

Peran Dompot Digital dalam Meningkatkan Kualitas Keuangan UMKM Menuju Era Society 5.0

Wahid^{1,*}, Alamsyah Agit², Salsabila Eka Ramadhani¹

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Digital, Bisnis Digital, Universitas Megarezky, Makassar, Indonesia

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam DDI, Sidenreng Rappang, Indonesia

Email: wahid@universitasmegarezky.ac.id

Email Penulis Korespondensi: wahid@universitasmegarezky.ac.id

Abstrak–Penggunaan aplikasi keuangan di zaman modern dapat ditemui dalam berbagai kegiatan, tidak terkecuali kegiatan ekonomi, era society 5.0 ditandai dengan kemunculan teknologi yang dapat membantu berbagai kegiatan manusia, namun konsep tersebut menuntut manusia untuk dapat hidup berdampingan dengan teknologi tersebut. Dengan demikian perlu upaya untuk memaksimalkan penggunaan teknologi dalam kegiatan bisnis. Salah satu bentuk usaha yang berkontribusi besar terhadap kegiatan ekonomi secara umum adalah UMKM, namun masih kurangnya penerapan teknologi dalam UMKM menjadi suatu tantangan dan ancaman yang dapat menjadi faktor penghambat pertumbuhan UMKM di masa yang akan datang. Kegiatan ini bertujuan untuk menambah wawasan dan membantu UMKM dalam penerapan penggunaan aplikasi keuangan digital seperti dompet digital untuk menunjang kinerja, dan memperkuat daya saing. Kegiatan ini dilaksanakan di Kelurahan Mattoanging Kota Makassar, dengan jumlah peserta 38 orang yang merupakan pemilik UMKM, rangkaian acara dilaksanakan dengan tiga tahapan, yakni tahap persiapan, tahap pelaksanaan yang terdiri dari penyampaian materi, sesi tanya jawab, dan sesi diskusi, serta tahap evaluasi, untuk mengidentifikasi kekurangan dari kegiatan ini sebagai referensi pengembangan di masa yang akan datang. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan antusiasme para pemilik UMKM untuk segera menerapkan penggunaan aplikasi keuangan digital, namun terdapat beberapa pemilik UMKM yang masih lebih memilih menggunakan metode transaksi konvensional atau secara tunai.

Kata Kunci: Daya Saing; Dompot Digital; Kinerja; Society 5.0; UMKM

Abstract–The use of financial applications in modern times can be found in various activities, including economic activities, the era of society 5.0 is marked by the emergence of technology that can assist various human activities, but this concept requires humans to be able to live side by side with this technology. Thus, it is necessary to maximize the use of technology in business activities. One form of business that contributes greatly to economic activity in general is MSMEs, but the lack of application of technology in MSMEs is a challenge and a threat that can become a factor inhibiting MSME growth in the future. This activity aims to add insight and assist MSMEs in implementing the use of digital financial applications such as digital wallets to support performance and strengthen competitiveness. This activity was carried out in the Mattoanging Village, Makassar City, with 38 participants who were MSME owners, a series of events carried out in three stages, namely the preparation stage, the implementation stage which consisted of delivering material, question and answer sessions, and discussion sessions, as well as the evaluation stage, to identify the shortcomings of this activity as a reference for future development. The results of this activity show the enthusiasm of MSME owners to immediately implement the use of digital financial applications, but there are some MSME owners who still prefer to use conventional transaction methods or in cash.

Keywords: Competitiveness; E-Wallet; Performance; Society 5.0; SMEs

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi di Indonesia sedang pesat dan menyebar ke berbagai sektor ekonomi. Awalnya, teknologi berkembang sebagai respons terhadap keterbatasan yang ada, menciptakan kegiatan yang lebih cepat dan lebih mudah. Salah satu aspek yang terpengaruh oleh teknologi adalah alat pembayaran tunai, yaitu uang. Sebelum uang ada, terdapat sistem yang dikenal sebagai barter. Barter adalah bentuk awal perdagangan yang telah ada sejak 6000 SM. Pada sistem barter, barang ditukar dengan barang tanpa menggunakan uang sebagai perantara. Transaksi terjadi dengan saling bertukar barang berdasarkan kesepakatan individu yang terlibat. Namun, barter memiliki kelemahan, yaitu sulit menemukan pasangan yang saling membutuhkan barang-barang yang ditawarkan. Selain itu, nilai barang pasti berbeda-beda. Oleh karena itu, dalam barter, kedua belah pihak harus memiliki keinginan yang saling sesuai, yang dalam bahasa Inggris dikenal sebagai "double coincidence of wants". Syarat ini membuat perdagangan barter sulit dilakukan seefisien perdagangan yang dilakukan dalam perekonomian modern menggunakan uang. Oleh karena itu, sistem barter memiliki banyak kelemahan dan bukanlah solusi yang tepat sebagai alat transaksi. Inilah sebabnya mengapa uang sebagai alat tukar baru kemudian diciptakan (Sukirno, 2015).

Inovasi terkini dalam bentuk dompet digital menjadi solusi yang kreatif dalam menyimpan dan membayar secara elektronik. Aplikasi ini tidak hanya memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi, tetapi juga memberikan manfaat yang beragam. Proses penggunaan dompet digital yang praktis, aman, dan menguntungkan menjadikannya pilihan yang menarik. Pengguna hanya perlu mengunduh aplikasi ini pada perangkat smartphone mereka dan menyimpan uang secara digital. Dalam proses pembayaran, dompet digital memberikan kecepatan yang luar biasa. Cukup dengan memindai kode barcode yang tersedia, pengguna dapat melakukan transaksi tanpa

perlu repot membawa dompet fisik atau menggunakan uang tunai. Selain kemampuan pembayaran online, dompet digital juga memungkinkan pengguna untuk mentransfer dana antar rekening bank, termasuk di berbagai bank yang berbeda. Keamanan juga menjadi fokus utama, dengan verifikasi identitas pengguna dan pengaktifan fitur keamanan seperti PIN, sidik jari, dan pemindai wajah, menjadikan penggunaan dompet digital sebagai langkah yang efektif dalam mengurangi peredaran uang palsu dan memastikan keamanan transaksi (Sulistyowati et al., 2020).

E-wallet adalah salah satu bentuk kemajuan teknologi keuangan yang memberikan manfaat dalam mendukung aktivitas keuangan dan memfasilitasi transaksi masyarakat. Platform e-wallet dirancang dengan fitur-fitur yang bertujuan untuk memudahkan pengguna dalam bertransaksi secara aman, efektif, dan efisien. Selain itu, e-wallet juga merupakan alat pembayaran resmi yang diakui oleh Bank Indonesia. Di Indonesia, terdapat lima platform e-wallet yang populer, termasuk OVO, Gopay, ShopeePay, Dana, dan LinkAja. Penggunaan dompet digital semakin meningkat selama pandemi, tidak hanya karena kondisi yang mempengaruhi, tetapi juga karena "aji mumpung" yang dimanfaatkan dengan baik oleh pengembang dompet digital untuk mempromosikan platform mereka. Mereka menawarkan diskon belanja, cashback, dan program gratis ongkos kirim dengan berbagai merchant atau e-commerce yang bekerja sama jika pembayaran dilakukan menggunakan e-wallet (Aulia, 2020).

Penggunaan strategi pemasaran melalui teknologi digital, seperti promosi melalui platform e-commerce, merupakan contoh penggunaan metode pemasaran yang bertujuan untuk menarik minat konsumen terhadap suatu produk. Selain itu, adopsi platform e-wallet sebagai alternatif transaksi jual beli juga menjadi bagian dari strategi pemasaran ini, terutama karena penggunaan e-wallet telah menjadi tren dalam pembayaran selama pandemi. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa e-wallet memiliki potensi untuk meningkatkan efektivitas dan daya tarik konsumen dalam melakukan transaksi pembelian produk. Salah satu alasan mengapa e-wallet dapat meningkatkan daya tarik konsumen adalah karena fitur-fitur menarik yang ditawarkan oleh aplikasi e-wallet, seperti cashback, promo, diskon, dan potongan harga. Fitur-fitur ini memberikan insentif kepada pengguna untuk melakukan transaksi jual beli. Sebagai hasilnya, konsumen menjadi tertarik dan termotivasi untuk berbelanja menggunakan e-wallet. Dalam era digital ini, hampir semua orang memiliki akses internet melalui perangkat seperti komputer pribadi, laptop, atau smartphone. Media sosial juga menjadi saluran pemasaran online yang efektif, dan Instagram adalah salah satu platform yang sangat populer saat ini. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) untuk mengadopsi strategi pemasaran digital ini. Jika mereka tidak mengikuti tren digital, mereka berisiko tertinggal oleh pesaing dan ditinggalkan oleh pelanggan mereka. Pemanfaatan dompet digital juga dapat diakses oleh siapa saja, termasuk mahasiswa dan orang-orang dengan modal terbatas yang ingin memulai usaha. Ini memberikan kesempatan bagi mereka yang memiliki keterbatasan modal untuk membangun bisnis yang sukses melalui platform e-wallet (Kumala & Mutia, 2020).

Masalah yang kerap kali dihadapi oleh pemilik UMKM di zaman modern ini, adalah, kurangnya kemampuan dan keterampilan untuk menggunakan teknologi, sehingga menjadi sebuah keterbatasan untuk dapat menggunakan teknologi modern baik dalam bentuk software maupun hardware dalam usaha mereka. Salah satu penelitian terdahulu menunjukkan kondisi serupa, dimana penerapan atau implementasi penggunaan teknologi dalam UMKM, terhambat dikarenakan kemampuan masyarakat untuk menggunakan teknologi masih sangat minim (Islami et al., 2023). Dengan demikian, adanya kegiatan seperti ini diharapkan dapat mendorong masyarakat untuk dapat melek teknologi, terutama yang dapat mendukung berbagai bentuk UMKM di zaman modern, prioritas dari kegiatan pengembangan kapasitas masyarakat serupa, bertujuan untuk meningkatkan performa UMKM secara umum, sebagaimana e-wallet dapat mendorong optimalisasi performa UMKM melalui proses pembayaran yang lebih teratur, dan lebih tertata serta mudah untuk dilakukannya rekapitulasi atau laporan kinerja usaha (Hasan et al., 2023).

Dalam bisnis online, terdapat pemasaran sistem pembayaran yang dilakukan secara online tanpa menggunakan uang tunai, yang dikenal sebagai pembayaran digital atau e-payment. Proses pembayaran dalam e-payment dapat dilakukan melalui berbagai metode seperti Short Message Service (SMS), Internet Banking, Mobile Banking, e-money, atau e-wallet. Semua ini dapat dilakukan dengan menggunakan smartphone. Penggunaan pembayaran digital telah mengalami perkembangan pesat dalam memenuhi kebutuhan individu maupun masyarakat. Hal ini disebabkan oleh kemudahan bagi konsumen untuk melakukan pembayaran di mana pun dan kapan pun saat mereka berbelanja. Peningkatan penggunaan e-payment juga mendorong pelaku UMKM untuk mengadopsi sistem pembayaran ini guna menarik lebih banyak pelanggan. Namun, data menunjukkan bahwa penggunaan e-payment masih terbilang sedikit, sehingga perlu meningkatkan penerapannya. Pertumbuhan pelaku UMKM di kota Makassar, khususnya di kelurahan Mattoanging, sejalan dengan perkembangan digital, menyebabkan persaingan usaha semakin ketat dan meningkatkan kebutuhan untuk mengembangkan dan bersaing secara sehat. Hal ini menjadi tantangan bagi pemilik UMKM dalam mempertahankan bisnis mereka dan mencapai keuntungan. Untuk menghadapi tantangan ini, pemahaman tentang strategi pemasaran dengan memanfaatkan teknologi digital menjadi penting. Pelatihan yang berkaitan dengan peningkatan teknologi, sama halnya dengan kegiatan ini, memiliki tujuan untuk memaksimalkan performa bisnis melalui pengelolaan keuangan, peningkatan pemasaran, dan maksimalisasi fitur-fitur lainnya dalam menunjang UMKM (Zulkarnen et

al., 2023). Pemanfaatan teknologi digital bagi UMKM di era digital saat ini merupakan kebutuhan untuk meningkatkan daya tarik produk dan bertahan serta bersaing dengan produk atau usaha sejenis.

2. METODE PELAKSANAAN

Era transformasi digital yang telah mengubah sebagian besar sektor kehidupan masyarakat Indonesia termasuk Usaha Kecil Mikro, transformasi ini juga mengubah sebagian besar masyarakat dalam berekonomi seperti kebiasaan dalam berbelanja online. Oleh karena itu untuk dapat bertahan terutama bagi pelaku UKM bagaimana usaha ini dapat beralih dalam digital. Oleh karena itu transformasi pemerataan digital di setiap daerah sangat diperlukan demi menjaga kestabilan peningkatan produksi ekonomi termasuk masyarakat di Kelurahan Mattoanging Jalan Dahlia Lorong 310. Tapi digitalisasi di kalangan masyarakat membuktikan masih tergolong minim dan belum merata, padahal para pelaku UKM yang telah bergabung merasakan manfaat yang lebih. Sehingga kegiatan ini perlu dilakukan guna menginspirasi, menggali kemampuan dan keterampilan dengan mengikuti perkembangan teknologi saat ini.

2.1 Tempat dan Waktu Pelaksanaan

Kegiatan ini merupakan bentuk pengabdian kepada masyarakat sebagai pemenuhan kewajiban akan tri dharma perguruan tinggi, pelaksanaan kegiatan ini yakni pada tanggal 9 maret 2023, yang mana lokasi kegiatan ini adalah Kelurahan Mattoanging, Kota Makassar, lebih tepatnya di Jalan Dahlia lorong nomor 310.

2.3 Sasaran Pengabdian

Kegiatan ini ditujukan kepada masyarakat dalam ini adalah masyarakat di Kelurahan Mattoanging Jalan Dahlia Lorong 310 yang bermaksud untuk membuka pemikiran masyarakat untuk dapat mengadopsi teknologi tersebut guna memperluas pemasaran terhadap usaha mereka saat ini karena walaupun media internet berkembang pesat dan adopsi digital semakin populer di Indonesia, jumlah dan persentase UMKM khususnya UKM yang menggunakan internet masih sangat rendah. Keseluruhan jumlah peserta yang tercatat mengikuti kegiatan ini adalah sebanyak 38 orang, yang merupakan pemilik UMKM. Kegiatan ini dilaksanakan berdasarkan hasil observasi di bulan April lalu, yang menyatakan bahwa banyak diantara pemilik UMKM, yang belum sepenuhnya menguasai penggunaan teknologi keuangan, terutama yang berpotensi untuk mendorong kinerja usaha mereka seperti dompet digital. Setelah observasi tersebut, maka dilaksanakanlah kegiatan ini pada awal bulan Mei tahun 2023.

2.3 Metode Pelaksanaan

Kegiatan ini dilaksanakan melalui tiga tahapan, yang mana tahapan tersebut adalah tahapan persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi akan kegiatan ini, demikian digambarkan dengan lebih spesifik tahapan pelaksanaan kegiatan ini:

a. Tahapan Persiapan Kegiatan

Tahapan awal yakni persiapan dilakukan dengan diskusi internal bersama dengan tim pengabdian masyarakat prodi bisnis digital Universitas Megarezky, selain itu, dilaksanakan pula observasi dan survei mengenai masalah yang dihadapi masyarakat, terutama dalam konteks digitalisasi ekonomi, dan lebih spesifik pada financial technology dan e-wallet. Dari sini, dipersiapkanlah materi yang tepat untuk disampaikan dengan berdasar pada kebutuhan masyarakat yang disampaikan melalui survei yang telah dilaksanakan. Selanjutnya dikoordinasikan dengan masyarakat setempat terkait waktu pelaksanaan, untuk memaksimalkan kehadiran para peserta. Materi yang diberikan dalam kegiatan ini, membahas mengenai pentingnya e-wallet, yang diharapkan dapat menunjang performa UMKM secara umum, namun terkhusus pada kegiatan ini adalah pada para pemilik UMKM yang ikut sebagai peserta. Pelatihan-pelatihan maksimalisasi penggunaan teknologi banyak dilakukan sebelumnya, tidak jauh berbeda, kegiatan ini bertujuan untuk memberikan wawasan, hingga membantu masyarakat untuk mahir dalam menggunakan teknologi bisnis, terkhusus e-wallet (Oktavianty & Agit, 2023).

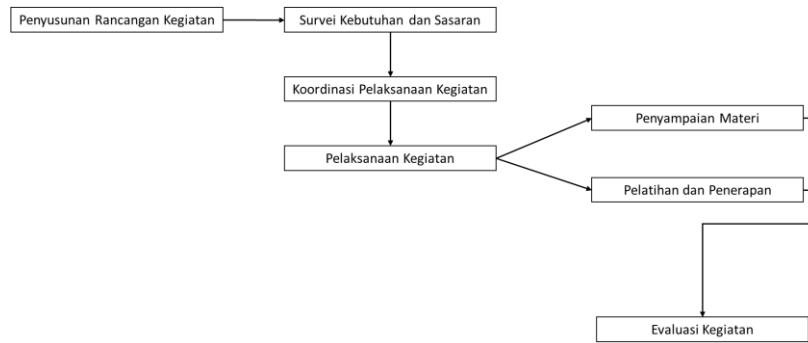
b. Pelaksanaan Kegiatan

Dalam pelaksanaannya, kegiatan ini dilaksanakan melalui tiga rangkaian acara yakni (1) sesi penyampaian materi, materi yang disampaikan bertujuan untuk menambah wawasan para peserta untuk dapat meningkatkan kualitas pengelolaan keuangan UMKM, terutama pemanfaatan media-media e-wallet dalam kegiatan usahanya; (2) sesi tanya jawab, sesi tanya jawab memungkinkan untuk memberikan kesempatan kepada para peserta untuk mengutarakan pertanyaan yang dimiliki, dan mendapatkan respon yang lebih spesifik pada apa yang menjadi pertanyaan mereka; (3) sesi peragaan dan praktek, pada sesi ini, peserta akan ditunjukkan apa dan bagaimana menggunakan e-wallet, selain itu, para peserta akan dipandu secara bertahap, dimulai dari proses pengunduhan aplikasi, hingga cara efektif dalam menggunakannya; dan (4) sesi diskusi, pada sesi ini, peserta dapat mendiskusikan masalah yang dihadapi selama pelatihan, dimana pemateri berperan untuk membantu dalam menyelesaikan kendala-kendala tersebut, demi efektifnya kegiatan yang

dilaksanakan. Melalui empat pendekatan ini, diharapkan hasil maksimal yang didapatkan pada akhir kegiatan adalah, sekurang-kurangnya masyarakat mampu memahami secara baik mengenai e-wallet. Pendekatan serupa digunakan dalam kegiatan-kegiatan dengan tema yang sama, yang mana praktek penggunaan teknologi, diawali dengan pengenalan, kemudian dilakukan praktek, dan dilanjutkan dengan pembimbingan hingga pemilik UMKM, mampu mengoperasikan teknologi tersebut secara berkelanjutan, langkah selanjutnya untuk menjamin efektifnya kegiatan ini, adalah memberikan kontak, untuk meminta bantuan apabila sewaktu-waktu pemilik UMKM memiliki pertanyaan terkait dengan apa yang pernah disampaikan dalam pelatihan ini (Oktavianty & Alamsyah, 2023).

c. Tahap Evaluasi

Evaluasi kegiatan ini dilakukan secara internal oleh panitia penyelenggara, yang menilai sejauh mana efektivitas kegiatan ini, dengan mengumpulkan opini dari para peserta mengenai apa yang dirasakan kurang dalam pelaksanaan kegiatan ini. Tahapan kegiatan ini dapat dilihat melalui gambar berikut:



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan ini dinilai berjalan dengan lancar, sebagaimana pelaksanaan kegiatan ini ditunjukkan untuk memberikan wawasan kepada para pemilik UMKM untuk dapat beradaptasi dengan transformasi digital yang terjadi, mengingat bahwa proses menuju society 5.0 kini sedang berlangsung, maka upaya untuk membantu percepatan adaptasi digital melalui berbagai pelatihan dan workshop. Dalam kegiatan ini para peserta diperkenalkan dengan berbagai aplikasi financial technology, e-wallet, e-money, diantaranya adalah OVO, Dana, Link Aja, GoPay, ShopeePay, iSaku, dan aplikasi-aplikasi lainnya. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan penyampaian materi mengenai keuangan digital, yang mana materi tersebut ditunjukkan untuk memperdalam pemahaman para peserta tentang proses transaksi digital, instrumen keuangan digital, dan seberapa aman proses-proses transaksi digital. Penyampaian materi ini diterima dengan baik oleh para peserta, yang dinilai melalui respon para peserta yang senantiasa bertanya di sela-sela transisi materi, hal ini juga terkonfirmasi di sesi tanya jawab, yang menunjukkan antusiasme para peserta melalui berbagai pertanyaan yang berhubungan dengan penerapan penggunaan dompet digital.



Gambar 2. Pelaksanaan Kegiatan PKM

Secara umum penyampaian materi dianggap efektif, dan keikutsertaan masyarakat dinilai baik, dengan adanya respon yang baik sejak dimulainya kegiatan hingga tahap akhir pelaksanaan kegiatan, namun dalam pelaksanaannya, hasil dari kegiatan ini menunjukkan terdapat beberapa masyarakat yang masih membutuhkan

lebih banyak waktu untuk dapat sepenuhnya menguasai penggunaan aplikasi dompet digital. Dengan adanya kegiatan ini, ketakutan masyarakat untuk menerapkan sistem transaksi online, dapat diminimalisir, sebagaimana peningkatan akan keamanan aktivitas keuangan online terus dikuatkan melalui peran berbagai lembaga seperti, lembaga penjamin simpanan, dan otoritas jasa keuangan. Permasalahan umum yang ditemukan dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah kurangnya pemahaman UMKM dalam penggunaan aplikasi keuangan digital, dengan demikian menyebabkan mereka untuk enggan dalam beralih ke metode transaksi online, dan lebih memilih untuk tetap menggunakan transaksi dengan metode konvensional atau secara tunai.

3.2 Pembahasan Urgensi Kegiatan

Kegiatan ini bertujuan untuk mendorong adaptasi masyarakat dalam menggunakan dan beralih ke model transaksi secara online, selain itu, tujuan dari kegiatan ini juga berhubungan dengan pendalaman pemahaman akan peningkatan literasi keuangan digital masyarakat, agar sepenuhnya dapat memahami bagaimana tingkat keamanan dan kemudahan yang ditawarkan oleh financial technology di era society 5.0. Pada awal tahun 2020, Indonesia terserang wabah covid-19 yang mengakibatkan terjadinya peningkatan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi. Hal ini disebabkan karena adanya kebijakan pemerintah untuk melakukan seluruh aktivitas dari rumah sehingga pemerintah dapat meningkatkan e-government dan memudahkan masyarakat yang ingin mendapatkan pelayanan. Wabah covid-19 memberikan dampak negatif bagi pelaku UMKM di mana terjadinya penurunan ekonomi secara drastis. Kondisi yang disebabkan oleh memberikan perubahan akan pola bisnis masyarakat, tidak terkecuali di Kota Makassar. Kebijakan Pemerintah Kota Makassar untuk memutuskan mata rantai penularan covid-19 melalui PSBB (pembatasan sosial berskala besar) yang dilakukan sebanyak dua kali memberikan dampak bagi pelaku UMKM sekitar 5.387 berdasarkan data ditahun 2019 yang merasakan dampak dan kesulitan dalam memasarkan produknya. Salah satunya yaitu UKM industri rumahan dengan memproduksi jagung marning yang mengalami penurunan omset secara drastis hingga 70%-80%. Hal ini karena adanya pembatasan jam operasional. Tidak hanya penurunan omset saja, terjadi kesulitan dalam melakukan pengiriman bahan baku yang diakibatkan adanya pembatasan keluar masuk makassar. Kebijakan mengenai pembatasan jam operasional di malam hari berdampak bagi pelaku usaha kecil atau menengah yang beraktivitas saat malam hari seperti rumah makan, warkop dan aktivitas lainnya yang dilakukan pada malam hari. Hal ini membuat para pelaku UMKM mengurangi karyawan bahkan terdapat pelaku UMKM juga yang menutup sementara usahanya. Minimnya pengetahuan mengenai teknologi membuat pelaku UMKM sulit dalam pemasaran yang sehingga terjadinya transformasi digital (Bidol & Marmin, 2022).

Era revolusi industri 4.0 menuntut adanya keterlibatan teknologi secara utuh dalam kegiatan ekonomi, konsep akan society 5.0 lebih berfokus akan bagaimana manusia bisa hidup berdampingan dengan teknologi tanpa mengorbankan atau meniadakan peran penting manusia, dengan demikian berbagai upaya dilakukan untuk dapat sampai pada masa ini, diantaranya adalah dengan menguatkan sistem yang dapat memberikan layanan dan informasi yang dapat menunjang kinerja bisnis. Government to business (G2B) yaitu aplikasi e-governmet yang memiliki tujuan untuk menyediakan layanan dan informasi dalam dunia bisnis maupun industri. G2B ini dikembangkan untuk dapat memenuhi berbagai informasi yang dibutuhkan dalam kelangsungan usaha yang memiliki kebutuhan untuk bertransaksi dan berinteraksi dengan instansi pemerintah seperti dalam mengurus surat izin usaha, pelaporan wajib pajak, pendaftaran perusahaan atau usaha dan informasi mengenai regulasi yang dikeluarkan oleh pemerintah dalam mengatur iklim dunia usaha. Begitu juga sebaliknya dengan pemerintah yang memerlukan jasa atau solusi produk dari industri atau dunia usaha seperti pengadaan jasa dan barang yang dikenal dengan e-procurement, yaitu model bisnis yang telah dikembangkan saat ini dan sudah banyak pemerintah yang mengadopsinya (Sabani et al., 2019).

Perkembangan dunia keuangan dan bisnis saat ini telah mengalami perubahan paradigma, terutama dari ekonomi berbasis sumber daya alam ke ekonomi berbasis sumber daya manusia (SDM), seiring dengan pandangan society 5.0 yang akan segera kita hadapi. Dalam menghadapi era masyarakat 5.0, penting bagi kita untuk mengembangkan kemampuan berpikir kritis. Kemampuan berpikir kritis merupakan salah satu dari tujuh kemampuan yang tidak dapat digantikan oleh kecerdasan buatan (AI) dan robot. Society 5.0 menggambarkan bahwa hampir setiap aspek kehidupan manusia sangat bergantung pada teknologi. Teknologi telah menjadi kebutuhan dasar dalam kehidupan sehari-hari, dan semuanya terhubung dengan smartphone. Dalam bisnis, transaksi masyarakat juga sangat bergantung pada teknologi, sehingga transaksi bisnis tradisional semakin jarang dilakukan. Oleh karena itu, e-commerce menjadi primadona dalam transaksi bisnis, dan prospeknya semakin cerah. Hal ini juga mendorong munculnya banyak perusahaan startup yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat secara luas. Namun, society 5.0 juga mengutamakan peran manusia, dengan tujuan agar manusia dapat memaksimalkan fungsi teknologi untuk membantu dalam berbagai kegiatan. Salah satu kegiatan yang memiliki potensi tinggi untuk lebih maksimal dengan bantuan teknologi adalah kewirausahaan, terutama dalam konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM menjadi pendukung utama dan memberikan kontribusi besar dalam kegiatan perekonomian, dan keberadaan teknologi diharapkan dapat meningkatkan kinerja UMKM dan membangun semangat kewirausahaan (Rukmana et al., 2021).

Layanan keuangan berbasis teknologi digital sedang mengalami pertumbuhan yang cepat sejalan dengan kemajuan teknologi. Bahkan, bank-bank juga mulai beralih dari layanan konvensional ke layanan aplikasi digital. Perkembangan ini merupakan perubahan yang tak dapat dihindari. Pertumbuhan sistem pembayaran ini terjadi karena adanya peningkatan volume dan nilai transaksi, risiko yang semakin kompleks, dan kemajuan teknologi. Sistem pembayaran tunai telah mengalami perkembangan dari penggunaan uang komoditas menjadi uang fiat, sementara sistem pembayaran non-tunai telah berkembang dari instrumen berbasis warkat seperti cek dan bilyet giro menjadi instrumen berbasis elektronik seperti kartu dan uang elektronik. Dompot digital diakui sebagai metode penyimpanan uang dalam bentuk elektronik yang populer karena memberikan cara yang nyaman bagi pengguna untuk menyimpan dan menggunakan informasi belanja secara online. Penyedia jasa dompet digital seperti OVO, Gopay, Dana, Doku, dan lainnya seringkali menawarkan berbagai promo menarik seperti cashback dan voucher diskon, yang menarik minat masyarakat untuk menggunakan dompet digital dalam transaksi.

Dalam menghadapi perubahan ini, adaptasi terhadap teknologi keuangan digital menjadi sangat penting bagi kelangsungan bisnis, terutama bagi bisnis yang mulai kehilangan daya tariknya karena persepsi masyarakat terhadap proses transaksi yang kurang fleksibel dan memakan waktu jika jumlah uang yang dikembalikan tidak mencukupi. Namun, kesadaran masyarakat masih rendah dan pengetahuan tentang fungsi dan manfaat penggunaan dompet digital masih kurang. Terdapat perbedaan antara transaksi tunai dan transaksi elektronik, di mana transaksi elektronik lebih mudah dan cepat dalam proses pencatatan data. Kesadaran seperti ini belum meluas, bahkan di kalangan pengguna dompet digital sendiri, sehingga timbul berbagai persepsi. Dalam konteks ini, sosialisasi dan iklan memainkan peran penting dalam mengedukasi masyarakat tentang penggunaan dompet digital. Iklan bukan hanya alat persuasif untuk mendorong penggunaan, tetapi juga memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada masyarakat tentang produk yang diiklankan. Iklan memiliki peran penting dalam membentuk sikap konsumen dan dapat mempengaruhi minat konsumen terhadap inovasi baru atau kebutuhan baru. Oleh karena itu, iklan tetap menjadi faktor yang mendorong minat konsumen terhadap model pembayaran baru, yang merupakan tantangan bagi pemilik UMKM untuk segera mengadopsi berbagai model pembayaran yang beragam guna meningkatkan daya tarik usaha mereka (Widiyanti, 2020).

Penggunaan metode pembayaran non-tunai atau online semakin meningkat, dan ini menyebabkan popularitas penggunaan dompet digital meningkat dengan cepat. Berdasarkan penelitian, sebelum pandemi, penggunaan dompet digital hanya sekitar 10%. Namun, sepanjang tahun 2020, terjadi lonjakan penggunaan dompet digital hingga mencapai 44%, dan diperkirakan jumlah pengguna akan terus meningkat. Survei di Asia Tenggara juga menemukan hasil menarik bahwa saat melakukan pembelian online, masyarakat lebih memilih menggunakan dompet digital daripada rekening bank. Beberapa aplikasi dompet digital yang paling populer di kalangan masyarakat Indonesia antara lain ShopeePay, OVO, GoPay, DANA, dan LinkAja (Zada & Sopiana, 2021).

Hasil riset terbaru yang dilakukan oleh InsightAsia dengan judul 'Consistency That Leads: 2023 E-Wallet Industry Outlook' juga mengungkapkan bahwa dompet digital semakin menjadi pilihan utama masyarakat dalam melakukan pembayaran, mengungguli pembayaran tunai dan transfer bank. Menurut hasil riset tersebut, sebanyak 74% responden aktif menggunakan dompet digital untuk berbagai jenis transaksi keuangan mereka (Adelia & Indah, 2023). Penggunaan dompet digital semakin meningkat, dikarenakan oleh banyak faktor, salah satunya, berhubungan erat dengan kemudahan, dompet digital mudah untuk dibawa, dan memberikan berbagai penawaran akan potongan-potongan harga yang diberikan (Rembulan & Firmansyah, 2020). Penggunaan dompet digital mengungguli berbagai metode pembayaran lainnya, termasuk uang tunai (49%), transfer bank (24%), QRIS (21%), Paylater (18%), kartu debit (17%), dan VA transfer (16%). Riset ini melibatkan 1.300 responden dan dilakukan di tujuh kota besar di Indonesia, seperti Jabodetabek, Bandung, Medan, Makassar, Semarang, Palembang, dan Pekanbaru, dari tanggal 19 September hingga 30 September 2022. Hasil riset ini mencerminkan perubahan tren yang signifikan. Menurut riset tersebut, pada tahun 2022, GoPay merupakan platform dompet digital yang paling banyak digunakan oleh konsumen. Sedangkan posisi kedua ditempati oleh OVO, dengan 70% responden pernah menggunakannya, dan 53% menggunakan OVO dalam tiga bulan terakhir (Lishobrina et al., 2023).

Riset menyebut bahwa, GoPay sebagai platform dompet digital yang paling banyak digunakan oleh konsumen. Posisi kedua diduduki oleh OVO dengan 70% responden pernah menggunakan, dan 53% menggunakan dalam tiga bulan terakhir (Shabrina & Dwijayanti, 2021). Kemampuan dompet digital untuk menggaet pengguna, didapatkan melalui intensitas promosi yang dilakukan, melalui berbagai penawaran menarik, dompet digital menjadi sangat diminati, terutama untuk generasi-generasi muda, dan mereka yang memiliki frekuensi transaksi antar bank yang tinggi (Angelica & Soebiantoro, 2022). Selain promo-promo yang ditawarkan, sifat dompet digital yang praktis dan multifungsi, memungkinkan untuk diakses dari mana, dan mengurangi resiko akan pencopetan dan mengefisienkan waktu dengan model transaksi secara instan, semua aspek ini merupakan aspek yang menjadi daya tarik pada dompet digital (Nizar & Yusuf, 2022). Bercemin dari sini, pentingnya peran dompet digital, menjadi suatu hal yang merubah pola hidup masyarakat, dengan demikian ketidak mampuan untuk beradaptasi dengan perubahan ini, dapat membawahkan pada kebangkrutan atau penurunan kinerja bisnis, hal

ini menunjukkan bahwa pelatihan yang dapat membantu untuk mempercepat adaptasi masyarakat dalam hal transaksi digital sangat urgen terutama di era society 5.0.

3.3 Evaluasi Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pelatihan untuk mengembangkan kemampuan dan menambah wawasan masyarakat merupakan salah satu bentuk pemberdayaan masyarakat, begitu pula dengan kegiatan ini, di akhir kegiatan, dilaksanakan kegiatan evaluasi untuk mengetahui kekurangan dari kegiatan ini. Berdasarkan pernyataan yang diberikan oleh para peserta, beberapa diantara mereka memerlukan adanya bimbingan secara berkelanjutan untuk dapat sepenuhnya menguasai penggunaan aplikasi keuangan digital. Peserta lain menyatakan bahwa terdapat beberapa istilah yang membuat mereka bingung selama pemaparan materi. Sementara secara umum dilihat bahwa beberapa diantara peserta tetap memilih untuk melakukan transaksi secara konvensional, atau secara tunai, karena menilai penggunaan dompet digital bukan merupakan sesuatu yang urgen atau jauh berbeda dari penggunaan uang tunai. Dengan demikian semua bahan tersebut akan menjadi bahan pengembangan untuk kegiatan-kegiatan selanjutnya.



Gambar 3. Rangkaian Akhir Pelaksanaan Kegiatan PKM

Pelaksanaan kegiatan seperti ini memberikan berbagai luaran yang dinilai bermanfaat bagi masyarakat, pelatihan serupa banyak dilakukan dengan tujuan yang tidak jauh berbeda, yakni untuk menambah wawasan, dan membantu masyarakat untuk mahir menggunakan teknologi untuk menunjang kinerja bisnis dan usaha mereka. Untuk dapat menerima dompet digital secara utuh, kemitraan dompet digital dengan UMKM sebisa mungkin membantu UMKM dalam memaksimalkan keuntungan yang didapatkan, selain itu penyuluhan, sosialisasi, dan pengenalan produk, serta berbagai promosi dianggap perlu untuk dilakukan langsung oleh pihak e-wallet demi untuk meningkatkan jumlah pengguna (Puteri & Wijayangka, 2020). Kegiatan edukasi atau bersifat menambah wawasan untuk UMKM dalam penggunaan teknologi, diyakini mampu mendorong kinerja UMKM, untuk mendapatkan lebih banyak pelanggan, dikarenakan kecenderungan masyarakat yang menginginkan kemudahan dan fleksibilitas dalam proses transaksi (Pradnyadari et al., 2022). Peningkatan penjualan, dan membangun daya saing, juga menjadi salah satu manfaat yang didapatkan dari penggunaan dompet digital, konsumen akan lebih memilih untuk menggunakan dompet digital, dikarenakan mediasi promosi yang ditawarkan melalui dompet digital akan barang dan jasa yang diperjual belikan oleh pemilik UMKM (Basmantra & Pranurti, 2023). Secara keseluruhan, sistem pembayaran digital memiliki kelebihan dan kekurangan. Namun, secara umum, kelebihan sistem pembayaran digital jauh lebih signifikan daripada kekurangannya. Perlu dicatat bahwa kehadiran sistem pembayaran digital tidak berarti penghilangan uang tunai secara keseluruhan. Sebaliknya, sistem pembayaran digital dan penggunaan dompet digital dapat membantu meminimalkan terjadinya inflasi akibat jumlah uang yang beredar di masyarakat, sambil juga memberikan kemudahan bagi UMKM dalam menyimpan uang mereka selain di bank (Pratama & Sukmawati, 2023).

Secara umum, kegiatan ini berhasil menambah wawasan masyarakat, terutama pemilik UMKM yang ikut terlibat, melalui langkah-langkah yang diterapkan, observasi mampu memberikan starting point untuk memulai kegiatan ini, berdasar pada hasil observasi, kegiatan ini dilaksanakan dengan baik, melalui penyampaian materi, pelatihan secara langsung dengan adanya ilustrasi, dan pendampingan lebih jauh melalui sesi tanya jawab. Hasil yang diperoleh, menunjukkan masyarakat yang secara nyata lebih paham, dan merasa tidak lagi memiliki banyak keraguan akan e-wallet, selain itu, penggunaan dan implementasi teknologi, terkhusus e-wallet, merupakan suatu bentuk Langkah awal untuk adanya perbandingan akan kinerja UMKM sebelum dan setelah menggunakan e-wallet. Dari sini, dapat menjadi sebuah observasi dimasa yang akan datang, sejauh mana efektivitas e-wallet, dalam mendorong kinerja UMKM secara umum, namun dalam penelitian ini, tujuan untuk mendorong penggunaan e-wallet, selain untuk meningkatkan kualitas pengelolaan keuangan UMKM, juga untuk mendorong kinerja UMKM

secara umum, di akhir kegiatan, dapat dilihat adanya penerapan dan implementasi teknologi terkhusus e-wallet, yang langsung dilakukan oleh para peserta pelatihan.

4. KESIMPULAN

Setelah dilaksanakannya kegiatan ini, hasil yang didapatkan tercermin dari bertambahnya wawasan peserta dalam hal keuangan digital, hal ini ditandai dengan munculnya minat peserta untuk menerapkan penggunaan dompet digital, peserta yang awalnya memiliki keraguan terhadap aplikasi financial technology dan keuangan digital, kini memiliki antusiasme untuk memahami lebih dalam mengenai manfaat yang bisa diberikan oleh aplikasi-aplikasi tersebut. Lebih jauh kegiatan ini memberikan asistensi kepada para peserta untuk mulai menggunakan aplikasi keuangan digital terutama dompet digital, asistensi dilakukan mulai dari peragaan hingga pendaftaran dan ilustrasi penggunaan aplikasi keuangan digital.



Gambar 4. Proses Akhir Pelaksanaan Kegiatan PKM

Meskipun secara umum kegiatan ini berjalan dengan lancar, namun masih ditemukan beberapa peserta yang masih lebih cenderung memilih model transaksi konvensional atau secara tunai, demikian hal ini menjadi evaluasi untuk dikembangkan selanjutnya mengenai bagaimana pengantaran materi yang lebih menarik dan lebih efektif dalam mendorong minat masyarakat untuk segera beralih menggunakan dompet digital dan aplikasi keuangan digital lainnya, untuk menunjang kinerja bisnisnya. Selanjutnya diharapkan, maksimalisasi penggunaan teknologi dapat menunjang kinerja UMKM, selain itu, diharapkan dalam kegiatan-kegiatan selanjutnya, peserta yang masih cenderung memilih model transaksi konvensional, dapat mencoba menggunakan teknologi, yang mana hal tersebut akan memberikan perubahan yang signifikan terhadap performa bisnis. Pada saat ini, peran para peserta yang telah menggunakan teknologi, menjadi penting, untuk mendorong dan terus memperagakan penggunaan teknologi, terkhusus e-wallet, untuk mendorong minat pemilik UMKM lainnya dalam memaksimalkan teknologi dalam kegiatan bisnisnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, A., & Indah, D. R. (2023). Analisis Faktor-Faktor Penerimaan E-Wallet Menggunakan Metode Unified Theory Of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2) (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Pengguna ShopeePay). *Jurnal JUPITER*, 15(1), 753–762.
- Angelica, L., & Soebiantoro, U. (2022). Analisa Menggunakan Dompet Digital. *Jurnal Manajemen*, 14(2), 232–238. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v14i2.11209>
- Aulia, S. (2020). Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompet Digital. *Jurnal Komunikasi*, 12(2), 311–324. <https://doi.org/10.24912/jk.v12i2.9829>
- Basmantra, I. N., & Pranurti, C. T. (2023). Dompet Digital Sebagai Alat Alternatif Pembayaran Non-Tunai Pada UMKM Di Desa Padangsambian. *Kaibon Abhinaya : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 27–33. <https://doi.org/10.30656/ka.v5i1.4448>
- Bidol, S., & Marmin, M. (2022). Analisis Pendapatan UMKM Di Kelurahan Tamalanrea Kota Makassar Selama Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi Review (MANOR)*, 4(1), 51–63.

- Hasan, I., Fauzi, A. Z., Syah, A. L. N., & Harjanti, R. S. (2023). Literasi Keuangan: Peningkatan Kapasitas Siswa Akuntansi Dalam Mengoptimalkan E-Wallet. *Abdimas Galuh*, 5(1), 578–584.
- Islami, V. D., Mulyanti, K., & Qintharah, Y. N. (2023). Pelatihan Penggunaan Dompot Digital Bagi Masyarakat Desa Bantarjaya. *Jurnal An-Nizam: Jurnal Bakti Bagi Bangsa*, 2(1), 135–141.
- Kumala, I., & Mutia, I. (2020). Pemanfaatan Aplikasi Dompot Digital Terhadap Transaksi Retail Mahasiswa. *Seminar Nasional Riset Dan Teknologi (SEMNAS RISTEK)*, 64–69.
- Lishobrina, L. F., Arum, M. P., Hidayat, C. M., Widianty, L. I., & Wengkau, G. P. (2023). Analisis Faktor Kepuasan Pengguna Gopay dalam Digital Financial Management. *Journal of Management and Social Sciences (JIMAS)*, 2(1), 161–171.
- Nizar, A. M., & Yusuf, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dompot Digital LinkAja. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 928–933. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.569>
- Oktavianty, & Alamsyah. (2023). Strategi Penguatan Brand Image Produk Melalui Social Media Marketing Pada Usaha Mikro. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(1), 62–69.
- Oktavianty, O., & Agit, A. (2023). Penerapan Penggunaan E-Payment Sebagai Upaya Peningkatan Adaptabilitas UMKM Terhadap Transformasi Digital. *DEDIKASI PKM*, 4(2), 232–243.
- Pradnyadari, N. L. M. A. M., Dewi, N. W. C. S., & Manek, D. (2022). Pemanfaatan E-Commerce, Media Sosial, Dompot Digital Pada UMKM Gandhi's Laundrymart Di Desa Batubulan Kangin. *Jurnal Abdi Dharma Masyarakat*, 3(2), 15–22.
- Pratama, K. A., & Sukmawati, C. E. (2023). Sosialisasi UMKM Digitalisasi Dan Penerapan Dompot Digital Sorodot Mak Ntut Di Desa Kalijati. *Abdimas Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 2(2), 7985–7988.
- Puteri, I. R., & Wijayangka, C. (2020). Analisis Penerimaan Teknologi Dompot Digital Pada Umkm Di Kota Bandung. *JABA: Journal of Applied Business Administration*, 4(2), 115–123. <https://jurnal.polibatam.ac.id>
- Rembulan, N. D. R., & Firmansyah, E. A. (2020). Perilaku Konsumen Muslim Generasi-Z Dalam Pengadopsian Dompot Digital. *Valid Jurnal Ilmiah*, 17(2), 111–128.
- Rukmana, A. Y., Harto, B., & Gunawan, H. (2021). Analisis Urgensi Kewirausahaan Berbasis Teknologi (Technopreneurship) dan Peranan Society 5.0 dalam Perspektif Ilmu Pendidikan Kewirausahaan. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi)*, 13(1), 8–23.
- Sabani, A., Deng, H., & Thai, V. (2019). Evaluating the Development of E-Government in Indonesia. *2nd International Conference on Software Engineering and Information Management*, 254–258. <https://doi.org/10.1145/3305160.3305191>
- Shabrina, G. Y., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Fitur Layanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Dan Minuman Pada Pengguna OVO. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(2), 1258–1264. <https://forms.gle/ntXeFZQzVcS5yHyu6>.
- Sukirno, S. (2015). *Makroekonomi Teori Pengantar*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Sulistiyowati, R., Paais, L. S., & Rina, R. (2020). Persepsi Konsumen Terhadap Penggunaan Dompot Digital. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 17–34. <http://studentjournal.umpo.ac.id/index.php/isoquant>
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet OVO di Depok. *Moneter: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 54–63. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/moneter54>
- Zada, C., & Sopiana, Y. (2021). Penggunaan E-Wallet atau Dompot Digital sebagai Alat Transaksi Pengganti Uang Tunai Bagi UMKM di Kecamatan Banjarmasin Tengah. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, 4(1), 251–268.
- Zulkarnen, Z., Taib, Z., & Fahmi, T. (2023). Strategi Pengelolaan Keuangan Menggunakan Aplikasi E-Wallet Pada Pelaku Bisnis Coffee Shop Kota Medan Di Era Digitalisasi. *Jurnal Investasi Islam*, 8(1), 39–57. <http://journal.iainlangsa.ac.id/index>