secara sepihak, maka transaksi tersebut belum sah, dan dapat disangkal oleh pihak lain yang bersangkutan. Dalam transaksi, terdapat sebuah administrasi transaksi. Administrasi transaksi adalah metode pencatatan transaksi tersebut yang berguna sebagai bukti jika telah melakukan transaksi. Berbagai macam bentuk transaksi telah beredar di masyarakat, seperti perjanjian hutang-piutang, barter, kredit, tanda terima, serta transaksi yang paling sering terjadi adalah transaksi tunai.

Pembayaran adalah sebuah persetujuan antara dua pihak atau lebih untuk menukarkan sebuah nilai dengan nilai yang lain, seperti pembayaran barang, pembayaran pertukaran nilai mata uang, pembayaran hutang, pembayaran gaji, dan lain-lain (“Payment - Wikipedia,” n.d.). Sebuah pembayaran memiliki kegiatan yang bersifat transaksional, yaitu kedua belah pihak atau lebih saling setuju dengan masing-masing nilai yang ditukarkan. Maka transaksi pembayaran adalah perjanjian atau persetujuan kedua belah pihak atau lebih untuk menukarkan sebuah nilai dengan nilai yang lain. Transaksi pembayaran ini dapat dicatat pada sebuah administrasi transaksi pembayaran yang menjadi bukti bahwa transaksi pembayaran antara kedua belah pihak atau lebih pernah terjadi. Sebuah transaksi pembayaran biasanya terdiri dari tanggal, pihak yang berkaitan, serta jumlah pembayaran yang disetujui. Sebuah administrasi transaksi pembayaran saat ini biasa disebut sebagai kuitansi atau *invoice*.

Seiring dengan perkembangan zaman, berbagai macam bentuk transaksi pembayaran ikut berkembang dengan berbagai sarana atau alat. Transaksi saat ini dapat dilakukan dengan uang tunai, uang elektronik, kartu debit, kartu kredit, serta alat lainnya. Bentuk tersebut dapat bervariasi lagi seperti menggunakan *Cash on Delivery* (COD) yaitu pembeli akan membayarkan transaksinya saat barang tiba di tempat. Bentuk lain yang populer adalah transaksi pembayaran

kredit, yang mana pembeli dapat menerima barangnya diawal, lalu pembeli membayarkan barangnya dalam bentuk cicilan. Variasi bentuk pembayaran saat ini dapat berupa:

1. *Voucher* belanja
2. Poin
3. *Deposit*
4. *E-Currency* atau mata uang elektronik
5. Transfer bank, dan sebagainya.

2.2. Financial Technology (Fintech)

Fintech, sebuah bentuk layanan finansial yang berbasis teknologi yang saat ini menjadi tren di dunia baik berupa perangkatnya maupun bisnisnya (Amalia, Chishti, & Barberis, 2016). Istilah *fintech* sendiri adalah hasil singkatan dari *financial technology*. Amerika dan Cina menjadi negara terbesar pada tahun 2015 yang memberikan investasinya melalui *fintech*, sedangkan Cina menjadi negara yang memiliki inovasi terbaru terhadap perkembangan *fintech* di negaranya. Hal ini diperkuat dengan adanya perusahaan Alibaba di Cina yang sudah sangat stabil dan sangat mendukung perkembangan *fintech* di Cina. Di Asia Tenggara, Singapura menjadi negara tetangga terdekat yang pemerintahannya sangat memperhatikan *Fintech*. Hal ini dengan sangat sederhana dapat diperhatikan dari banyaknya perangkat teknologi yang digunakan untuk melakukan kegiatan transaksional seperti di toko-toko serta kendaraan umum di Singapura. Selain mempermudah, perangkat-perangkat *fintech* juga mempercepat transaksi serta mengurangi adanya kesalahan dalam bertransaksi (“FinTech Indonesia dan Perkembangannya | KoinWorks Blog,” n.d.).

Pengertian *fintech* meluas menjadi keseluruhan layanan finansial yang berbasis teknologi, bukan lagi suatu lembaga swasta non-bank yang berbisnis di area ini saja. Bank konvensional juga dapat menggunakan *fintech* sebagai alat dan menyediakan layanannya untuk menjalankan bisnisnya. Maka saat ini di Indonesia, *fintech* sudah didukung oleh BI dan OJK pada penggunaannya. OJK telah membuat Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi pada akhir tahun 2016 (“POJK Nomor 77/POJK.01/2016,” n.d.). Hal ini mengatur industri keuangan yang menjual dan menggunakan *fintech* di Indonesia. Saat ini di Indonesia; berdasarkan jenis penggunaannya, dipisahkan menjadi bank dan non-bank. Istilah *fintech* sendiri lebih populer kepada perusahaan rintisan non-bank yang menyediakan layanan keuangan berbasis teknologi.

Pada bulan November tahun 2016 telah diresmikan sebuah *Fintech Office* oleh gubernur Bank Indonesia. Kantor *fintech* tersebut disiapkan agar dapat menjadi wadah dari berbagai persoalan yang mungkin timbul akibat diselenggarakannya *fintech* di Indonesia. Berbagai upaya

seperti mitigasi resiko, asesmen, serta evaluasi model bisnis *fintech* dilakukan sebagai bentuk dukungan perkembangan transaksi keuangan berbasis teknologi untuk Indonesia. Dengan berbagai bentuk upaya pemerintah di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *fintech* menjadi sebuah fenomena yang diperhatikan oleh pemerintah, serta diharapkan dapat membawa kemajuan bagi perkembangan ekonomi Indonesia. Layanan *fintech* yang tersedia di Indonesia tersedia banyak macamnya, seperti pembayaran (*payments*), investasi, pinjaman (*lending*), perencanaan keuangan, *financial aggregator* serta bentuk lainnya.

Sifat *fintech* yang sangat bergantung dengan teknologi ini juga mempengaruhi target dari *marketshare fintech* itu sendiri. Untuk mendapatkan pasar, *fintech* dapat memanfaatkan media sosial yang ada untuk melakukan promosi. *Fintech* memiliki berbagai cara untuk menyebarkan semua tentang *fintech* kepada calon penggunanya. Hal ini dapat dilakukan dengan mengadakan seminar, pertemuan antar pengguna *fintech*, serta menggunakan pola pikir milenium saat ini seperti pendekatan menggunakan aplikasi berbasis *mobile*, transparansi, serta hubungan jangka panjang yang dapat mempengaruhi calon penggunanya. Hal ini ternyata berpengaruh terhadap pendekatan yang dilakukan ke masyarakat, serta tentunya berpengaruh terhadap pendapatan dari produk dan jasa ini (“6 marketing trends in the FinTech industry | SecurionPay,” n.d.).

2.3. Fintech Sebagai Sarana Transaksi Pembayaran Elektronik

Transaksi pembayaran elektronik atau biasa disebut sebagai *e-payment* mulai menjamur di Indonesia. Sistem *e-payment* dapat diartikan sebagai infrastuktur dalam jaringan (daring) dan metode pembayaran sebagai sarana untuk bertukar nilai secara moneter melalui layanan internet (Ozkan, Bindusara, & Hackney, 2009). Pada negara maju, pembayaran menggunakan *e-payment* menjadi hal yang normal yang mencerminkan kedewasaan suatu *e-commerce* (Effah, 2016). Layanan *fintech* sebagai sarana atau alat untuk bertransaksi elektronik di saat ini sudah mulai diperhatikan. Mulai dari pemerintahan, bank, hingga swasta; berlomba-lomba untuk menyediakan layanan ini. Dari sektor pemerintahan, kota Jakarta memiliki “JakCard” dari Bank DKI yang pada awalnya digunakan untuk membayar transportasi *busway* di Jakarta. Seiring dengan perkembangannya, bank lain juga mulai meluncurkan produk layanan transaksi elektronik seperti “e-money” dari Bank Mandiri, “Flazz” dari Bank Central Asia, “TapCash” dari Bank Negara Indonesia.

Perusahaan telekomunikasi juga tidak mau kalah dalam mengembangkan produk ini. Dengan memanfaatkan jaringan yang sudah tersedia, mereka mulai menyediakan layanan seperti “t-cash” dari Telkomsel, “dompetku” dari Indosat, serta “XL Tunai” dari penyedia layanan telekomunikasi XL Axiata. Produk swasta lain seperti “Go-Pay” dari PT. Gojek Indonesia, “Doku Wallet” dari perusahaan Doku dan perusahaan-perusahaan lainnya. Umumnya, layanan

ini dapat berkembang bergantung dengan luasnya jaringan produk mereka yang sudah tersedia pada awalnya. Sehingga jaringan tersebut dapat dijadikan pondasi untuk menyediakan layanan transaksi tersebut.

Permasalahan mendasar yang terjadi dalam menerapkan teknologi ini adalah ketidakpercayaan masyarakat kepada teknologi ini. Nigeria dan Indonesia menjadi negara berkembang pada urutan pertama dan kedua yang paling banyak terjadi kecurangan atau celah pada layanan pembayaran elektroniknya (Adeyeye, 2008). Hal lain yang menyebabkan permasalahan ini terjadi adalah keraguan masyarakat untuk melakukan transaksi dengan orang yang tidak dikenal (Jennex, Amoroso, & Adalakun, 2004). Ini akan menyebabkan masyarakat lebih memilih untuk melakukan transaksi secara tradisional daripada secara daring.

Pada dunia usaha, layanan *fintech* sebagai sarana transaksi pembayaran elektronik sangat menunjang proses bisnis karena sifatnya transaksional. Sarana ini dapat mempermudah transaksi pembayaran pada dunia usaha, karena dapat mengurangi kesalahan serta dapat menanggulangi kecurangan. *Fintech* dapat mempercepat proses transaksi, yang dapat berimbas ke segala hal. Misalnya pada swalayan modern, dengan *fintech* maka proses transaksi akan menjadi cepat. Hal ini mengakibatkan pelanggan merasa nyaman dalam bertransaksi karena tidak harus menunggu lama. Dengan pelanggan yang merasa nyaman, maka akan ada kemungkinan pelanggan untuk kembali berbelanja di lain hari. Ini akan berimbas kepada keberlangsungan bisnis swalayan modern tersebut.

Penelitian terdahulu tentang pemanfaatan teknologi pembayaran elektronik pernah dilakukan (Abrahão et al., 2016). Untuk menemukan pemanfaatan serta adopsi teknologi pembayaran menggunakan *mobile* di Brazil, Abrahão dkk, melakukan penelitian terhadap pengguna jasa telekomunikasi pada sebuah perusahaan telekomunikasi. Dengan menggunakan UTAUT, Mereka melakukan survey terhadap 605 responden. Kriteria responden yang digunakan adalah pengguna yang sudah berpotensi untuk menggunakan pembayaran dengan *mobile* dengan berbagai variasi jumlah pendapatan, umur, serta pengalaman menggunakan perangkat *mobile*. Hasilnya, tujuan pemanfaatan pembayaran menggunakan *mobile* di Brazil dipengaruhi oleh *performance expectation*, *effort expectation*, *social influence*, dan *perceived risk*. Nilai yang didapatkan oleh *construct* tersebut adalah 76,2%. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan pembayaran menggunakan *mobile* di Brazil dipengaruhi oleh:

1. Harapan kinerja, yang berarti masyarakat Brazil menemukan harapan tentang kinerja metode pembayaran tersebut memiliki kinerja lebih baik dari metode pembayaran tradisional.

2. Harapan usaha, yang berarti metode pembayaran tersebut membutuhkan usaha yang lebih kecil daripada metode pembayaran tradisional. Ini berarti metode tersebut mempermudah proses transaksi.
3. Pengaruh sosial, yang berarti masyarakat Brazil terpengaruh oleh interaksi sosial dalam menerapkan metode tersebut. Ternyata, *construct* ini juga sering memiliki nilai positif yang sama pada penemuan lain.
4. Resiko yang didapatkan, yang berarti metode pembayaran ini memiliki resiko yang kecil dibandingkan dengan metode pembayaran tradisional seperti *debit card* dan *credit card*.

Menurut penelitian ini, *perceived cost* atau biaya yang dibebankan tidak menjadi masalah besar dalam menerapkan metode pembayaran ini. Karena biaya tersebut tidak terlalu besar menurut ukuran pengguna masyarakat Brazil.

2.4. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sebuah bentuk usaha produktif yang berdiri sendiri, dikelola oleh perorangan atau badan usaha, yang memiliki kekayaan tidak lebih dari Rp 10.000.000.000,- (sepuluh milyar rupiah) termasuk tanah dan bangunan tempat dan hasil penjualan tidak lebih dari Rp 50.000.000.000,- (lima puluh milyar rupiah) (Machmud & Sidharta, 2013). Bentuk usaha ini adalah bentuk yang paling populer di Indonesia, serta menjadi roda ekonomi Indonesia karena 99,99% bentuk usaha di Indonesia adalah UMKM (Depkop, 2012). Prinsip UMKM adalah penumbuhan kemandirian, kebersamaan untuk berkarya dengan prakarsa sendiri, untuk perwujudan kebijakan publik yang transparan, akuntabel, dan berkeadilan (UU No. 20 Tahun 2008, 2008).

UMKM sudah diatur oleh negara dalam undang-undang No. 20 tahun 2008, tentang usaha mikro, kecil, dan menengah. Perbedaan masing-masing ukuran; yaitu Mikro, Kecil, dan Menengah adalah kriteria aset dan omset. Perbedaan tersebut dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 2.1. Dasar Kriteria Usaha UMKM (UU No. 20 Tahun 2008, 2008)

No	Kriteria Usaha	Aset	Omset
1	Mikro	Maksimal Rp 50.000.000	Maksimal Rp 300.000.000
2	Kecil	Rp 50.000.000 sampai Rp 500.000.000	Rp 300.000.000 sampai Rp 2.500.000.000
3	Menengah	Rp 500.000.000 sampai Rp	Rp 2.500.000.000 sampai Rp

		10.000.000.000	50.000.000.000
--	--	----------------	----------------

Aset yang dimaksud pada undang-undang adalah tidak termasuk dengan tanah dan bangunan tempat usaha. Sedangkan omset yang dimaksud adalah omset tahunan. Tetapi masih banyak klasifikasi UMKM menurut lembaga lain, seperti Bank Indonesia, Departemen Perindustrian, Badan Pusat Statistik. Sebagian besar klasifikasi hampir sama, hanya berbeda dalam penentuan jumlah aset dan omsetnya.

UMKM menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia karena sebagian besar bentuk usaha di Indonesia adalah UMKM. Saat ini perkembangannya dibedakan menjadi 4 kriteria yaitu:

1. *Livelihood Activities*

Sebuah usaha yang dijadikan sebagai usaha untuk mencari nafkah. Sebagian besar berada pada sektor Informal.

Contoh: pedagang asongan, pedagang makanan kaki lima.

2. *Micro Enterprise*

Sebuah usaha yang memiliki sifat pengrajin, tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.

Contoh: pengrajin kemasan bekas pakai.

3. *Small Dynamic Enterprise*

Sebuah usaha yang sudah mulai memiliki sifat kewirausahaan. Mulai mampu menerima pekerjaan sub-kontrak dan ekspor.

Contoh: pengrajin mebel, pengrajin batik.

4. *Fast Moving Enterprise*

Sebuah usaha yang sudah sepenuhnya memiliki sifat kewirausahaan, dan sudah siap untuk menjadi usaha besar.

Contoh: Usaha restoran siap saji.

Bentuk yang paling banyak ada di Indonesia adalah *Livelihood Activities*. Sesuai dengan namanya, bentuk ini seperti telah menjadi kebiasaan sehari-hari, sebagai aktifitas masyarakat dalam mencari nafkah. Kriteria ini menjadi paling menarik dibahas karena banyak fenomena yang terjadi, tetapi tidak disadari oleh sebagian masyarakat karena sudah seperti menjadi aktifitas sehari-hari. Salah satu fenomena yang menarik adalah kesempatan menerapkan teknologi pada kriteria ini. Dengan adanya teknologi, dapat meningkatkan proses bisnis kriteria ini. Kesempatan-kesempatan ini yang sering tidak diperhatikan oleh pelaku bisnis, yang seharusnya dapat memperbaiki proses bisnis agar pelaku pada kriteria ini dapat naik kelas ke kriteria selanjutnya.

2.5. Penerapan Transaksi Pembayaran Menggunakan *Fintech* pada UMKM

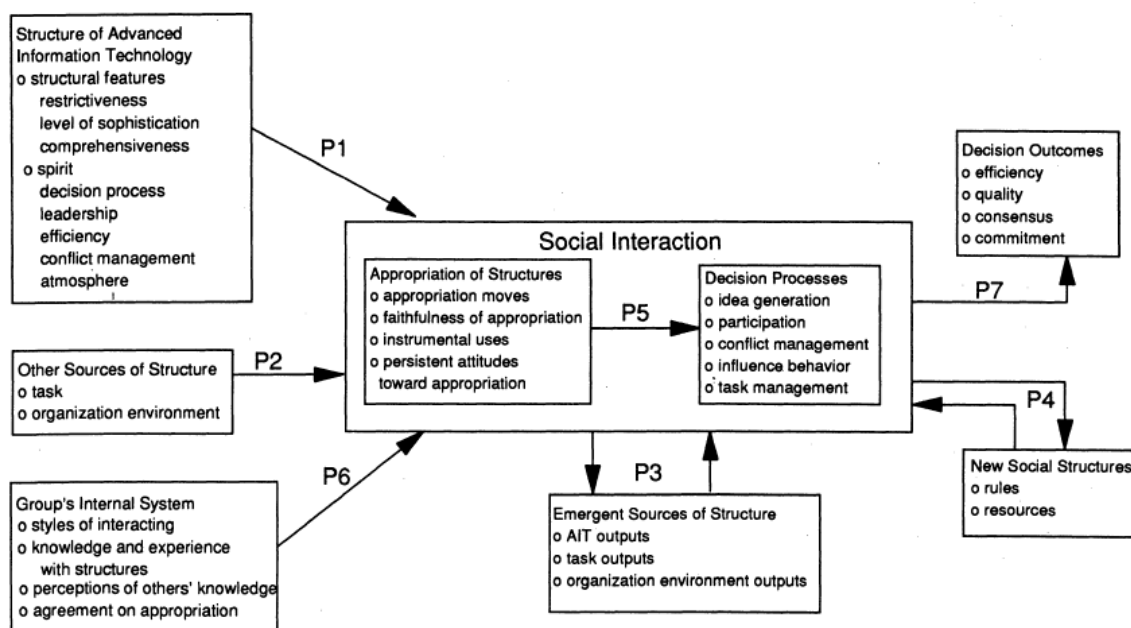
Penerapan *fintech* sebagai sarana transaksi pembayaran di UMKM dapat membuka peluang bagi pengusaha untuk memperoleh keuntungan dalam menggunakan *fintech* seperti yang sudah disebutkan di atas. Keuntungan tersebut tidak hanya dari sudut pandang pengusaha saja, tetapi juga akan menguntungkan konsumen. Hal paling mendasar bagi konsumen adalah kenyamanan bertransaksi. Dengan menggunakan *fintech*, pengusaha dapat mengurangi kemungkinan terjadinya antrian, kesalahan penghitungan transaksi, hingga kecurangan dalam bertransaksi. Dengan berkurangnya hal tersebut, maka tentu dapat meningkatkan kenyamanan bagi konsumen.

Selain itu pemanfaatan *fintech* dapat menjadi media promosi bagi pengusaha dari pihak penyedia layanan *fintech*. Biasanya, penyedia layanan *fintech* memberikan promosi khusus bagi penggunanya (dari sisi konsumen) dengan fasilitas poin serta diskon pada gerai tertentu. Secara tidak langsung, pengusaha mendapatkan promosi atas bisnisnya. Misalnya pada penyedia sarana *fintech* milik PT. Telekomunikasi Selular (telkomsel), menyediakan jasa layanan *fintech* dengan nama “t-cash”. Tidak menutup kemungkinan jika pengusaha UMKM menggunakan transaksi pembayaran “t-cash” pada usahanya, akan mendapatkan layanan iklan melalui situs milik telkomsel (“Begini Cara Telkomsel Rangkul Pelaku UMKM,” n.d.). Selain itu akan diikutsertakan dalam acara ajang promosi UMKM (“Ekspansi T-Cash di Bandung, Telkomsel Tempel UMKM,” n.d.). Dengan berbagai keuntungan tersebut, maka dimungkinkan bagi pengusaha untuk melakukan ekspansi bisnisnya agar dapat bersaing.

Bentuk transaksi pembayaran menggunakan *fintech* yang populer di kalangan pengusaha UMKM adalah pembayaran menggunakan kartu pembayaran seperti “e-money” dari Bank Mandiri, “Flazz” dari Bank Central Asia, “TapCash” dari Bank Negara Indonesia. Bentuk lainnya adalah uang elektronik berupa *deposit* seperti “Go-Pay” dari PT. Gojek Indonesia. Selanjutnya terdapat bentuk uang elektronik dari PT. Telekomunikasi Selular (telkomsel) bernama “t-cash”; sebuah uang elektronik yang memanfaatkan teknologi *Near Field Communication* (NFC) yaitu adalah teknologi nirkabel untuk melakukan transaksi dengan alat penerima untuk melakukan pembayaran. NFC dapat berada pada perangkat *mobile* pengguna (konsumen) atau ditambahkan dalam bentuk stiker yang ditempelkan pada perangkat *mobile* pengguna (konsumen). Cara penggunaan pembayaran dengan kartu pembayaran dan NFC hampir sama, yaitu dengan mendekatkan kartu/perangkat dengan perangkat penerima yang terdapat pada gerai milik pengusaha untuk melakukan transaksi pembayaran. Dengan cara tersebut, maka otomatis saldo milik konsumen berpindah ke saldo milik pengusaha sebagai tanda jadi transaksi pembayaran. Maka dengan proses tersebut, transaksi pembayaran dinyatakan selesai.

2.6. Adaptive Structuration Theory (AST)

Sebuah teori yang menguji tentang adaptasi teknologi informasi baru di suatu organisasi berdasarkan suatu struktur pada perusahaan (Desanctis et al., 1994). Teori ini sebelumnya diperkenalkan oleh Gerardine DeSanctis dan Marshall Scott Pole pada tahun 1994. Teori ini ditemukan dengan cara memberikan perspektif terhadap teknologi dari berbagai kelas profesi. Terdapat 3 kelas profesi yaitu kelas pengambilan keputusan, kelas teknologi sosial, dan kelas institusional atau kelas reguler. Ternyata, perspektif dari masing-masing kelas terhadap teknologi berbeda. Dari informasi tersebut, DeSanctis dan Pole menerapkan beberapa konsep yang dapat mendukung teori ini.



Gambar 2.1. Konsep dan Pembagian Strukturasi AST (Desanctis et al., 1994)

Teori ini bersifat kualitatif. Fokus awal dari teori ini adalah strukturasi (*structuration*) dan kesesuaian (*appropriation*). Strukturasi adalah susunan atau pola tertentu yang dapat dijadikan acuan sebagai pengambilan keputusan. Sedangkan kesesuaian yang dimaksud disini adalah penerapan dari struktur-struktur yang sudah ditentukan sebelumnya, apakah cocok dengan konsep-konsep dari *appropriation* tersebut. Kesesuaian strukturasi akan mendapatkan kesimpulan berupa **interaksi sosial** yang akan mendukung proses pengambilan keputusan oleh suatu perusahaan untuk mengadaptasi teknologi terbaru. Analisis dilakukan dengan cara menyesuaikan berbagai struktur yang didapatkan dengan berbagai variabel konsep *appropriation* untuk mendapatkan keluaran dan kesimpulan yang mengakibatkan suatu teknologi terbaru dapat digunakan atau tidak. Sebuah struktur akan mempengaruhi hasil akhir suatu teknologi dapat digunakan atau tidak.

Terdapat 4 strukturasi yang digunakan oleh teori ini. Yang pertama (P1) adalah strukturasi dari teknologi yang baru itu sendiri. Komponennya berupa struktur dari fitur-fitur teknologi tersebut (Struktur Fitur) dan spirit. Struktur Fitur membahas tentang keterbatasan, kerumitan, dan tingkat komprehensif fitur dari teknologi tersebut. Sedangkan spirit lebih membahas tentang sikap suatu organisasi terhadap teknologi meliputi pengambilan keputusan, kepemimpinan, efisiensi, sarana manajemen konflik, serta atmosfer organisasi. Strukturasi kedua (P2) adalah strukturasi yang berasal dari hal lain, yang meliputi tugas dan lingkungan organisasi. Penilaian tentang tugas dapat berupa karakteristik, manajemen waktu, serta pembagian tugas. Sedangkan penilaian tentang lingkungan organisasi dapat berupa struktur organisasi itu sendiri serta berbagai sifat organisasi.

Strukturasi ketiga (P3) adalah struktur yang paling penting pada teori ini, yaitu adalah struktur yang membahas tentang bagaimana cara organisasi berinteraksi dengan teknologi baru itu sendiri. Strukturasi ini meliputi hasil dari teknologi baru itu sendiri, tugas yang terselesaikan oleh teknologi baru tersebut, serta hasil dari lingkungan organisasi terhadap teknologi baru tersebut. Hasil diatas dapat memberikan argumen untuk memperkuat interaksi sosial. Hasil ini dirasa adalah faktor yang cukup kuat untuk mendapatkan kesimpulan tersebut. Pada strukturasi ini terjadi interaksi dua arah dari strukturasi ini sendiri kepada hasil dari interaksi sosial, begitu sebaliknya. Ini berarti bahwa kedua bentuk interaksi ini saling mempengaruhi dan dapat berubah sewaktu-waktu. Pada saat sosial interaksi berubah, maka akan mempengaruhi strukturasi ketiga, serta saat strukturasi ketiga berubah atau bertambah, akan mempengaruhi interaksi sosial secara langsung.

Strukturasi keempat (P4) adalah tentang struktur sosial yang baru. Disebut baru karena berupa aturan baru dan sumber daya yang baru yang timbul karena adanya proses interaksi sosial. Sama seperti dengan strukturasi ketiga, strukturasi ini berinteraksi secara dua arah. Peraturan serta sumber daya akan bertambah seiring dengan keputusan baru, begitu pula keputusan akan berubah maupun bertambah jika ada perubahan atau tambahan pada peraturan serta sumber daya.

Suatu bentuk lain (P6) yang akan mempengaruhi hasil interaksi sosial adalah sistem internal pada suatu organisasi. Hal ini meliputi cara mereka berinteraksi, pengetahuan dan pengalaman terhadap struktur organisasi, cara menganggapi persepsi orang atau anggota organisasi lain, serta kesamaan dalam menyikapi kesesuaian strukturasi terhadap interaksi sosial. Bentuk ini tidak disebut sebagai strukturasi karena dianggap faktor eksternal lain yang dapat mempengaruhi interaksi sosial.

Faktor-faktor di atas dapat disimpulkan menjadi interaksi sosial yang dapat mempengaruhi suatu organisasi dalam mengadaptasi teknologi baru (P5). Hasil-hasil tersebut disesuaikan kepada 4 aspek kesesuaian meliputi:

1. *Appropriation Moves*

Hasil dari struktur teknologi dapat memberikan pilihan kepada organisasi untuk menggunakan struktur tersebut secara langsung, menghubungkan suatu struktur dengan struktur lainnya, menginterpretasikan struktur dengan sesuatu yang biasa dilakukan, serta membuat justifikasi tentang struktur tersebut.

2. *Faithfulness of appropriation*

Berupa bentuk kepercayaan terhadap kesesuaian yang terbentuk. Hal ini didapatkan dari spirit pada strukturasi kedua (P2). Kesesuaian yang dapat dipercaya dinilai dapat mendukung keputusan untuk adaptasi terhadap teknologi baru.

3. *Instrumental uses*

Kebutuhan suatu organisasi untuk menggunakan teknologi tersebut. Kebutuhan yang dimaksud adalah sebuah aksi nyata (fisik) suatu organisasi dalam menggunakan teknologi tersebut. Dengan hal ini akan didapatkan alasan mengapa organisasi harus atau butuh untuk mengadaptasi teknologi baru

4. *Persistent attitudes toward appropriation*

Sikap suatu organisasi dalam menggunakan teknologi sehari-harinya sesuai dengan kesesuaian yang dirumuskan. Sejauh mana mereka percaya dan nyaman dalam menggunakan teknologi, mengerti teknologi, serta keamauan untuk menggunakan teknologi. Sikap ini dapat mendukung organisasi untuk mengadaptasi teknologi baru.

Aspek di atas dapat mengimplikasikan bahwa struktur dari sebuah teknologi baru dapat disesuaikan atau/dan dapat menghasilkan formula yang dapat digunakan untuk menyesuaikan struktur pada suatu organisasi untuk mengadaptasi teknologi baru. Struktur-struktur di atas dapat dijadikan kesempatan maupun sebuah bentuk paksaan untuk menyesuaikan diri.

Pada proses interaksi sosial, kesesuaian dapat ditarik menjadi sebuah kesimpulan. Pada contoh di teori ini adalah menggunakan interaksi sosial untuk sebuah proses pengambilan keputusan. Berbagai kesesuaian di atas dapat dijadikan acuan untuk menjadi sumber ide untuk pengambilan keputusan, tingkat partisipasi, manajemen konflik, pengaruh untuk pengambilan keputusan, serta sebagai acuan untuk manajemen tugas. Keluaran dari kesimpulan interaksi sosial ini (P7) adalah berupa penilaian secara nyata yaitu efisiensi pengambilan keputusan, kualitas pengambilan keputusan, kesepakatan serta komitmen dari keputusan tersebut. Hal ini membuktikan bahwa dari berbagai macam strukturasi serta beberapa faktor lain; khususnya

tingkat adaptasi suatu teknologi baru, dapat menghasilkan kesimpulan yang berguna sebagai dasar evaluasi untuk kemajuan sebuah organisasi.

AST berguna untuk menentukan proses kesiapan dan penerimaan suatu objek atau organisasi untuk menerapkan teknologi baru. Strukturasi yang terdapat pada AST mencerminkan perilaku objek tersebut dalam menerapkan teknologi baru. Dengan strukturasi tersebut akan didapatkan fakta tentang pola suatu objek atau organisasi dalam menerapkan teknologi baru mengenai fitur, interaksi, struktur sosial dan lainnya. Pola tersebut dapat dijadikan referensi untuk objek atau organisasi lain jika ingin menerapkan suatu teknologi. Dengan pola tersebut akan didapatkan faktor-faktor yang dapat dipersiapkan oleh objek atau organisasi lain sebelum menerapkan teknologi informasi baru untuk memperkecil kegagalan sehingga nantinya dapat membantu proses bisnisnya.

AST pernah digunakan pada berbagai penelitian, seperti investigasi proses sistem pendukung keputusan (Gopal, Bostrom, & Chin, 1992). AST yang digunakan adalah AST untuk menentukan kelompok mana yang cocok dengan struktur teknologi itu sendiri. AST tersebut adalah AST versi lama, belum menggunakan versi untuk menentukan kecocokan dengan interaksi sosial. AST dinilai dapat membantu menjelaskan proses penerimaan adaptasi teknologi baru oleh pengguna atau kelompok. Penelitian lain adalah mengubah AST menjadi *ASTI: Adaptive Structuration Theory for Individuals* (Schmitz, Teng, & Webb, 2016). AST dimodifikasi untuk menginvestigasi cara mempermudah menggunakan perangkat *IT* bagi perseorangan. AST dimodifikasi menjadi ASTI karena peneliti beralasan, penggunaan perangkat *IT* secara psikologis bersifat individualis, tidak dapat diwakilkan oleh kelompok. Maka penelitian ini dengan ASTI, dapat menjelaskan proses penerimaan penggunaan perangkat *IT* secara individu. Peneliti merasa AST mempunyai konsep yang dapat diterima untuk menjelaskan proses adaptasi masing-masing strukturasi, sehingga memodifikasinya menjadi IT.

Tabel 2.2. Penelitian yang Menggunakan *Adaptive Structuration Theory*

No	Judul Penelitian	Peneliti	Tahun	Obyek	Fokus Penelitian
1	<i>Applying Adaptive Structuration Theory to Investigate the Process of Group Support Systems Use</i>	Abhijit Gopal, Robert P Bostrom, Wynne W Chin	1992	Kelompok Pengambil Keputusan	Penggunaan AST terhadap proses yang terjadi pada kelompok pengambil keputusan
2	<i>Capturing the Complexity of Malleable IT Use: Adaptive Structuration Theory for Individuals</i>	Kurt W. Schmitz, James T. C Teng, Kimberly J.	2016	Individu Pengguna Perangkat TI	Memodifikasi AST terhadap pengguna individual

	<i>Availability: In stock</i>	Webb			
3	<i>An extended adaptive structuration theory for the determinants and consequences of virtual team success</i>	Ninad Naik, DJ Kim	2010	<i>Virtual Team</i>	Mendesripsikan strukturasi yang terjadi pada kesuksesan <i>virtual team</i>

Penelitian selanjutnya yang menggunakan AST adalah tentang penggunaan dan modifikasi AST untuk mengukur kesuksesan *virtual team*; sebuah tim yang memiliki satu tugas yang sama, tetapi tidak terbatas pada suatu tempat, waktu, serta struktur organisasi, dalam mengerjakan tugas (Naik & Kim, 2010). AST dipilih untuk digunakan karena AST dan *virtual team* mempunyai kesamaan pada tujuan dan sifat, yaitu jika ingin meningkatkan efektifitas, perlu adanya pembentukan yang baik pada interaksi sosial. Karena AST berfokus pada interaksi sosial, maka untuk menjelaskan kesuksesan pada *virtual team* dapat dipenuhi. Tetapi untuk memenuhi tujuan penelitian, peneliti melakukan modifikasi pada AST. Pada penelitian ini, dilakukan restrukturasi pada AST agar cocok untuk *virtual team*, sehingga keluaran yang diinginkan adalah performa dan kepuasan dari *virtual team* itu sendiri.

AST digunakan penulis untuk meneliti penerapan transaksi pembayaran menggunakan *fintech* pada UMKM karena AST dapat dimodifikasi sesuai dengan kebutuhan topik, sehingga strukturasi dan keluaran yang diinginkan dapat disesuaikan. AST akan dapat menjawab serta pertanyaan penelitian berupa faktor dan pola penerapan *fintech* pada UMKM di Indonesia. Untuk melakukan penelitian ini, AST akan dimodifikasi pada model serta penggunaan strukturasi agar dapat sesuai dengan obyek penelitian. AST digunakan karena UMKM juga memiliki struktur organisasi serta interaksi sosial, sehingga dapat diteliti, dideskripsikan, serta dilakukan strukturasi dengan menggunakan AST untuk menemukan faktor dan pola penerapan *fintech* pada UMKM di Indonesia.

BAB 3

Metodologi Penelitian

3.1. Latar Belakang Kontekstual

Layanan *fintech* sebagai sarana transaksi saat ini belum digunakan secara optimal (Khatimah & Halim, 2014) oleh pelaku bisnis khususnya UMKM. Hal ini tentu tidak sesuai dengan Peta Jalan yang sudah ditetapkan pemerintah melalui Peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 74 tahun 2017 tentang Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik tahun 2017-2019. Permasalahan ini membutuhkan solusi agar transaksi bisnis UMKM mendapatkan efisiensi, tentunya dengan ekosistem yang lebih matang agar dapat mencapai tujuan utama yaitu percepatan pertumbuhan ekonomi. Faktor-faktor yang mengakibatkan belum optimalnya penggunaan *fintech* sebagai sarana transaksi menjadi hal yang menarik untuk dianalisis agar dapat ditemukan solusinya. Untuk itu pengumpulan data yang relevan diperlukan sebagai bahan analisis. Analisis yang dilakukan adalah menggunakan metode kualitatif, yaitu sebuah metode yang menggunakan pendekatan holistik dan deskriptif; mengungkapkan sebuah fenomena dalam bentuk deskripsi dari kata-kata dan bahasa (Moleong, 2015).

3.2. Tahapan Penelitian

3.2.1. Menentukan Objek Penelitian

Tahapan pertama yang dilakukan untuk melakukan analisis terhadap obyek dengan menggunakan AST adalah menentukan obyek penelitian. Hal ini diperlukan karena domain subjek penelitian serta pertanyaan wawancara dengan AST perlu disesuaikan terlebih dahulu. Berikut adalah obyek serta narasumber pada penelitian ini:

1. *Cubic Kitchen & Bar*

Sebuah kafe dan restoran di Yogyakarta. Kafe dan restoran ini masuk pada kriteria usaha menengah. Struktur organisasi kafe ini adalah 1 orang pemilik, 3 orang manajer dan *marketing*, dan karyawan yang berupa barista, koki, serta pelayan dan pelayan kebersihan. Kafe ini buka mulai pukul 18.00 sampai pukul 01.00 setiap harinya. Kafe dan Restoran ini menerima pembayaran elektronik menggunakan *fintech* dengan merek “Go-Pay” dari PT. Gojek Indonesia.

Responden dari obyek ini: 1 orang manajer dan 1 orang *marketing*.

2. *Kawa Eat, Coffee & Space*

Sebuah kafe dan restoran di Yogyakarta yang berkonsep *open space*. Kafe dan restoran ini masuk pada kriteria usaha menengah. Struktur organisasi kafe ini adalah 1 orang pemilik, 2 orang manajer (kafe dan restoran), 2 orang *barista*, 2 orang koki, 2 orang kasir, dan 2 orang pelayan kebersihan. Kafe dan restoran ini buka mulai pukul 11.00 sampai pukul 23.00 setiap harinya dengan sistem kerja shift. Kafe dan restoran ini menerima pembayaran elektronik menggunakan *fintech* dengan merek “Go-Pay” dari PT. Gojek Indonesia.

Responden dari obyek ini: 1 orang pemilik dan 1 orang *marketing*.

3. *Burgerax*

Sebuah gerai makanan burger di Yogyakarta. Gerai ini masuk pada kriteria usaha menengah. Struktur organisasi kafe ini adalah 1 orang pemilik, 2 orang manajer, serta berbagai jumlah karyawan di masing-masing gerainya. Gerai *Burgerax* buka mulai pukul 08.00 sampai pukul 22.00 setiap harinya dengan sistem kerja *shift*. Gerai *Burgerax* menerima pembayaran elektronik menggunakan *fintech* dengan merek “Go-Pay” dari PT. Gojek Indonesia.

Responden dari obyek ini: 1 orang pemilik.

3.2.2. Konstruk Utama, Proposisi, dan Kecocokan (*Appropriation*)

Dengan kriteria usaha serta struktur organisasi di atas, maka dirumuskan sebuah konstruk utama dan proposisi yang akan menjadi landasan dalam melakukan wawancara serta melakukan deskripsi tentang fenomena yang terjadi untuk menyimpulkan hasil yang sesuai dengan rumusan masalah. Konstruk ini dirumuskan berdasarkan referensi dari Desanctis dkk (Desanctis et al., 1994). Proposisi adalah sebuah refrensi dari penelitian sebelumnya yang dapat dibuktikan kebenarannya, yang disesuaikan dengan topik penelitian. Deskripsi adalah pemaparan dari proposisi yang sesuai dengan topik penelitian. Berikut adalah konstruk dan proposisi yang digunakan pada penelitian ini:

Tabel 3.1. Konstruk dan Proposisi

No	Konstruk	Proposisi	Deskripsi
1	Sumber Struktur (SS) (P1) <ul style="list-style-type: none"> Fitur dan Struktur Spirit 	<p>manfaat dari teknologi, mencegah kecurangan serta meningkatkan kepercayaan publik (Baddeley, 2004)</p> <p>prinsip untuk lebih memilih <i>fintech</i> dibandingkan transaksi tradisional untuk mengurangi kecurangan (Adeyeye, 2008)</p>	<p>manfaat dari fitur dan struktur secara nyata yang ditimbulkan saat menggunakan <i>fintech</i> semangat petugas dalam menawarkan transaksi dengan kecenderungan menggunakan <i>fintech</i>, serta kepercayaan dalam menggunakan <i>fintech</i></p>
	<ul style="list-style-type: none"> lingkungan organisasi 	<p>efisiensi transaksi menggunakan <i>e-payment</i> yang dapat mempercepat proses transaksi (Okoli & Mbarika, 2003)</p> <p>manajemen konflik terhadap kecurangan dan kepercayaan publik (Baddeley, 2004)</p> <p>norma dan lingkungan organisasi yang membentuk aksi sosial dan interaksi (Effah, 2016)</p>	<p>semangat petugas dalam menawarkan transaksi dengan menggunakan <i>fintech</i> demi tercapainya efisiensi transaksi</p> <p>semangat petugas untuk menggunakan <i>fintech</i> demi mengurangi konflik saat proses transaksi</p> <p>keadaan lingkungan kerja yang mendukung penerapan <i>fintech</i></p>
2	Sistem Internal (SI) (P6)	<p>kebiasaan sosial terhadap teknologi yang akan mendukung sisi teknis dan ekonomis (Avgerou, 2001)</p> <p>pengetahuan tentang <i>fintech</i>, kesadaran akan <i>kesuksesan e-payment</i> (Effah, 2016)</p> <p>norma dalam kelompok (Effah, 2016)</p>	<p>karakteristik serta budaya kelompok sosial akan kepercayaannya terhadap teknologi</p> <p>pengetahuan untuk menerapkan <i>fintech</i> pada saat melakukan transaksi</p> <p>tingkat pandangan internal kelompok terhadap teknologi <i>fintech</i></p>
3	Sumber Struktur Baru (SSB)(P3)	<p>struktur baru, inovasi (Effah, 2016)</p>	<p>penerapan <i>fintech</i> mengakibatkan munculnya struktur baru pada lingkungan organisasi</p>
4	Sumber Struktur Sosial Baru (SsoB) (P4)	<p>struktur sosial baru, membuat budaya baru (Baddeley, 2004)</p>	<p>penerapan <i>fintech</i> mengakibatkan munculnya struktur sosial baru pada lingkungan organisasi</p>
5	Keputusan Menggunakan Fintech/Decision	<p>sebagai pertimbangan penting untuk keputusan ekonomis (Baddeley, 2004)</p>	<p>mendapatkan gagasan baru mengenai promosi usaha dengan adanya <i>fintech</i></p>

	Process (DP) (P5)	<i>Participation</i> (Desanctis et al., 1994) manajemen konflik (Desanctis et al., 1994) <i>influence behaviour</i> (Desanctis et al., 1994) <i>task management</i> (Desanctis et al., 1994)	meningkatnya partisipasi organisasi maupun pelanggan dalam menggunakan <i>fintech</i> konflik yang berkurang saat menggunakan <i>fintech</i> kebiasaan pelanggan yang beralih untuk menggunakan <i>fintech</i> karena keuntungannya transaksi, rekapitulasi mengalami peningkatan secara manajerial
6	Hasil Penerapan Fintech / Decision Outcomes (DO) (P7)	pandangan teknis dan ekonomis sebagai landasan pengambilan keputusan (Barley & Tolbert, 1997)	kecepatan transaksi, peningkatan pendapatan, mengurangi kecurangan
		Kualitas (Desanctis et al., 1994)	kecepatan transaksi, mengurangi antrian, mengurangi konflik

Setelah menentukan proposisi yang sesuai dengan topik ini, selanjutnya melihat kepada kecocokan atau *appropriation* yang dapat ditemukan di lapangan. Berikut adalah ringkasan *appropriation moves*(Desanctis et al., 1994):

Tabel 3.2. *Appropriation Moves* menurut Desanctis & Scott

<i>Appropriation Moves</i>	Tipe	Sub-tipe	Definisi
Langsung Digunakan (Struktur sudah ada)	Kecocokan Langsung	eksplisit	Secara terang-terangan menganut kepada struktur
		implisit	Menggunakan tanpa menyebutkan struktur
		menawar	Menyarankan untuk menggunakan struktur
Terkait dengan struktur lain (struktur mungkin dicampur dengan struktur lain)	Pengganti	Sebagian	Menggunakan sebagian struktur
		Terkait	Menggunakan stuktur yang mirip dengan struktur asli
		Tidak terkait	Menggunakan lawan dari struktur
	Kombinasi	Komposisi	Menggabungkan dua struktur dengan semangat yang sama
		paradoks	Secara tidak sengaja menggabungkan struktur
		korektif	Menggunakan struktur untuk

			menutup kekurangan yang dirasakan
	pembesaran	positif	Menemukan persamaan antara struktur dengan struktur yang lain melalui sentimen positif
		negatif	Menemukan persamaan antara struktur dengan struktur yang lain melalui sentimen negatif
	kontras	Bertentangan	Mengemukakan struktur sebagai kebalikan yang terjadi
		istimewa	Struktur yang diistimewakan dibandingkan dengan struktur lain yang
		Tidak istimewa	Struktur yang tidak diistimewakan dibandingkan dengan struktur lain yang
		kritis	Mengkritik struktur tanpa menyebutkan secara eksplisit
Memaksakan struktur (struktur sedang atau sudah digunakan)	terpaksa	definisi	Menjelaskan tentang struktur dan bagaimana cara menggunakannya
		perintah	Memberikan perintah atau permintaan kepada yang lain untuk menggunakan struktur
		diagnosa	Memberikan komentar bagaimana stuktur bekerja, positif atau negatif
		meminta	Menentukan di mana stuktur harus digunakan
		bertanya	Bertanya bagaimana stuktur seharusnya digunakan
		mengakhiri	Menunjukkan bahwa stuktur sudah selesai dilaksanakan
		Memberikan laporan	Memberikan apa

			yang sedang atau sudah terjadi dengan struktur yang berkaitan
		Menanyakan laporan	Menanyakan apa yang sedang atau sudah terjadi dengan struktur yang berkaitan
Memberikan penilaian terhadap struktur	persetujuan	setuju	Setuju terhadap kecocokan pada struktur
		Agak setuju	Menanyakan kepada yang lain tentang kecocokan pada struktur
		Setuju menolak	Yang lain setuju untuk menolak kecocokan pada struktur
		komplimen	Mencatat kebaikan dari struktur
	penolakan	Menolak	Secara langsung menolak kecocokan pada struktur
		Tidak langsung	Mengabaikan kecocokan pada struktur
		Agak menolak	Menyarankan yang lain untuk tidak setuju pada struktur
netral		Tidak yakin atau netral terhadap struktur	

Appropriation digunakan untuk menemukan kecocokan dari pernyataan yang ditemukan pada narasumber. Kecocokan yang ditemukan, selanjutnya diolah untuk menghasilkan kesimpulan berupa faktor-faktor yang mempengaruhi topik penelitian.

3.2.3. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara struktural yang didapatkan secara langsung dari obyek penelitian. Data sekunder diperoleh dari hasil wawancara semistruktural, dokumen penunjang, hasil lainnya, serta observasi lingkungan saat melakukan wawancara. Wawancara akan dilakukan kepada obyek penelitian secara semistruktural, yaitu mengacu kepada narasi pertanyaan wawancara dan pertanyaan yang diperoleh peneliti setelah melakukan observasi

yang sekiranya dapat memperkuat argumen dan analisis. Wawancara dilakukan kepada pihak yang terkait dengan topik penelitian, yaitu pemilik, pegawai, serta anggota organisasi yang terlibat pada organisasi obyek penelitian.

3.3. Teknik Analisis Data

Analisis pada penelitian ini menggunakan beberapa komponen yang digunakan untuk menganalisis data. Terdapat empat komponen utama untuk menganalisis data, yaitu indentifikasi kode, kategorisasi data, konseptualisasi data, serta pengembangan teori (Hennink, Inge Hutter, & Bailey, 2012). Pengertian dari keempat komponen tersebut adalah:

1. Identifikasi Kode

Proses identifikasi data tekstual atau transkrip wawancara untuk menemukan kode yang diinginkan. Proses ini juga digunakan untuk menemukan kata kunci yang sesuai dengan domain penelitian.

2. Kategorisasi Data

Mengidentifikasi kode-kode yang sama dan mengelompokkannya sehingga menjadi kategori yang berarti. Kategorisasi data berguna untuk mengidentifikasi kode yang memiliki sifat yang sama.

3. Konseptualisasi Data

Mengidentifikasi kategori data untuk menampilkan data keseluruhan dan mengembangkan pemahaman konseptual sesuai dengan topik yang dibahas. Membuat konsep terhadap kategori-kategori yang sama.

4. Pengembangan Teori

Mengaitkan data yang dianalisis dengan kerangka teori yang ada. Proses ini adalah proses terakhir dari metode penelitian kualitatif. Pada proses ini akan mendapatkan kesesuaian serta kesimpulan dari data di lapangan dengan teori yang digunakan.

Pada penelitian ini, proses yang digunakan adalah Identifikasi Kode, Kategorisasi Data serta Konseptualisasi data. Untuk mengindetifikasi kode, akan dilakukan indentifikasi terhadap narasi dari transkrip wawancara yang sesuai dengan sumber struktur. Selanjutnya akan dilakukan kategorisasi data untuk mengumpulkan kata kunci yang sesuai ke dalam satu kategori. Dari kategori tersebut dapat dikonseptualisasi untuk dapat diambil kesimpulannya.

BAB 4

Hasil dan Pembahasan

4.1. Analisis Hasil Wawancara

Setelah dilakukan wawancara terhadap responden, ditemukan bahwa terdapat persamaan dan perbedaan hasil wawancara antara satu sumber dengan sumber yang lain. Hasil yang didapatkan tersebut bergantung kepada perspektif masing-masing narasumber terhadap penggunaan *fintech* sebagai alat transaksi pembayaran. Pertanyaan wawancara telah disesuaikan dengan pemetaan AST. AST telah memetakan masing-masing strukturasi menjadi tujuh bagian yaitu Sumber Struktur, Sistem Internal, Sumber Struktur Baru, Sumber Struktur Sosial Baru, Kecocokan, Keputusan menggunakan, serta Hasil penerapan. Untuk melakukan analisis, hal pertama yang dilakukan adalah membuat transkrip hasil wawancara, yang selanjutnya akan ditemukan bahwa tidak sepenuhnya jawaban dari para narasumber berfokus pada inti dari penelitian ini. Perlu dilakukan reduksi data untuk memilah jawaban mana yang dibutuhkan dan tidak dibutuhkan untuk keperluan penelitian ini. Setelah melakukan reduksi data, akan dilakukan identifikasi kode yaitu mencari kata kunci yang sesuai dengan domain penelitian. Lalu dilakukan kategorisasi data, mengelompokkan kata kunci dari seluruh narasumber yang memiliki kesamaan, yang selanjutnya dapat dikonseptualisasi dan dikaitkan dengan teori untuk dikembangkan dan ditarik kesimpulan terhadap hasil dari wawancara tersebut.

Tabel 4.1. Narasumber Wawancara

No	Nama	Jabatan	Nama Usaha	Kode
1	Eko Prasetyo	Manajer	<i>Cubic Kitchen & Bar</i>	C1
2	Billy	<i>Marketing</i>	<i>Cubic Kitchen & Bar</i>	C2
3	Diwa Hutomo	<i>Marketing</i>	<i>Kawa Eat, Coffee, & Space</i>	K1
4	Hana Paramita	Pemilik	<i>Kawa Eat, Coffee, & Space</i>	K2
5	Iqbal Herawan	Pemilik	Burgerax	B1

4.1.1. Sumber Struktur (P1)

Para pelaku UMKM tertarik untuk menggunakan *fintech* sebagai sarana transaksi produknya dikarenakan kepercayaannya terhadap sarana tersebut, serta berbagai manfaat yang dijanjikan meliputi bagian struktur dan fitur dari *fintech* yang dapat mencegah kecurangan serta meningkatkan kepercayaan publik. Berikut adalah hasil analisis wawancara mengenai sumber struktur (P1) pada pelaku UMKM (angka pada kolom “Pertanyaan atau tindakan lainnya” merujuk pada jawaban wawancara narasumber pada nomor pertanyaan tersebut. Transkrip wawancara seutuhnya terdapat pada lampiran):

Tabel 4.2. Analisis Hasil Wawancara P1

No	Konstruk	<i>Appropriation Move</i>	Kode Narasumber	Pernyataan atau tindakan lainnya	Penjelasan dari <i>Appropriation Move</i>
1	Fitur dan Struktur	Langsung-eksplisit	C1	“... mereka bisa bikin orang <i>trust</i> menggunakan <i>e-payment...</i> ” (8)	Dengan menggunakan <i>fintech</i> dapat meningkatkan kepercayaan publik
2	Fitur dan Struktur	Langsung-eksplisit	K1	“... mempermudah <i>customer</i> juga dan juga mempermudah kita karena kan <i>paymentnya</i> langsung masuk ke rekening kita..” (1)	Dengan menggunakan <i>fintech</i> dapat memberikan kemudahan
3	Spirit	Langsung-eksplisit	C1	“...semakin membuat kita berpikir bagaimana caranya berinovasi untuk promosi menggunakan <i>e-payment..</i> ” (9)	Lebih memilih menggunakan <i>fintech</i> dibandingkan dengan yang lain
4	Spirit	Kontras-tidak istimewa	B1	“...dan banyak orang yang melihat semenjak adanya go-food itu memalaskan orang, nelpon.. <i>outletnya</i> hidup, jalan, buka terus, tetapi tidak ada pengunjung..” (5)	Lebih memilih untuk melakukan transaksi secara konvensional, tetapi tetap membutuhkan <i>fintech</i>
5	Spirit	Langsung-eksplisit	K1	“...jadi kesalahan-kesalahan dalam hal untuk kebutuhan keuangan bisa kita minimalis, itu yang pertama, dan kecurangan-kecurangan bisa kita minimalis” (2)	Spirit <i>Fintech</i> sebagai sarana manajemen konflik
6	Spirit	Langsung-eksplisit	C1	“...itu sesuatu yang bisa dibilang mudah dan <i>trusted..</i> ” (8)	Spirit <i>fintech</i> sebagai sarana peningkatan kepercayaan publik
7	Lingkungan Organisasi	Persetujuan-agak setuju	K2	“Sebenarnya nggak begitu banyak perubahan sih, paling kayak dari <i>financenya</i> , <i>report</i> perbulannya, karena musti dibedakan tuh antara pembukuan reguler	Lingkungan organisasi memberikan sebagian persetujuan di samping pernyataan “tidak banyak

				dan <i>e-payment</i> .. lebih rapi..” (3)	perubahan”, yaitu “lebih rapi”
8	Lingkungan Organisasi	Langsung-eksplisit	C2	“Organisasi juga menganggap itu inovasi yang sangat <i>brilliant</i> ya” (4)	Organisasi menggunakan <i>fintech</i> karena merupakan suatu inovasi yang baik
9	Lingkungan Organisasi	Netral	B1	“Nggak ada, kalau dibilang positif atau negatif nggak ada sama sekali, sama seperti biasanya” (4)	Organisasi menganggap tidak ada perubahan saat menggunakan <i>fintech</i>

Dalam hal spirit, sebuah prinsip untuk lebih memilih *fintech* dibandingkan dengan transaksi tradisional untuk mengurangi kecurangan. *Fintech* dijadikan landasan untuk melakukan promosi produknya. Pelaku UMKM mulai memikirkan bagaimana *fintech* dapat dijadikan satu bagian yang tergabung sebagai materi promosi serta materi untuk berinovasi demi kemajuan bisnisnya. Tetapi ada pelaku UMKM yang lebih memilih spirit konvensional dibandingkan dengan menggunakan *fintech* karena suasana yang lebih baik jika gerai yang dimilikinya terlihat ramai secara kasat mata, dibandingkan lebih banyak pengguna *fintech* dimana dengan berbagai fiturnya, pelanggan tidak perlu ada di gerai tersebut. Hal ini berkaitan dengan promosi produk menurut pelaku tersebut. Jika gerai terlihat sepi, dikhawatirkan tidak mendukung proses promosi produk tersebut walaupun pemasukan tetap berjalan.

Hal lain yang berkaitan dengan spirit adalah sarana manajemen konflik terhadap kecurangan serta kepercayaan publik. Hal ini membuktikan bahwa dengan menggunakan *fintech*, pelaku UMKM meyakini hal tersebut dapat membantu menangani konflik yang biasa terjadi, serta dapat meningkatkan kepercayaan publik. Terlebih dengan pelaku UMKM yang memiliki banyak gerai pada usahanya, dengan menggunakan *fintech* dapat dilakukan kontrol serta manajemen tanpa perlu kehadiran pemilik pada setiap gerainya.

Selanjutnya yang berkaitan dengan sumber struktur adalah lingkungan organisasi. Dalam wawancara dengan berbagai pelaku UMKM, terdapat beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan keadaan lingkungan organisasi terhadap penerapan *fintech* di tempat usahanya. Berbagai dampak dialami pelaku UMKM. Ada yang menganggap positif, ada yang netral saja. Kembali kepada perspektif lingkungan organisasi sesuai dengan kebutuhan produknya. Beberapa peran pada organisasi pelaku UMKM berdampak terhadap proses pelaporan terhadap *stakeholder*. Bagian tertentu seperti bagian keuangan dapat melakukan pencatatan transaksi secara lebih rapi pada saat menggunakan *fintech*. Dengan kemudahan tersebut, tentu akan meringankan pekerjaan bagian keuangan, serta membuat laporan yang lebih rapi supaya memberikan kesan yang baik terhadap *stakeholder*. Organisasi lain menganggap *fintech* sebagai inovasi yang *brilliant*.

Stakeholder merasa sesuai dengan keberadaan *fintech* yang dianggap mempermudah usahanya, tanpa perlu turun terlalu jauh untuk melakukan kontrol terhadap usahanya. Dengan berbagai fitur yang dijanjikan, maka kepercayaan *stakeholder* kepada karyawannya akan meningkat. Hal ini akan mengakibatkan lingkungan pekerjaan yang baik, yang tentunya secara langsung atau tidak langsung akan berdampak terhadap bisnisnya. Pelaku lain menganggap keberadaan *fintech* pada lingkungan organisasinya tidak berdampak apa-apa. *Fintech* dianggap sebagai alat pendukung bisnisnya, bukan sebagai bagian strategis terhadap bisnisnya. Hal ini dapat dianggap wajar, karena perspektif berbagai pelaku tidak sama. Tetapi jika disimpulkan dari sikap-sikap diatas, tidak ada pelaku yang memiliki sikap resistensi terhadap keberadaan *fintech* pada lingkungan organisasinya.

4.1.2. Sistem Internal (P6)

Untuk menerapkan *fintech* pada usahanya, para pelaku UMKM menyiapkan sebuah sistem internal untuk menjadi landasan menerapkan teknologi tersebut. Sebuah sistem yang dimaksud tidak selalu berupa sistem baku yang tertulis, tetapi adalah sebuah kebiasaan sosial terhadap teknologi yang terjadi pada pribadi pemilik maupun karyawan yang ternyata dapat menjadi sebuah landasan diterapkannya teknologi ini. Berikut adalah hasil analisis wawancara mengenai sistem internal (P6) pada pelaku UMKM:

Tabel 4.3. Analisis Hasil Wawancara P6

No	Konstruk	<i>Appropriation Move</i>	Kode Narasumber	Pernyataan atau tindakan lainnya	Penjelasan dari <i>Appropriation Move</i>
1	Sistem Internal	Langsung-eksplisit	C2	“Saya tau tuh ya dari dulu.. ya sarana yang memudahkan kehidupan.. mengurangi kemacetan kan gitu.. ya mempermudah” (6)	Pengetahuan pribadi menjadi pertimbangan untuk menerapkan <i>fintech</i>
2	Sistem Internal	Langsung-eksplisit	K1	“...karena memang kita sudah cukup akrab dengan aplikasi tersebut, dengan sistem itu juga” (4)	Pengetahuan pribadi menjadi pertimbangan untuk menerapkan <i>fintech</i>
3	Sistem Internal	Pengganti-sebagian	K1	“Saya sih tahunya dari yang cuma ada di beberapa aplikasi <i>online</i> , maksudnya secara pribadi.. kalau urusannya dengan bisnis, bisa pakai yang itu tadi, <i>e-payment</i> dan	Pengetahuan pribadi menjadi pertimbangan untuk menerapkan <i>fintech</i>

				sebagainya” (6)	
4	Sistem Internal	Terpaksa-definisi	B1	“.. tapi pada saat dia berubah jadi <i>digital</i> , memang jadi aman ya.. aman dan nyaman buat kami.. kalau bagi saya ya itu langkah yang paling baik ya memang seperti itu...” (6)	Menggunakan pengalaman mengenai <i>fintech</i> menurut definisi keuntungan yang terjadi pada lapangan
5	Sistem Internal	Kontras-kritik	K1	“Hal negatif sih mungkin lebih ke penyesuaian teknologi tersebut ya.. karena memang teknologi tersebut dibidang baru kan, disitu sih agak kebingungan di awal, tapi setelahnya sih nggak...” (10)	Proses penyesuaian dan penerapan teknologi membutuhkan penanganan tersendiri

Pengetahuan pribadi narasumber pada kenyataannya mempengaruhi kebijakan organisasi atau perusahaan untuk menerapkan teknologi *fintech*. Pada awalnya, kenyamanan pribadi pada saat menggunakan teknologi tersebut ternyata ingin diterapkan pada perusahaannya. Pelaku usaha menginginkan kenyamanan yang sama didapatkan oleh pelanggan mereka. Kenyamanan yang didapatkan dari narasumber penelitian ini adalah berupa kenyamanan bertransaksi serta kenyamanan aset mereka. Dari pengalaman pribadi tersebut, para pelaku usaha akhirnya menerapkan *fintech* sebagai sarana transaksi pada perusahaan mereka. Mereka mendapatkan kepercayaan yang sudah teruji terhadap teknologi dan kesuksesan bertransaksi dengan menggunakan *fintech* secara langsung, karena sudah mencoba sendiri. Kebiasaan dari karyawan pada lingkungan organisasi juga ternyata dijadikan pertimbangan untuk menggunakan *fintech*. Jika lingkungan organisasi sudah terbiasa dalam menggunakan *fintech*, maka akan semakin mudah bagi pelaku UMKM untuk menerapkan hal ini kepada karyawannya.

4.1.3. Sumber Struktur Baru (P3)

Dengan menerapkan *fintech* pada usaha mereka, akan timbul sebuah struktur baru. Struktur tersebut timbul karena adanya berbagai macam kebutuhan maupun perubahan yang muncul seiring dengan penerapan teknologi tersebut. Berikut adalah hasil analisis wawancara mengenai sumber struktur baru (P3) pada pelaku UMKM:

Tabel 4.4. Analisis Hasil Wawancara P3

No	Konstruk	<i>Appropriation Move</i>	Kode Narasumber	Pernyataan atau tindakan lainnya	Penjelasan dari <i>Appropriation Move</i>
----	----------	---------------------------	-----------------	----------------------------------	---

1	Sumber Struktur Baru	Langsung-eksplisit	C1	“...terus gimana caranya <i>delivery</i> seiring perkembangan zaman bisa bayar pake <i>cash</i> atau <i>e-payment</i> itu..” (1)	<i>Fintech</i> memberikan stuktur baru bagi pemilik bisnis berupa layanan pesan antar
2	Sumber Struktur Baru	Langsung-eksplisit	C2	“...mereka lebih senang kalo belanja di sini mereka mendapatkan satu <i>privilage</i> yang menyenangkan” (1)	<i>Fintech</i> memberikan stuktur baru bagi pemilik bisnis berupa suatu keuntungan yang menyenangkan
3	Sumber Struktur Baru	Langsung-eksplisit	K1	“pencatatan yang rinci dan akurat, maksudnya penjualannya dari menggunakan aplikasi tersebut itu ada berapa, tercatat..” (2)	<i>Fintech</i> memberikan stuktur baru bagi pemilik bisnis berupa pencatatan yang rinci dan akurat
4	Sumber Struktur Baru	Kontras-bertentangan	B1	“tentunya harus ada penambahan di harga jual.. karena mereka mintanya share omset.. share omset tidak sehat.. kenapa ndak biaya berlangganan, itu lebih sehat..” (10)	Skema pembiayaan yang ditawarkan oleh <i>fintech</i> dirasa memberatkan
5	Sumber Struktur Baru	Kontras-bertentangan	B1	“kalau dia mau beralih ke penggunaan <i>fintech</i> , menurut saya jangan tanggung-tanggung.. kalau memang mau dirubah dari pihak penyedia layanan itu sendiri, ya dia harus menyiapkan banyak tempat untuk segala macam..” (11)	Ketidaksiapan infrastruktur menjadi halangan bagi penerapan <i>fintech</i>

Ternyata berbagai macam struktur baru timbul seiring dengan penerapan *fintech* pada usaha para pelaku UMKM. Customer dapat melakukan pesan antar dengan menggunakan *fintech*, yang pada awalnya layanan pesan antar tidak dimiliki sendiri oleh pelaku UMKM karena membutuhkan sumber daya lain yang mungkin dapat memberatkan pelaku. Selain itu baik secara moral dan materiil, pelanggan mereka mendapatkan keuntungan dengan menggunakan *fintech*. Keuntungan tersebut ternyata menurut pelaku UMKM dapat meningkatkan daya tarik tersendiri bagi produknya. Selanjutnya beberapa inovasi berupa pencatatan secara global

menjadi struktur baru bagi pelaku UMKM karena pada awalnya fitur pencatatan tersebut dilakukan secara manual.

4.1.4. Sumber Struktur Sosial Baru (P4)

Pada lingkungan organisasi serta sosial pelaku UMKM akan muncul budaya baru seiring dengan penerapan *fintech* pada tempat usahanya. Budaya tersebut muncul karena diawali dengan kebiasaan yang terus berulang terjadi, sehingga sebuah budaya baru atau perilaku sosial baru muncul. Berikut adalah hasil analisis wawancara mengenai sumber struktur sosial baru (P4) pada pelaku UMKM:

Tabel 4.5. Analisis Hasil Wawancara P4

No	Konstruk	<i>Appropriation Move</i>	Kode Narasumber	Pernyataan atau tindakan lainnya	Penjelasan dari <i>Appropriation Move</i>
1	Sumber Struktur Sosial Baru	Langsung-eksplisit	C1	“akhirnya mereka bisa bikin orang <i>trust</i> menggunakan <i>e-payment</i> ... itu sesuatu yang bisa dibilang mudah dan <i>trusted</i> ..” (8)	<i>Fintech</i> memberikan stuktur sosial baru berupa kepercayaan
2	Sumber Struktur Sosial Baru	Persetujuan-komplimen	C2	“...tapi kalo dari tingkat sosial kita sih oke-oke saja gitu.. karena lebih aman...” (8)	Menyetujui sebagian kebaikan yang timbul pada struktur sosial baru
3	Sumber Struktur Sosial Baru	Langsung-eksplisit	K2	“Kalau dari internal sih, nggak ada kesulitan, <i>welcome</i> aja.. lingkungan sosial apalagi ya, mereka lebih senang banget juga, karena lingkungan saya banyak yang udah punya anak, jadi mau kesini males, jadi mending <i>order</i> aja deh...” (8)	<i>Fintech</i> memberikan struktur sosial baru berupa kenyamanan dalam melakukan transaksi pesan antar
4	Sumber Struktur Sosial Baru	Pembesaran-positif	B1	<i>Open mind</i> kalau kami, nggak ada masalah.. (8)	Memberikan sentimen positif terhadap munculnya struktur sosial baru

Secara budaya dan perilaku sosial, hampir seluruh narasumber dengan tangan terbuka menerima perubahan yang ada. Karena nilai yang dibawa positif, maka akan timbul kepercayaan serta

kemudahan dengan menerapkan *fintech* pada tempat usahanya. Keamanan juga menjadi faktor diterimanya budaya ini. Faktor lain yang mengakibatkan diterimanya budaya penggunaan *fintech* adalah keadaan keluarga. Bagi orang tua yang sudah memiliki anak, dengan berbagai kemudahan dalam penggunaan *fintech*, akan mengurangi berbagai pekerjaan yang dapat menyita waktu untuk memberikan perhatian kepada anak. Berbagai perilaku sosial diatas akan menjadi pertimbangan dalam menerapkan *fintech* pada tempat usaha mereka. Oleh karena itu strukurasi ini akan saling mempengaruhi dengan sikap pengambilan keputusan pada P5.

4.1.5. Keputusan Menggunakan *Fintech/Decision Process* (P5)

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pelaku UMKM untuk pada akhirnya menggunakan *fintech* pada usahanya. *Fintech* harus dapat menjadi pertimbangan penting untuk mendapatkan keputusan ekonomis (Baddeley, 2004). Berikut adalah hasil analisis wawancara mengenai keputusan menggunakan *Fintech* (P5) pada pelaku UMKM:

Tabel 4.6. Analisis Hasil Wawancara P5

No	Konstruk	<i>Appropriation Move</i>	Kode Narasumber	Pernyataan atau tindakan lainnya	Penjelasan dari <i>Appropriation Move</i>
1	Keputusan Ekonomis	Kombinasi-korektif	C1	“Konvensional tetap ada...terus..ya masih normal sih tidak ada perubahan... perubahannya <i>delivery order</i> semakin bertambah..” (3)	<i>Fintech</i> digunakan untuk melengkapi transaksi konvensional untuk menambah nilai ekonomis
2	Keputusan Ekonomis	Langsung-eksplisit	C1	“...penjualan <i>delivery order</i> meningkat.. ...(pencatatan transaksional) membantu.. ada fitur <i>invoice</i> bulanan” (7)	<i>Fintech</i> meningkatkan nilai ekonomis dari bisnis dengan cara meningkatkan pesanan antar, membantu pencatatan, serta proses transaksi
3	Keputusan Ekonomis	Langsung-eksplisit	C2	“Jelas.. satu tingkat penjualan.. orang yang males kesini, udah capek mungkin, mau order makanan kesini tinggal klik..” (7)	<i>Fintech</i> memberikan alternatif bagi pelanggan yang tidak dapat datang langsung ke tempat usaha
4	Keputusan Ekonomis	Langsung-eksplisit	K1	“bisnisnya masih tetap bisa berjalan walaupun ada	<i>Fintech</i> dapat mempermudah proses bisnis pada

				kendala seperti hujan, cuaca, dan sebagainya” (3)	suatu kondisi tertentu
5	Keputusan Ekonomis	Langsung-eksplisit	K2	“kalau dari segi promosi, kita lebih dibantu mereka juga ya..” (5)	<i>Fintech</i> membantu pelaku usaha untuk melakukan promosi
6	Keputusan Ekonomis	Kontras-tidak istimewa	B1	“Bertambah tapi tidak lebih dari 30% mas..” (7)	<i>Fintech</i> tidak secara signifikan menambah nilai ekonomis
7	<i>Participation</i>	Langsung-eksplisit	C1	“... mengikuti perkembangan teknologi sekarang ya..... perkembangan zaman, yang orang dimudahkan untuk melakukan transaksi lewat...orang bilang <i>smartphone</i> ya...” (1)	Partisipasi dari aktor yang terlibat pada bisnis ini memberikan pertimbangan kepada pelaku bisnis untuk menerapkan <i>fintech</i>
8	<i>Participation</i>	Langsung-eksplisit	C1	“Untuk saat ini saya pikir orang sudah melek teknologi ya, sudah menggunakan <i>smartphone</i> .. ya bisa dibidang dari beberapa <i>e-payment</i> ...” (8)	Partisipasi dari aktor yang terlibat pada bisnis ini memberikan pertimbangan kepada pelaku bisnis untuk menerapkan <i>fintech</i>
9	<i>Participation</i>	Langsung-eksplisit	C2	“.... mereka pun yang kadang lebih mengingatkan kita.. kalo..di go-food kok kayak gini, apa aja selalu mengingatkan kita.. “ada di go-food, menu go-food?” ada.... “ (2)	Terdapat partisipasi berupa permintaan langsung dari konsumen untuk menerapkan <i>fintech</i>
10	<i>Participation</i>	Langsung-eksplisit	K2	“mereka lebih senang banget juga, karena lingkungan saya banyak yang udah punya anak, jadi mau kesini males, jadi mending order aja deh... <i>customer</i> positif juga sih..” (8)	Terdapat partisipasi berupa permintaan langsung dari konsumen untuk menerapkan <i>fintech</i>
11	Manajemen	Langsung-	C1	“... (pencatatan	<i>Fintech</i>

	Konflik	eksplisit		transaksional) membantu.. ada fitur <i>invoice</i> bulanan” (7)	membantu meminimalisir konflik dengan memberikan fitur pencatatan
12	Manajemen Konflik	Langsung-eksplisit	C1	“...semua sudah dialihkan ke <i>e-payment</i> ... karena orang nggak harus mikir “aah nggak bawa <i>cash</i> ”....” (8)	<i>Fintech</i> memberikan alternatif alat pembayaran selain uang tunai
13	Manajemen Konflik	Langsung-eksplisit	C2	“Ya banyak customer saya yang nggak bisa keluar malam karena mungkin kedinginan atau takut, mungkin harus...karena hujan..dia pesan dari rumah pun, atau dari hotel pun bisa diantar..” (2)	<i>Fintech</i> mempermudah pelanggan untuk melakukan pesanan dengan berbagai macam kondisi dari pelanggan itu sendiri
14	Manajemen Konflik	Langsung-eksplisit	K1	“bisnisnya masih tetap bisa berjalan walaupun ada kendala seperti hujan, cuaca, dan sebagainya” (3)	<i>Fintech</i> mempermudah proses transaksi bisnis dalam berbagai kondisi yang sedang terjadi
15	Manajemen Konflik	Langsung-eksplisit	B1	“... yang ketiga, karena menggunakan <i>go-pay</i> , jadi <i>e-money</i> , kurang lebih seperti itu, jadi kesalahan-kesalahan dalam hal untuk kebutuhan keuangan bisa kita minimalisir, itu yang pertama, dan kecurangan-kecurangan bisa kita minimalisir, itu...” (2)	<i>Fintech</i> mengurangi kesalahan-kesalahan serta kecurangan yang biasa terjadi pada proses transaksi
16	<i>influence behaviour</i>	Langsung-eksplisit	C1	“..... orang dimudahkan untuk melakukan transaksi lewat...orang bilang <i>smartphone</i> ya... jadi diawalnya ketika...diawalnya dari <i>delivery</i>terus gimana caranya	Kebiasaan pelanggan maupun aktor yang terlibat pada proses bisnis ini memberikan pertimbangan dalam menerapkan

				<i>delivery</i> seiring perkembangan zaman bisa bayar pake <i>cash</i> atau <i>e-payment</i> itu.. jadi intinya ya mengikuti perkembangan zaman..” (1)	<i>fintech</i>
17	<i>influence behaviour</i>	Langsung-eksplisit	C2	“dan mereka pun yang kadang lebih mengingatkan kita.. kalo..di go-food kok kayak gini, apa aja selalu mengingatkan kita.. “ada di go-food, menu go-food?” ada...” (2)	Kebiasaan pelanggan dalam menggunakan <i>fintech</i> pada produk lain memberikan pertimbangan kepada pelaku usaha untuk ikut menerapkan
18	<i>influence behaviour</i>	Langsung-eksplisit	K1	“...ada request dari <i>customer</i> ” (1)	Terdapat permintaan dari pelanggan untuk menyediakan layanan <i>fintech</i>
19	<i>influence behaviour</i>	Langsung-eksplisit	B1	“...dan umumnya mereka bertanya dulu “mas bisa diantar atau lewat go-food?” umumnya seperti itu..” (3)	Terdapat pertanyaan dari pelanggan apakah menyediakan layanan <i>fintech</i>
20	<i>task management</i>	Langsung-eksplisit	C1	“...(pencatatan transaksional) membantu.. ada fitur <i>invoice</i> bulanan” (7)	<i>Fintech</i> membantu pekerjaan manajerial melalui berbagai fungsi transaksional
21	<i>task management</i>	Langsung-eksplisit	C2	“...(pencatatan transaksi) di setiap bulan ada.. dari kita, dari sana ada, dia akan meng-email jumlah penjualan disini...” (9)	<i>Fintech</i> membantu pekerjaan manajerial melalui berbagai fungsi transaksional
22	<i>task management</i>	Langsung-eksplisit	K1	“ <i>amountnya</i> tercatat.. pencatatan yang rinci dan akurat, maksudnya penjualannya dari menggunakan aplikasi tersebut itu ada berapa, tercatat.. mengurangi	<i>Fintech</i> membantu pekerjaan manajerial melalui berbagai fungsi transaksional

				kesalahan” (2)	
23	<i>task management</i>	Langsung-eksplisit	K1	“...pembukuan, masalah masalah keuangan sih, karena dia masuk ke rekening dengan detail yang cukup jelas jadinya mempermudah..” (3)	<i>Fintech</i> membantu pekerjaan manajerial melalui berbagai fungsi transaksional
24	<i>task management</i>	Langsung-eksplisit	K2	“...dari <i>financenya</i> , <i>report</i> perbulannya, karena musti dibedakan tuh antara pembukuan reguler dan e-payment.. lebih rapi..” (3)	<i>Fintech</i> membantu pekerjaan manajerial melalui berbagai fungsi transaksional
25	<i>task management</i>	Langsung-eksplisit	B1	“yang ketiga, karena menggunakan go-pay, jadi <i>e-money</i> , kurang lebih seperti itu, jadi kesalahan-kesalahan dalam hal untuk kebutuhan keuangan bisa kita minimalisir, itu yang pertama, dan kecurangan-kecurangan bisa kita minimalisir, itu...” (2)	<i>Fintech</i> membantu pekerjaan manajerial melalui berbagai fungsi transaksional

Keputusan ekonomis akan menyangkut dengan perhitungan bisnis untuk menguntungkan baik secara keuntungan finansial maupun promosional. Hal-hal yang dibawa oleh *fintech* yang mendukung keputusan ekonomis adalah berupa peningkatan pesanan, pencatatan transaksional, keberlangsungan bisnis, serta promosi mengenai usahanya kepada masyarakat. Pada bagian *participation*, meningkatnya partisipasi organisasi maupun pelanggan dalam menggunakan *fintech*. Hal ini akan mempengaruhi keputusan penggunaan *fintech* dikarenakan *fintech* akan digunakan jika adanya partisipasi dari aktor-aktor sekitar yang mempengaruhi proses bisnis. Ternyata partisipasi dari pelanggan pada proses bisnis sangat mempengaruhi keputusan pelaku UMKM untuk menggunakan *fintech*. Salah satunya atas alasan permintaan pelanggan, *fintech* diputuskan untuk digunakan. Beberapa macam pelanggan menjadi alasan penggunaan *fintech*, salah satunya adalah ibu rumah tangga. Disela-sela kesibukan yang dialami, *fintech* membawa kemudahan untuk melakukan pesanan. Alasan lain adalah perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi yang pesat, disertai dengan perkembangan pada negara tetangga, menjadi pertimbangan tersendiri bagi pelaku UMKM untuk ikut menerapkan *fintech* pada usahanya.

Faktor selanjutnya adalah sarana manajemen konflik; konflik yang berkurang saat atau setelah menggunakan *fintech*. Konflik atau kendala yang muncul terkait dengan profil narasumber penelitian ini yang berbisnis pada bisnis makanan adalah cuaca serta kesalahan pencatatan transaksi. Dengan fitur pengantaran pesanan yang diiringi dengan sistem pembayaran elektronik dari suatu perusahaan, kendala terkait cuaca menjadi dapat diatasi oleh pelaku UMKM dengan bantuan *fintech*. Kendala mengenai pencatatan transaksi juga sudah menjadi fitur yang ditawarkan oleh *fintech*, pada akhirnya kesalahan yang timbul saat transaksi dapat diminimalisir oleh pelaku UMKM. Kendala lain adalah tidak tersedianya uang tunai oleh pelanggan. Dengan menggunakan *fintech*, pelanggan masih memiliki pilihan lain untuk tetap dapat melakukan pembayaran.

Selanjutnya adalah mengenai *influence behaviour*, kebiasaan pelanggan yang beralih untuk menggunakan *fintech* karena keuntungannya. Hal ini sudah banyak disinggung pada strukturasi dan faktor sebelumnya. Kebiasaan serta permintaan pelanggan pada akhirnya memaksa pelaku UMKM untuk ikut menggunakan *fintech*. Karena pelanggan sudah terbiasa menggunakan *fintech* pada toko atau usaha lain, maka mereka akan menanyakan hal yang sama kepada pelaku UMKM apakah bisnisnya menerima pembayaran melalui *fintech*, tentu berkaitan dengan fitur-fitur lain yang ditawarkan oleh penyelenggara *fintech*, seperti fitur pengantaran pesanan. Hal ini ternyata menjadi pertimbangan oleh pelaku UMKM mengambil keputusan untuk menggunakan *fintech*.

Faktor yang terakhir untuk mengambil keputusan adalah *task management*; hal-hal yang berkaitan dengan transaksi, rekapitulasi, serta pencatatan yang mengalami peningkatan secara manajerial. Hal ini tentunya sudah sering disinggung pada strukturasi serta faktor yang ada sebelumnya. Karena keuntungan secara manajerial ini menjadi berbagai strukturasi yang ada dalam penggunaan *fintech* oleh pelaku UMKM. Secara *task management*, tidak ada hal negatif yang didapatkan dari lapangan. Karena tujuan utama penggunaan *fintech* adalah mempermudah transaksi serta pencatatan, karena proses itu ditangani oleh komputer, maka kesalahan atau kelalaian yang biasa terjadi secara manual dapat diminimalisir. Tidak ada sikap resisten dari pelaku UMKM terkait dengan proses transaksi serta rekapitulasi saat menggunakan *fintech*. Hal ini menjadi pertimbangan kuat saat pelaku memberikan keputusan untuk menggunakan *fintech*.

4.1.6. Hasil Penerapan *Fintech/Decision Outcomes* (P7)

Setelah keputusan untuk menerapkan *fintech* diambil, maka akan ada hasil yang signifikan yang muncul setelah proses tersebut. *Fintech* harus dapat menjadi pandangan teknis dan ekonomis sebagai landasan pengambilan keputusan (Barley & Tolbert, 1997) serta berkualitas (Desanctis et al., 1994). Hal tersebut sudah dituangkan pada alasan penggunaan

fintech di atas, yang memang kenyataannya menjadi hasil nyata setelah menerapkan *fintech* pada usaha milik pelaku UMKM. Berikut adalah hasil analisis wawancara mengenai hasil penerapan *fintech* (P7) pada pelaku UMKM:

Tabel 4.7. Analisis Hasil Wawancara P7

No	Konstruk	<i>Appropriation Move</i>	Kode Narasumber	Pernyataan atau tindakan lainnya	Penjelasan dari <i>Appropriation Move</i>
1	<i>Decision Outcomes</i>	Langsung-eksplisit	C1	"...(pencatatan transaksional) membantu.. ada fitur invoice bulanan" (7)	<i>Fintech</i> memberikan berbagai fungsi transaksional
2	<i>Decision Outcomes</i>	Langsung-eksplisit	C1	"...ya mungkin praktis, tapi semakin membuat kita berpikir bagaimana caranya berinovasi untuk promosi menggunakan <i>e-payment</i> .." (9)	<i>Fintech</i> memberikan berbagai fungsi bisnis berupa inovasi serta promosi
3	<i>Decision Outcomes</i>	Langsung-eksplisit	C2	".. jadi mereka juga ada promo juga sih, (promo) jelas berdampak ke bisnis.. bahkan orang jadi datang..." (7)	<i>Fintech</i> memberikan berbagai fungsi bisnis berupa promosi
4	<i>Decision Outcomes</i>	Langsung-eksplisit	C2	"...(pencatatan transaksi) di setiap bulan ada.. dari kita, dari sana ada, dia akan meng-email jumlah penjualan disini..." (9)	<i>Fintech</i> memberikan berbagai fungsi transaksional
5	<i>Decision Outcomes</i>	Langsung-eksplisit	K1	" <i>amountnya</i> tercatat.. pencatatan yang rinci dan akurat, maksudnya penjualannya dari menggunakan aplikasi tersebut itu ada berapa, tercatat.. mengurangi kesalahan" (2)	<i>Fintech</i> memberikan berbagai fungsi transaksional serta dapat mengurangi kesalahan
6	<i>Decision Outcomes</i>	Langsung-eksplisit	K1	"...pembukuan, masalah masalah keuangan sih, karena dia masuk ke rekening dengan detail yang cukup jelas jadinya	<i>Fintech</i> memberikan berbagai fungsi transaksional serta dapat mempermudah proses transaksi

				mempermudah..” (3)	
7	<i>Decision Outcomes</i>	Langsung-eksplisit	K1	“Penjualan sih meningkat, tidak ada halangan dan kendala untuk masalah jarak, masalah kendala cuaca, jadi penjualan meningkat, stabil atau meningkat..” (9)	<i>Fintech</i> dapat meningkatkan penjualan serta menjadi manajemen konflik
8	<i>Decision Outcomes</i>	Langsung-eksplisit	K2	“...dari <i>financenya</i> , report perbulannya, karena musti dibedakan tuh antara pembukuan reguler dan <i>e-payment</i> .. lebih rapi..” (3)	<i>Fintech</i> memberikan berbagai fungsi transaksional berupa laporan serta pembukuan
9	<i>Decision Outcomes</i>	Langsung-eksplisit	K2	“2 kali lipat sih, meningkatnya luar biasa sih, jadi membantu banget..” (9)	<i>Fintech</i> meningkatkan jumlah penjualan
10	<i>Decision Outcomes</i>	Langsung-eksplisit	B1	“yang ketiga, karena menggunakan go-pay, jadi <i>e-money</i> , kurang lebih seperti itu, jadi kesalahan-kesalahan dalam hal untuk kebutuhan keuangan bisa kita minimalis, itu yang pertama, dan kecurangan-kecurangan bisa kita minimalis, itu...” (2)	<i>Fintech</i> mengurangi kesalahan serta kecurangan yang terjadi pada proses transaksional
11	<i>Decision Outcomes</i>	Langsung-eksplisit	B1	“sehingga dari pihak driver ke restoran tidak perlu lagi menggunakan uang sama sekali, uang <i>cash</i> maksud saya, dan itu langsung di transfer ke rekening kita, dan itu sangat-sangat membantu..” (2)	<i>Fintech</i> menjadi alternatif uang tunai sebagai alat pembayaran
12	<i>Decision Outcomes</i>	Langsung-eksplisit	B1	“Yang mengurangi jumlah uang yang beredar itu pasti, yang kedua pembukuan lebih	<i>Fintech</i> mengurangi jumlah uang beredar, memberikan fitur

				gampang dalam segi bisnis, yang ketiga sangat memudahkan, apalagi kalau mereka bisa <i>autodebet</i> ke rekening, hampir mirip seperti <i>debit card</i> ..” (9)	transaksional yaitu pembukuan, serta mempermudah proses transaksi
--	--	--	--	--	---

Hasil nyata yang didapatkan secara garis besar adalah pencatatan, kepraktisan, kemudahan, serta peningkatan penjualan. Hasil lain secara eksternal adalah mengurangi jumlah uang yang beredar, serta kemudahan pelanggan. Secara pandangan teknis dan ekonomis, *fintech* membantu pelaku UMKM untuk melakukan pencatatan, memudahkan proses transaksi, serta peningkatan penjualan. Secara kualitas adalah kecepatan bertransaksi dan mengurangi jumlah uang yang beredar.

4.2. Pembahasan

Penerapan *fintech* oleh pelaku UMKM setelah dianalisis, ternyata melalui proses yang panjang serta banyak pertimbangan untuk pada akhirnya mengambil keputusan tersebut. Para pelaku UMKM tidak serta merta pada saat memulai usahanya, langsung menggunakan *fintech* pada tempat usahanya. Perlu adanya pandangan serta persepsi kepada berbagai macam strukutrasasi yang telah dipetakan oleh AST, yang pada kenyataannya strukutrasasi serta kococokan tersebut mempengaruhi hasil akhir untuk menerapkan *fintech*. Secara keseluruhan, pelaku UMKM pada penelitian ini tidak melakukan resistensi secara berlebihan terhadap penggunaan *fintech*. Dengan berbagai persepsi meliputi permintaan pelanggan, permintaan pasar, kemudahan, serta perkembangan zaman, kenyataannya perlu diperhatikan agar penerapan ini memiliki hasil yang baik di kemudian hari. Karena ada berbagai konsekuensi yang harus diperhatikan setelah menerapkan teknologi ini. Berikut adalah hasil analisis penerapan *fintech* sebagai sarana pembayaran pada pelaku UMKM dengan pendekatan AST, kolom sentimen adalah kolom reaksi yang didapatkan yang akan digunakan untuk menentukan faktor pendukung serta faktor penghambat pada proses implementasi ini:

Tabel 4.8. Penerapan *fintech* sebagai sarana transaksi pembayaran pada UMKM dengan pendekatan AST

No	Konstruk	Proposisi	Hasil	Sentimen
----	----------	-----------	-------	----------

1	Sumber Struktur (SS) (P1)	Manfaat dari teknologi	Meningkatkan kepercayaan publik	Positif
			Meningkatkan kemudahan	Positif
	• Fitur dan Struktur	Prinsip untuk lebih memilih <i>fintech</i>	Menggunakan <i>fintech</i> meningkatkan inovasi	Positif
			<i>Fintech</i> diposisikan sebagai komplemen untuk transaksi konvensional	Positif
			<i>Fintech</i> diterapkan sebagai sarana manajemen konflik	Positif
			Meningkatkan kepercayaan publik	Positif
			Norma dan Lingkungan organisasi	Memberikan perubahan kepada lingkungan organisasi berupa kerapian pencatatan
	• Spirit	Lingkungan Organisasi	Sebagai inovasi besar	Positif
			Tidak memberikan perubahan yang signifikan	Negatif
2	Sistem Internal (SI) (P6)	kebiasaan sosial terhadap teknologi, pengetahuan tentang <i>fintech</i> , norma dalam kelompok	Pengetahuan pribadi dan pengetahuan karyawan mempermudah penerapan	Positif
			Fakta tentang <i>fintech</i> di lapangan menjadi pertimbangan proses penerapan	Positif

			Proses penyesuaian dan penerapan teknologi membutuhkan penanganan tersendiri	Negatif
3	Sumber Struktur Baru (SSB)(P3)	struktur baru, inovasi	Layanan pesan antar menjadi sebuah inovasi yang ditimbulkan oleh <i>fintech</i>	Positif
			Berbagai bentuk keuntungan muncul akibat penerapan <i>fintech</i>	Positif
			Pencatatan yang rinci dan akurat	Positif
			Skema biaya yang memberatkan	Negatif
			Ketidaksiapan infrastruktur dalam menerapkan layanan	Negatif
4	Sumber Struktur Sosial Baru (SsoB) (P4)	struktur sosial baru, membuat budaya baru	Menimbulkan kepercayaan	Positif
			Menimbulkan keamanan	Positif
			Menimbulkan kenyamanan	Positif
			Memberikan sentimen positif terhadap berbagai struktur yang muncul	Positif
5	Keputusan Menggunakan Fintech/ <i>Decision Process</i> (DP) (P5)	sebagai pertimbangan penting untuk keputusan ekonomis	Melengkapi transaksi konvensional untuk menambah nilai ekonomis	Positif
			Meningkatkan penjualan pesan antar	Positif

			Menjadi alternatif bagi transaksi konvensional	Positif
			Mempermudah proses bisnis pada saat kondisi tertentu	Positif
			Membantu proses promosi	Positif
			Tidak bertambah secara signifikan	Negatif
		<i>Participation</i>	Partisipasi dari aktor yang terlibat dapat menjadi pertimbangan	Positif
			Partisipasi dari konsumen untuk menerapkan <i>fintech</i>	Positif
		Manajemen Konflik	Memberikan fitur pencatatan	Positif
			Sebagai alternatif pembayaran selain uang tunai	Positif
			Mempermudah pelanggan untuk melakukan pesanan	Positif
			Mengurangi kesalahan dan kecurangan	Positif
		<i>influence behaviour</i>	Kebiasaan pelanggan menjadi pertimbangan dalam menerapkan <i>fintech</i>	Positif
			Permintaan pelanggan untuk menyediakan layanan	Positif
			Pertanyaan pelanggan apakah menyediakan	Positif

			layanan	
		<i>task management</i>	Membantu pekerjaan manajerial melalui fungsi transaksional	Positif
6	Hasil Penerapan <i>Fintech / Decision Outcomes (DO) (P7)</i>	pandangan teknis dan ekonomis sebagai, landasan pengambilan keputusan, kualitas	Memberikan fungsi transaksional	Positif
			Memberikan fungsi berupa inovasi serta promosi	Positif
			Mengurangi kesalahan serta kecurangan	Positif
			Mempermudah proses transaksi	Positif
			Meningkatkan penjualan serta manajemen konflik	Positif
			Memberikan laporan serta pembukuan	Positif
			Alternatif yang tunai sebagai alat pembayaran	Positif
			Mengurangi jumlah uang yang beredar	Positif

Hal pertama yang menjadi kata kunci dalam penerapan teknologi ini adalah kemudahan. *Fintech* dinilai dapat memberikan kemudahan terhadap proses bisnisnya. Dengan mengabaikan konsekuensi pada awalnya, kemudahan menjadi hal yang istimewa yang dianggap pelaku UMKM sebagai percepatan roda bisnis mereka. Kemudahan tersebut berupa pencatatan transaksi, fitur transfer ke rekening, serta pasar yang dijanjikan. Sudah dibayangkan jika mendapatkan fitur tersebut, tentu tugas pelaku UMKM menjadi lebih ringan dengan keuntungan yang dapat diperhitungkan di awal. Dengan menerapkan *fintech*, mungkin pelaku UMKM berpikir tidak perlu untuk menambah karyawan pada bagian keuangan karena pencatatan keuangan sudah ditangani oleh *fintech*. Selanjutnya dengan fitur uang elektronik yang akan masuk ke rekening secara otomatis, tentu akan meringankan tugas setiap harinya untuk melakukan penyeteroran ke bank, dengan berbagai penghematan yang dapat muncul.

Setelah melakukan pertimbangan, ternyata timbul konsekuensi yang ada di balik kemudahan tersebut. Konsekuensi terbesar adalah biaya yang muncul akibat penggunaan fitur tersebut. Biaya tersebut muncul, karena perusahaan *fintech* Go-Jek menawarkan fitur layanan pesan antar kepada pelaku UMKM. Tentu akan muncul sebuah aplikasi untuk menangani fitur tersebut, dan penawaran fitur tersebut ternyata tidak cuma-cuma. Pada awalnya, mungkin angka yang ditawarkan dirasa memberatkan, timbul penolakan dari pelaku UMKM, karena secara hitungan kurang memadai. Ternyata di balik penolakan tersebut, timbul permintaan pelanggan kepada pelaku UMKM untuk menawarkan produknya melalui penyelenggara tersebut. Atas desakan dan permintaan, pelaku UMKM akhirnya mencoba menggunakan fitur tersebut. Atau skenario lain, ada pelaku UMKM yang dari awalnya sudah langsung menggunakan layanan *fintech* tersebut karena sudah menggunakan secara pribadi, atau pengaruh lingkungan sosial, seperti lingkungan sesama pengusaha misalnya. Ternyata setelah menggunakan, fitur tersebut dirasa tidak memberatkan. Pelaku UMKM dapat melakukan penyesuaian harga pada produknya untuk mendapatkan keuntungan yang ditawarkan dari penyelenggara tersebut.

Seiring dengan perjalanan waktu, penggunaan *fintech* semakin tidak memberatkan. Terlebih dengan berbagai keuntungan yang ditawarkan, *fintech* dirasakan dapat menjadi mitra bagi pelaku UMKM dalam menjalankan bisnisnya. Kemudahan yang menjadi awal alasan pelaku UMKM menggunakan *fintech* ternyata berjalan dengan baik. Berbagai kemudahan memang pada kenyataannya berdampak kepada bisnisnya. Kemudahan seperti fitur promosi, layanan pesan antar menjadi hal yang sehari-hari berdampak pada bisnis mereka. Hal ini tentunya akan berdampak kepada bisnis yaitu akan mendapatkan peningkatan pada bisnisnya. Hal lain yang berdampak adalah kurangnya kecurangan setelah menggunakan *fintech* (Adeyeye, 2008). Hal ini berdampak nyata, karena dengan adanya *fintech*, semua transaksi tercatat secara *computerized*. Tentu ini akan memudahkan pelaku UMKM dalam mencocokkan transaksi serta melakukan *stock opname*.

Berbagai keuntungan serta dampak di atas, tidak akan terjadi jika tidak ada keselarasan internal pada organisasi pelaku UMKM. Pelaku UMKM dimudahkan dengan keakraban karyawan mereka dengan teknologi ini. Ternyata, kebanyakan karyawan mereka telah terbiasa menggunakan *fintech* pada kehidupan sehari-harinya. Hal ini tentu akan memudahkan proses penerapan teknologi ini. Setelah mencapai kesepahaman, maka akan mendukung sisi teknis dan ekonomis (Avgerou, 2001) dalam penerapan teknologi ini. Pelaku usaha tidak perlu mengalami kesulitan dalam mengenalkan teknologi ini. Setelah karyawan mahir dalam menggunakan, maka konflik dapat teratasi dengan baik. Ini kembali lagi akan mendukung peningkatan bisnis secara ekonomis. Kenyataannya, kemahiran dalam menggunakan suatu teknologi memang akan berdampak pada bisnis. Penerapan *fintech* pada UMKM ternyata dapat membuat sebuah budaya

baru (Baddeley, 2004) dalam kehidupan sehari-hari. Dari hasil wawancara yang didapatkan, banyak kaum ibu yang khususnya sedang mempunyai anak kecil terbantu dengan adanya fitur ini. Dengan adanya teknologi ini, para ibu dapat dimudahkan untuk melakukan suatu pesanan pada produk tertentu. Dengan kondisi tertentu, para ibu tidak perlu meninggalkan anaknya untuk mengambil uang di ATM untuk membayar produk pesannya.

Hasil dari penerapan *fintech* pada pelaku UMKM adalah berupa keuntungan yang memberikan nilai positif untuk kemajuan bisnisnya. Pada kenyataannya, berbagai faktor yang mempengaruhi proses implementasi banyak dipengaruhi oleh faktor eksternal yang secara strategis belum dipikirkan oleh pelaku UMKM. Faktor tersebut adalah perilaku pasar yang secara tidak langsung memaksa pelaku UMKM untuk segera menerapkan *fintech* demi kelangsungan bisnisnya. Pasar yang sudah terbiasa praktis, akan mulai meninggalkan metode pembayaran maupun transaksi secara konvensional. Atas dasar kemudahan, hal ini tidak akan memberatkan pelanggan dalam menggunakan pembayaran elektronik. Penerapan *fintech* justru membuat pelaku UMKM untuk tetap memikirkan strategi dan inovasi apa yang cocok untuk mengiringi penerapan *fintech* ini. Pelaku UMKM harus memikirkan bagaimana formula yang cocok agar *fintech* dapat menjadi mitra yang menguntungkan bisnisnya. Sikap resisten terhadap teknologi ini justru akan membuat pelaku UMKM akan kehilangan porsi pasar, walau tidak secara keseluruhan. Dengan berbagai fitur yang ditawarkan, *fintech* dapat menjadi pendukung perluasan pasar serta penggerak roda bisnis bagi pelaku UMKM.

4.3. Faktor Pendukung dan Penghambat

Setelah melalui tahapan analisis, dengan strukutrasi serta kecocokan yang terjadi pada penelitian ini, maka dapat dipetakan mengenai faktor yang mendukung dan menghambat penerapan serta penggunaan *fintech* sebagai transaksi pembayaran pada UMKM. Faktor-faktor ini dipetakan berdasarkan sentimen atau reaksi yang didapatkan dari hasil analisis pada tabel 4.8. Kategori dibuat berdasarkan nilai-nilai penggunaan *fintech* yang sudah disebutkan oleh peneliti sebelumnya. Parameter adalah hasil nyata wawancara narasumber pada tabel 4.8. Berdasarkan reaksi tersebut, maka dapat dikategorikan faktor-faktor sebagai berikut:

Tabel 4.9. Faktor Pendukung dan Penghambat Penerapan *fintech* sebagai sarana transaksi pembayaran pada UMKM

No	Jenis Faktor	Kategori	Parameter
----	--------------	----------	-----------

1	Pendukung	Kenyamanan	Sarana Manajemen konflik Pengetahuan karyawan mempermudah penerapan
		Keamanan	Kepercayaan publik
		Kesuaian Transaksi	Kerapian pencatatan Pencatatan rinci dan akurat Mengurangi kesalahan dan kecurangan
		Kemudahan	Meningkatkan kemudahan Mempermudah pelanggan dalam melakukan pemesanan Alternatif uang tunai
		Bisnis	Inovasi Komplimen transaksi konvensional Keuntungan Kelangsungan bisnis pada kondisi tertentu Promosi
2	Penghambat	Implementasi Teknologi	Penyesuaian penerapan teknologi
		Biaya	Skema biaya yang memberatkan
		Kesiapan Infrastruktur	Ketidaksiapan infrastruktur dalam menerapkan layanan

4.3.1 Faktor Pendukung

a) Kenyamanan

Kenyamanan dalam menggunakan *fintech* (Alvani, 2017) menjadi faktor utama bagi pelaku UMKM untuk menerapkan *fintech* sebagai sarana transaksi pembayaran. Dengan menggunakan *fintech*, pelaku UMKM dapat dengan nyaman menjalankan bisnisnya tanpa perlu khawatir akan terjadinya kesalahan serta mempermudah tugas dalam menjalankan bisnisnya. Hal ini pun berimbas kepada pelanggan yang mendapatkan kenyamanan dalam bertransaksi. Dengan adanya kenyamanan ini, maka ketidakpercayaan terhadap *e-payment* (Jennex et al., 2004) akan sedikit demi sedikit berkurang untuk mencapai hal yang positif. *Fintech* sebagai sarana manajemen konflik dapat menjadi parameter kenyamanan yang ditimbulkan oleh *fintech*. Dengan adanya *fintech*, maka konflik yang biasa atau akan terjadi dapat diminimalisir. Parameter lain adalah pengetahuan karyawan. Pengetahuan karyawan dapat memberikan kenyamanan dan memperkecil kesulitan pada saat menerapkan *fintech* pada perusahaannya.

b) Keamanan

Dengan banyaknya insiden *cyber fraud*, maka menjadikan alasan penggunaannya untuk menerapkan layanan *e-payment* (Adeyeye, 2008). Pelaku UMKM mempercayakan aset serta pencatatannya untuk dikelola oleh penyelenggara *fintech*. Pada kenyataannya, pelaku UMKM menaruh uang serta transaksinya kepada penyelenggara *fintech* dalam bentuk uang elektronik, atau pada kemudian waktu dilakukan pemindahan ke rekening bank. Hal ini tentu didasari dengan rasa keamanan untuk mempercayakan transaksinya kepada penyelenggara *fintech*.

c) Kesesuaian Transaksi

Pelaku UMKM merasakan bahwa dengan melakukan transaksi secara *computerized*, maka akan memberikan fitur dan keuntungan lebih serta mengurangi resiko kesalahan manusia. Faktor kesesuaian transaksi ini menjadi faktor utama pelaku UMKM untuk menggunakan *fintech* sebagai sarana transaksi. Pelaku UMKM percaya bahwa dengan menggunakan *fintech*, maka akan dapat mengurangi kesalahan serta *fraud* yang biasa terjadi pada transaksi konvensional. Maka *fintech* dapat memberikan keuntungan jika dibandingkan dengan transaksi tunai (Adeyeye, Pretorius, & Kalema, 2014).

d) Kemudahan

Berbagai fitur ditawarkan seiring dengan penggunaan *fintech* pada bisnis para pelaku UMKM. Hal ini membawa nilai positif berupa kemudahan dari berbagai sudut tugas dalam menjalankan bisnisnya. *Fintech* menawarkan fitur yang pada awalnya memberikan *first impression* yang baik kepada penggunaannya (Treiblmaier, Pinterits, & Floh, 2006), meliputi pelaku UMKM serta pelanggannya. Hal ini menjadi candu bagi mereka karena berbagai kemudahan yang ditawarkan, membuat pelaku UMKM sendiri menerapkan *fintech* pada bisnis mereka.

e) Bisnis

Fakta menunjukkan bahwa penerapan *fintech* oleh pelaku UMKM murni untuk keberlangsungan bisnisnya. Pelaku UMKM memutar otak untuk melakukan inovasi, sampai pada akhirnya salah satunya dengan menerapkan *fintech* pada bisnisnya. Bisnis menjadi faktor yang semata-mata penting, karena tentu saja hal ini berkaitan dengan dunia usaha bagi para pelaku UMKM. Jika *fintech* tidak menguntungkan secara bisnis; walau dengan berbagai keuntungan yang sudah disebutkan, tentu saja *fintech* tidak akan diterapkan oleh pelaku UMKM. Pada kenyataannya, diperlukan kesadaran oleh pelaku UMKM itu sendiri untuk menerapkan *fintech* pada bisnisnya (Effah, 2016). Hal ini akan berdampak positif terhadap bisnisnya.

4.3.2 Faktor Penghambat

a) Implementasi Teknologi

Pada saat melakukan implementasi teknologi, awalnya menjadi momok bagi pelaku UMKM karena tidak semua anggota organisasi atau karyawannya terbiasa dengan teknologi. Perlu ada penanganan tersendiri bagi pelaku UMKM untuk mengenalkan teknologi *fintech* kepada karyawannya, karena hal ini berkaitan dengan keuangan bagi perusahaan. Setelah dilakukan, ada pelaku usaha yang berhasil menangani faktor ini, ada pula kesalahan-kesalahan yang masih timbul setelah implementasi teknologi dilakukan pada usahanya. Faktor ini juga dapat menjadi alasan bagi pelaku usaha untuk tidak menerapkan teknologi *fintech* pada usahanya.

b) Biaya

Biaya menjadi salah satu faktor yang menjadi penghambat bagi pelaku UMKM untuk menerapkan *fintech* sebagai sarana transaksi pada usahanya. Untuk menerapkan *fintech*, perlu ada biaya yang dikeluarkan oleh pelaku UMKM. Pada akhirnya, biaya tidak menjadi faktor yang terlalu berat, karena dapat ditangani dengan melakukan penyesuaian harga pada produknya. Dengan meningkatnya pendapatan yang timbul akibat penerapan *fintech* pada usahanya, faktor ini dirasakan tidak terlalu mengganggu sesuai dengan hasil analisis di lapangan.

c) Kesiapan Infrastruktur

Faktor ini menjadi sangat penting, karena peran dari pemerintah sangat mendukung penggunaan *fintech* sebagai sarana transaksi elektronik. Dengan terbatasnya persediaan instrumen pembayaran elektronik (Goodman, Osiakwan, & Bernstein, 2004), maka akan juga dapat menghambat penggunaan *fintech* di kalangan pelaku usaha. Dengan infrastruktur yang stabil dan tersebar, serta dengan peraturan kerangka kerja yang jelas (Baddeley, 2004) dari pemerintah, maka penyerapan penggunaan *fintech* di masyarakat akan dapat meningkat, dan dapat memberikan nilai positif yang diharapkan saat menggunakan teknologi ini.

4.4. Pola Penerapan *Fintech* pada UMKM

Untuk mendapatkan pola penerapan *fintech*, akan dilakukan penangkapan terhadap alur yang diperoleh pada hasil wawancara, serta data observasi yang didapatkan pada saat dilakukan wawancara. Selanjutnya alur dan data observasi yang didapatkan dari 3 organisasi tersebut akan digabungkan, untuk disusun menjadi sebuah pola yang dapat mewakili proses penerapan pada sektor ini. Berikut adalah alur dari masing-masing narasumber tersebut:

1. Cubic Kitchen & Bar

1. Membuka usaha restoran
2. Seiring dengan perkembangan teknologi, mulai ada penyedia layanan *fintech* yang datang menawarkan layanannya
3. Pada proses penerapannya, tidak mengganggu proses konvensional yang sudah ada
4. Penerapan *fintech* menambah penjualan dengan berbagai fitur yang ditawarkan

5. Perlu adanya penyesuaian harga setelah diterapkannya layanan *fintech* ini
6. Ada penawaran lain dari penyedia layanan yang mulai bermunculan. Pelaku usaha membandingkan keuntungan yang ditawarkan dari masing-masing penyedia layanan.
7. Pada akhirnya, pelaku UMKM mempertahankan penyedia layanan yang dirasa menguntungkan

Hasil observasi:

- Lokasi *Cubic Kitchen & Bar* berada di tengah kota Yogyakarta
- Kondisi Restoran sangat ramai
- *Manager* restoran ini sangat mempercayai dan menggantungkan kepada kemudahan yang ditawarkan penyedia layanan *fintech* untuk memperkuat dan menjalankan bisnisnya
- *Manager* restoran ini dari tutur katanya percaya kepada penyedia layanan *fintech* sebagai mitra bisnisnya
- Pada saat dilakukan wawancara, terdapat beberapa transaksi yang menggunakan layanan *fintech*

2. *Kawa Eat, Coffee & Space*

1. Membuka usaha restoran
2. Memerlukan fitur layanan antar untuk memperkuat bisnisnya
3. Mendapatkan informasi penerapan *fintech* dari sesama pelaku usaha
4. Pada proses penerapannya, tidak mengganggu proses konvensional yang sudah ada, tetapi perlu ada penyesuaian terhadap proses pembukuan
5. Penerapan *fintech* menambah penjualan dengan berbagai fitur yang ditawarkan
6. Perlu adanya penyesuaian harga setelah diterapkannya layanan *fintech* ini
7. Pada akhirnya, pelaku UMKM mempertahankan penyedia layanan yang dirasa menguntungkan

Hasil observasi:

- Lokasi *Kawa Eat, Coffe & Space* berada di tengah kota Yogyakarta
- Kondisi Restoran tidak terlalu ramai
- *Manager* restoran ini menerima keberadaan layanan *fintech* sebagai mitra yang membantu menjalankan bisnisnya
- *Manager* restoran ini dari tutur katanya percaya kepada penyedia layanan *fintech* sebagai mitra bisnisnya
- Pada saat dilakukan wawancara, terdapat beberapa transaksi yang menggunakan layanan *fintech*

3. Burgerax

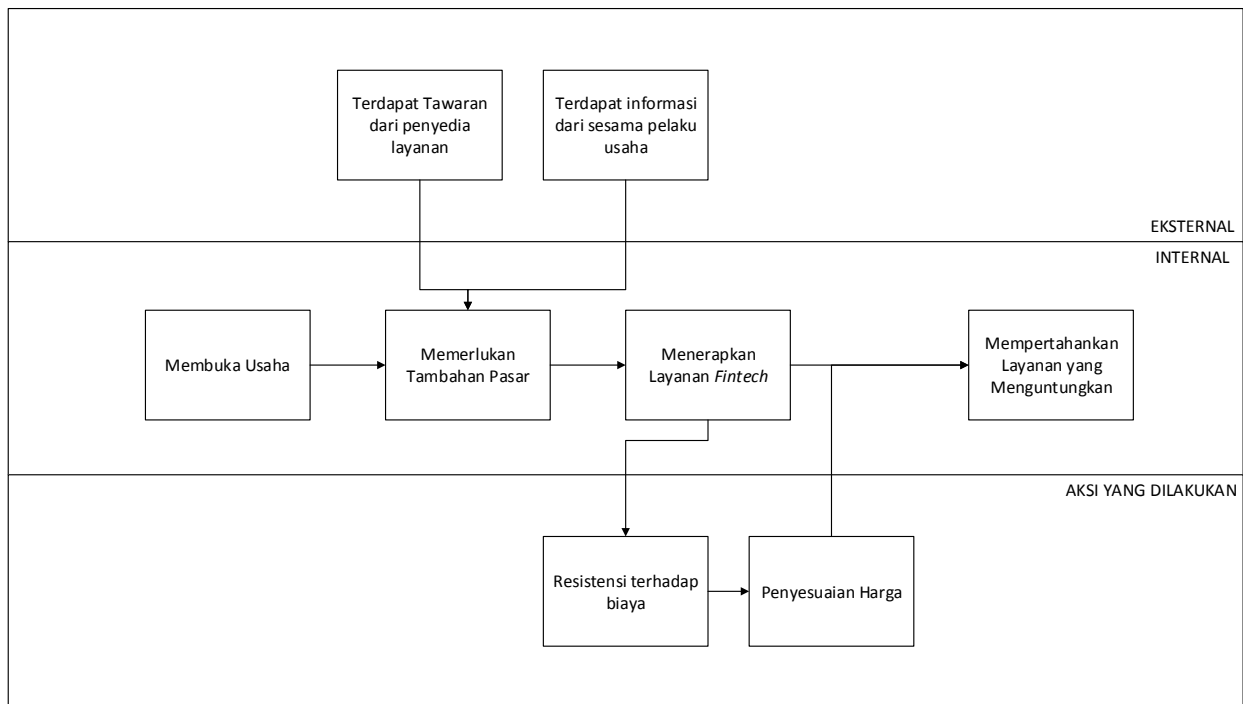
1. Membuka usaha kedai makanan
2. Memerlukan perluasan pasar dengan memanfaatkan layanan *fintech*
3. Ada permintaan dari pelanggan untuk menggunakan layanan *fintech*
4. Pada proses penerapannya, tidak mengganggu proses konvensional yang sudah ada
5. Melakukan resistensi terhadap biaya yang muncul akibat penerapan *fintech*
6. Penerapan *fintech* menambah penjualan dengan berbagai fitur yang ditawarkan
7. Pada akhirnya, pelaku UMKM mempertahankan penyedia layanan yang dirasa menguntungkan

Hasil observasi:

- Lokasi Burgerax terdapat di berbagai titik di kota Yogyakarta
- Kondisi Restoran sangat ramai
- Pemilik restoran ini memiliki sentimen yang cenderung negatif terhadap layanan *fintech* yang digunakannya dikarenakan skema biaya yang tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh pemilik
- Pemilik cukup bergantung kepada layanan *fintech* karena terbantu dengan pangsa pasar yang dimiliki layanan *fintech* tersebut
- Pemilik ingin ada penyesuaian skema biaya agar kerjasama yang terjalin saling menguntungkan
- Pemilik ingin ada campur tangan yang berarti dari pemerintah untuk mempersiapkan infrastruktur agar *platform* ini berjalan dengan stabil dan menguntungkan berbagai pihak

Hasil observasi ini lalu ditemukan irisannya untuk membentuk pola penerapan *fintech* yang terjadi dari narasumber. Berikut adalah pola penerapan *fintech* pada pelaku UMKM pada sektor kuliner di kota Yogyakarta:

Diagram 4.1. Pola Penerapan *fintech* pada pelaku UMKM pada sektor kuliner di kota Yogyakarta



Dalam menerapkan *fintech*, terdapat kebutuhan yang muncul sebelumnya sampai akhirnya pelaku UMKM memutuskan untuk menerapkan *fintech*. Keputusan tersebut didukung oleh tawaran dari penyedia layanan, serta informasi dari sesama pelaku usaha. Setelah menerapkan, timbul resistensi terhadap biaya yang muncul dari penerapan layanan *fintech*. Pelaku usaha perlu melakukan penyesuaian harga terhadap produknya. Pada akhirnya, pelaku usaha mempertahankan layanan yang menguntungkan usahanya.

BAB 5

Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian ini terbagi menjadi 2 bagian, yaitu berupa faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *fintech* pada UMKM, dan pola penerapannya. Faktor-faktor diperoleh dari penggunaan AST, sedangkan pola penerapan diperoleh dengan cara observasi pada saat melakukan wawancara kepada narasumber. Faktor-faktor dan pola ditemukan agar dapat digunakan oleh pelaku UMKM lain dan pengguna *fintech* yang lain seperti pemerintah, penyelenggara, serta aktor lain yang terlibat dalam teknologi ini.

Faktor-faktor yang diperoleh dibagi menjadi 2 bagian, yaitu faktor pendukung dan penghambat. Faktor yang mendukung pelaku UMKM untuk menggunakan *fintech* adalah berupa kenyamanan, keamanan, kesesuaian transaksi, kemudahan, serta bisnis. Hal-hal yang berkaitan dengan faktor-faktor pendukung ini secara nyata adalah berupa kemudahan pencatatan, kemudahan proses transaksi, serta peningkatan penjualan. Faktor penghambat pada penggunaan layanan ini adalah implementasi teknologi, biaya, serta kesiapan infrastruktur. Hal-hal yang berkaitan dengan faktor-faktor penghambat ini secara nyata adalah berupa kebutuhan penyesuaian pada beberapa titik saat mengimplementasikan teknologi ini.

Pola penerapan *fintech* pada pelaku UMKM meliputi beberapa fase. Secara garis besar, *fintech* muncul disaat pelaku UMKM memerlukan tambahan pasar. Informasi tentang penggunaan *fintech* didapatkan oleh pelaku UMKM dari penyedia layanan dan dari rekan sesama pelaku usaha. Dengan informasi tersebut, pelaku UMKM mencoba menerapkan layanan *fintech*. Masalah yang biasa timbul, seperti sudah disebutkan pada faktor-faktor penghambat di atas, secara garis besar adalah penyesuaian biaya. Dengan masalah tersebut, pelaku UMKM melakukan penyesuaian harga, untuk selanjutnya tetap mempertahankan layanan yang menguntungkan dari penggunaan *fintech*.

5.2 Saran

Penelitian ini dilakukan pada UMKM yang fokus pada bisnis kuliner di kota Yogyakarta dan menggunakan teknologi dengan merk “Go-Pay” saja. Hal ini dikarenakan keterbatasan penggunaan teknologi dengan merk lainnya. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian pada UMKM dengan fokus bisnis yang lain. Sudut pandang mengenai *fintech* dapat diubah, sehingga tidak hanya berfokus pada jenis pembayaran elektronik dan uang elektronik, tetapi juga dapat berkembang dan diperluas pada jenis *fintech* yang lain seperti simpan pinjam, modal usaha, investasi, dompet elektronik, *blockchain*, *crowdfunding*, *e-commerce*, dompet elektronik, serta jenis yang lain. Berbagai jenis *fintech* akan memberikan hasil yang berbeda,

begitu pula sudut pandang mengenai *fintech* dari sisi pengguna, pelanggan, penyelenggara, serta regulator. Hal ini akan dapat memperkaya referensi mengenai perkembangan *fintech* di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- 6 marketing trends in the FinTech industry | SecurionPay. (n.d.). Retrieved June 4, 2017, from <https://securionpay.com/blog/6-marketing-trends-fintech-industry/>
- Abrahão, R. de S., Moriguchi, S. N., & Andrade, D. F. (2016). Intention of adoption of mobile payment: An analysis in the light of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *RAI Revista de Administração e Inovação*, 13(3), 221–230. <https://doi.org/10.1016/j.rai.2016.06.003>
- ADB. (2017). Accelerating Financial Inclusion in South-East Asia With Digital Finance, 86.
- Adeyelure, T. S., Pretorius, P., & Kalema, B. M. (2014). An E-Payment System in Nigeria: Success Militating Factors. *International Journal of Advanced Computer Research*, 4(1), 231. Retrieved from <http://shu.summon.serialssolutions.com.lcproxy.shu.ac.uk/2.0.0/link/0/eLvHCXMw7V1bS8MwFA7ikyBe8H4jTz6tmubWdDBkyIoviqDvo2vaMRhVd3nw35uTnE62sR8gCIWPkMs5peHkJD05HyGC37FoxSbklRCK6WpQJarQUlkO8YVJqsCDZYNkOY3BglsHv3ZjJL3lth8FHJrfx7A2O2sq1cPnVwQ0UvC7teHUyJFrwXYgy>
- Adeyeye, M. (2008). e-Commerce, Business Methods and Evaluation of Payment Methods in Nigeria. *Electronic Journal Information Systems Evaluation Volume*, 11(1), 1–6. Retrieved from <http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:e-Commerce+,+Business+Methods+and+Evaluation+of+Payment+Methods+in+Nigeria#0>
- Alvani, P. (2017). Financial Technology, Regulasi dan Adaptasi Perbankan di Indonesia, 9816(1), 51–62.
- Amalia, F., Chishti, S., & Barberis, J. (2016). Book Review : THE FINTECH BOOK : THE FINANCIAL TECHNOLOGY HANDBOOK FOR INVESTORS , ENTREPRENEURS AND VISIONARIES, 31(3), 345–348.
- Ananta, W. (n.d.). OJK Sebut Layanan Keuangan Berbasis Teknologi Kurang Diperhatikan | Bisnis | Arah.Com. Retrieved April 26, 2017, from <https://www.arah.com/article/22069/ojk-sebut-layanan-keuangan-berbasis-teknologi-kurang-diperhatikan.html>
- Avgerou, C. (2001). The significance of context in information systems and organizational change. *Information Systems Journal*, (11), 43–63. <https://doi.org/10.1046/j.1365-2575.2001.00095.x>
- Baddeley, M. (2004). Using e-cash in the new economy: An economic analysis of micropayment systems. *Journal of Electronic Commerce Research*, 5(4), 239–253.
- Barley, S. R., & Tolbert, P. S. (1997). Institutionalization and Structuration: Studying the Links

- between Action and Institution. *Organization Studies*, 18(1), 93–117.
<https://doi.org/10.1177/017084069701800106>
- Begini Cara Telkomsel Rangkul Pelaku UMKM. (n.d.). Retrieved November 16, 2017, from <https://inet.detik.com/telecommunication/d-3628879/begini-cara-telkomsel-rangkul-pelaku-umkm>
- Chadha, R. (2017). Indonesian Ride-Hailing Unicorn Go-Jek Accelerates Digital Payments - eMarketer. Retrieved October 27, 2017, from <https://www.emarketer.com/Article/Indonesian-Ride-Hailing-Unicorn-Go-Jek-Accelerates-Digital-Payments/1015048>
- Depkop. (2012). Perkembangan Data Usaha Mikro , Kecil , Menengah (Umkm) Dan Usaha Besar (Ub) Perkembangan Data Usaha Mikro , Kecil , Menengah (Umkm) Dan Usaha Besar (Ub). *Www.Depkop.Go.Id*, (1), 2011–2012.
- Desanctis, G., Poole, M. S., & Zmud, R. W. (1994). Capturing the complexity in advanced technology use: Adaptive structuration theory. *Organization Science*, 5(2), 121–147.
<https://doi.org/10.1287/orsc.5.2.121>
- Effah, J. (2016). Institutional Effects on E-payment Entrepreneurship in a Developing Country: Enablers and Constraints. *Information Technology for Development*, 22(2), 205–219.
<https://doi.org/10.1080/02681102.2013.859115>
- Ekspansi T-Cash di Bandung, Telkomsel Tempel UMKM. (n.d.). Retrieved November 16, 2017, from <https://inet.detik.com/telecommunication/d-3225177/ekspansi-t-cash-di-bandung-telkomsel-tempel-umkm>
- FinTech Indonesia dan Perkembangannya | KoinWorks Blog. (n.d.). Retrieved April 26, 2017, from <https://koinworks.com/blog/fintech-indonesia-dan-perkembangannya/>
- Goodman, S., Osiakwan, E., & Bernstein, A. (2004). Global diffusion of the Internet IV: The Internet in Ghana. *Communications of AIS*, 13(38), 1–47.
<https://doi.org/10.1002/047148296X.tie072>
- Gopal, A., Bostrom, R. P., & Chin, W. W. (1992). Applying Adaptive Structuration Theory to Investigate the Process of Group Support Systems Use. *Journal of Management Information Systems*, 9(3), 45–69. <https://doi.org/10.2307/40398042>
- Hennink, M., Inge Hutter, & Bailey, A. (2012). Qualitative research methods. *Critical Public Health*. <https://doi.org/10.1080/09581596.2011.565689>
- Jennex, M. E., Amoroso, D., & Adalakun, O. (2004). E-commerce infrastructure success factors for small companies in developing economies. *Electronic Commerce Research*, 4(3), 263–286. <https://doi.org/10.1023/B:ELEC.0000027983.36409.d4>
- Junadi, & Sfenrianto. (2015). A Model of Factors Influencing Consumer’s Intention to Use E-

- payment System in Indonesia. *Procedia Computer Science*, 59(Iccsci), 214–220.
<https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.07.557>
- Khatimah, H., & Halim, F. (2014). Consumers' Intention to use e-money in Indonesia based on Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *American-Eurasian Journal of Sustainable Agriculture*, 8(12), 34–40.
- Lee, T. (2017). Southeast Asia's fintech pivot. Retrieved October 27, 2017, from
<https://www.techinasia.com/southeast-asia-fintech-pivot>
- Leong, C., Tan, B., Xiao, X., Tan, F. T. C., & Sun, Y. (2017). Nurturing a FinTech ecosystem: The case of a youth microloan startup in China. *International Journal of Information Management*, 37(2), 92–97. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.11.006>
- Machmud, S., & Sidharta, I. (2013). Model Kajian Pendekatan Manajemen Strategik. *Jurnal Computech & Bisnis*, 7(1), 56–66.
- Maier, E. (2016). Journal of Retailing and Consumer Services Supply and demand on crowdlending platforms : connecting small and medium-sized enterprise borrowers and consumer investors. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 33, 143–153.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.08.004>
- Mella, C., & Naufal, R. (n.d.). Easier Payments with GO-PAY – GO-JEK Product + Tech. Retrieved July 15, 2018, from <https://blog.gojekengineering.com/easier-payments-with-gopay-2de099aabe0>
- Naik, N., & Kim, D. J. (2010). An extended adaptive structuration theory for the determinants and consequences of virtual team success. In *ICIS*. Retrieved from
<http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84870962945&partnerID=tZOtx3y1>
- Okoli, C., & Mbarika, V. A. W. (2003). A framework for assessing e-commerce in sub-saharan africa. *Journal of Global Information Technology Management*, 6(3), 44–66.
<https://doi.org/10.1080/1097198X.2003.10856355>
- Ozkan, S., Bindusara, G., & Hackney, R. (2009). Towards Successful e-payment systems: an empirical identification and analysis of critical factors. In *European and Mediterranean Conference on Information Systems (EMCIS2009)* (pp. 1–17).
- Payment - Wikipedia. (n.d.). Retrieved July 23, 2018, from
<https://en.wikipedia.org/wiki/Payment>
- Philippe Gelis. (2016). Fintech. *The Rise of Fintech in Finance*, 7(24), 4–11.
- POJK Nomor 77/POJK.01/2016. (n.d.). Retrieved April 27, 2017, from
<http://www.ojk.go.id/id/regulasi/otoritas-jasa-keuangan/peraturan-ojk/Pages/POJK-Nomor-77-POJK.01-2016.aspx>
- Schmitz, K. W., Teng, J. T. C., & Webb, K. J. (2016). Capturing the Complexity of Malleable

- IT Use: Adaptive Structuration Theory for Individuals Availability: In stock. *MIS Quarterly*, 40(3), 663–686.
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, Vol 6(No. 1), 51–58.
- Treiblmaier, H., Pinterits, A., & Floh, A. (2006). The Adoption of Public E-Payment Services. *Journal of E-Government*, 3(2), 33–51. <https://doi.org/10.1300/J399v03n02>
- UU No. 20 Tahun 2008. (2008). UU No. 20 Tahun 2008. *UU No. 20 Tahun 2008*, (1), 1–31.
- Williamson, O. E. (1985). The economic institutions of capitalism: Firms, markets, relational contracting. *University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Entrepreneurship*, 61–75.
<https://doi.org/10.5465/AMR.1987.4308003>

LAMPIRAN

I. TRANSKRIP WAWANCARA

Nama Narasumber	Billy
Jabatan	Marketing
Nama Usaha	<i>Cubic Kitchen & Bar</i>
Tanggal	13 Desember 2017

No	Pertanyaan	Transkrip Jawaban Narasumber
1	Bagaimana mekanisme penerapan <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> pada tempat usaha anda?	Jadi, sebenarnya mengikuti perkembangan teknologi sekarang ya...ya zaman lah, perkembangan zaman, yang orang dimudahkan untuk melakukan transaksi lewat...orang bilang smartphone ya... jadi diawalnya ketika...diawalnya dari delivery....terus gimana caranya delivery seiring perkembangan zaman bisa bayar pake cash atau e-payment itu.. jadi intinya ya mengikuti perkembangan zaman..
2	Apakah yang anda rasakan setelah menerapkan teknologi tersebut?	Untuk outlet kami bisa dibilang penjualan...ya semakin berkembang, terus dari e-payment kan punya apps sendiri sendiri.. mereka memudahkan kita...ya bisa dibilang bagian dari promosi kita
3	Bagaimana perubahan karakteristik lingkungan pekerjaan serta bisnis anda setelah menerapkan teknologi tersebut?	Konvensional tetep ada...terus..ya masih normal sih tidak ada perubahan... perubahannya delivery order semakin bertambah..
4	Bagaimana keadaan lingkungan organisasi anda setelah menerapkan teknologi tersebut?	Tidak ada perubahan.. tidak ada divisi khusus yang menangani e-payment, nggak ada.. semua masih...ya normal... (semua karyawan bisa menangani metode ini?) bisa..
5	Apa yang terjadi terhadap gaya komunikasi organisasi anda setelah menerapkan teknologi tersebut?	Sama aja sih... tapi perbedaanya mungkin ketika bicara berpromosi, ketika sudah ada apps ini, kita jadi sedikit...ya mempromosikan kalau kita bisa menggunakan e-payment secara delivery... bisa dibilang menguntungkan
6	Seberapa jauh pengetahuan anda tentang <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> ?	Wah belum cukup banyak tau ya, jadi ada beberapa yang...ya setahu saya sih sebagai pengguna pun cuma hanya deposit... kalo untuk yang sudah.. seperti kita kan dengan go-food (go-pay), itu kita yang bisa dibilang mencari tahu bagaimana caranya untuk masuk di apps itu.. mungkin untuk yang lainnya, mungkin ada yang menawarkan ke kita..
7	Dengan adanya <i>fintech</i> disini, apakah memberikan dampak terhadap bisnis anda?	Ya seperti yang sudah saya singgung tadi, penjualan delivery order meningkat.. untuk sampai saat ini (antrian) belum ada masalah... (pencatatan transaksional) membantu.. ada fitur invoice bulanan

8	Bagaimana sikap lingkungan anda terhadap teknologi ini?	Untuk saat ini saya pikir orang sudah melek teknologi ya, sudah menggunakan smartphome.. ya bisa dibilang dari beberapa e-payment yang dari pertama, yang belum paham, mungkin yang bisa bikin orang paham e-payment itu bisa dibilang...tim go-jek ini... akhirnya mereka bisa bikin orang trust menggunakan e-payment... itu sesuatu yang bisa dibilang mudah dan trusted.. ya kayak sekarang ini kan, kalo lihat di jakarta kan... tol kan semua sudah dialihkan ke e-payment... karena orang nggak harus mikir “aah nggak bawa cash”..
9	Hal positif atau keuntungan apa yang ada dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	Kalo saya dari pihak marketing sih...lebih ke..sisi positifnya kita jadi lebih berpikir gimana...ya mungkin praktis, tapi semakin membuat kita berpikir bagaimana caranya berinovasi untuk promosi menggunakan e-payment..
10	Hal negatif atau kesulitan apa yang ada dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	Belum ada sih... nggak (keberatan dengan biaya) sih.. kalo aku lihatnya win-win solution... nggak masalah...
11	Ada hal yang ingin disampaikan mengenai <i>fintech</i> serta masukan untuk pelaku usaha yang lain?	(Mengenai harga) Harga sama, tapi kan kita nggak ada service... kalo di outlet kan selalu ada tax & service... nah kita, uang service itu..karena kita nggak ada service sama sekali, ya anggap aja itu service dari pihak apps itu.. jadi nggak masalah buat kita.. Jadi ini selain gojek ya, kan tadi udah tak singgung setelah gojek berapa tahun di indonesia bikin orang percayalah dengan fitur...apa sih dia namanya...go-pay..pokoknya e-payment ini.. nah ini ada beberapa e-payment lain, apps lain, penyelenggara yang aku melihat kelihatannya dia berpotensi.. nah penyelenggara ini bisa dibilang diuntungkan oleh si gojek ini.. (contohnya) de-java.com, jadi mereka propose ke kita, terus saya lihat transaksi yang dihasilkan sama de-java ini, ternyata orang...apa ya...bagus banget...orang percaya penggunaan, kan sistemnya sama, deposit habis itu yaudah tinggal pakai.. Jadi kalo de-java ini lebih ke...de-java punya aplikasi yang memberi tahu penggunanya kalo ada promo di restoran ini, tempat ini.. (di gojek) sudah ada fitur promosi, tapi kan...mungkin orang nggak...ketika gojek bikin itu, orang nggak ngeh...paling ya emang aku butuh ini, aku pake go-jek.. tapi ketika de-java, yang de-java ini dia lebih mengutamakan promosi.. jadi kalo di pengguna de-java aku lihatnya adalah orang butuh..ketika buka aplikasi, dia pingin lihat ada promosi apa sih...beda ama go-jek, aku mau beli ini, aku pake go-jek... nah si de-java ini, penggunanya..aku lihatnya dia baru berkembang sih kalo nggak salah di Medan tuh setahun, terus di Jogja ini belum ada setahun, tapi aku ngelihat dari transaksinya cukup menarik, jadi kaya ada satu outlet gitu cuman butuh 3 hari dia udah bisa menghabiskan 500 porsi.. di situ udah tertera, dari de-java..aplikasinya... kan dia bisa dibilang dia diuntungkan dari go-jek ini, orang jadi trust dengan e-payment, dia

	<p>keluar dengan langsung muncul ini aplikasi tentang promosi makanan di handphone anda.. orang ya udah langsung...</p> <p>(dari go-jek) pernah ditawarkan sih.. kadang mereka dari awal udah bilang, kalo ada menu yang mau dipromosikan, tinggal kirim ke mereka materinya, nanti...kecuali yang iklan.. di aplikasi, itu kan ada beberapa banner, itu ada harganya...kayak ada di salah satu page-nya, promotoin, kalo go-jek kan berdasarkan radius, kalo kamu di sini ya yang paling atas, yang paling dekat...</p> <p>(kalo dari merk lain) belum tertarik... kalo t-cash, ya itu aku belum tau ya, mungkin orang masih belum pada ini kali ya, untuk di jogja... soalnya..iya, surabaya itu lumayan, soalnya dia fiturnya karena harus nempelin sticker itu lho, dia minusnya di situ sih.. kalo dia bisa bikin aplikasi atau at least ya aplikasi, kan kalo di sebut merk telkomsel itu kan dia punya aplikasi my telkomsel sendiri, andai dia di aplikasi itu dia ada kaya QR code, atau NFC..iya...kalo dari go-food (go-pay) tinggal menggunakan aplikasi</p> <p>Tapi paling ini sih...yang go-resto yang baru ini punya go-food ini, dia memang sedikit mempermudah usaha..jadi kita nggak perlu...sebelumnya kan kalo mau update tentang menu, kita harus apply kesana, tunggu 2-3 hari baru bisa...updatenya baru ke ini.. tapi ketika update ke go-resto ini, semua dipegang kendali oleh restoran...</p> <p>Sebenarnya kan tergantung pasar sih, kalo di sini kan memang pasarnya ini ya nyari ini..cuma ketika outletku mungkin kayak pasar bringharjo yang hampir berapa persen penduduk jogja ini..mungkin ya bisa...</p>
--	--

Nama Narasumber	Eko Prasetyo
Jabatan	Manajer
Nama Usaha	Cubic Kitchen & Bar
Tanggal	13 Desember 2017

No	Pertanyaan	Transkrip Jawaban Narasumber
1	Bagaimana mekanisme penerapan <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> pada tempat usaha anda?	Ya jadi satu perusahaan yang sangat pesat di bidang e-pay dan itu...yang sudah di kota-kota besar sudah begitu keras...diapun mau masuk ke Jogja akhirnya...dulu ya ada go-jek ya, yang paling besar, paling namanya sudah nggak asing di masyarakat, yang cameonya mungkin artis, motornya keren-keren, kan awal buka mereka kayak gitu di tv... sampe dia masuk ke Jogja, dan salah satu orang-orangnya ternyata teman-teman saya yang ada disana, ada Anci, ada Dito.. Anci ke bagian yang lebih general, kalo Dito yang spesialis bagian makanan.. dia dateng kesini, ngobrol sama aku, gimana tertarik ya gini gini... kita memang awalnya ditawarkan, dan kita mungkin dibilang, ya seneng karena pioneer, kita langsung mau, oke... waktu itu kita baru buka kira-kira 1 tahunan yang dulu masih mungkin Cubic ini belum ada..jadi pioneer lah...pertama kali buka beginian, ada resto ada bar jadi satu tempat nongkrong, tempat hangout, bisa party kan kaya gitu.. dia masuk, dan disini yang notabene buat anak muda yang dibilang lifestyle gitu...dan kitapun langsung masuk gitu... dan pas kita sekolah di jakarta pun, nama perusahaan itu selalu disebut yang pioneer, inovasi yang sungguh bagus... ya karena kita satu namanya udah besar di kota-kota lain, yang kedua dia udah sistem-sistem pembayarannya juga win-win solution gitu lho... nggak yang harus memberatkan kita dan customerku pun juga senang, karena mereka lebih senang kalo belanja di sini mereka mendapatkan satu privilege yang menyenangkan
2	Apakah yang anda rasakan setelah menerapkan teknologi tersebut?	Ya banyak customer saya yang nggak bisa keluar malam karena mungkin kedinginan atau takut, mungkin harus...karena hujan..dia pesan dari rumah pun, atau dari hotel pun bisa diantar.. ya memberikan kemudahan, senang...kaya gitu.. dan mereka pun yang kadang lebih mengingatkan kita.. kalo..di go-food kok kayak gini, apa aja selalu mengingatkan kita.. “ada di go-food, menu go-food?” ada....
3	Bagaimana perubahan karakteristik lingkungan pekerjaan serta bisnis anda setelah menerapkan teknologi tersebut?	Kalo dari sisi bisnis jelas menguntungkan lah, kalo dari customernya untung kan dia akan repeat order, kan gitu.. Kalo lingkungan pekerjaan, yang jelas tambah bagus ya.. secara income juga lebih bagus, karena dia ada walaupun nggak se-massal dan berbondong-bondong gitu, tapi kita menikmati keuntungannya, gitu.. lingkungan pekerjaan tidak pengaruh, senang-senang saja.. mereka juga sering memakai fasilitas itu kan...
4	Bagaimana keadaan lingkungan organisasi anda setelah menerapkan teknologi tersebut?	Organisasi juga menganggap itu inovasi yang sangat brilliant ya, karena memang pak owner juga sering-sering kesini, sering ketemu di Jakarta waktu kita workshop atau berbagi pengalaman tentang bisnis-bisnis mereka, mereka sangat brilliant ya inovasi.. bahkan kalau dari sudut pandang saya pribadi, dia memberikan lapangan pekerjaan yang sangat luas sekali, dari orang yang tadinya preman, orang nongkrong, orang kuliah nggak

		<p>jelas ngapain dia, sekarang mau turun ke jalan dia pakai jaket ketemu aku, “mau makan apa? Aku pakai ini..” dia nunjukin bajunya... saya bilang ya inovasi sekali, positif banget.. dan dia macam-macamnya nggak cuma satu produk aja, bisa ngirim bisa ngambil, bisa ngantar gitu.. tangan terbuka, tidak cuma satu produk yang besar, yang komplit walaupun itu cuma ada satu lagi jasa pelayanan antar jemput kan juga ada yang udah internasional itu pun awal pertama kali dia masuk Jogja, merk internasional kan seperti Uber, Uber dulu pertama kali masuk kita ditawari juga, semacam kayak poin atau apa yang disini nanti bisa naik Uber, waktu itu Uber X yang belum banyak mobil ya.. dia kasih voucher untuk free..</p>
5	<p>Apa yang terjadi terhadap gaya komunikasi organisasi anda setelah menerapkan teknologi tersebut?</p>	<p>Ya ada tapi nggak se masif, ada walaupun kita kayak “available at” di menu go-food gitu.. tapi kalo..bahkan kita kan kepinginan kita pun bekerja sama dengan perusahaan-perusahaan yang tentang antar jemput atau kayak apa kayak gitu kan..yang seperti dilakukan perusahaan-perusahaan besar antar jemput karyawan, antar jemput tamu, mungkin bisa..</p>
6	<p>Seberapa jauh pengetahuan anda tentang <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i>?</p>	<p>Saya tau tuh ya dari dulu.. ya sarana yang memudahkan kehidupan.. mengurangi kemacetan kan gitu.. ya mempermudah.. tapi yang memang itu sih, kalau dari segi orang ketemu orang kurang ya, ketemunya cuma orang satu, dua.. beda dengan orang yang, orang kita jalan sendiri, berangkat sendiri, itu kan ketemunya human to human.. bahkan dia bisa ngobrol, bisa cerita.. yang nggak disangka, ketemu di tempat makan, ngobrol terus apa gitu beda ya... dia lebih mudah, mungkin kalau “wah aku pesen go-food aja, nggak masak, gampang dikirim..” itu ada sisi baik dan buruknya, pasti itu..</p>
7	<p>Dengan adanya <i>fintech</i> disini, apakah memberikan dampak terhadap bisnis anda?</p>	<p>Jelas.. satu tingkat penjualan.. orang yang males kesini, udah capek mungkin, mau order makanan kesini tinggal klik.. yang kedua ya tamu-tamu saya yang nggak punya kendaraan pribadi, mobil pribadi juga kesinipun kalau kadang hujan begini bisa ya bisa naik.. income jelas bertambah.. (promosi) keuntungan ada.. salah satunya free dari rumah ke kantor, salah satunya Uber juga ada diskon.. go-car juga ada diskon, free ke kantor, free jalan-jalan sampai 50 ribu rupiah kayak gitu.. jadi mereka juga ada promo juga sih, (promo) jelas berdampak ke bisnis.. bahkan orang jadi datang... (dengan promosi ke customer) berdampak kesini.. kita di rumah, nggak pengen kemana-mana, lihat “oh aku pengen makan ini disana, tapi hujan, gimana ya.. ini ada promo free ongkir”, “ada free promo sampai sana” nah dia bisa...</p>
8	<p>Bagaimana sikap lingkungan anda terhadap teknologi ini?</p>	<p>Sikap lingkungan ya mungkin bisa dibidang cuma bapak-bapak yang jaga parkir ya, berkurang ya.. harusnya ada satu mobil, dua mobil, ya jadi nggak ada parkir.. tapi kalo dari tingkat sosial kita sih oke-oke saja gitu.. karena lebih aman, aku juga dengan pengunjung yang habis dari party, pulang, selamat... bahkan kitapun akan campaign kalo bawa dari sini..</p>

9	Hal positif atau keuntungan apa yang ada dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	Orang yang belum tau, contohnya dari menu go-food ya.. kan udah ada di menu nya, orang yang belum kenal, dia lihat menu Cubic apa, tempatnya dimana, terus ada privilege apa, kan dia jadi tertarik.. (pencatatan transaksi) di setiap bulan ada.. dari kita, dari sana ada, dia akan meng-email jumlah penjualan disini, setelah itu kita oke, fee nya buat mereka...
10	Hal negatif atau kesulitan apa yang ada dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	Semua tergantung kita, jadi kalau pembayaran, semuanya angka dari kita.. jadi gini itu suatu yang kayak gini, orang berpikir wah kalo menggunakan itu jadi mahal ya.. kita kan walau kena kayak gitu, kita kan kerja sama, saling menguntungkan.. jadi ya atur-atur aja sih... (dana yang dikeluarkan) tidak tidak.. itu kan sama aja orang kasih discount kan, kalo pake online gitu kan orang minta discount jarang.. tapi kalau makan disini sering minta discount.. (masih nutup lah)..
11	Ada hal yang ingin disampaikan mengenai <i>fintech</i> serta masukan untuk pelaku usaha yang lain?	<p>11. Jadi gini kayak contohnya itu kayak makanan harga yang dicantumkan itu belum termasuk tax & service, dari satu perusahaannya itu pun ngasih tau.. contohnya kayak kita sudah hapal harga makanan, kita makan tempe penyet gitu ya, makan disana 18 ribu pakai telur, pakai go-food kok jadi lebih mahal, kenapa? Kan kayak gitu... kalo kita harga yang di go-food ya udah, karena kita menikmati biaya free ongkir, (sama promosi) ya...</p> <p>Yang nggak menggunakan, itu karena di era bisnis saat ini, serba internet, serba cepat, cuaca tidak bersahabat, bisa lebih enak.. salah kalau tidak menggunakan, karena media online itu sangat berpengaruh sekali, walaupun kecil, yah orang lihat makananya, tapi bisa jadi kepengen...</p> <p>Kalau keluh kesah sih nggak ada, kadang ada orang lain yang nggak cocok, nggak tau saya... kadang ada yang jarang membaca, takut menggunakan..</p> <p>Merk lain belum ada.. dari telko belum ada..</p>

Nama Narasumber	Diwa Hutomo
Jabatan	<i>Marketing</i>
Nama Usaha	<i>Kawa eat, coffee, & space</i>
Tanggal	20 Desember 2017

No	Pertanyaan	Transkrip Jawaban Narasumber
1	Bagaimana mekanisme penerapan <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> pada tempat usaha anda?	Awalnya dari ini ya berarti makanan pesanan yang sifatnya delivery, ketika kita pakai satu aplikasi ojek online itu yang punya sistem e-payment, itu akan mempermudah customer juga dan juga mempermudah kita karena kan paymentnya langsung masuk ke rekening kita.. itu sih, karena untuk mempermudah..
2	Apakah yang anda rasakan setelah menerapkan teknologi tersebut?	Ya itu tadi lebih mudah untuk masalah payment, dia akan langsung masuk ke rekening, walaupun ada potongan sedikit, tapi kan memang itu sudah perjanjian, yang jelas dia akan masuk ke rekening, dan tercatat sih.. amountnya tercatat.. pencatatan yang rinci dan akurat, maksudnya penjualannya dari menggunakan aplikasi tersebut itu ada berapa, tercatat.. mengurangi kesalahan
3	Bagaimana perubahan karakteristik lingkungan pekerjaan serta bisnis anda setelah menerapkan teknologi tersebut?	Improvementnya sih kalau dipandang dari sisi internal yaitu tadi pembukuan, masalah masalah keuangan sih, karena dia masuk ke rekening dengan detail yang cukup jelas jadinya mempermudah.. kalau dari sisi customer, ya itu tadi lebih mempermudah dari customer, mempermudah penjualan kita juga... dari sisi bisnis jelas sih, maksudnya karena ini urusannya dengan delivery, seperti misalnya dalam kondisi hujan, orang pingin makan menu-menu dari tempat ini, dari Kawa, itu mereka nggak usah susah-susah sih, bisnisnya masih tetap bisa berjalan walaupun ada kendala seperti hujan, cuaca, dan sebagainya
4	Bagaimana keadaan lingkungan organisasi anda setelah menerapkan teknologi tersebut?	Sebenarnya nggak ada yang terlalu signifikan ya, karena memang kita sudah cukup akrab dengan aplikasi tersebut, dengan sistem itu juga.. yang paling signifikan adalah yaitu simpel kalau aku bilang, pembukuan yang detail dari e-payment.. kalau dari yang depan, kasir gitu, mereka nggak susah sih karena masuknya tetap seperti biasa gitu kan, karena kita juga pakai sistem POS juga, nah itu tinggal dicatat aja bahwa pembelian ini memakai e-payment... Finance dan kasir...
5	Apa yang terjadi terhadap gaya komunikasi organisasi anda setelah menerapkan teknologi tersebut?	Jelas, karena ini untuk mengantisipasi kendala cuaca, mager mungkin orang-orang, kalau dari gaya komunikasi kita sih salah satunya di social media sih, nah itu kita beritahukan bahwa misalnya "hujan, tidak usah khawatir, ada ojek online"
6	Seberapa jauh pengetahuan anda tentang <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> ?	Saya sih tahunya dari yang cuma ada di beberapa aplikasi online, maksudnya secara pribadi.. kalau urusannya dengan bisnis, bisa pakai yang itu tadi, e-payment dan sebagainya.. kalau penggunaan yang lain, misalnya ada aplikasi-aplikasi yang lain, itu jauh lebih mempermudah sih kegiatan kita semua, kayak kita udah punya saldo, nanti tinggal dipotong aja... (pengetahuan pribadi mempengaruhi ini) ya jelas...
7	Dengan adanya <i>fintech</i> disini, apakah memberikan dampak terhadap bisnis anda?	Ya, pencatatan, penjualan.. jelas, itu tadi balik lagi beberapa kendala mungkin jarak, karena tempat bisnis kita mungkin dari pemukiman, maksudnya orang yang cocok dengan menu kita itu agak jauh, jadi akhirnya itu improve banget sih di penjualan... target pasar meluas, dan kaitannya dengan e-payment sendiri sih, ya

		menurutku customer sih itu lebih ke arah customer, dia lebih nggak harus mikir, misal lagi nggak punya uang, dia nggak usah mikir karena dia udah ada saldo, jadi masih bisa dipakai, nggak harus dengan uang berwujud kertas, fisik..
8	Bagaimana sikap lingkungan anda terhadap teknologi ini?	Awalnya sih mungkin agak ada kebingungan masalah di pembukuan, karena payment yang masuk itu beda-beda ya di tiap aplikasi, ada yang mungkin nanti di akhir, ada yang nanti perminggu, perhari... nah nanti itu masalahnya karena memang itu uangnya tidak...penghitungan di kasir sih, karena penjualan hari ini itu secara fisik segini, tapi kalau nanti misalnya ada pemesanan dari aplikasi, berarti kan sebenarnya uang itu tidak ada, tapi kan sudah ada di rekening.. nah itu nanti lebih ke pembukuannya sih, awalnya aja... tapi itu cuma masalah kebiasaan aja kok, karena itu sebenarnya kan nanti di tiap minggu itu kan tetap ada laporan, dan tiap bulan kan ada.. (apa ada kesalahan) tidak sih, karena uang yang hari itu akan dimasukkan kedalam rekening juga sebenarnya... jadi ketika dicek nanti sama, gitu... nggak terlalu kesulitan banget, so far so good
9	Hal positif atau keuntungan apa yang ada dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	Penjualan sih meningkat, tidak ada halangan dan kendala untuk masalah jarak, masalah kendala cuaca, jadi penjualan meningkat, stabil atau meningkat.. karena ketika kita tidak pakai aplikasi tersebut, ketika ada kendala cuaca, ya udah kita off... karena nggak ada yang mau beli juga, nggak ada yang mau datang kan
10	Hal negatif atau kesulitan apa yang ada dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	Hal negatif sih mungkin lebih ke penyesuaian teknologi tersebut ya.. karena memang teknologi tersebut dibidang baru kan, disitu sih agak kebingungan di awal, tapi setelahnya sih nggak... ketakutan itu lebih ke sistem ini down, atau sistem ini ada trouble gitu.. sebenarnya udah dijamin ya dari penyedia aplikasi, bahwa yang tercatat, bahwa nanti ketika ada trouble itu tidak akan jadi, jumlahnya tetap akan sama.. mungkin delay... sejauh ini sih belum pernah ada... (biaya) nggak sih, karena harga kita bedakan.. beda... ada selisih sedikit, karena untuk mengantisipasi potongan tersebut... (promosi) membantu, tapi kalo misal di aplikasi tersebut belum pernah nanya sih, yang detail untuk masalah kayak apakah nanti dia masukkan ke laman rekomendasi, sejauh ini sih masih biasa-biasa aja.. promosi lebih kita yang melakukan... (dari penyedia) masih biasa aja, kecuali ada perjanjian... belum pernah dapat informasi
11	Ada hal yang ingin disampaikan mengenai <i>fintech</i> serta masukan untuk pelaku usaha yang lain?	Kalo penyedia lain nggak ada sih ya, baru ada satu penyedia aja untuk layanan delivery makanan, jadi nggak ada cerita yang...karena sebenarnya gini, kita pakai itu memang serta merta memang pengen sedikit menaikkan penjualan dan memudahkan customer, loyal customer yang pernah datang kesini, memudahkan loyal customer sih.. (pengaruh usahawan) nggak sih... maksudnya saya tahu info ini dari temen (dan usahawan) Worth it sih, karena ketika kita tidak punya layanan delivery, ini sangat membantu.. beda mungkin dengan restoran lain yang sudah punya sistem delivery sendiri.. bahkan mereka juga tetap memasukkan itu ke aplikasi

		<p>itu.. mungkin ada selisih, mungkin petugas delivery terbatas, jadi tetap menggunakan ini untuk lebih memperluas penjualannya gitu... kalau bagi tempat kami yang memang tidak punya in-house delivery itu membantu..</p> <p>Jadi kalau sih e-payment itu kan nanti saldonya dari saldo si customer, kemudian nanti terpotong akan masuk ke go-food, go-jek, nanti itu akan dimasukkan rekening kawa, dengan sudah dipotong..</p>
--	--	---

Nama Narasumber	Hana Paramita
Jabatan	Pemilik
Nama Usaha	<i>Kawa eat, coffee, & space</i>
Tanggal	20 Desember 2017

No	Pertanyaan	Transkrip Jawaban Narasumber
1	Bagaimana mekanisme penerapan <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> pada tempat usaha anda?	Berdasarkan kondisi sih, berpengaruh.. karena kita juga banyak customer yang mungkin kayak males buat keluar rumah dan segala macam, makanya mereka pengen coba dong bisa delivery dan segala macam, tapi kalo dari kita sendiri memang belum ada delivery, makanya kita coba si gogo ini.. ada request dari customer
2	Apakah yang anda rasakan setelah menerapkan teknologi tersebut?	Yang jelas penjualan meningkat ya, terus lebih mempermudah untuk customer sendiri.. itu sih
3	Bagaimana perubahan karakteristik lingkungan pekerjaan serta bisnis anda setelah menerapkan teknologi tersebut?	Sebenarnya nggak begitu banyak perubahan sih, paling kayak dari finance nya, report perbulannya, karena musti dibedakan tuh antara pembukuan reguler dan e-payment.. lebih rapi..
4	Bagaimana keadaan lingkungan organisasi anda setelah menerapkan teknologi tersebut?	Kalau dari sisi karyawan sih, lebih ke kasir ya.. karena di depan itu, tapi untungnya sih kita juga pakai sistem Mokapos juga sih, di dalam sistem itu kita bisa misahin juga antara pembayaran go-pay sama reguler.. (ada penyesuaian di kasir) ada, pasti.. iya, tapi nggak terlalu menyulitkan juga sih..
5	Apa yang terjadi terhadap gaya komunikasi organisasi anda setelah menerapkan teknologi tersebut?	Sebenarnya nggak ada perubahan.. instruksi khusus ke depan lagi, jadi berhubungan dengan pemesanan kan, dari server sampai kasir harus standby.. kalau dari segi promosi, kita lebih dibantu mereka juga ya.. dari kitanya juga mempromosikan bahwa kita bisa order by go-food, kita juga bisa order biasa... (seperti mutualisme) ya.. kalo dari go-paynya sendiri belum ada, promo belum.. karena kita masih baru juga kan, belum pernah ditawarkan...
6	Seberapa jauh pengetahuan anda tentang <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> ?	Itu tadi sih sebenarnya membantu si tempat dan customer, si tempat membantu meningkatkan order, si customer juga lebih mudah untuk order itu sih.. karena jaman sekarang menurutku lebih banyak orang order dari go-food dan sebagainya dibanding mereka datang kesini, karena banyak yang mager juga, apalagi musim hujan gini.. (apa mengganggu metode konvensional) sebenarnya enggak, enggak sih, karena kan kita juga si tempat ini konsepnya ada space, space ini bisa jadi untuk workshop dan segala macam.. nah kita juga ambil peluangnya juga dari situ.. jadi setiap bulannya ada workshop, kan mereka nggak mungkin nggak dateng ke tempat ini kan gitu..
7	Dengan adanya <i>fintech</i> disini, apakah memberikan dampak terhadap bisnis anda?	Iya, dampaknya ya itu tadi, meningkatkan nggak sih, meningkatkan penjualan juga, mempermudah kita juga, meningkatkan customer juga untuk order, ya itu.. sisi antrian sih enggak, nggak ada kendala, mempermudah..
8	Bagaimana sikap lingkungan anda terhadap teknologi ini?	Kalau dari internal sih, nggak ada kesulitan, welcome aja.. lingkungan sosial apalagi ya, mereka lebih senang banget juga, karena lingkungan saya banyak yang udah punya anak, jadi mau kesini males, jadi mending order aja deh... customer positif juga sih.. tapi ada sih negatifnya, karena kan makin lama kan makin naik tuh

		tarifnya antara 10-15%, kalau dari segi harga makanan sih engga, cuma dari segi tarifnya mereka ini.. kalau mereka sih nggak masalah (customer) (ada perbedaan harga)
9	Hal positif atau keuntungan apa yang ada didapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	2 kali lipat sih, meningkatnya luar biasa sih, jadi membantu banget.. dari segi promosi biasa aja, tapi maksudnya kalo promo kita bedain sih promo go-food ini dan promo reguler kita sendiri.. jadinya emang biar orang juga ngerti kalo keuntungannya go-food mereka cuma dapet makanan, kalo kesini mereka mendapatkan lain-lainnya.. kalau komunitas-komunitas lebih pilih kesini, kalau customer ibu-ibu mendingan mereka order.. tidak mengganggu ide awal usaha ini..
10	Hal negatif atau kesulitan apa yang ada didapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	Kalau dari kita juga, ya kita kan kepotong 20% tuh, dari 15 jadi 20%.. jadi kita kerasa banget.. kita harus benerbener ngitung lagi sih dari awal, kita harus ngasih harga berapa nih untuk menu abc gitu...
11	Ada hal yang ingin disampaikan mengenai <i>fintech</i> serta masukan untuk pelaku usaha yang lain?	Lebih menguntungkan kalau orang datang kesini, tapi kan repeat ordernya sih yang kita pikirin, yang digunakan e-payment.. sebenarnya nggak masalah, sama aja.. kita udah memperhitungkan yang menggunakan e-payment dan yang langsung disini.. jadi nggak masalah juga... Kadang sebenarnya ada beberapa customer yang kejadian aplikasinya lagi down, mungkin lama dari gojeknya sendiri untuk pengantaran... itu sih... kadang ada yang DM (Direct Message) ke Kawa, tapi kita coba kasih pengertian itu kesalahan bukan dari kami.. disini juga misalnya lagi antri, kita kasih info.. kalo ada komplain ya, maksudnya kita lihat oh ini antrinya lagi banyak banget, kita kasih info lewat instagram juga... (ada interaksi antara pengusaha dan customer tentang dampak) iya ada....

Nama Narasumber	Iqbal Herawan
Jabatan	Pemilik
Nama Usaha	Burgerax
Tanggal	11 Januari 2017

No	Pertanyaan	Transkrip Jawaban Narasumber
1	Bagaimana mekanisme penerapan <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> pada tempat usaha anda?	Kita berbicara tentang go-food dan go-pay nya ya... awal mula semula karena kita ingin menjaring pasar yang mereka miliki.. jadi karena go-food sudah eksis di Indonesia, dan Burgerax sedang dalam perkembangan, menurut saya cukup signifikan untuk di Indonesia, sehingga untuk menjaring itu, saya berusaha untuk bekerja sama dengan perusahaan lain, senggak-enggaknya mereka yang kasih atau memiliki user yang lumayan banyak, gitu.. jadi dasarnya di situ.. alasan pertama kenapa saya join untuk bekerja sama dengan go-food ya, karena mereka punya pasar dan cukup besar, sehingga kita mau menggunakan pasar itu sebagai tambahan niche buat kami sendiri gitu lho..
2	Apakah yang anda rasakan setelah menerapkan teknologi tersebut?	Saya plus minus, jadi begini...kelebihannya mereka punya pasar yang nggak mungkin kita jangkau...ya kan.. kemudian kedua, mereka bisa membantu kami memudahkan pelanggan atau menghemat biaya delivery service dari kami... yang ketiga, karena menggunakan go-pay, jadi e-money, kurang lebih seperti itu, jadi kesalahan-kesalahan dalam hal untuk kebutuhan keuangan bisa kita minimalisir, itu yang pertama, dan kecurangan-kecurangan bisa kita minimalisir, itu... terutama sekarang dengan adanya go-resto, dari pihak go-food.. sehingga dari pihak driver ke restoran tidak perlu lagi menggunakan uang sama sekali, uang cash maksud saya, dan itu langsung di transfer ke rekening kita, dan itu sangat-sangat membantu.. kelebihannya kurang lebih yang saya rasakan itu, sehingga kalau kita bicara kekurangan, go-food ini, eh sorry go-jek ini dia tidak berdiri sendiri.. memang drivernya dia itu adalah pegawainya kurang lebih, karena mereka mendaftarkan diri terus ada syarat-syaratnya ya, hanya saja itu tidak yang dalam bentuk murni pegawai gitu.. mitra, lebih ke arah mitra go-jek.. sehingga yang sering...kendala yang paling sering terjadi adalah quality control daripada driver dalam membawa, kalau saya jualan makanan, dalam membawa makanan itu sendiri, gitu.. ya, asal-asalan.. sebagai contoh dulu saya pernah, ini pengalaman pribadi ya, saya belanja di toko lain, pizza kebetulan, sampai di tempat keju dan rotinya terpisah, gitu kan.. karena dia bawanya miring.. dan ini yang paling sering terjadi di burger.. karena kita tahu buger itu nggak ada ikatannya.. antara roti, sayur, daging, saus dan sebagainya hanya ditumpuk, karena sandwich.. dia bukan bentuk cake, yang jadi satu gitu.. sehingga pada saat di tempat, dengan packaging apapun yang kita lakukan, mau itu diselimutin kertas, apa, segala macam, pasti nggak beraturan lah, kalau dia bawanya nggak dengan cara yang benar.. dan seringnya customer kita komplain bukan ke kami, gitu.. komplain masalah packaging bukan ke kami.. tapi komplain masalah itunya langsung ke go-jek, ke drivernya.. dari driver bilanganya ini adalah dari sananya, paling gampangnya mereka bilang seperti itu, sehingga yang kami dapatkan citranya jelek, itu satu... Yang kedua, nggak semua driver jujur, artinya seperti ini

	<p>mas, dalam keadaan warung buka, kalau dia nggak, orderannya nggak bagus, atau dalam harga yang nggak baik gitu, kadang-kadang mereka bilang itu warung tutup.. dengan kata-kata tutup, itu dia mematikan pasar kita.. karena kalau misalnya dia bilang “maaf kak saya nggak bisa ambil” gitu, karena alasan-alasan tertentu, mungkin pelanggan kami bisa datang langsung ke kami.. tapi dengan dia bilang tutup, nggak ada lagi alasan untuk dia datang, ya kan... yang ketiga, conditional, pada saat hujan deras, wassalamualaikum warahmatullah’ wabarakatuh.. gitu... mereka ndak akan mengambil.. karena aplikasinya masih dihidupkan, tapi mereka berkata kembali lagi, tutup.. gitu.. rating tokonya turun, dan go-jek tidak memfasilitasi toko untuk nge-rate driver.. yang ada pihak, customer dia, pembeli, yang nge-rate driver.. toko sama sekali tidak diberikan fasilitas untuk nge-rate drivernya, itu, gitu.. jadi menurut saya nggak fair, karena disini dia penghubung saya dan pelanggan.. berarti dua sisi boleh menilai dia, dari pihak pembeli maupun pihak penjual, ya kan... karena dia makelarnya kan, dia mengambil untung dari perjalanan itu sendiri.. nah, dengan seperti itu, saya banyak sekali dirugikan dari sisi itu.. makanya diawal tadi saya bilang, memang dia punya pasar besar, tapi dia sama seperti pedang mata dua yang nggak ada gagangnya, gitu... pasar dia besar, tapi dia juga pembunuh yang besar buat saya, gitu.. dan itu yang berkali-kali saya mengeluhkan ke marketing dari go-jek, tapi...sudah (ada usaha komunikasi), dan itu berkali-kali, sampai saat ini saya nggak dapat sebuah solusi yang signifikan dari mereka, gitu.. saya minta bagaimana caranya saya merating dia, tidak diberikan juga.. terus kemudian saya minta coba bisa nggak misalnya data pembeli itu kami ketahui juga, jadi ada feedback dari kami bertanya kepada mereka apakah barang sudah diterima dengan layak, dan itu juga diberitahukan ke mereka.. jadi disini menurut saya.. karena biar bagaimanapun sebenarnya, kita nggak mungkin mengambil customernya go-jek secara langsung, pasti kan dia next order juga tetap lewat go-jek, ya kan.. kalau itu yang dikhawatirkan oleh go-jek, pasti dia akan tetap order lagi dong, by go-food.. cuma yang saya inginkan adalah, bahwa saya mau minta pendapat dia bagaimana barang kami sudah diterima dengan baik atau tidak, dan sebagainya.. dan tambahan leech ini juga baik buat kami, ketika kami ada produk baru, ada penawaran promo, kami bisa broadcast atau apapun itu bentuknya ke pelanggan, ya kan.. walaupun nantinya bisa dia order by go-jek.. tapi itu nggak sama sekali.. saya sudah mengalami lebih dari jaringan saya mas, seperti itu.. jadi makanya saya agak sedikit gerah sebenarnya... ya sehingga kita lagi dalam penajakan membuat aplikasi sendiri yang kita handle sendiri untuk urusan delivery service, karena ya plusnya tadi itu di masalah delivery service.</p>
--	--

3	Bagaimana perubahan karakteristik lingkungan pekerjaan serta bisnis anda setelah menerapkan teknologi tersebut?	Kalau secara persentase memang di go-food belum terlalu signifikan, ada perubahan itu belum terasa banget.. masih, jujur, masih banyak orang yang menggunakan jasa layanan delivery kami manual.. ada, kita masih punya delivery, dan itu masih lebih banyak yang menggunakan itu.. terus, kalau dari kami sendiri yang konvensional, ndak ada perubahan.. cuma paling yang meningkat itu mereka biasanya pada saat hujan atau seperti apa, dan umumnya mereka bertanya dulu “mas bisa diantar atau lewat go-food?” umumnya seperti itu.. tapi kalau sampai dibilang saya kehilangan konvensional nggak sama sekali.. jadi menurut saya lebih ke arah menambah, tapi nggak menghilangkan salah satunya.. ya lebih ke arah support..
4	Bagaimana keadaan lingkungan organisasi anda setelah menerapkan teknologi tersebut?	Nggak ada, kalau dibilang positif atau negatif nggak ada sama sekali, sama seperti biasanya.. nggak sama sekali.. karena gini mas, saat kita bicara burger, efektif saya jualan satu hari per outlet kurang lebih 110 orang perharinya... 110 orang atau 110 porsi perhari, yang satu porsinya rata-rata kita bikin dalam waktu 2 menit, 2 menit untuk 110 berarti hanya 220 menit.. 220 menit itu kalau dijamkan hanya 4 jam, sedangkan kita bekerja ada 12 jam. Sebenarnya saya 0 produktif dalam waktu 8 jam.. jadi kalau misalnya go-food menghadirkan
5	Apa yang terjadi terhadap gaya komunikasi organisasi anda setelah menerapkan teknologi tersebut?	Kalau saya, ya itu tadi, karena yang pertama adalah prinsipnya go-food adalah mitra buat saya, go-jek adalah mitra buat saya, sehingga saya nggak mungkin menginfluence atau mempengaruhi perusahaan saya, karyawan saya untuk mengandalkan dia.. nggak sama sekali.. suatu ketika nanti saya akan putus kontrak dengan mereka, dan itu sangat tidak baik kalau terjadi.. atau suatu ketika nanti ada keputusan bisnis dari go-jek yang nggak baik buat bisnis saya sendiri.. misalnya ada kenaikan tarif atau sebagainya.. sehingga saya lebih menginfluence mereka atau karyawan saya untuk lebih mengutamakan orang-orang yang datang secara langsung ke kita, dan di sosmed juga promo kita juga kurang ke arah mereka (go-jek). Lebih memancing mereka untuk datang ke outlet kita.. karena yang kita butuhkan itu bukan outlet yang ghaib... dan banyak orang yang melihat semenjak adanya go-food itu memalaskan orang, nelpon.. outletnya hidup, jalan, buka terus, tetapi tidak ada pengunjung.. dan itu mengkhawatirkan buat saya.. karena biar bagaimanapun lebih enak melihat outlet yang lebih rame daripada sepi, tapi duitnya ada memang.. kalau bagi saya lho.. saya kalau melihat restoran malas masuk, khawatir.. padahal mungkin dia in banget di go-jek..
6	Seberapa jauh pengetahuan anda tentang <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> ?	Jelas mas, kalau misalnya itu seperti kaya di Singapore, hampir semua toko, bahkan mesin minuman sudah pakai itu.. menurut saya itu sangat bagus.. karena pertama kita mengurangi peredaran jumlah uang cash yang ada di pasar.. karena uang cash ini riskan.. riskan dalam artian dia bisa hilang, bisa terselip, bisa robek, bisa terbakar dan sebagainya.. tapi pada saat dia berubah jadi digital, memang jadi aman ya.. aman dan nyaman buat kami.. kalau bagi saya ya itu langkah yang paling baik ya

		<p>memang seperti itu.. kita mengurangi jumlah uang cash yang beredar juga berimbang bagus bagi perekonomian kita.. cuma nggak mungkin kita bilang itu harus diterapkan dalam waktu yang cepat sekali kan.. kalau dengan option yang ada saat ini, sebenarnya karena belum tersadarkan aja masyarakatnya.. kita bicara e-money yang dari Mandiri, terus yang sudah kerjasama e-toll, indomaret card dan sebagainya, seandainya dia dibikin lebih netral lagi, jangan ngebrand ke arah toko atau channelnya, kenapa nggak dibikin aja e-money yang bisa laku dimana-mana.. jangan bikin di-brand hanya bisa laku disini-sini, itu lebih baik mas.. kayak Telkomsel punya t-cash ya kalau nggak salah, itu jauh lebih baik.. lebih mudah buat saya.. dan untuk arah pembukuan, catatannya lebih baik dari uang cash.. karena kalau uang cash ini ada plus minusnya, ya itu tadi kalau nggak ada kembaliannya kadang orang bilang yaudah nggak papa, bisa diganti permen dan sebagainya.. dan itu kan nggak bagus sebenarnya, di pembukuan kita yang nggak bagus.. seperti itu..</p>
7	<p>Dengan adanya <i>fintech</i> disini, apakah memberikan dampak terhadap bisnis anda?</p>	<p>Bertambah tapi ndak lebih dari 30% mas.. dia menawarkan (promosi), cuma karena produknya begitu banyak, kita nggak bisa yang lebih spesifik.. yang produk dari go-food kan dia punya banyak restoran yang merge sama dia, jadi penambahannya juga nggak mungkin spesifik.. ya go-food banyak restoran yang lain juga kan, jadi nggak cuma kita.. jadi saya sendiri belum pernah liat iklan saya di situ..</p>
8	<p>Bagaimana sikap lingkungan anda terhadap teknologi ini?</p>	<p>Open mind kalau kami, nggak ada masalah..</p>
9	<p>Hal positif atau keuntungan apa yang ada dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?</p>	<p>Yang mengurangi jumlah uang yang beredar itu pasti, yang kedua pembukuan lebih gampang dalam segi bisnis, yang ketiga sangat memudahkan, apalagi kalau mereka bisa autodebet ke rekening, hampir mirip seperti debet card.. cuma kan e-payment dia disentuh aja nggak perlu digesek dan sebagainya.. cuma resikonya ya itu tadi kalau dia autodebet langsung dimasukin ke rekening ya kalau hilang, hilang semua kita</p>
10	<p>Hal negatif atau kesulitan apa yang ada dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?</p>	<p>Ya nggak semua outlet bisa itu, harus daftar, harus ini... tentunya harus ada penambahan di harga jual.. karena mereka mintanya share omset.. share omset tidak sehat.. kenapa ndak biaya berlangganan, itu lebih sehat.. karena dengan dia share omset, dia nggak memikirkan kalau ada kompor meledak, ada ini ada itu, dia nggak memikirkan itu.. yang dia pikirkan omset hari ini.. padahal kalau kita bilang omset hari ini ya bukan laba hari ini.. misalkan ada kerugian yang dimiliki perusahaan pada hari itu, itu nggak dipikirkan oleh mereka.. saya lebih setuju itu jadi biaya berlangganan.. karena kalau biaya berlangganan jadinya fixed cost..</p>

11	Ada hal yang ingin disampaikan mengenai <i>fintech</i> serta masukan untuk pelaku usaha yang lain?	Kalau dia mau beralih ke penggunaan fintech, menurut saya jangan tanggung-tanggung.. kalau memang mau dirubah dari pihak penyedia layanan itu sendiri, ya dia harus menyiapkan banyak tempat untuk segala macam.. karena kalau dia cuma mengiklankan, itu nggak seberapa.. kedua kalau secara global, mungkin lebih ke biaya tahunan.. itu lebih sehat buat saya, karena dengan itu ada namanya fixed cost.. dan kalau dari sisi agama saya sendiri, ini arahnya nggak baik..
----	--	---

II. FIELD NOTES

Nama Narasumber	Pak Billy
Jabatan	Marketing
Nama Usaha	Cubic
Tanggal	13 Desember 2017

No	Pertanyaan	Kata Kunci Jawaban
1	Bagaimana mekanisme penerapan <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> pada tempat usaha anda?	tren, kemudahan, delivery perkembangan zaman
2	Apakah yang anda rasakan setelah menerapkan teknologi tersebut?	penjualan berkembang, kemudahan promosi
3	Bagaimana perubahan karakteristik lingkungan pekerjaan serta bisnis anda setelah menerapkan teknologi tersebut?	konvensional tetap, delivery order.
4	Bagaimana keadaan lingkungan organisasi anda setelah menerapkan teknologi tersebut?	tidak ada perubahan
5	Apa yang terjadi terhadap gaya komunikasi organisasi anda setelah menerapkan teknologi tersebut?	promosi, menggunakan <i>e-payment</i>
6	Seberapa jauh pengetahuan anda tentang <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> ?	belum cukup, deposit mencari tahu
7	Dengan adanya <i>fintech</i> disini, apakah memberikan dampak terhadap bisnis anda?	penjualan meningkat, attrian invoice bulana
8	Bagaimana sikap lingkungan anda terhadap teknologi ini?	males teknologi, tim gujek trust.
9	Hal positif atau keuntungan apa yang ada dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	praktis, inovasi menggunakan <i>e-payment</i> service di outlet
10	Hal negatif atau kesulitan apa yang ada dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	x

Nama Narasumber	Pak Eko
Jabatan	Manajer
Nama Usaha	Cubic
Tanggal	13 Desember 2017

No	Pertanyaan	Kata Kunci Jawaban
1	Bagaimana mekanisme penerapan <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> pada tempat usaha anda?	ditawarkan , pioneer , lifestyle , inovasi , nama besar , win-win solution
2	Apakah yang anda rasakan setelah menerapkan teknologi tersebut?	customer senang , menguntungkan
3	Bagaimana perubahan karakteristik lingkungan pekerjaan serta bisnis anda setelah menerapkan teknologi tersebut?	bagus , income , karyawan senang , sudah familiar
4	Bagaimana keadaan lingkungan organisasi anda setelah menerapkan teknologi tersebut?	inovasi , lapangan pekerjaan positif .
5	Apa yang terjadi terhadap gaya komunikasi organisasi anda setelah menerapkan teknologi tersebut?	ada ,
6	Seberapa jauh pengetahuan anda tentang <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> ?	mengurangi kesulitan , mempermudah
7	Dengan adanya <i>fintech</i> disini, apakah memberikan dampak terhadap bisnis anda?	penjualan , income , promosi .
8	Bagaimana sikap lingkungan anda terhadap teknologi ini?	penyusunan pendataan /
9	Hal positif atau keuntungan apa yang ada dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	promosi menu , pencatatan.
10	Hal negatif atau kesulitan apa yang ada dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	

Nama Narasumber	DIWA HUTOMO
Jabatan	MARKETING
Nama Usaha	KAWA EAT COFFEE N SPACE
Tanggal	20 DES 17

No	Pertanyaan	Kata Kunci Jawaban
1	Bagaimana mekanisme penerapan <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> pada tempat usaha anda?	delivery, mempermudah customer, pembayaran
2	Apakah yang anda rasakan setelah menerapkan teknologi tersebut?	mudah, payment masuk rekening
3	Bagaimana perubahan karakteristik lingkungan pekerjaan serta bisnis anda setelah menerapkan teknologi tersebut?	keuangan, penjualan, mempermudah
4	Bagaimana keadaan lingkungan organisasi anda setelah menerapkan teknologi tersebut?	akrab, pembukuan, finance & kurir
5	Apa yang terjadi terhadap gaya komunikasi organisasi anda setelah menerapkan teknologi tersebut?	mengantisipasi kendala, social media
6	Seberapa jauh pengetahuan anda tentang <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> ?	aplikasi lain, pengetahuan pribadi
7	Dengan adanya <i>fintech</i> disini, apakah memberikan dampak terhadap bisnis anda?	pencaatan, penjualan, jarak, target pasar, customer simpan saldo
8	Bagaimana sikap lingkungan anda terhadap teknologi ini?	bingung pembukuan.
9	Hal positif atau keuntungan apa yang ada dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	penjualan meningkat, kendala jarak, menambah pemasuk
10	Hal negatif atau kesulitan apa yang ada dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	penyesuaian terhadap teknologi, takut sistem down, potensi biaya, harga dibedakan

Nama Narasumber	HANA PAFAMITA
Jabatan	OWNER
Nama Usaha	KAWA EAT COFFEE N SPACE
Tanggal	20 DES 17

No	Pertanyaan	Kata Kunci Jawaban
1	Bagaimana mekanisme penerapan <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> pada tempat usaha anda?	kondisi customer, request dr cust.
2	Apakah yang anda rasakan setelah menerapkan teknologi tersebut?	Penjualan meningkat memper mudah customer
3	Bagaimana perubahan karakteristik lingkungan pekerjaan serta bisnis anda setelah menerapkan teknologi tersebut?	finance, report perbulan
4	Bagaimana keadaan lingkungan organisasi anda setelah menerapkan teknologi tersebut?	biasa penyesuaian
5	Apa yang terjadi terhadap gaya komunikasi organisasi anda setelah menerapkan teknologi tersebut?	instruksi ke server dan kasir. ada bantuan.
6	Seberapa jauh pengetahuan anda tentang <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> ?	order, ada peluang dr <i>fintech</i>
7	Dengan adanya <i>fintech</i> disini, apakah memberikan dampak terhadap bisnis anda?	meningkatkan penjualan. antrian.
8	Bagaimana sikap lingkungan anda terhadap teknologi ini?	welcome, sosial oke, cust +
9	Hal positif atau keuntungan apa yang ada dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	2x lipat.
10	Hal negatif atau kesulitan apa yang ada dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	Kenaikan tarif, keputusang tarif

Nama Narasumber	IRBAL HERAWAN
Jabatan	OWNER
Nama Usaha	BURGERAX
Tanggal	11 JANUARI 2018

No	Pertanyaan	Kata Kunci Jawaban
1	Bagaimana mekanisme penerapan <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> pada tempat usaha anda?	PASAR
2	Apakah yang anda rasakan setelah menerapkan teknologi tersebut?	+ PASAR, MENGEHAT BIAYA, KESALAHAN MINIMALISIR - TDK BERDIRI SENDIRI
3	Bagaimana perubahan karakteristik lingkungan pekerjaan serta bisnis anda setelah menerapkan teknologi tersebut?	DEKUM SIGNIFIKAN, MASIH BYK KONVEN. SUPPORT
4	Bagaimana keadaan lingkungan organisasi anda setelah menerapkan teknologi tersebut?	AMAN
5	Apa yang terjadi terhadap gaya komunikasi organisasi anda setelah menerapkan teknologi tersebut?	KURANG
6	Seberapa jauh pengetahuan anda tentang <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> ?	SANGAT BANYAK
7	Dengan adanya <i>fintech</i> disini, apakah memberikan dampak terhadap bisnis anda?	bertambah,
8	Bagaimana sikap lingkungan anda terhadap teknologi ini?	open mind.
9	Hal positif atau keuntungan apa yang ada didapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	mengurangi jumlah yang pembelian membuatkan.
10	Hal negatif atau kesulitan apa yang ada didapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	data Share tak sesuai biaya belanjanya

III. BERITA ACARA

BERITA ACARA

Pada hari ini Rabu tanggal 13 bulan desember tahun 2017 telah dilakukan kegiatan wawancara dan pengumpulan data untuk memenuhi kebutuhan pengerjaan Tesis milik saya:

Nama : Diardo Luckandi
No. Mhs : 15917107
Jurusan : Magister Informatika
Fakultas : Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia
Judul Tesis : Analisis Transaksi Pembayaran Menggunakan *Fintech* pada UMKM di Indonesia

Pada usaha CUBIC KITCHEN } BAR dengan narasumber:

No	Nama	Jabatan
1	EKO PRASETYO	MANAJER
2	BILLY	MARKETING

Demikian Berita Acara ini, agar dapat digunakan dengan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 13 DESEMBER 2017

Mahasiswa,



Diardo Luckandi

Pemilik Usaha,


JBIC

EKO PRASETYO

BERITA ACARA

Pada hari ini PABU tanggal 20 bulan DESEMBER tahun 2017 telah dilakukan kegiatan wawancara dan pengumpulan data untuk memenuhi kebutuhan pengerjaan Tesis milik saya:

Nama : Diardo Luckandi
No. Mhs : 15917107
Jurusan : Magister Informatika
Fakultas : Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia
Judul Tesis : Analisis Transaksi Pembayaran Menggunakan *Fintech* pada UMKM di Indonesia

Pada usaha KAWA ENT COFFEE N SPACE dengan narasumber:

No	Nama	Jabatan
1	HANA PARAMITA	OWNER
2	DIWA HUTOMO	MARKETING

Demikian Berita Acara ini, agar dapat digunakan dengan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 20 DESEMBER 2017

Mahasiswa,

Pemilik Usaha,



Diardo Luckandi



HANA PARAMITA

BERITA ACARA

Pada hari ini KAMIS tanggal 11 bulan JANUARI tahun 2018 telah dilakukan kegiatan wawancara dan pengumpulan data untuk memenuhi kebutuhan pengerjaan Tesis milik saya:

Nama : Diardo Luckandi
No. Mhs : 15917107
Jurusan : Magister Informatika
Fakultas : Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia
Judul Tesis : Analisis Transaksi Pembayaran Menggunakan *Fintech* pada UMKM di Indonesia

Pada usaha BURGERAX dengan narasumber:

No	Nama	Jabatan
1	IQBAL HERAWAN	OWNER

Demikian Berita Acara ini, agar dapat digunakan dengan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 11 JANUARI 2018

Mahasiswa,



Diardo Luckandi

Pemilik Usaha,



IQBAL HERAWAN