

Langkah Unggul Ke Arah Digital: Studi Kasus Kantin Kalibata Sebagai Pelatihan UMKM di Era Digital

A Outstanding Step In The Suitable Strategy: A Case Study Of Kalibata Canteen As MSMEs Training In The Digital Era

Wahdi Fauzan Nugroho^{1*}, Lingga Yuliana², Rendi Alfian³, Didin Hikmah Perkasa⁴
Universitas Paramadina, Jakarta

[*wahdi.nugroho@students.paramadina.ac.id](mailto:wahdi.nugroho@students.paramadina.ac.id)

Article History:

Received: 10 Juni, 2024

Accepted: 05 Juli, 2024

Published: 30 September, 2024

Keywords: Digital Payments, QRIS, Technology, Micro, Small and Medium Enterprises.

Abstract: The primary objective of training is allowing MSMEs to gain advantages from technology through providing businesses access to QR code viewers for electronic payment transactions. Personal guidance is provided in the Kalibata Canteen. The training program has been set for April 21, 2024, Sunday. MSMEs whose have not yet utilized digital payment media are the target audience for this training program. a review of what was discovered and the discussion before it, MSMEs who view technology as an instrument of expediting transactions need this training. MSMEs ought to comprehend the significance that digitization is to prospering in a disruptive society and ensuring business sustainability in the face of increased rivalry. Offering a supplementary payment option, such as scanning QRIS, is one way MSMEs utilize technology. Through implementation of technology, MSMEs may lead the way. In order encouraging MSMEs to be more widely accepted and for consumers to prefer shopping at MSMEs, both of these factors are improving.

Abstrak. Tujuan diberikannya pelatihan adalah membantu pihak UMKM memanfaatkan kehadiran teknologi dengan penyediaan pemindai kode QR untuk pembayaran cashless. Pelatihan dilaksanakan secara tatap muka yang berlokasi di Kantin Kalibata. Diselenggarakan pelatihan pada hari Minggu, 21 April 2024. Pelatihan ini difokuskan pada UMKM yang belum memanfaatkan media pembayaran secara digital. Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, maka pelatihan ini menjadi hal yang dibutuhkan para UMKM yang melihat teknologi sebagai peluang dalam menawarkan kemudahan dalam bertransaksi. UMKM harus menyadari pentingnya digitalisasi dalam menghadapi era disruptif dan menjaga kelangsungan usahanya dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Salah satu bentuk adaptasi UMKM dengan teknologi yaitu menawarkan jenis metode pembayaran lain yaitu dengan scan QRIS. Dengan mengadopsi teknologi, UMKM dapat menjadi yang terdepan. Sehingga penerimaan masyarakat dengan UMKM semakin lebih baik dan preferensi konsumen untuk berbelanja di UMKM juga meningkat.

Kata Kunci: Pembayaran Digital, QRIS, Teknologi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dikemukakan Fitriani *et al.* (2024) mempunyai posisi dan keunggulan yang strategis dalam perekonomian Indonesia. UMKM terlibat dalam penegakan peraturan perekonomian Indonesia, dan distribusi hasil pembangunan ekonomi. Menurut Saifurrahman dan Kassim (2024), UMKM memulai usahanya dengan dana dan tenaga yang sedikit. Oleh karena itu, UMKM seringkali menghadapi tantangan ketika mencoba mengembangkan perusahaannya dan memasuki pasar baru, seperti yang diungkapkan

* Wahdi Fauzan Nugroho , wahdi.nugroho@students.paramadina.ac.id

oleh Mer & Viridi (2024). Meskipun demikian, UMKM mendapatkan manfaat dari inovasi dan dapat dengan cepat menyesuaikan diri dengan perubahan kondisi pasar (Aggarwal & Joshi, 2024). UMKM menurut Sanyal *et al.* (2024) memanfaatkan seluruh faktor produksi yang ada untuk bisa memperolehnya menghasilkan produk berupa barang/ jasa untuk memperoleh keuntungan yang optimal. Hariyono & Narsa (2024) mengatakan, salah satu sumber daya yang digunakan adalah sumber daya manusia, dimana sumber daya tersebut merupakan modal utama UMKM dalam menjalankan usahanya. Sumber daya manusia menurut Floyd *et al.* (2024) adalah salah satu faktor produksi yang jumlahnya terbatas baik jumlah maupun kuantitasnya kompetensi yang dimilikinya. Untuk itu UMKM dituntut untuk selalu demikian mampu mengelola menjaga keberlangsungan usahanya khususnya di era sekarang ini digitalisasi (Ibidunni *et al.*, 2024).

Digitalisasi UMKM menurut Pranata *et al.* (2024) menjadi salah satu solusi untuk menghadapi tantangan dunia digital saat ini. Digitalisasi UMKM berfokus tentang penerapan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) banyak domain bisnis, seperti manufaktur, penjualan, keuangan dan administrasi (Soman *et al.*, 2024). Hal ini dicapai melalui penggunaan platform digital seperti situs web, media sosial, aplikasi seluler, dan *e-commerce*. Salah satu manfaat utama dari digitalisasi UMKM adalah peningkatan efisiensi dan produktivitas usaha (Hong *et al.*, 2024). UMKM digitalisasi (Kallmuenzer *et al.*, 2024) menjadi salah satu cara peningkatan efisiensi dan produktivitas bisnis. Dengan memanfaatkan teknologi, UMKM dapat meningkatkan proses produksi dan penjualan sekaligus mengelola dengan lebih efektif (Rosyidiana & Narsa, 2024). Selain itu, digitalisasi UMKM menurut Ariyani & Wicaksono (2024) dapat membantu mereka meningkatkan visibilitas bisnis dan operasional sehari - hari di pasar global dengan memberikan mereka akses ke platform *e-commerce* digital. Digitalisasi UMKM juga dapat membantu mereka meningkatkan visibilitas bisnis dan operasional sehari - hari di pasar global dengan memberikan mereka akses ke platform *e-commerce* dan pasar digital (Mehta *et al.*, 2024).

Sistem pembayaran berbasis internet yang menggantikan metode pembayaran manual atau tradisional dengan sistem pembayaran *online* diperlukan untuk memfasilitasi pertumbuhan *e-commerce*, seperti yang diungkapkan oleh Ahmed *et al.* (2024). Sesuai tren yang berlaku, semakin banyak platform perdagangan yang mulai menggunakan sistem pembayaran berdasarkan kode QR sebagai cara pembayarannya (Ausawanetmanee *et al.*, 2024). Pola pembayaran masyarakat akan beralih dari tunai ke non tunai (Dinh, 2024). Namun, tidak semua orang familiar atau paham dengan metode pembayaran nontunai (Muditomo *et al.*, 2024). Pemahaman teknologi diperlukan untuk menggunakan pembayaran elektronik atau non-

tunai (Bhuiyan *et al.*, 2024; Srinivasan *et al.*, 2024). Menerapkan sistem pembayaran berdasarkan kode QR dianggap efisien dalam beberapa hal, menurut Eren (2024). Transaksi non tunai menurut Monye (2024) adalah transaksi yang dilakukan di lingkungan umum dan menyampaikan informasi keuangan secara digital dibandingkan menggunakan mata uang sebenarnya. Kebanyakan orang menggunakan uang digital daripada uang tunai untuk transaksi sehari-hari. Menurut Zhao *et al.* (2024), pemanfaatan pemindai kode QR merupakan salah satu layanan metode pembayaran yang kini banyak digemari masyarakat luas.

Kantin Kalibata adalah salah satu UMKM yang belum menerapkan teknologi informasi dalam usahanya. Usaha ini belum optimal dalam menerapkan teknologi informasi dalam usahanya. Potensi pemasaran yang lebih baik dengan teknologi informasi dapat dicapai melalui sosialisasi dan pelatihan. Akibatnya, upaya ini dilakukan untuk meningkatkan jumlah pelanggan bisnis Kantin Kalibata dengan memanfaatkan transaksi digital seperti QRIS. Tujuan diberikannya pelatihan adalah membantu pihak UMKM memanfaatkan kehadiran teknologi dengan penyediaan pemindai kode QR untuk pembayaran *cashless*.

METODE

Pelatihan dilaksanakan secara tatap muka yang berlokasi di Kantin Kalibata. Diselenggarakannya pelatihan pada hari Minggu, 21 April 2024. Pelatihan ini difokuskan pada UMKM yang belum memanfaatkan media pembayaran secara digital. Pelatihan berupaya mengidentifikasi tantangan utama yang dihadapi UMKM dalam adopsi teknologi digital, sekaligus mengungkap peluang-peluang yang muncul dari proses digitalisasi tersebut. Selanjutnya, Pelatihan ini juga mengeksplorasi dampak penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), seperti pemanfaatan fitur aplikasi yang mendukung pembayaran dengan penggunaan metode pembayaran *cashless*.

HASIL

Secara garis besar Kantin Kalibata adalah terdiri dari UMKM yang menjual aneka makanan dan minuman di daerah kalibata, Jakarta Selatan. Dikarenakan letak nya sangat strategis, Kantin Kalibata ramai sekali dikunjungi oleh para pekerja kantor sekitaran Kalibata, siswa siswi sekitar sekolah kalibata, hingga warga setempat. Dengan ramainya UMKM Kantin Kalibata, diharapkan penjual dapat beradaptasi dengan transformasi digital saat ini. Dimulai dari transaksi secara digital seperti QRIS, maka transaksi akan mudah, tidak perlu membawa uang *cash* para pengunjung atau pembeli dapat menikmati makanan dan minuman yang ada di

Kantin Kalibata, pengunjung cukup *scan* barcode pada QRIS yang tersedia di UMKM yang ada di Kantin Kalibata.

Dalam pelaksanaanya, penulis memberikan pemahaman tentang pentingnya transformasi digital saat ini. Penulis memberikan pelatihan kepada UMKM di Kantin Kalibata dalam memanfaatkan transformasi digital, contohnya dengan menggunakan QRIS dalam pembayaran. Penulis juga melakukan pembaruan QRIS yang ada pada gerobak salah satu UMKM yang ada di Kantin Kalibata, Karena pada sebelumnya QRIS yang ada pada usahanya tidak bisa digunakan/ tidak dapat di *scan barcode* QRIS tersebut. Hal ini menjadi suatu hal positif untuk pemilik UMKM karena jika ada konsumen yang ingin membayar melalui *cashless* atau non tunai konsumen bisa langsung *scan barcode* pada QRIS yang sudah di perbarui. Dokumen pembaruan QRIS tersaji pada Gambar 1 dibawah ini.



Gambar 1. Pembaruan QRIS pada salah satu UMKM Kantin Kalibata

Dengan kecanggihan teknologi digital, ada saja oknum yang memanfaatkan situasi dengan tidak terpuji. Pemberian edukasi mengenai kewaspadaan dan ketelitian dalam setiap transaksi yang dilakukan oleh konsumen agar selalu memantau nominal, waktu dan transaksi masuk yang berhasil dalam pembayaran melalui aplikasi uang digital yang digunakan oleh

konsumen. Kegiatan pemberian pelatihan juga penulis dokumentasikan bersama dengan salah satu pemilik UMKM di Kantin Kalibata yang tersaji pada Gambar 2.



Gambar 2. Dokumentasi bersama dengan salah satu pemilik UMKM di Kantin Kalibata

DISKUSI

Ekspansi perusahaan didorong oleh kemajuan teknologi digital, yang mencakup internet, aplikasi seluler dan online, aplikasi media sosial, dan telepon seluler nirkabel. digital yang menyeluruh. Saat kita menuju kenormalan baru, teknologi digital membantu UMKM dan perusahaan berkembang sehingga dapat meningkatkan kinerja dan memperkuat bisnis mereka. Pemanfaatan teknologi digital memberikan UMKM keuntungan yang signifikan di pasar yang sangat kompetitif saat ini. UMKM mempunyai dampak ekonomi yang signifikan dan diakui penting bagi stabilitas dan daya saing perekonomian suatu negara. Namun demikian, UMKM masih menghadapi permasalahan yang signifikan. Hal ini mencakup ketidakmampuan memperoleh pembiayaan, kurangnya kemampuan manajerial, tidak memiliki akses terhadap teknologi terkini, dan memiliki hubungan yang buruk dengan perusahaan-perusahaan besar. Selain itu, seiring dengan kemajuan teknologi digital, muncullah model ekonomi baru yang dikenal dengan istilah ekonomi berbagi.

Di era new normal ini, permintaan dan penawaran media layanan meningkat. Transformasi digital didorong oleh perubahan permintaan konsumen. Platform digital dapat mempertahankan daya saing setelah pandemi. Media digital meningkatkan kinerja layanan, meningkatkan efisiensi dan stabilitas kualitas layanan, meningkatkan kepuasan pelanggan dan

loyalitas pelanggan, dan mempertahankan dan meningkatkan kinerja perusahaan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif. Teknologi sekarang dapat membantu pelanggan lebih percaya pada keamanan dan kenyamanan mereka dengan menawarkan layanan jarak jauh sambil mengurangi kontak langsung. Untuk mendigitalkan layanan pemasaran dan meningkatkan koneksi, perusahaan membutuhkan pengelolaan terpadu.

UMKM juga menyadari betapa pentingnya digitalisasi untuk bertahan di era disruptif dan mempertahankan kelangsungan hidup mereka dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Berbagai taktik digitalisasi dapat digunakan, namun setiap UMKM harus menyesuaikannya agar sesuai dengan tuntutan dan keadaan organisasinya. Relevansi transformasi digital dalam bisnis kini semakin dikenal luas, dan penelitian serta pelatihan mengenai digitalisasi UMKM terus berkembang. UMKM di semua ukuran dan industri menyadari bahwa digitalisasi sangat penting bagi kemampuan mereka untuk bersaing dan berkembang di dunia yang serba cepat ini. Namun bagi UMKM, menyambut digitalisasi bukanlah hal yang mudah. Untuk mencegah kesalahan yang dapat merugikan perusahaannya, mereka perlu memperhatikan beberapa hal. Karena merchant DANA dapat menggunakan satu kode QRIS untuk melakukan pemindaian menggunakan program apa pun, termasuk Link Aja, Gopay, OVO, DANA, dan Shopee Pay, maka penggunaan QRIS sendiri juga memudahkan UMKM dalam menerima jenis metode pembayaran yang digunakan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, maka pelatihan ini menjadi hal yang dibutuhkan para UMKM yang melihat teknologi sebagai peluang dalam menawarkan kemudahan dalam bertransaksi. UMKM harus menyadari pentingnya digitalisasi dalam menghadapi era disruptif dan menjaga kelangsungan usahanya dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Salah satu bentuk adaptasi UMKM dengan teknologi yaitu menawarkan jenis metode pembayaran lain yaitu dengan scan QRIS. Dengan mengadopsi teknologi, UMKM dapat menjadi yang terdepan. Sehingga penerimaan masyarakat dengan UMKM semakin lebih baik dan preferensi konsumen untuk berbelanja di UMKM juga meningkat. Hal ini tentu memberikan dampak positif dimana sektor UMKM akan mandiri dan ketergantungan masyarakat khususnya pada barang impor dapat berkurang.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis mengucapkan terima kasih kepada UMKM Kantin Kalibata yang mendukung serta memberikan atensi atas pelaksanaan pelatihan pemanfaatan media pembayaran *cashless*. Pelatihan ini tentu tidak menjadi pelatihan terakhir, penulis akan senantiasa mendukung keberlangsungan UMKM dengan pemanfaatan media digital yang ada.

DAFTAR REFERENSI

- Aggarwal, A., & Joshi, N. (2024). MSMEs' innovation: A barrier approach. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 31(3), 552-573. <https://doi.org/10.1108/JSBED-09-2023-0321>
- Ahmed, S., Ahmed, R., Ashrafi, D. M., Ahmed, E., & Annamalah, S. (2024). Building trust in cybernetic payment network: Insights from an emerging economy. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 100331. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100331>
- Apriyana, N., & Yuliana, L. (2022). Pelatihan konsep merek bagi pelaku UMKM. *Jurnal Bangun Abdimas*, 1(2), 60-64.
- Apriyana, N., & Yuliana, L. (2023). Pentingnya publikasi kegiatan di era media sosial. *Jurnal Pelayanan Hubungan Masyarakat*, 1(3), 138-145.
- Ariyani, L., & Wicaksono, A. (2024). The dynamics of economy in the regional MSMEs' digital ecosystem. In A. Mer & A. S. Viridi (Eds.), *The Digitalization of Indonesian Small and Medium Enterprises: Human Capital, Inclusivity and Platform Capitalism* (pp. 91-116). Singapore: Springer Nature Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-18-3475-4_5
- Ausawanetmanee, P., Thavorn, J., Chandrachai, A., Klongthong, W., Vchirawongwin, V., & Ekgasit, S. (2024). Consumer acceptance of an innovative Bio-QR code traceability system for edible bird's nest. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(1), 100169. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100169>
- Bhuiyan, M. R. I., Akter, M. S., & Islam, S. (2024). How does digital payment transform society as a cashless society? An empirical study in the developing economy. *Journal of Science and Technology Policy Management*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-01-2024-0005>
- Dinh, D. V. (2024). The factors impact on the cashless payment behavior: The IPA model approach. *Journal of Science and Technology Policy Management*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-01-2024-0006>
- Eren, B. A. (2024). QR code m-payment from a customer experience perspective. *Journal of Financial Services Marketing*, 29(1), 106-121. <https://doi.org/10.1057/s41264-024-00124-1>
- Fitriani, L. K., Wachjuni, W., Krisdiawan, R. A., & Hamzah, A. (2024). Technology exploration of micro, small, and medium enterprises in Kuningan Regency, Indonesia. *Indonesian Journal of Multidisciplinary Science*, 3(5).

- Floyd, J. A., D'Adamo, I., Wamba, S. F., & Gastaldi, M. (2024). Competitiveness and sustainability in the paper industry: The valorisation of human resources as an enabling factor. *Computers & Industrial Engineering*, 190, 110035. <https://doi.org/10.1016/j.cie.2022.110035>
- Hariyono, A., & Narsa, I. M. (2024). The value of intellectual capital in improving MSMEs' competitiveness, financial performance, and business sustainability. *Cogent Economics & Finance*, 12(1), 2325834. <https://doi.org/10.1080/23322039.2024.2325834>
- Ibidunni, A. S., William, A. A. A. A., & Otokiti, B. (2024). Adaptiveness of MSMEs during times of environmental disruption: Exploratory study of capabilities-based insights from Nigeria. In A. Mer & A. S. Viridi (Eds.), *Innovation, Entrepreneurship and the Informal Economy in Sub-Saharan Africa: A Sustainable Development Agenda* (pp. 353-375). Cham: Springer Nature Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-030-71288-9_21
- Hong, Y., Sawang, S., & Yang, H. P. (2024). How is entrepreneurial marketing shaped by E-commerce technology: A case study of Chinese pure-play e-retailers. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 30(2/3), 609-631. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-11-2023-0833>
- Kallmuenzer, A., Mikhaylov, A., Chelaru, M., & Czakon, W. (2024). Adoption and performance outcome of digitalization in small and medium-sized enterprises. *Review of Managerial Science*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1007/s11846-024-00504-4>
- Mehta, C., Nandal, N., Dhaka, P., & Nandal, N. (2024). Low-cost technology diffusion: How WhatsApp is used by small retailers. In C. Mehta, N. Nandal, P. Dhaka, & N. Nandal (Eds.), *Advancements in Business for Integrating Diversity, and Sustainability* (pp. 154-161). Routledge.
- Mer, A., & Viridi, A. S. (2024). Decoding the challenges and skill gaps in small-and medium-sized enterprises in emerging economies: A review and research agenda. *Contemporary Challenges in Social Science Management: Skills Gaps and Shortages in the Labour Market*, 112, 115-134.
- Monye, O. (2024). Cashless policy initiative in Nigeria: Outline of crucial socio-economic and regulatory considerations. *Journal of Money Laundering Control*, 27(3), 445-458. <https://doi.org/10.1108/JMLC-01-2024-0005>
- Muditomo, A., Syaikat, Y., Andati, T., & Hasanah, N. (2024). Role of payment innovation on bank performance: What happens to the bank if cash goes away? In A. Mer & A. S. Viridi (Eds.), *Islamic Finance: New Trends in Law and Regulation* (pp. 323-338). Cham: Springer Nature Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-030-75098-1_16
- Pranata, N., Suardi, I., & Suryanto, J. (2024). Digital finance for MSMEs: Issues, challenges, and keys to promote inclusive growth. In A. Mer & A. S. Viridi (Eds.), *The Digitalization of Indonesian Small and Medium Enterprises: Human Capital, Inclusivity and Platform Capitalism* (pp. 45-65). Singapore: Springer Nature Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-18-3475-4_3
- Rosyidiana, R. N., & Narsa, I. M. (2024). Micro, small, and medium-sized enterprises (MSMEs) during the post-pandemic economic recovery period: Digitalization, literation, innovation, and its impact on financial performance. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2342488. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2342488>

- Saifurrahman, A., & Kassim, S. H. (2024). Regulatory issues inhibiting the financial inclusion: A case study among Islamic banks and MSMEs in Indonesia. *Qualitative Research in Financial Markets*, 16(4), 589-617. <https://doi.org/10.1108/QRFM-09-2023-0165>
- Sanyal, P., Jain, N. K., & Choudhury, D. (2024). What specific investments are critical in fostering buyer-supplier relationships: Evidence from MSMEs in emerging economies. *International Social Science Journal*, 74(251), 219-239. <https://doi.org/10.1111/issj.12456>
- Srinivasan, R., Diatha, K. S., & Singh, S. (2024). Adoption of cashless payment systems in the bottom-of-the-pyramid retail supply chains in India: A technology-organization-environment framework perspective. *Electronic Commerce Research*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1007/s10660-024-09542-1>
- Soman, S. P., Paul, B., & Patnaik, U. (2024). ICT uptake, performance and trade relations: A case of village micro and small enterprises. *Journal of the Knowledge Economy*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1007/s13132-024-00742-5>
- Wati, P., Aditiaga, Z., & Yuliana, L. (2024). Implementation of social media marketing in the florist business. *Jurnal Ekonomi*, 13(01), 1915-1924.
- Zhao, C., Li, X., & Yan, J. (2024). The effect of digital finance on residents' happiness: The case of mobile payments in China. *Electronic Commerce Research*, 24(1), 69-104. <https://doi.org/10.1007/s10660-023-09501-3>