

**ANALISIS PENGARUH PERKEMBANGAN FINTECH DAN E-COMMERCE TERHADAP  
PEREKONOMIAN MASYARAKAT**

**Yulida Army Nurcahya<sup>1</sup>, Rizky Puspita Dewi<sup>2</sup>**

*Email: [yulidaarmy@untidar.ac.id](mailto:yulidaarmy@untidar.ac.id)<sup>1</sup>, [riskypuspita2015@gmail.com](mailto:riskypuspita2015@gmail.com)<sup>2</sup>*

*Program Studi Akuntansi, Universitas Tidar*

**ABSTRACT**

*The purpose of this paper is to see the development of technology into fintech and e-commerce in people's lives. The development of financial technology in Indonesia is increasing, but there are still many people who have not been served and use information technology. Basically fintech will facilitate the public to access various products in the financial sector and facilitate transactions by increasing financial literacy. Data collection methods used were interviews. From the results of the interview, the development of technology has not really influenced people's lives. They are still attached to the traditional culture, people do not agree with online loans because they consider the risk is greater than offline loans. More of them are already using e-commerce services.*

*Keywords: fintech, online, e-commerce*

**PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi yang pesat serta didukung adanya infrastruktur komunikasi yang semakin kuat membawa dampak baru bagi masyarakat Indonesia, yakni hadirnya gadget untuk mengakses internet dengan harga yang lebih murah dan terjangkau.

Internet membawa kita pada era dimana semua kegiatan lebih cepat, mudah, akurat dan murah dalam biaya pengaksesannya. Teknologi juga merombak cara kita melakukan berbagai aktivitas serta cara kita melakukan pekerjaan dan bisnis. Inilah era big data, era disruptif yang membawa kita ke era baru, era dimana semua hal hampir terdigitalisasi. Di era ini segala hal dituntut cepat, akurat, dan efisien. Adanya inovasi ini, tak hanya melibatkan pemilik modal besar. Melainkan rakyat pun bisa berpartisipasi dengan modal yang sangat minimal. Dalam era ini, dikenalkan konsep sharing-economy. Dimana pemilik modal dan rakyat

berkolaborasi untuk menciptakan layanan jasa dan produksi yang lebih murah, mudah, dan efisien.

Inovasi perkembangan teknologi dan kecerdasan tak luput mempengaruhi industri keuangan dan tata kelola. Munculnya financial technology dalam berbagai platform kini bisa dirasakan oleh masyarakat. Menurut Bank Indonesia, financial technology atau teknologi finansial merupakan hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat, yang awalnya sistem pembayaran dilakukan dengan tatap-muka dan membawa sejumlah uang kas, kini dapat dilakukan dengan transaksi jarak jauh dan dapat dilakukan dalam hitungan detik saja. Sedangkan menurut National Digital Research Centre di Dublin, Irlandia mendefinisikan financial technology atau fintech sebagai: “innovation in financial services” atau “inovasi dalam layanan keuangan”. *Financial technology* dengan segala inovasinya pada layanan keuangan tidak hanya dapat dikembangkan pada sektor swasta saja, melainkan juga kehidupan bernegara.

*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.

Tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk melihat seberapa besar perkembangan fintech dan e-commerce dalam kehidupan masyarakat pedesaan.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

*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 11 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.).

Laudon dan Laudon (1998) mendefinisikan electronic commerce sebagai: “The process of buying and selling goods electronically by consumers and from company to company through computerized business transaction”. Dari definisi tadi, ada tiga poin utama dalam electronic commerce yaitu pertama, adanya proses baik penjualan maupun pembelian secara elektronik. Kedua, adanya konsumen atau perusahaan. Terakhir, jaringan penggunaan komputer secara on-line untuk melakukan transaksi bisnis. Perusahaan menggunakan e-commerce dalam berbagai tingkatan. Ada yang sekedar menggunakan e-mail untuk bagian tertentu, misal: hanya diterapkan di bagian penjualan. Tapi ada juga yang menggunakan halaman web untuk menampilkan profil perusahaan dan produknya. Beberapa perusahaan bahkan menggunakan e-commerce secara terintegrasi untuk semua transaksinya, baik itu pemesanan, pembayaran sampai ke pengiriman produk (Celestino, 1999). Hal ini semua bisa dilakukan terutama dalam penjualan software yang bisa dikirim secara elektronik lewat jaringan internet.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan dalam penyusunan jurnal ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Metode analisis deskriptif kualitatif yaitu suatu metode penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan proses atau peristiwa yang sedang berlaku pada saat ini yang di jadikan objek penelitian, kemudian data atau informasi di analisis sehingga di peroleh suatu

pemecahan masalah. Seperti dikatakan David Williams (1995) dalam buku Lexy Moleong menyatakan: "Bahwa penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah, dengan menggunakan metode alamiah, dan dilakukan oleh orang atau peneliti yang tertarik secara alamiah" (Moleong, 2007:5).

#### **Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif.

#### **Waktu dan Tempat Penelitian**

Dilakukan pada hari sabtu, 21 September 2019 di Dusun Wates, Desa Pucanganom, Kecamatan Srumbung.

#### **Target/Subjek Penelitian**

Dengan sasaran yang dituju adalah mahasiswa, petani, pengguna online shop dan UMKM.

#### **Prosedur**

Cara untuk memperoleh data adalah dengan melakukan wawancara, yaitu dengan mendatangi seseorang dan meminta pendapat atas pertanyaan yang kita ajukan.

#### **Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data**

Cara untuk mengumpulkan data adalah dengan wawancara. Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara peneliti dan narasumber. Merupakan data primer karena dilakukan sendiri oleh peneliti untuk memperoleh data.

#### **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data deskriptif merupakan suatu cara dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, kondisi, sistem pemikiran atau juga peristiwa masa sekarang. Jenis metode penelitian kualitatif ini berusaha menjelaskan fenomena sosial pada saat tertentu. Metode penelitian kualitatif dibedakan menjadi beberapa jenis, yaitu berdasarkan kriteria perbedaan diantara lain fungsi akhir dan pendekatannya.

#### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

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 dan dalam penggunaan e-commerce. Berikut adalah tabel hasil wawancara:

**Tabel 1**

**Tabel Hasil Wawancara**

| Range | Jumlah orang |
|-------|--------------|
| 18-30 | 3            |
| 31-42 | 4            |
| 43-54 | 1            |
| 55-66 | 1            |

Sumber: data diolah (2019).

- a. Anirotul Hasanah usia 33 tahun alamat Wates, Pucanganom, Srumbung

Menurut pendapatnya dengan adanya e-commerce membantu dalam proses jual beli yang dilakukan. Namun, terkadang merasa dikecewakan ketika apa yang di pesantidak sesuai dengan digambar. untuk peminjaman secara online masih diragukan.

- b. Afanudin usia 41 tahun alamat Wates, Pucanganom, Srumbung

Dengan hadirnya e-commerce merasa dipermudah, namun tetap lebih memilih pada pedagang lokal karena membeli lewat online tidak bisa melihat kualitas dari barang yang di pasarkan. Kurang menyetujui dengan adanya fintech seperti peminjaman secara online karena risikonya lebih besar.

- c. Rudi Harmoko. Usia 38 tahun, alamat Wates, Pucanganom, Srumbung

Kalo yang suka mengikuti perkembangan teknologi akan merasa dipermudah. Barang yang dibeli sesuai dengan pesanan, waktu tepat sesuai yang telah ditentukan. Dampak bagi pedagang lokal merasa dirugikan karena akan menimbulkan pengangguran, namun pada pembayarn atau transfer serta simpan pinjam KUR dipermudah tanpa agunan.

- d. Meira Purwati usia 19 tahun, alamat Wates, Pucanganom, Srumbung

Merasa dipermudah dalam pemasaran.

- e. Larasati usia 20 tahun alamat Wates, Pucanganom, Srumbung

Perbaikan pada keamanan akun, peningkatan jaringan atau infrastruktur internet. Solusi untuk e-commerce ketika tidak sesuai dengan barang yang dikirim adalah dengan memberikan jaminan. Namun e-commerce membuat pasaran menjadi lebih luas tetapi juga menyebabkan masyarakat menjadi lebih konsumtif. Untuk era sekarang lebih ke pengembangan SDM nya terlebih dahulu.

- f. Sarponah usia 51 tahun alamat Wates, Pucanganom, Srumbung  
Sangat dipermudah sekali dengan adanya e-commerce, karena dengan e-commerce dapat mengurangi pengangguran yang terjadi di Indonesia saat ini.
- g. Suminah usia 63 tahun alamat Wates, Pucanganom, Srumbung  
Sebagai orang yang tidak terlalu mengikuti perkembangan jaman merasa tidaklah berpengaruh pada kehidupan, apalagi untuk orang-orang di pedesaan yang masih terikat dengan budaya tradisional yang ada, merasa tidak terpengaruh samasekali.
- h. Dwi Winda Sari usia 31 tahun alamat Wates, Pucanganom, Srumbung  
Sebagai konsumen merasa diuntungkan dan dipermudah. Lebih berhati-hati dalam melakukan pinjaman secara online.
- i. Edi usia 25 tahun, alamat Wates, Pucanganom, Srumbung  
Secara positif semua orang berkesempatan untuk memiliki usaha, secara negatif sebagai pembeli tidak bisa memilih kualitas dan kadang apa yang dikirim tidak sesuai dengan yang dipesan. Kesempatan peluang kerja lebih banyak. Untuk fintech secara positif tidak terlalu banyak membawa uang banyak dapat bertransaksi dimana saja, lebih aman dari segi fisik, secara negatif lebih tergantung pada sinyal tidak bisa dilakukan di semua tempat yang kurang sinyal, rawan terhadap pembobolan hacker. Secara global pembentukan kapitalisme keuangan.

Dari pengumpulan data di atas mayoritas masyarakat sudah menggunakan layanan e-commerce, tetapi sebagai konsumen terkadang merasa dikecekan jika barang tidak sesuai dengan yang dipajang. Tetapi hal ini dapat membuka lapangan pekerjaan baru menjadi reseller misalnya. Untuk penggunaan fintech masih diragukan.

Berdasarkan data OJK, langkah mengoptimalkan peran FinTech di Indonesia, maka perlu membangun sinergi bisnis FinTech dengan Industri Incumbents (Bank dan Lembaga Keuangan Non Bank) Upaya ini dapat ditempuh dalam beberapa bentuk antara lain : a. Kolaborasi jalur informasi antara FinTech dan lembaga keuangan yang ada dengan memanfaatkan data

nasabah yang banyak dan jalur distribusi (distribution channel) yang sudah dibangun. Pemanfaatan fungsi FinTech diharapkan dapat meningkatkan efisiensi bisnis bank dan lembaga keuangan. b. Kolaborasi produk yang menjadi solusi bagi konsumen. Untuk ini, pelaku FinTech bersama bank dan lembaga keuangan perlu melakukan proses desain (design thinking) untuk membuat produk (bundling product) yang bermanfaat bagi kedua pihak. Sinergi ini bisa dilakukan oleh bank yang berbisnis inti di UMKM dengan FinTech yang menyediakan platform UMKM digital.

Payung hukum FinTech memakai Peraturan OJK Nomor 77/POJK.01/2016 tanggal 29 Desember 2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi dan PBI (Peraturan Bank Indonesia) 18/40/PBI/2016 tanggal 14 November 2016 tentang penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran. (Djawahir, 2018:5). Dalam peraturan tersebut, OJK mengatur berbagai hal yang harus ditaati oleh penyelenggara bisnis pinjam dari pengguna ke pengguna, atau yang biasa disebut dengan peer to peer lending (P2P lending). Sehingga pada akhirnya ini akan melindungi kepentingan konsumen terkait keamanan dana dan data serta kepentingan nasional terkait pencegahan pencucian uang dan pendanaan terorisme, serta stabilitas sistem keuangan<sup>6</sup>. Salah satu opsi yang aman adalah melalui crowdfunding yang berbasiskan pinjaman modal usaha melalui layanan perusahaan teknologi sebagai perantara antara pemberi pinjaman dengan pelaku usaha, khususnya UKM, sebagai peminjam. Sebagaimana dalam menghadapi tantangan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), para pelaku usaha UKM dituntut untuk meningkatkan kualitas barang dagangannya untuk dapat bersaing di tingkat regional. Crowdfunding melalui mekanisme peer-to-peer lending mampu menjawab kebutuhan para pelaku usaha terhadap alternatif permodalan usaha<sup>7</sup>. Tercatat sebanyak 85 perusahaan Fintech P2P lending sedang dalam proses pendaftaran sampai dengan November 2017. Hingga per Januari 2018, terdapat 32 perusahaan financial technology yang sudah terdaftar di OJK (OJK, 2018).

Financial technology merupakan inovasi yang dinilai dapat meningkatkan pangsa pasar UMKM sebagai langkah dalam mengatasi permasalahan terkait pembiayaan modal, penyusunan laporan keuangan, pembayaran dan pemasaran, serta transaksi keuangan dan literasi keuangan lainnya. Beberapa fitur startup financial technology dapat dimanfaatkan untuk mengatasi permasalahan UMKM saat ini (Fahmi, 2018). Kehadiran sejumlah perusahaan fintech turut berkontribusi dalam pengembangan UMKM. Tidak hanya



sebatas membantu pembiayaan modal usaha, peran Fintech juga sudah merambah ke berbagai aspek seperti layanan pembayaran digital dan pengaturan keuangan (Muzdalifah, 2018). Pertumbuhan ekonomi dapat tercapai ketika sumber daya produktif dapat dimanfaatkan secara optimal dan dialokasikan secara merata. Tujuan pembangunan ekonomi untuk mencapai sasaran utama dalam menciptakan kesejahteraan dan mengurangi ketimpangan. Dalam proses pembangunan perekonomian Indonesia, sektor UMKM memiliki peranan yang sangat strategis dan penting (Muzdalifa, 2018) .

Menurut (Muzdalifah, et all, 2018) Usaha mikro kecil menengah atau UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian masyarakat Indonesia. Pemerintah memandang penting keberadaan para pelaku UMKM bersama dengan Koperasi memiliki wadah secara khusus dibawah kementrian koperasi dan UKM. ada 3 peran penting UMKM dalam kehidupan masyarakat kecil. 1. Sarana mengentaskan masyarakat dari jurang kemiskinan Dalam data milik kementian koperasi dan UKM tahun 2011 disebutkan lebih dari 55.2 juta unit. UMKM mampu menyerap sekitar 101.7 juta orang. Angka tersebut meningkat menjadi 57.8 juta unit UMKM dengan jumlah tenaga kerja mencapai 114 juta orang 2. Sarana untuk meratakan tingkat perekonomian rakyat kecil UMKM memiliki lokasi di berbagai tempat, termasuk di daerah yang jauh dari jangkauan perkembangan jaman sekalipun. Keberadaan UMKN Di 34 Provinsi yang ada di Indonesia tersebut memperkecil jurang ekonomi antara orang miskin dan orang kaya. Selain itu masyarakat kecil tak perlu berbondong-bondong untuk pergi ke kota guna memperoleh kehidupan yang layak. 3. Memberikan pemasukan Devisa bagi negara Data dari kementrian Koperasi dan UKM di tahun 2017 menunjukkan devisa negara dari pelaku UMKM. Angkanya pun sangat tinggi mencapai Rp.88,45 miliar. Angka ini mengalami peningkatan hingga delapan kali lipat dibanding 2016.

Menurut berita kompas.com, terdapat langkah investor untuk mengelola risiko yaitu dengan cara:

1. Kredibilitas Penyedia Layanan P2P Lending. Perkembangan pesat industri tekfin di Indonesia mendorong melesatnya angka dana pinjaman, jumlah pemberi pinjaman dan peminjam di Indonesia. Sebelum berinvestasi, investor disarankan untuk meneliti kredibilitas penyedia layanan p2p lending, yang mencakup status terdaftarnya perusahaan dalam yang mencakup status terdaftarnya perusahaan dalam Otoritas Jasa Keuangan (OJK), reputasi perusahaan, serta layanan yang ditawarkan. Faktor penting dalam memilih penyedia layanan

p2p lending yang tepat adalah memastikan dana yang ditangani dengan aman dan transparan. Penyedia layanan p2p lending yang terpercaya memiliki akun escrow, dimana dana investor dipisahkan dari dana perusahaan; serta menyediakan fasilitas sistem akun virtual sehingga dapat memeriksa saldo dan penggunaan akun kapanpun diperlukan.

2. Pembayaran pinjaman yang tertunda. Setelah dana pinjaman dicairkan, peminjam berkewajiban untuk melakukan pembayaran atas pinjamannya sesuai dengan jadwal pembayaran yang telah disepakati. Namun, ada beberapa kasus dimana peminjam terlambat melakukan pembayaran karena berbagai alasan, seperti memburuknya iklim bisnis yang berakibat pada menurunnya kinerja usaha peminjam, atau terlambatnya pembayaran dari konsumen mereka. Seorang investor potensial perlu memeriksa performa pembayaran yang dilakukan oleh peminjam pada masa lalu. Investor sebaiknya dapat melihat informasi rekam jejak pembayaran peminjam yang pernah melakukan pinjaman lebih dari satu kali. Data tersebut dapat memperlihatkan pembayaran yang tepat waktu dan yang tertunda. Selain itu, Anda harus rajin memantau jadwal pembayaran yang sedang berlangsung secara aktual dan dapat bertanya kepada penyedia layanan p2p lending jika ada pembayaran pinjaman yang tertunda. Beberapa penyedia layanan p2p lending memiliki laman khusus yang memuat data pinjaman yang tertunda tersebut.

3. Risiko gagal bayar. Setelah dana pinjaman disalurkan, salah satu risiko yang mungkin terjadi adalah terjadinya gagal bayar oleh peminjam. Penyedia layanan p2p lending oleh peminjam. Penyedia layanan p2p lending sebaiknya memiliki langkah antisipasi apabila kemungkinan terburuk ini terjadi. Ada beberapa tahapan yang dapat dilakukan agar status gagal bayar tersebut dapat diselesaikan, seperti melakukan restrukturisasi, penjadwalan ulang pembayaran, hingga pencairan jaminan. Menyadari adanya risikorisiko tersebut, penyedia layanan p2p lending memiliki beberapa upaya pencegahan risiko, salah satunya lewat uji kelayakan yang ketat terhadap peminjam.

Harapan bagi para pelaku Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) dalam mengembangkan usahanya. Salah satunya terkait bagi pelaku UMKM untuk mengakses pembiayaan."Fintech berupa P2P (peer to peer) lending membuat UMKM yang unbankable menjadi terakses. Pada ujungnya, fintech ini bisa membuat kapasitas usaha mengalami peningkatan. Dalam mendukung dan menopang pelaku UMKM pemerintah sebenarnya memiliki sejumlah program. Salah satunya adalah Kredit Usaha Rakyat (KUR). Sejak Analisis pengaruh...(Yulida, Rizky)

diluncurkan pada 2007, realisasi penyaluran KUR maupun debitur terus meningkat. (Henley, 2017) Pada 2016, besaran bunga KUR tercatat 9,0 persen per tahun. Selama 2017, realisasi penyaluran KUR mencapai Rp 94,4 triliun dari target Rp 100 triliun. Sementara untuk tahun ini, realisasinya sampai dengan Agustus 2017 Rp 61,14 triliun dari target Rp 110 triliun dengan jumlah debitur 2,7 juta. Akan tetapi, para pelaku UMKM yang hendak mengakses KUR melalui bank, harus memiliki salah satu komponen penting, yaitu agunan. Ketiadaan agunan membuat mereka menjadi kesulitan untuk memperoleh modal. Mengutip hasil penelitian Institute for Development of Economics and Finance, Sekarang ini masih ada sekitar 60 juta pelaku UMKM. Dari jumlah tersebut ternyata baru sebanyak 11 juta pelaku UMKM yang bankable. Sisanya sebesar 49 juta pelaku UMKM masih belum unbankable. Masih berasal dari data yang sama, total kebutuhan pembiayaan nasional untuk UMKM sebesar Rp 1.649 triliun. Sementara kapasitas perbankan hanya Rp 660 triliun. Dengan begitu terdapat gap Rp 989 triliun.

Masyarakat yang belum terliterasi dengan baik ditambah besarnya kebutuhan pembiayaan nasional untuk UMKM, merupakan peluang bagi pelaku usaha fintech. Kehadiran teknologi telah menjadikan layanan keuangan menjadi lebih murah, cepat, dan mudah. Tiga elemen ini, terkadang sulit diperoleh ketika pelaku UMKM mendatangi bank. Di sinilah peran fintech bisa menjadi solusi bagi pengembangan usaha UMKM di masa mendatang. Tantangan untuk memaksimalkan peran fintech dalam mendukung UMKM. Tantangan mendasar itu adalah akses masyarakat Indonesia terhadap layanan keuangan. Berdasarkan survei yang pernah dilakukan Otoritas Jasa Keuangan, baru 67,8 persen dari masyarakat Indonesia yang sudah menggunakan produk keuangan. Artinya masih ada 32,2 persen.

**KEUNGGULAN E-COMMERCE** Daya tarik e-commerce bagi dunia bisnis di antaranya adalah karena ia mempunyai keunggulan berikut: ☐ Efisien Perusahaan bisa memperoleh efisiensi baik dari sisi pemasaran, tenaga kerja, dan overhead cost. Sebagai contoh, mereka tidak perlu setiap kali mencetak katalog baru dan mengirimkannya (faxcimile) ke tiap konsumen karena konsumen bisa melihat langsung di website mengenai perubahan jenis dan harga barang dari detik ke detik. ☐ Efektif Internet memungkinkan untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dan cepat. Hal ini dimungkinkan karena perusahaan bisa membuka virtual shop 24 jam non stop dengan menampilkan informasi tentang produk dan prosedur pembelian secara on line di internet. Calon konsumen bisa dimanjakan dengan

tampilan grafis yang menawan bahkan dengan animasi/video yang bisa dijalankan dengan software tertentu misal: Real Player.

PERAN KEPERCAYAAN DALAM E-COMMERCE Agar semua pihak yang mungkin belum pernah bertemu atau belum kenal sama sekali mau melakukan transaksi secara on line maka keduanya harus saling percaya (Ratnasingham, 1998; Wilson, 1997). Dengan adanya kepercayaan tersebut maka biaya transaksi bisa diturunkan. Lebih jauh, hal ini bisa meningkatkan nilai transaksi yang akan terjadi. Untuk berhasil memperoleh kepercayaan (trust) dalam electronic commerce, Ratnasingham (1998) menyatakan ada beberapa prinsip yang harus dipenuhi: 1. Keterbukaan (business practice disclosure) Perusahaan mengungkapkan secara terbuka dalam hal pelaksanaan transaksi secara elektronik dan melakukan transaksi sesuai dengan apa yang dijanjikan. 2. Integritas transaksi (transaction integrity) Hal ini merupakan pengendalian terhadap semua transaksi yang diterima apakah sudah lengkap dan ditagih seperti apa yang disetujui atau dipesan.

3. Perlindungan terhadap informasi (information protection) Perusahaan harus menjaga informasi mengenai konsumen agar tidak sampai ke tangan pihak yang tidak berkaitan dengan bisnisnya. Dalam kaitannya dengan kepercayaan publik terhadap keamanan transaksi di internet itulah maka ada pihak ketiga yang menyediakan jasa web trust. Pihak ini sering disebut juga sebagai certification authority yaitu lembaga yang membuat sertifikasi keotentikan transaksi di e-commerce yang akan memungkinkan dua pihak untuk mengidentifikasi satu sama lain. Dengan adanya pihak ketiga yang menjamin ini maka kepercayaan diharapkan juga akan meningkat. Bentuk dari sertifikasi ini mungkin adalah tanda tangan digital, atau cryptographic security.

E-COMMERCE ANCAMAN UNTUK SIAPA? Mengingat potensi e-commerce, wajar kalau ada pihak-pihak yang merasa terancam. Tapi sebenarnya tidak semua transaksi akan bisa diganti dengan e-commerce. Kekhawatiran itu tidak perlu terjadi karena ada tiga bentuk pasar di e-commerce yang tidak bisa saling menghilangkan, yaitu: marketplace, marketspace dan customerspace (Oliver, 1998). Marketplace berkaitan dengan karakter konsumen yang tidak sekedar membutuhkan barang atau jasa tapi juga interaksi sosial baik dengan penjual maupun masyarakat ketika berbelanja. Jadi mereka mau membayar lebih dengan bersusah payah pergi ke toko atau mall hanya karena ada kenikmatan berbelanja dan berinteraksi dengan

masyarakat. Contoh produk jenis ini adalah: teater, pakaian khusus di butik, atau makan malam di rumah makan tertentu.

*Marketspace* memungkinkan produk atau jasa tertentu dijual melalui transaksi secara on line. Produk yang bisa dijual di sini adalah produk yang telah mempunyai nama yang cukup kuat di benak pelanggan dan produk itu sendiri mudah untuk dijelaskan dan dibedakan oleh kedua pihak. Produk yang termasuk dalam kategori ini misal: kaset/CD musik, jasa pasar uang/modal, dan perangkat lunak. Sebagai contoh: Charles Schwab Inc. dengan ESchwab nya dan Merrill Lynch telah menggunakan internet untuk melakukan transaksi keuangan (Laudon & Laudon, 1998). *Customerspace* berkaitan dengan produk atau jasa yang membutuhkan jaminan kualitas terbaik dan bisa memenuhi standar atau value yang dibutuhkan oleh pelanggan. Jadi pelanggan produk jenis ini cenderung akan kritis dan bisa jadi merepotkan produsen atau penjual jasa untuk mendapatkan keuntungan yang besar. Produk yang ada dalam jenis ini misal: jasa asuransi kesehatan atau jasa manajemen keuangan personal.

Dari sisi konsumen, internet mempunyai manfaat dalam hal meningkatkan daya tawar konsumen (McKinzie, 1999) sehingga bisa saja memberikan ancaman terhadap bisnis ritel. Untuk memperoleh harga terbaik konsumen mungkin akan melakukan dua hal: 1. Mencari informasi barang yang dibutuhkan di toko setempat kemudian membeli barang tersebut melalui internet yang seringkali memberi harga yang lebih murah. 2. Untuk konsumen yang masih enggan menggunakan internet untuk membeli produk, mereka akan mencari harga di internet kemudian mencari dan menawar produk yang sama di toko dengan harga di internet. Lebih jauh, baik penjual maupun pembeli bisa memanfaatkan *infomediaries* yang merupakan jasa perantara yang menyediakan menyediakan informasi komoditi dari penjual dan data pembeli beserta barang yang dibutuhkan secara on line (Schonfeld, 1999).

*Infomediaries* ini akan sangat membantu untuk mengurangi biaya transaksi, terutama dalam hal barang-barang yang jenisnya banyak dan mempunyai variasi harga yang beragam. Pengalaman dalam panitia pengadaan barang menunjukkan betapa sulitnya untuk memperoleh informasi harga terbaru. Mungkin dengan mencari katalog harga lama dan melakukan konfirmasi melalui telepon kepada perusahaan yang ada dalam daftar rekanan atau yang ditemui di buku kuning telepon. Dengan adanya *infomediaries* ini transaksi menjadi transparan, efisien dan cepat. Pembeli bisa mendapatkan barang secara cepat dengan harga yang paling murah pada saat itu dengan membandingkan harga di antara penjual (kondisi ini

disebut oleh Miller (1999) sebagai peningkatan price awareness). Sedangkan penjual bisa menjangkau konsumen secara cepat dan mengantisipasi perubahan harga secara cepat juga.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Internet telah menghadirkan cara dan peluang baru dalam bisnis. Banyak aspek yang harus dipertimbangkan dengan kehadiran ecommerce yang sebelumnya mungkin belum pernah ada dalam praktik bisnis konvensional. Meskipun semakin banyak pengguna ecommerce hal ini tidak bisa diartikan bahwa transaksi e-commerce telah sepenuhnya aman. 394 Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia Juli Agar tercipta rasa aman dan untuk mengurangi resiko maka salah satu hal penting adalah aspek kepercayaan antara pihak penjual dan pembeli yang mungkin belum pernah bertemu secara fisik. Aspek kepercayaan ini bisa tumbuh kalau didukung dengan hadirnya beberapa persyaratan dasar misal: adanya certification authority. Karena begitu besarnya potensi masalah e-commerce, maka semua pihak yang berkompeten harus mencermatinya sejak dini dan membuat aturan main yang jelas sehingga resiko tersebut tidak menjadi kenyataan.

Financial technology merupakan inovasi yang dinilai dapat meningkatkan pangsa pasar UMKM sebagai langkah dalam mengatasi permasalahan terkait pembiayaan modal, penyusunan laporan keuangan, pembayaran dan pemasaran, serta transaksi keuangan dan literasi keuangan lainnya. Terdapat tiga peran penting UMKM yaitu : 1. Sarana mengentaskan masyarakat dari jurang kemiskinan 2. Sarana untuk meratakan tingkat perekonomian rakyat kecil 3. Memberikan pemasukan devisa bagi negara Terdapat beberapa risiko yang harus dihadapi oleh investor yaitu kredibilitas penyedia layanan P2P lending, terdapat pembayaran pinjaman yang tertunda, dan terdapat risiko gagal bayar. Oleh karena itu, investor harus memiliki strategi untuk mengelola risiko tersebut dengan tindakan yang bijak.

### **Saran**

Dalam melakukan wawancara diharapkan apa yang kita tanyakan dapat dipahami dengan mudah oleh pendengar.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Banque France. (2018, December 06). [www.banque-france.fr](http://www.banque-france.fr). Retrieved from [www.banque-france.fr](http://www.banque-france.fr): <https://www.banque-france.fr/en/financial-stability/monitoring-cashless-payments/overview-cashlesspayment-instruments-france> Bloomberg
- Celestino, Martha L. 1999. Electronic Commerce. [hal. www]. World Trade. Februari, Sumber dari <http://proquest.umi.com/pqdweb?TS=91793..&Fmt=3&Sid=1&Idx=7&Deli=1&RQT=309&Dtp=1> (diakses 2 Februari 1999)
- Chisti, S., and Barberis, J. (2016). *The FINTECH Book: The Financial Technology Handbook for Investors, Entrepreneurs and Visionaries*. John Wiley & Sons Ltd: West Sussex
- Didi Achjari (2000). Potensi Manfaat Dan Problem Di E-Commerce. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 15, No. 3, 388 – 395.
- Junadi and Sfenrianto . (2015). A Model of Factors Influencing Consumers Intention To Use E-Payment System in Indonesia. *Procedia Computer Science*, 59 (1), 214-220
- Laudon, J., dan Laudon, K. C. 1998. *Essential of management information system*. Prentice Hall. New jersey
- McKinzie, B. 1999. Internet Poses New Challenges to Traditional Retailers. [hal. www]. *Enterprise*. Vol 28, issue 34. Sumber dari [http://gw2.epnet.com/fulltext.asp?resul...=e%2dcommerce%20and%20control&fuzyTerm=\(diakses 3 Maret 1999\)](http://gw2.epnet.com/fulltext.asp?resul...=e%2dcommerce%20and%20control&fuzyTerm=(diakses%203%20Maret%201999))
- Miller, Michael. 1999. The Net Changes Everything. [hal. www]. *PC Magazine*, Feb 9, p4(1). Sumber dari [http://web2.searchbank.com/infotrac/session/825/788/4966963w5/5!xrn\\_3](http://web2.searchbank.com/infotrac/session/825/788/4966963w5/5!xrn_3) (diakses 2 Februari 1999)
- Muhamad Rizal1, Erna Maulina, Nenden Kostini (2018). Judul. FINTECH AS ONE OF THE FINANCING SOLUTIONS FOR SMEs, *Seminar AdBispreneur* padjajaran : Universita Padjajaran
- Prof. Carunia Mulya Firdausy, MADE., Ph.D., APU. (2018). *Industri Kreatif, Fintech dan UMKM dalam Era Digital*. Jakarta Pusat: Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI
- Schonfeld, Erick. 1999. The Exchange Economy. [hal. www]. *Fortune*, February 15, vol. 139, issue 3, p. 67. Sumber dari [http://web2.searchbank.com/infotrac/session/825/788/4966963w5/3!xrn\\_2](http://web2.searchbank.com/infotrac/session/825/788/4966963w5/3!xrn_2) (diakses 2 Februari 1999)
- Undang-Undang UU No. 10 tahun 1998 tentang Perbankan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 77/POJK.01/2016, tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi (LPMUBTI)