

**PERAN FINTECH DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING
PADA UMKM SUBSEKTOR KULINER DI KECAMATAN
KRAMAT JATI JAKARTA TIMUR**

RIZKI NUR ROFI'AH

8105164046



**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI S1 PENDIDIKAN EKONOMI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2021

***THE ROLE OF FINTECH IN INCREASING THE
COMPETITIVENESS OF THE CULINARY SUB-SECTOR MSMEs
IN THE KRAMAT JATI SUB-DISTRICT EAST JAKARTA***

RIZKI NUR ROFI'AH

8105164046



***This Proposal Complied As One of The Requirements For Obtaining a Bachelor of
Education At the Faculty of Economics University of Jakarta***

STUDY PROGRAM OF S1 ECONOMIC EDUCATION

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2021

ABSTRAK

PERAN FINTECH DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PADA UMKM SUBSEKTOR KULINER DI KECAMATAN KRAMAT JATI JAKARTA TIMUR

Rizki Nur Rofi'ah

Universitas Negeri Jakarta

2021

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran *fintech* dalam meningkatkan daya saing UMKM. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif karena peneliti ingin mengetahui dan menganalisis secara mendalam tentang *fintech* untuk daya saing sektor UMKM. Dilaksanakan di wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur. Metode pengumpulan data dilakukan dengan analisis dokumen dan wawancara dengan teknik analisis data kualitatif Miles & Huberman dan analisis SWOT. Penelitian ini melibatkan pelaku UMKM dalam pengambilan data lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM subsektor kuliner di wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur menyatakan lebih banyak keuntungan dibandingkan dengan kesulitan dalam menerapkan *fintech*, yakni lebih praktis dan simple, lebih efektif, langsung masuk ke rekening, dan menambah penghasilan. Berdasarkan analisis SWOT strategi untuk meningkatkan daya saing UMKM subsektor kuliner di wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur dengan tabel Matriks IFAS dan EFAS, diketahui bahwa nilai IFASnya adalah 3,34 dan nilai EFASnya adalah 3,25. Hasil diagram cartesius menunjukkan bahwa UMKM subsektor kuliner di wilayah Kecamatan Kramat Jati berada pada kuadran II (dua) yaitu strategi diversifikasi, dimana kuadran ini menandakan bahwa meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan memiliki kekuatan dari segi internal. Implementasi *fintech Peer to Peer Lending* (P2P Lending) dapat dipandang sebagai salah satu solusi peningkatan indeks inklusi keuangan. Namun demikian pada sisi lain, implementasi *fintech* P2P Lending masih dihadapkan pada berbagai tantangan.

Kata kunci: *Financial Technology (fintech)*, Daya Saing, UMKM.

ABSTRACT

THE ROLE OF FINTECH IN INCREASING THE COMPETITIVENESS OF THE CULINARY SUB-SECTOR MSMEs IN THE KRAMAT JATI SUB-DISTRICT EAST JAKARTA

Rizki Nur Rofi'ah





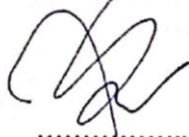

State University of Jakarta

2021

This study aims to determine the role of fintech in improving the competitiveness of MSMEs. This research is a qualitative study because researchers want to know and analyze in depth about fintech for the competitiveness of the MSME sector. Held in Kramat Jati Sub-District East Jakarta. The method of data collection is done by document analysis and interviews with Miles & Huberman qualitative data analysis techniques and SWOT analysis. This study involved MSME actors in data collection in the field. The results showed that the culinary sub-sector MSME actors in the Kramat Jati Subdistrict, East Jakarta stated that they had more advantages compared to the difficulties in implementing fintech, namely, it was more practical and simple, more effective, went straight to accounts, and increased income. Based on the SWOT analysis of strategies to improve the competitiveness of the culinary sub-sector MSMEs in the Kramat Jati District, East Jakarta with the IFAS and EFAS matrix tables, it is known that the IFAS value is 3.34 and the EFAS value is 3.25. The results of the cartesius diagram show that the culinary sub-sector MSMEs in the Kramat Jati Subdistrict are in quadrant II (two), namely the diversification strategy, where this quadrant indicates that even though it faces various threats, the company has strength from an internal perspective. The implementation of fintech Peer to Peer Lending (P2P Lending) can be seen as a solution to increasing the financial inclusion index. However, on the other hand, the implementation of fintech P2P Lending still faces various challenges.

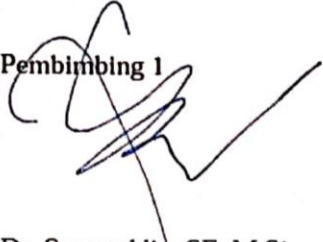


Keywords: Financial Technology (fintech), Competitiveness, MSMEs.

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi			
			
Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd NIP. 197207152001121001			
No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Dr. Sri Indah Nikensari, SE., M.SE</u> NIP. 196208091990032001 (Ketua)		15 Februari 2021
2	<u>Herlith S.Sos., M.Ec.Dev</u> NIP.198401062014042002 (Sekretaris)		09 Februari 2021
3	<u>Dr. Siti Nurjanah, SE., M.Si</u> NIP. 197201141998022001 (Penguji Ahli)		01 Februari 2021
4	<u>Dr. Saparuddin, SE, M.Si</u> NIP. 197701152005011001 (Pembimbing 1)		26 Januari 2021
5	<u>Dr. Rd. Tutty Sariwulan, M.Si</u> NIP. 195807221986032001 (Pembimbing 2)		31 Januari 2021
Nama : Rizki Nur Rofi'ah No. Registrasi : 8105164046 Program Studi : Pendidikan Ekonomi Tanggal Lulus : 22 Desember 2020			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

Lembar Persetujuan Ujian Skripsi

PERSETUJUAN PEMBIMBING DIPERSYARATKAN UNTUK UJIAN SKRIPSI	
<p>Pembimbing 1</p>  <p><u>Dr. Saparuddin, SE, M.Si</u> NIP.197701152005011001 07 Desember 2020</p>	<p>Pembimbing 2</p>  <p><u>r. Rd. Tuty Sariwulan, M.Si</u> NIP. 195807221986032001 07 Desember 2020</p>
<p>Mengetahui, Koordinator Program Studi Pendidikan Ekonomi</p>  <p><u>Dr. Sri Indah Nikensari, SE., M.SE</u> NIP.196208091990032001 07 Desember 2020</p>	
<p>Nama : Rizki Nur Rofi'ah No. Registrasi : 8105164046 Program Studi : Pendidikan Ekonomi</p>	

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap Lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan Karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 22 Desember 2020

Yang membuat pernyataan



Rizki Nur Rofi'ah
NIM. 8105164046

LEMBAR PERSEMBAHAN

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain”

(HR. Ahmad, Thabrani, Daruqutni)

Hidup itu memberikan yang terbaik, dari yang terbaik, dan melalui perbuatan yang paling baik

Alhamdulillah ya Allah, Engkau telah memudahkan dan lancarkan jalan hamba sampai saat ini.

Teruntuk Bapak dan Mama, terimakasih banyak atas segala pengorbanan yang telah diberikan selama ini. Teruntuk Adik-adik saya yang telah memberikan dukungan tiada henti walau dengan caranya sendiri.

Teruntuk setiap jiwa yang hadir dan pergi silih berganti selama masa perkuliahan, dan yang tidak pernah meninggalkan saya, Anggi yang sudah saya kenal kurang lebih 6 tahun, Indah yang sudah saya kenal kurang lebih 3 tahun, terimakasih banyak telah memberikan memori kepada saya. Dan untuk Vivi yang sudah saya kenal kurang lebih 10 tahun terimakasih sudah bersama saya, mendukung dan mendoakan yang terbaik untuk saya. Terimakasih juga untuk teman saya Sari, Rini, Fadhlika, Dita, Aja, Madew dan teman seperbimbingan saya Risda. Setiap tawa, sedih, marah, kecewa, air mata, dan lelah yang dilewati menjadi bukti perjuangan kita bersama. Semoga menjadi cerita yang tidak akan pernah terlupakan. Waktu menjadi bukti bahwa setiap masa akan berganti orangnya. Terus perbaiki diri, berlari menggapai cita-cita, sampai kita dipertemukan lagi.

Terakhir untuk kalian yang membaca ini, doakan ilmu saya dapat bermanfaat ya.

Aamiin ...

Salam Rindu, Rofi

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis sampaikan atas kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala, Tuhan Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, yang telah melimpahkan anugerah dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Peran Fintech Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada UMKM Subsektor Kuliner Di Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur”. Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan di Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Dalam menyusun penelitian ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak atas dukungan dan bimbingannya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Ucapan ini saya berikan kepada:

1. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi,
2. Dr. Sri Indah Nikensari, SE, M.SE selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Ekonomi,
3. Dr. Sapparuddin, SE, M.Si selaku dosen pembimbing pertama yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini,
4. Dr. Rd. Tuty Sariwulan, M.Si selaku dosen pembimbing kedua yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini,

5. Para pelaku UMKM yang telah bersedia untuk di wawancara,
6. Kedua orang tua yang selalu memberikan doa, dukungan moril dan materil, dan selalu menemani dalam setiap keadaan.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan doa dalam penulisan penelitian.

Dalam penulisan penelitian ini, penulis menyadari terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis tidak menutup diri dalam pemberian masukan berupa saran dan kritik yang sifatnya membangun demi perbaikan dan peningkatan kualitas penulisan penelitian yang lebih baik lagi. Penulis berharap semoga penelitian skripsi ini dapat memberikan suatu manfaat dan informasi bagi pembaca untuk pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 22 Mei 2020

Rizki Nur Rofi'ah

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Kegunaan Penelitian	10
BAB II KAJIAN TEORETIK	
A. Deskripsi Konseptual	12
1. Daya Saing	12
2. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	14
3. Financial Technology (Fintech)	18
B. Hasil Penelitian yang Relevan	22
C. Kerangka Teoretik	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Tujuan Penelitian	32

B.	Tempat dan Waktu Penelitian	32
C.	Metode Penelitian	33
D.	Jenis dan Sumber data	35
E.	Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	35
F.	Teknik Pengumpulan Data	36
G.	Teknik Analisis Data	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A.	Deskripsi Data	61
1.	Deskripsi Unit Analisis	61
2.	Deskripsi Narasumber Penelitian	61
2.1	Karakteristik Jenis Kelamin Narasumber	62
2.2	Karakteristik Umur Narasumber	63
2.3	Lama Usaha	64
2.4	Karakteristik Pendidikan Terakhir Narasumber	66
2.5	Persebaran Wilayah Usaha	68
B.	Pembahasan Hasil Penelitian	70
1.	Peran Fintech Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Subsektor Kuliner Di Wilayah Kecamatan Kramat Jati	70
1.1	Daya Saing UMKM Subsektor Kuliner Di Wilayah Kecamatan Kramat Jati	70
1.2	Financial Technology (Fintech) Di UMKM Subsektor Kuliner Di Wilayah Kecamatan Kramat Jati	81
2.	Skema Peer To Peer (P2P) Lending Melalui UMKM Menciptakan Pembangunan Inklusif Di Indonesia	104
2.1	Kelebihan Dan Kekurangan P2P Lending Bagi Peminjam	107
2.2	Peluang Dan Tantangan Implementasi Fintech P2P Lending Di Indonesia	109

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

A.	Kesimpulan	112
B.	Implikasi	115
C.	Saran	116

DAFTAR PUSTAKA	118
-----------------------------	------------

LAMPIRAN	123
-----------------------	------------

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
I.1	Ikhtisar Data Keuangan Fintech (Peer To Peer Lending) Periode Januari - Mei 2018	7
II.1	Dasar Kriteria Usaha UMKM	16
II.2	Hasil Penelitian yang Relevan	22
III.1	Kisi-Kisi Instrumen Daya Saing	37
III.2	Kisi-Kisi Instrumen Financial Technology	39
III.3	Model Matriks Analisis SWOT	55
IV.1	Karakteristik Jenis Kelamin Narasumber	62
IV.2	Karakteristik Umur Narasumber	63
IV.3	Lama Usaha Narasumber	64
IV.4	Karakteristik Pendidikan Terakhir Narasumber	66
IV.5	Persebaran Wilayah Usaha	68
IV.6	Ketersediaan Modal Pelaku UMKM	71
IV.7	Jumlah Modal Awal Pelaku UMKM	73
IV.8	Ketersediaan Informasi Pelaku UMKM	75

IV.9 Hasil Analisis Matriks IFAS	89
IV.10 Hasil Analisis Matriks EFAS	90
IV.11 Matriks Analisis SWOT	95



DAFTAR GAMBAR

Gambar:	Judul	Halaman
I.1	Pertumbuhan Perusahaan Fintech Tahun 2006-2016	2
II.1	Kerangka Pemikiran Penelitian	31
III.1	Hubungan antara Analisis Data dengan Pengumpulan Data	
	Menurut Miles dan Huberman	40
III.2	Hasil Matriks Internal Eksternal (IE)	50
III.3	Diagram Cartesius Analisis SWOT	53
III.4	Business Model Canvas	57
IV.1	Diagram Karakteristik Jenis Kelamin Narasumber	62
IV.2	Diagram Karakteristik Umur Narasumber	64
IV.3	Diagram Lama Usaha Narasumber	65
IV.4	Diagram Karakteristik Pendidikan Terakhir Narasumber	67
IV.5	Diagram Persebaran Wilayah Usaha	69
IV.6	Diagram Ketersediaan Modal Pelaku UMKM	72
IV.7	Diagram Jumlah Modal Awal Pelaku UMKM	73
IV.8	Diagram Ketersediaan Informasi Pelaku UMKM	76
IV.9	Hasil Analisis Matriks Internal Eksternal (IE)	92
IV.10	Diagram Cartesius Analisis SWOT	94
IV.11	Bisnis Model Kanvas Pada UMKM	101

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran:	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	124
2	Transkrip Wawancara	127
3	Dokumentasi	184



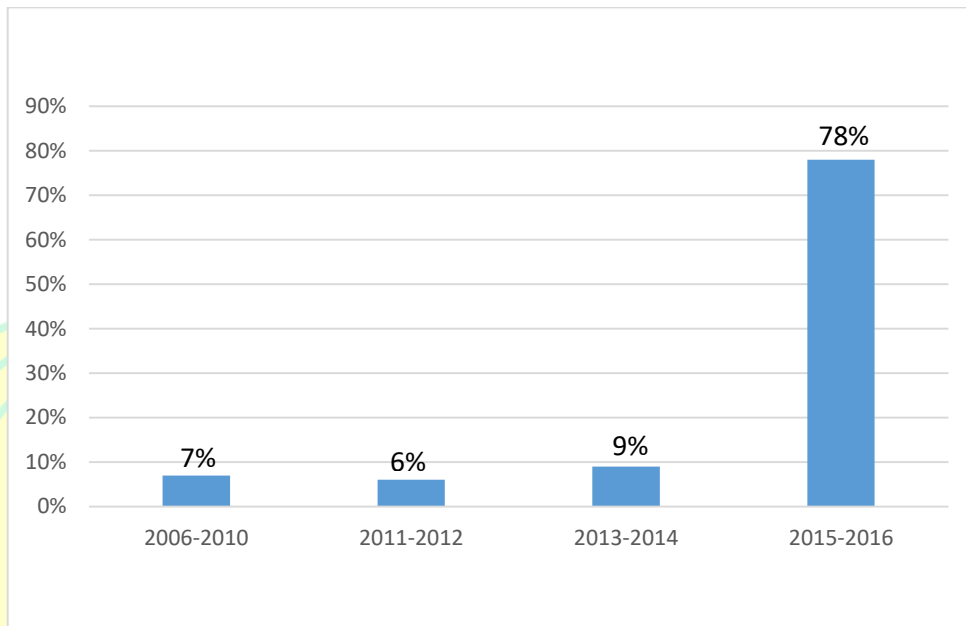
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kegiatan ekonomi pada suatu negara biasanya ditunjang oleh sebuah lembaga *intermediary* atau lembaga perantara keuangan. Lembaga *intermediary* melakukan peran penting sebagai perantara antara masyarakat yang kelebihan dana (*surplus*) dengan masyarakat yang membutuhkan dana (*defisit*). Kegiatannya yaitu menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana dan menyalurkannya kepada masyarakat yang kekurangan dana secara efektif dan efisien. Lembaga *intermediary* mempunyai berbagai pola dalam menjalankan perusahaannya, baik hanya menghimpun dana seperti donasi, menyalurkan dana seperti lembaga pembiayaan maupun yang menjalankan keduanya seperti Bank.

Seiring dengan perkembangan teknologi, lembaga *intermediary* yang ada di Indonesia turut berkembang menjadi perusahaan penyedia layanan keuangan berbasis teknologi. Inovasi model perusahaan yang berupa perpaduan antara penggunaan teknologi dengan fitur layanan keuangan sering disebut *fintech* atau *financial technology*. Hingga saat ini jumlah perusahaan yang bergerak dibidang *fintech* sangat berkembang sebagaimana data dari Asosiasi Fintech Indonesia.



Sumber: (Goukm.id, 2017)

Gambar I.1 Pertumbuhan Perusahaan Fintech Tahun 2006-2016

Sesuai data yang telah disajikan, terlihat bahwa pertumbuhan perusahaan *fintech* pada tahun 2006 – 2014 sangat kecil, namun pada tahun 2015-2016 pertumbuhan perusahaan *fintech* sangat signifikan. Salah satu faktor yang mempengaruhi pertumbuhan ini disebabkan karena model bisnis *fintech* yang praktis dan berbeda dengan metode konvensional.

Seiring dengan berkembangnya industri *fintech* di Indonesia, semua sektor industri jasa keuangan, seperti perbankan, pasar modal, pembayaran, platform industri juga sangat berpengaruh. Pemerintah memproyeksikan Indonesia akan menjadi negara ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara pada 2020 dengan menargetkan 1.000 technopreneur, valuasi bisnis mencapai US\$ 100 miliar, dan total nilai *e-commerce* sebesar US\$ 130 miliar (Deny, 2017). Bahkan Bank

Indonesia juga berupaya untuk lebih dekat dengan laju inovasi dan industri *fintech* dengan mendirikan Bank Indonesia Financial Technology Office atau BI Fintech Office.

Seiring dengan persaingan bisnis yang semakin tinggi dan minimnya pemanfaatan *e-commerce* dalam pengembangan bisnis UMKM, maka pengkajian mendalam mengenai peningkatan daya saing UMKM menjadi suatu hal yang penting (Andriyanto, 2018). Berbagai inovasi model *fintech* juga sudah mulai berkembang di Indonesia seperti *e-money*, *payment gateway*, *crowdfunding*, dan *peer to peer lending*. *E-money* dan *payment gateway* merupakan penyedia layanan jasa pembayaran antara pihak yang satu dengan yang lain seperti pada aplikasi *go pay*, *paypal* dan *paytren*, sedangkan *crowdfunding* dan *peer to peer lending* merupakan lembaga penyalur dana.

Menurut Milne & Purboteeah (2016) menyebutkan dalam laporan penelitiannya bahwa salah satu alasan tingginya pertumbuhan *peer to peer lending* karena sistem *peer to peer lending* memberikan akses besar untuk kredit. Sejak terjadinya krisis keuangan global, bank-bank dan pemberi pinjaman tradisional enggan untuk memberikan kredit kepada debitur. Selain itu, untuk pemberi pinjaman tradisional seperti bank, memperluas kredit untuk usaha kecil sering terlalu mahal, mengingat ukuran pinjaman kecil (Ventura & Dkk, 2015). Dengan platform *peer to peer lending*, sistem ini hanya mempertemukan investor dan

peminjam. Hal ini akan memangkas biaya-biaya operasional sehingga dikatakan *peer to peer lending* lebih murah dari perbankan.

Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia tidak lepas dari berbagai macam masalah salah satunya keterbatasan modal dan akses dari sumber dan lembaga keuangan. Padahal jika dilihat dari potensinya, UMKM di Indonesia turut berkontribusi dalam perekonomian nasional.

Data Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, Badan Pusat Statistik, dan United Nation Population Fund, memprediksi jumlah pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia pada 2018 sebanyak 58,97 juta orang. Sedangkan jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2018 diprediksi mencapai 265 juta jiwa (Walfajri, 2018). Sangat disayangkan jika potensi tersebut masih kurang sistem pendukungnya terutama dalam akses permodalan. Oleh karena itu penting adanya pemberdayaan UMKM.

UKM perlu menggunakan strategi pengelolaan pengetahuan untuk meningkatkan daya saing UKM dengan menerapkan IRSA (*Identify, Reflect, Share dan Application*) (Pitoyo & Suhartono, 2018). UMKM dinilai mampu memiliki daya saing jika UMKM telah mengembangkan inovasi usaha dan selalu menggunakan teknologi (Firdaus, Rif'ih, & Maharani, 2018). Implementasi *fintech* di Indonesia masih relatif baru dan masih diperlukan studi, sosialisasi dan literasi yang relevan dengan teknologi keuangan. Selain itu, terdapat kendala implementasi *fintech* dalam meningkatkan keuangan inklusif pada UMKM di Indonesia,

diantaranya infrastruktur, Sumber Daya Manusia (SDM), Perundang-undangan, Kurangnya literasi keuangan (Muzdalifa, Rahma, & Novalia, 2018). Pendampingan dan mengedukasi UMKM juga menjadi poin penting untuk diperhatikan agar mampu mengembangkan usaha melalui inovasi-inovasi baru serta dapat memanfaatkan kemajuan teknologi seperti *financial technology* (Wulansari, Wahyu, & Kurniawan, 2017).

Perlu adanya upaya tindak lanjut dari pemerintah, OJK, praktisi perbankan, serta penyedia layanan teknologi keuangan untuk melakukan studi, sosialisasi, dan literasi keuangan yang mendalam. Oleh karena itu, lembaga perbankan dan penyedia layanan teknologi keuangan perlu berkolaborasi dan berkoordinasi dengan berbagai lembaga, termasuk pemerintah, bank sentral (Bank Indonesia), dan OJK. Demikian juga, pemerintah perlu membuat aturan yang jelas dan selaras untuk mendorong dan menghindari risiko industri jasa keuangan (Ragimun & Yosepha, 2018).

Adanya peluang yang besar untuk terciptanya pembangunan inklusif di Indonesia melalui UMKM, namun disisi lain adanya hambatan dalam pembiayaan kredit memunculkan sebuah inovasi pinjaman dengan skema *peer to peer lending* (P2P *lending*). Skema ini dapat mempertemukan para peminjam dengan pemberi pinjaman sesuai dengan mudah, cepat dan aman. Dengan bermodalkan internet dengan gawai dapat menjadi pertemuan *online* antara pemberi pinjaman atau investor dengan peminjam atau sebagai suatu perusahaan yang mempertemukan

para pemberi pinjaman dengan para pencari pinjaman dapat menjadi suatu skema untuk mengurangi *gap* atau jarak kebutuhan pendanaan bagi para pengusaha UMKM. Selain itu juga perusahaan *peer to peer* (P2P) *lending* juga memberikan jaminan keamanan terhadap para nasabahnya dengan melakukan pengawasan antara *lender* dengan *borrower*, sebagai bentuk perlindungan konsumen.

Adanya skema *peer to peer* (P2P) *lending* ini akan membuat akses pinjaman dana semakin mudah untuk terus meningkatkan inklusi keuangan yang ada di Indonesia. Tidak adanya batasan negara untuk mengakses layanan ini akan semakin banyaknya juga pemberi dana, hal tersebut apabila Indonesia memiliki iklim investasi yang baik.

Inovasi *peer to peer* (P2P) *lending* ini memiliki efek *multiplier* untuk menciptakan pembangunan yang inklusif. Terbukti bahwa menurut studi Oxford Economics setiap 1 persen kenaikan penetrasi perangkat mobile akan meningkatkan produk domestik bruto (PDB) sebanyak USD 640 juta di tahun 2020 dan menciptakan 10.700 pekerja formal. Penelitian yang dikeluarkan oleh World Bank apabila adanya peningkatan fasilitas sistem inklusi keuangan sebesar 1 persen bisa menaikkan pertumbuhan PDB per kapita sebesar 0,03 persen. Apabila Pemerintah Indonesia maupun masyarakat semakin besar untuk mendukung penetrasi digital pada layanan keuangan bukan hanya meningkatkan PDB, namun akan meningkatkan pembangunan ekonomi di Indonesia karena dapat membuka lapangan pekerjaan baru.

**Tabel I.1 Ikhtisar Data Keuangan Fintech (Peer To Peer Lending) Periode
Januari - Mei 2018**

No.	Deskripsi	Januari 2018	Februari 2018	Maret 2018	April 2018	Mei 2018
1.	Akumulasi Jumlah Lender (Satuan akun)					
	a. Jawa (Lender dari Jawa)	87.728	101.543	115.050	128.387	158.512
	b. Luar Jawa (Lender dari Luar Jawa)	26.430	24.660	28.865	31.809	38.638
	c. Luar Negeri (Lender dari Luar Negeri)	1.781	1.916	2.050	2.177	2.389
	d. Agregat (Total)	115.939	128.119	145.965	162.373	199.539
2.	Akumulasi Jumlah Borrower (Satuan akun)					
	a. Jawa (Borrower dari Jawa)	300.785	501.947	927.837	1.323.250	1,665.219
	b. Luar Jawa (Borrower dari Luar Jawa)	29.369	44.747	104.939	153.632	195.413
	c. Agregat (Total)	330.154	546.694	1.032.776	1.476.782	1.850.632
3.	Akumulasi Jumlah Pinjaman (Rp)					
	a. Jawa (Borrower dari Jawa)	2.578.631 .203.736	3.073.975.4 02.105	3.904.530 .910.516	4.763.706 .598.398	5.445.508. 009.996
	b. Luar Jawa (Borrower dari Luar Jawa)	423.918.7 33.493	470.221.68 6.831	568.363.6 30.056	652.063.8 29.503	714.609.0 00.751
	c. Agregat (Total)	3.002.549 .937.229	3.544.197.0 88.936	4.472.894 .540.572	5.415.770 .427.901	6.160.117. 010.747
4.	Rata-Rata Kualitas Pinjaman					

	Rasio Pinjaman Lancar (s.d 30 hari)	94,65%	97,62%	98,65%	98,72%	98,18%
	Rasio Pinjaman Tidak Lancar (30 hari s.d 90 hari)	4,07%	1,60%	0,81%	0,75%	1,18%
	Rasio Pinjaman Macet (>90 hari)	1,28%	0,78%	0,55%	0,53%	0,64%
5.	Karakteristik Pinjaman					
	Nilai pinjaman terendah (Rp)	210.000	243.000	161.500	5.000	5.000
	Rata-rata nilai pinjaman terendah (Rp)	12.816.250	34.686.344	44.155.149	36.134.317	33.377.100
	Rata-rata nilai pinjaman yang dilakukan (Rp)	88.464.986	56.484.072	75.781.491	87.376.156	94.050.384

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan

Deputi Komisioner OJK Institute, mengatakan bahwa portofolio penyaluran dana melalui skema *peer to peer* (P2P) *lending* per Desember 2017 telah mencapai Rp2,5 triliun. Hal tersebut terus meningkat, hanya waktu 5 bulan tepatnya pada Mei 2018 jumlah pinjaman meningkat secara signifikan sejumlah Rp. 6,1 triliun. Peningkatan jumlah transaksi pinjaman yang cukup besar mengindikasikan adanya permintaan UMKM yang cukup besar permintaan dana pada sistem pinjaman *online* ini dan berpeluang untuk terus tumbuh seiring bertambahnya informasi mengenai bisnis ini.

Para pemberi pinjaman mulai tertarik untuk menginvestasikan dananya pada skema *peer to peer* (P2P) *lending*, dikarenakan terus mengalami peningkatan para pemberi pinjaman. Dari data OJK saat Januari 2018 para pemberi pinjaman

115.939 ribu orang dan terus mengalami peningkatan hingga data terakhir Mei 2018 sejumlah 199.539 ribu orang. Sedangkan dari sisi para peminjam meningkat secara signifikan tercatat saat Januari 2018 sebesar 330.154 ribu orang hingga pada 2018 sejumlah 1.850.682 juta orang atau meningkat 440 persen. Antusiasme masyarakat untuk meminjam dana sangat banyak, namun dari sisi pemberi pinjaman sangat sedikit.

Skema *peer to peer (P2P) lending* sangatlah menguntungkan bagi para peminjam dana yaitu para UMKM. Selain akses yang lebih mudah dan cepat dibandingkan perbankan, skema ini juga tidak memberatkan para UMKM karena bunga yang relatif kecil dibandingkan perbankan.

Dari uraian latar belakang permasalahan yang telah dibahas di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Peran Fintech Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada UMKM Subsektor Kuliner Di Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peran *fintech* dalam meningkatkan daya saing UMKM?

2. Apakah skema *peer to peer* (P2P) *lending* melalui UMKM dapat menciptakan pembangunan inklusif di Indonesia?

C. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi kajian keilmuan tentang peran *fintech* dalam meningkatkan daya saing pada UMKM subsektor kuliner di Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah ilmu pengetahuan serta memberikan sumbangsih pemikiran tentang *fintech* untuk daya saing sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) melalui skema *Peer to Peer* (P2P) *Lending* agar dapat menjadi acuan oleh peneliti selanjutnya dengan permasalahan yang serupa.

- b. Bagi Para Investor

Penelitian ini dapat memberikan informasi kepada para investor yang ingin menyalurkan dananya dengan berbasis teknologi. Selain itu, pilihan alternatif usaha yang banyak dan sudah ada *track record* sebelumnya dapat

menjadi pendukung para investor untuk menyalurkan dananya dengan mudah dan transparan.

c. Bagi Para Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah informasi dan memberikan pilihan alternatif bagi para pelaku UMKM dalam mengajukan pembiayaan untuk usahanya dengan skema kerjasama investasi. Selain itu, para pelaku UMKM juga dapat memanfaatkan pembiayaan berbasis *peer to peer* ini untuk bertemu dengan investor-investor baru serta dapat mengembangkan usahanya berbasis internet.

d. Bagi Pemerintah

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi dan rujukan terkait peran *fintech* untuk UMKM agar memiliki daya saing dan sebagai pertimbangan dalam menentukan kebijakan selanjutnya dalam rangka pengembangan *fintech* dan UMKM di Indonesia.

BAB II

KAJIAN TEORETIK

A. Deskripsi Konseptual

1. Daya Saing

Michael Porter memperkenalkan teori daya saing baru, yang disebut Porter's Diamond Theory. Menurut Porter, terdapat empat faktor utama yang menentukan keunggulan bersaing industri, yaitu kondisi faktor (*factor condition*), kondisi permintaan (*demand condition*), industri terkait dan industri pendukung (*related and supporting industry*), dan struktur, persaingan dan strategi industri (*firm strategy, structure, and rivalry*). Selain keempat faktor tersebut terdapat dua faktor yang mempengaruhi interaksi antara keempat faktor tersebut yaitu faktor kesempatan (*chance event*) dan faktor pemerintah (*government*) (Cho & Moon, 2000).

Pengertian daya saing berdasarkan *Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD) adalah kemampuan perusahaan, industri, daerah, Negara atau antar daerah untuk menghasilkan faktor pendapatan dan faktor pekerjaan yang relatif tinggi dan berkesinambungan untuk menghadapi persaingan internasional. Daya saing suatu negara secara global menurut *World Economic Forum* adalah kemampuan perekonomian nasional untuk mencapai

pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan berkelanjutan (Yanah, Nakhwatunnisa, & Sukarno, 2017).

Menurut Peraturan Menteri Pendidikan Nasional No. 41 Tahun 2007 tentang Standar Proses, dinyatakan bahwa daya saing adalah kemampuan untuk menunjukkan hasil lebih baik, lebih cepat atau lebih bermakna. Kemampuan yang dimaksud dalam Permendiknas No. 41 Tahun 2007 tersebut, diperjelas lagi yang meliputi: kemampuan memperkokoh posisi pasarnya, kemampuan menghubungkan dengan lingkungannya, kemampuan meningkatkan kinerja tanpa henti, dan kemampuan menegakkan posisi yang menguntungkan.

Daya saing bermakna kekuatan untuk berusaha menjadi unggul dalam hal tertentu yang dilakukan seseorang, kelompok atau institusi tertentu. Konsep daya saing juga dapat diterapkan pada level nasional tak lain adalah produktivitas yang didefinisikan sebagai nilai output yang dihasilkan seorang tenaga kerja. Daya saing menurut Bank Dunia mengacu kepada besaran serta laju perubahan nilai tambah per unit input yang dicapai oleh perusahaan (Pitoyo & Suhartono, 2018).

Menurut Tambunan (2001) faktor-faktor penentu daya saing adalah keahlian/tingkat pendidikan pekerja, keahlian pengusaha, ketersediaan modal, sistem organisasi dan manajemen yang baik, ketersediaan teknologi, ketersediaan informasi, dan ketersediaan input-input lainnya seperti energi dan bahan baku.

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

Berdasarkan pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah:

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
3. Yang dimaksud usaha kecil dan menengah adalah kegiatan usaha dengan skala aktivitas yang tidak terlalu besar, manajamen masih sangat sederhana, modal yang tersedia terbatas, pasar yang dijangkau juga belum luas.
4. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung

dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

5. Kata lain dari pelaku usaha adalah wirausahawan (*entrepreneurship*). Secara sederhana, wirausahawan (*entrepreneurship*) dapat diartikan sebagai pengusaha yang mampu melihat peluang dengan mencari dana serta sumber daya lain yang diperlukan untuk menggarap peluang tersebut, berani menanggung risiko yang berkaitan dengan pelaksanaan bisnis yang ditekuninya, serta menjalankan usaha tersebut dengan rencana pertumbuhan dan ekspansi.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UU UMKM) Pasal 1 angka (1), (2), dan (3), Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau jasa badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam UU UMKM. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam UU UMKM (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah, 2008).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sebuah bentuk usaha produktif yang berdiri sendiri, dikelola oleh perorangan atau badan usaha, yang memiliki kekayaan tidak lebih dari Rp 10.000.000.000,- (sepuluh milyar rupiah) termasuk tanah dan bangunan tempat dan hasil penjualan tidak lebih dari Rp 50.000.000.000,- (lima puluh milyar rupiah) (Luckandi, 2018). Bentuk usaha ini adalah bentuk yang paling populer di Indonesia, serta menjadi roda ekonomi Indonesia karena 99,99% bentuk usaha di Indonesia adalah UMKM. Prinsip UMKM adalah penumbuhan kemandirian, kebersamaan untuk berkarya dengan prakarsa sendiri, untuk perwujudan kebijakan publik yang transparan, akuntabel, dan berkeadilan (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah, 2008).

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

Tabel II.1 Dasar Kriteria Usaha UMKM

No.	Kriteria Usaha	Aset	Omset
1.	Mikro	Maksimal Rp 50.000.000	Maksimal Rp 300.000.000
2.	Kecil	Rp 50.000.000 sampai Rp 500.000.000	Rp 300.000.000 sampai Rp 2.500.000.000
3.	Menengah	Rp 500.000.000 sampai Rp 10.000.000.000	Rp 2.500.000.000 sampai Rp 50.000.000.000

Sumber: (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah, 2008)

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

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

1. *Livelihood Activities*

Sebuah usaha yang dijadikan sebagai usaha untuk mencari nafkah. Sebagian besar berada pada sektor Informal. Contoh: pedagang asongan, pedagang makanan kaki lima.

2. *Micro Enterprise*

Sebuah usaha yang memiliki sifat pengrajin, tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan. Contoh: pengrajin kemasan bekas pakai.

3. *Small Dynamic Enterprise*

Sebuah usaha yang sudah mulai memiliki sifat kewirausahaan. Mulai mampu menerima pekerjaan sub-kontrak dan ekspor. Contoh: pengrajin mebel, pengrajin batik.

4. *Fast Moving Enterprise*

Sebuah usaha yang sudah sepenuhnya memiliki sifat kewirausahaan, dan sudah siap untuk menjadi usaha besar. Contoh: Usaha restoran siap saji.

Bentuk yang paling banyak ada di Indonesia adalah *Livelihood Activities*. Sesuai dengan namanya, bentuk ini seperti telah menjadi kebiasaan sehari-hari, sebagai aktifitas masyarakat dalam mencari nafkah. Kriteria ini menjadi paling menarik dibahas karena banyak fenomena yang terjadi, tetapi tidak disadari oleh sebagian masyarakat karena sudah seperti menjadi aktifitas sehari-hari. Salah satu fenomena yang menarik adalah kesempatan menerapkan teknologi pada kriteria ini. Dengan adanya teknologi, dapat meningkatkan proses bisnis kriteria ini. Kesempatan-kesempatan ini yang sering tidak diperhatikan oleh pelaku bisnis, yang seharusnya dapat memperbaiki proses bisnis agar pelaku pada kriteria ini dapat naik kelas ke kriteria selanjutnya (Luckandi, 2018).

3. **Financial Technology (Fintech)**

Fintech berasal dari istilah *financial technology* atau teknologi finansial. Menurut The National Digital Research Centre (NDRC), di Dublin, Irlandia, mendefinisikan fintech sebagai “*innovation in financial services*” atau “inovasi dalam layanan keuangan *fintech*” yang merupakan suatu inovasi pada sektor finansial yang mendapat sentuhan teknologi modern. Transaksi keuangan melalui *fintech* ini meliputi pembayaran, investasi, peminjaman uang, transfer,

rencana keuangan dan pembanding produk keuangan. Saat ini terdapat 142 perusahaan yang bergerak dibidang *fintech* yang teridentifikasi (Santi, 2017).

Istilah *fintech* merupakan sebuah layanan keuangan dengan menggunakan basis teknologi yang tentunya akan semakin memudahkan transaksi yang kita lakukan dimana saja dan kapan saja. *Fintech* merupakan sebuah layanan keuangan berbasis teknologi yang membantu pengembangan UMKM dalam hal pembiayaan modal usaha, layanan pembayaran digital, dan juga layanan pengaturan keuangan.

Industri *financial technology* (*fintech*) merupakan salah satu metode layanan jasa keuangan yang mulai populer di era digital sekarang ini. Dan pembayaran digital menjadi salah satu sektor dalam industri *fintech* yang paling berkembang di Indonesia. Sektor inilah yang kemudian paling diharapkan oleh pemerintah dan masyarakat untuk mendorong peningkatan jumlah masyarakat yang memiliki akses kepada layanan keuangan (Wibowo, 2016).

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 (Luckandi, 2018). 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.

Klasifikasi *fintech* ada beberapa macam yaitu:

1. *Crowdfunding dan peer to peer lending*

Crowdfunding adalah teknik pendanaan unit usaha atau proyek usaha yang melibatkan manusia secara luas. *Peer to peer lending (P2P Lending)* adalah praktik atau metode memberikan pinjaman uang kepada individu atau bisnis dan juga sebaliknya, mengajukan pinjaman pada pemberi pinjaman yang menghubungkan antara pemberi pinjaman dengan peminjam atau investor secara online (Walter, 2018).

2. *Market Aggregator*

Market aggregator yaitu mengumpulkan dan mengelola data yang bisa dimanfaatkan konsumen untuk membantu pengambilan keputusan (Franedya & Bosnia, 2018).

3. *Risk and Invesment Management*

Risk and investment management atau biasa yang disebut dengan risiko dan investasi manajemen dalam financial technology digunakan sebagai perencanaan dalam bentuk digital.

4. *Payment, Settlement and Clearing*

Payment, settlement dan clearing adalah sektor fintech yang dengan layanan sistem pembayaran baik yang diselenggarakan oleh industri perbankan atau lembaga Bank Indonesia (Franedya & Bosnia, 2018).



B. Hasil Penelitian yang Relevan

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kajian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Beberapa penelitian yang relevan dengan topik yang sedang diteliti antara lain:

Tabel II.2 Hasil Penelitian yang Relevan

No.	Judul	Peneliti	Metode	Variabel	Kesimpulan
1.	Penguatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah Melalui E-Commerce	Irsad Andriyanto	Pendekatan kualitatif. Wawancara, analisis menggunakan model analisis data yang dirumuskan oleh Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.	Daya Saing, UMKM, dan E-Commerce.	Para pelaku bisnis UMKM berpandangan bahwa pemanfaatan IT dengan penerapan e-commerce dapat memperluas pemasaran, memberikan efisiensi bisnis, biaya operasional terkendali, tidak terbatas ruang dan waktu, dan dapat meningkatkan penghasilan. Secara garis besar pemanfaatan IT dengan menerapkan e-commerce dapat menjadi strategi bersaing yang akan meningkatkan daya saing UMKM (Andriyanto, 2018).
2.	Peran Fintech Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Di Malang	Evy Nur Sugiarti, Nur Diana, dan M. Cholid Mawardi	Penelitian kualitatif dengan analisis konten deskriptif. Wawancara, dokumentasi yang diperoleh dari dokumen-dokumen terkait seperti artikel,	Fintech, Literasi Keuangan, dan Usaha Mikro Kecil Menengah	Para UMKM lebih memahami bahwa fintech adalah hanya sekedar sebagai transaksi dengan menggunakan teknologi canggih atau pembayaran <i>online</i> saja. Dalam kenyataannya, fintech mempunyai banyak peran dalam membantu meningkatkan jalannya

			buku. Metode analisis yang digunakan yaitu teknik reduksi data setelah itu penyajian data dan yang terakhir penarikan kesimpulan.		usaha UMKM dan dalam hal literasi keuangan, seperti pembiayaan, pengaturan keuangan dan lain-lain (Sugiarti, Diana, & Mawardi, 2019).
3.	Peran Teknologi Finansial Sistem P21 Sebagai Alternatif Sumber Pendanaan UMKM (p-ISSN 1411-8637 e-ISSN 2550-1178)	Badar Murifal	Metode penelitian kualitatif yang berlandaskan pada paradigma interpretative dan konstruktif. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari dokumen-dokumen terkait misalnya artikel, buku, <i>online website provider</i> .	Teknologi Finansial dan UMKM	Dengan adanya FinTech maka beberapa aktivitas masyarakat dapat diefisienkan sehingga sangat memudahkan. Namun tidak hanya keuntungan yang di datangkan dari FinTech ini sendiri, tapi ada juga beberapa ancaman yang perlu diwaspadai pemerintah agar regulasinya dapat dibuat secepatnya. Sehingga terdapat payung hukum yang jelas terkait FinTech. Sebagai salah satu pelaku usaha, maka Usaha Mikro Kecil dan Menengah mempunyai alternatif pendanaan untuk membiayai usahanya dengan bunga relatif rendah dan pada umumnya tanpa jaminan. Pebisnis UMKM dapat melakukan estimasi, berapa keuntungan atau net cash flow dapat diraih serta titik impas dengan memanfaatkan teknologi

					yang <i>simple</i> dan <i>easy way</i> yang ditawarkan ini (Murifal, 2018).
4.	Sinergi Lembaga Teknologi Finansial Dan Koperasi Dalam Pemanfaatan Teknologi Finansial Oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah Di NTB	Rr. Retno Rizki Dini Yuliana	Metode analisis kualitatif dan deskriptif kuantitatif berdasarkan data primer dan data sekunder yang diperoleh dari studi pusaka, wawancara mendalam, dan kuesioner.	Lembaga Teknologi Finansial, Koperasi, dan UMKM	Bank Mandiri, Koptan Wira Singe, dan anggota Koperasi memperoleh manfaat dari sistem kerja sama ini. Bank Mandiri terbantu untuk mengedukasi masyarakat dan memperoleh nasabah baru. Sedangkan Koptan Wira Singe memperoleh imbal hasil dari biaya administrasi yang dibebankan kepada anggotanya dalam setiap transaksi yang dilakukan. Anggota koperasi memperoleh kemudahan dalam bertransaksi keuangan, keamanan dana, dan peningkatan transaksi serta keuntungan usaha (Yuliana, 2019).
5.	Peran Fintech Dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif Pada UMKM Di Indonesia (Pendekatan Keuangan Syariah) (ISSN: 2527 - 6344 (Print) ISSN: 2580 - 5800 (Online))	Irma Muzdalifa, Inayah Aulia Rahma, dan Bella Gita Novalia	Metode Kualitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh langsung dari narasumber yaitu para dosen perbankan syariah FAI UM Surabaya dan data sekunder yang	Fintech, Keuangan Inklusif, dan UMKM	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. Kendala implementasi fintech dalam meningkatkan keuangan inklusif pada UMKM di

			diperoleh dari dikumen-dokumen terkait misalnya artikel, buku, dan foto. Teknik analisis yang digunakan adalah model interaktif.		Indonesia, diantaranya: Infrastruktur, Sumber Daya Manusia (SDM), Perundang-undangan, Kurangnya literasi Keuangan (Muzdalifa et al., 2018).
6.	Fintech sebagai salah satu Solusi Pembiayaan Bagi UMKM (DOI : https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v3i2.17836)	Muhammad Rizal, Erna Maulina, dan Nenden Kostini	Metode deskriptif-analisis dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Data yang dikumpulkan merupakan data sekunder dengan melakukan studi pustaka dan lirature.	Fintech dan UMKM	Dengan FinTech, permasalahan dalam transaksi jual-beli dan pembayaran seperti tidak sempat mencari barang ke tempat perbelanjaan, ke bank/ATM untuk mentransfer dana, keengganan mengunjungi suatu tempat karena pelayanan yang kurang menyenangkan dapat diminimalkan. Dengan kata lain, FinTech membantu transaksi jual beli dan sistem pembayaran menjadi lebih efisien dan ekonomis namun tetap efektif (Rizal, Maulina, & Kostini, 2018).
7.	Akselerasi Pertumbuhan Ekonomi Melalui Sinergi UMKM dan Good Governance Di Indonesia	Nofita Wulandari, Wahyu, dan Yunus Kurniawan	Metode analisis deskriptif naratif dan studi literatur.	Pertumbuhan Ekonomi, UMKM, dan Good Governance	Peran UMKM di Indonesia menjadi poin penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Upaya dalam mensinergikan UMKM dapat dilakukan melalui tata kelola (<i>good governance</i>) yang baik, pola kemitraan serta memperkuat

	(ISBN : 978-602-5617-01-0)				struktur ekonomi baik nasional maupun daerah. Selain itu, pengembangan UMKM dapat dilakukan dengan mempermudah akses pembiayaan atau modal sehingga para pelaku usaha dapat mengembangkan usahanya dengan maksimal. Pendampingan dan mengedukasi UMKM juga menjadi poin penting untuk diperhatikan agar mampu mengembangkan usaha melalui inovasi-inovasi baru serta dapat memanfaatkan kemajuan teknologi seperti <i>financial technology</i> (Wulansari et al., 2017).
8.	Peran Financial Technology Dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif Pada UMKM	Fauzan N I Ahmad	Metode penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode penelusuran data <i>online</i> .	Financial Technology , Keuangan Inklusif, dan UMKM	Salah satu bentuk fintech yang populer di Indonesia adalah P2P Lending. P2P Lending dapat menjadi solusi bagi UMKM yang sudah <i>Creditworthy</i> tapi belum bisa mendapat akses institusi keuangan yang ada. dengan mengoptimalkan fintech, para pelaku di industri perbankan akan ikut serta dalam peningkatan kemampuan dan kualitas UMKM di Indonesia sehingga dapat mendorong pemerataan tingkat kesejahteraan

					masyarakat kecil dan menengah serta mampu menjadi pondasi yang kokoh untuk perekonomian negara Indonesia di masa yang akan datang (Ahmad, 2019).
9.	<i>The Role of Digital Payments Fintech in Accelerating the Development of MSMEs in Indonesia</i> (ISBN : 978-4-89974-109-1)	Nika Pranata	Metode analisis kualitatif dari data primer. Data kualitatif dikumpulkan melalui observasi lapangan, fokus diskusi kelompok, dan wawancara mendalam dengan para pemangku kepentingan.	Fintech dan UMKM	Hasil analisis data dari survei menunjukkan bahwa, secara umum, layanan pembayaran digital berdampak positif pada bisnis mitra mereka; dalam hal ini mereka kebanyakan adalah UMKM. Fintech dapat membawa lebih banyak pelanggan dan transaksi untuk pedagang ini karena pembayaran digital menyediakan pembayaran yang lebih cepat dan sederhana (Pranata, 2019).
10.	<i>The Impact Of Financial Technology in the Operations (Payments/Collections) of SMEs in Nigeria</i> (ISSN 2278 – 0211 (Online)) (DOI No. : 10.24940/ijird/2018/v7/i2/FEB18022)	Godgift David, Ahmed-Ishmel, Charles Onyeiwu, dan Obakayode Akinola Owopetu	Metode penelitian kualitatif diadopsi dalam menganalisis dan memecahkan masalah yang diidentifikasi. Data yang dikumpulkan mengidentifikasi teknologi keuangan yang biasa digunakan oleh UKM, dampaknya dalam	Teknologi Keuangan dan UKM	Fintech dapat menjadi salah satu alat paling kuat untuk mendukung bisnis kecil dan dengan demikian merangsang pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Dengan integrasi Regulator Keuangan ke dalam seluruh ekosistem fintech, usaha kecil dapat berpartisipasi dalam banyak solusi yang sebelumnya hanya tersedia untuk perusahaan besar (David, Ishmel, Onyeiwu, & Owopetu, 2018).

			operasi pembayaran mereka dan tantangan.		
11.	<i>Fintech Platforms In SME's Financing: EU Experience And Ways Of Their Application In Ukraine</i> (DOI: 10.21511/imfi.15(3).2018.07)	Alla Ivashchenko, Igor Britchenko, Mykhailo Dyba, Yevheniia Polishchuk, Yuliia Sybirianska, dan Yurii Vasylyshen	Metode analisis kualitatif dengan sumber data dari survei dan wawancara.	Fintech dan UKM	Analisis yang dilakukan tren platform fintech di negara-negara Uni Eropa mendefinisikan pentingnya pinjaman P2P, pendanaan neraca, pendanaan ekuitas, dan crowdfunding untuk pengembangan UKM, khususnya para pemula, dalam rangka memfasilitasi akses mereka ke keuangan (Ivashchenko et al., 2018).
12.	<i>Business Agility Strategy: Peer-to-Peer Lending of Fintech Startup in the Era of Digital Finance in Indonesia</i> (ISSN: 2304-1013 (Online))	Chandra Hendriyan dan Sam'un Jaja Raharja	Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan studi literature.	Strategi Agility Bisnis dan Peer-to-Peer (P2P) Lending	Perusahaan pemberi P2P memiliki kemampuan yang lebih mobile dan gesit karena belum ada banyak peraturan pemerintah yang mengikat. Inovasi dan diferensiasi serta kenyamanan adalah kekuatan pendorong untuk meningkatkan daya saing dan menguasai pangsa pasar (Hendriyani & Raharja, 2019).

Sumber: diolah oleh peneliti

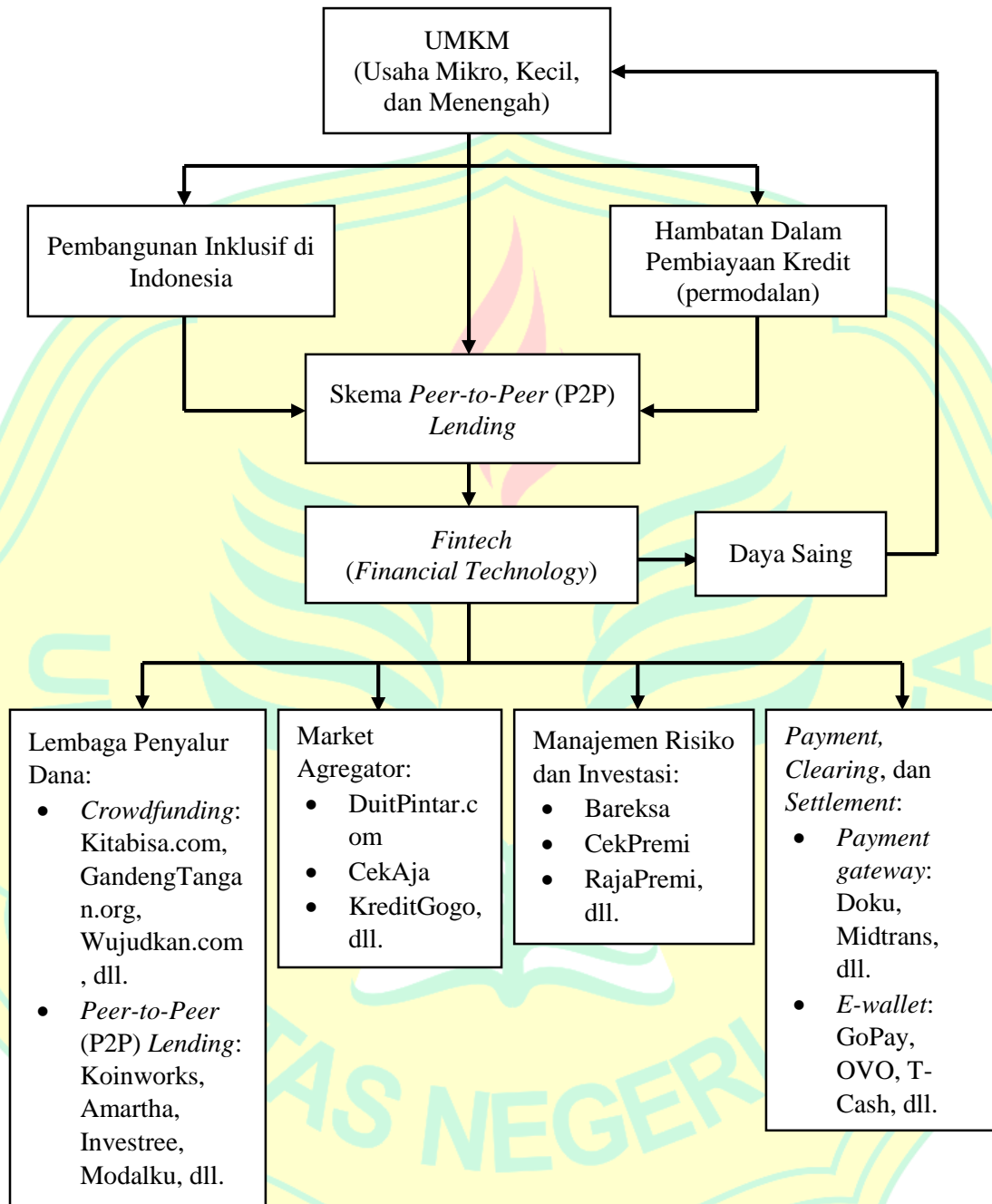
C. Kerangka Teoretik

Dalam penelitian ini, kerangka teoretik yang tersusun adalah bahwa *fintech* memiliki peran untuk meningkatkan daya saing sektor UMKM. UMKM dinilai mampu memiliki daya saing jika UMKM telah mengembangkan inovasi usaha dan selalu menggunakan teknologi. Dan juga usaha yang memiliki daya saing adalah jenis usaha yang menggunakan teknologi sebagai bagian dari usahanya (Firdaus et al., 2018). UMKM memegang peranan penting dalam perekonomian di Indonesia. Namun dalam menjalankan peranannya, UMKM juga mendapati permasalahan klasik yang dihadapi oleh sebagian besar pengusaha mikro di Indonesia yaitu permodalan.

Modal merupakan hal yang sangat penting untuk meningkatkan produktivitas usaha. Tambahan modal dapat diakses melalui lembaga keuangan bank maupun non bank. Namun, untuk mengakses ke lembaga keuangan dirasa sangat sulit karena UMKM masih dianggap belum *bankable* dan dianggap belum dapat memisahkan keuangan pribadi dan keuangan bisnis (Firdaus et al., 2018). Alternatif lain yang dimiliki oleh UMKM untuk mendapatkan modal tambahan adalah dengan mengandalkan pembiayaan yang diberikan oleh lembaga keuangan non bank. Seiring berjalannya waktu, perkembangan teknologi sangat pesat sehingga terbentuklah teknologi finansial. Dari teknologi finansial tersebut, terbentuk adanya lembaga keuangan non bank berbentuk website yang dapat menghubungkan peminjam dan pendana. Lembaga keuangan non bank berbentuk website tersebut dinamakan *peer-to-peer lending*.

Peer-to-peer lending sebagai lembaga keuangan non bank yang sangat membantu para pengusaha mikro dalam mendapatkan tambahan modal. Hal ini selaras dengan Fauzan N I Ahmad yang menyatakan P2P *Lending* dapat menjadi solusi bagi UMKM yang sudah *Creditworthy* tapi belum bisa mendapat akses institusi keuangan yang ada (Ahmad, 2019). Persyaratan dan penggunaan website yang mudah membuat UMKM mulai tertarik untuk menggunakan *peer-to-peer lending* sebagai alternatif modal usaha mereka.





Gambar II.1 Kerangka Pemikiran Penelitian

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian secara umum adalah untuk mendapatkan data, fakta, dan informasi yang valid dan reliabel tentang peran fintech dalam meningkatkan daya saing pada UMKM subsektor kuliner di Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur. Secara spesifik yang menjadi tujuan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis peran fintech dalam meningkatkan daya saing UMKM.
2. Untuk mengetahui skema Peer to Peer (P2P) Lending melalui UMKM menciptakan pembangunan inklusif di Indonesia.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada sejumlah UMKM yang ada di wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur dengan mendatangi secara langsung untuk mendapatkan data.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian berlangsung selama dua bulan yaitu dari bulan Agustus 2020 sampai dengan September 2020. Hal ini dipilih karena pada

waktu tersebut merupakan waktu yang paling efektif bagi peneliti untuk melakukan penelitian selama masa PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) di Jakarta. Sehingga dengan ini peneliti dapat lebih memfokuskan diri pada pelaksanaan penelitian dan juga karena keterbatasan penelitian dalam tenaga dan dana yang tersedia.

C. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, atau paradigma interpretatif dan konstruktif, yang memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang holistik atau utuh, kompleks, dinamis, penuh makna dan hubungan gejala bersifat interaktif dan digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, bukan eksperimen, dimana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara *triangulasi* (gabungan), analisis data bersifat induktif atau kualitatif dan hasil penelitian lebih menekankan makna dari pada *generalisasi* (Sugiyono, 2008).

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena peneliti ingin mengetahui dan menganalisis secara mendalam tentang peran fintech dalam meningkatkan daya saing pada UMKM subsektor kuliner di Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur.

Dalam penelitian ini, sumber data diperoleh dari:

1. Metode Dokumentasi

Dokumentasi, dari asal katanya dokumen, yang artinya barang-barang tertulis. Di dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya (Arikunto, 2006). Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang pertumbuhan perusahaan *fintech*, skema *peer to peer* (P2P) *lending* dalam menciptakan pembangunan inklusif di Indonesia, dll.

2. Metode Wawancara Terstruktur

Metode wawancara terbagi menjadi tiga, salah satunya adalah metode wawancara terstruktur. Menurut Koentjaraningrat (2006) dalam wawancara terstruktur pewawancara sudah menyiapkan beberapa pertanyaan dan jawaban-jawaban alternatif sebelum melakukan wawancara. Dalam metode ini dilakukan secara lisan maupun tulisan.

3. Kuesioner

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data yang berisi pertanyaan-pertanyaan tertulis yang harus dijawab atau dikerjakan oleh responden yang diselidiki. Jenis kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner terbuka, dimana dalam hal ini responden diberikan kebebasan

untuk menjawab atau menuliskan pendapat mengenai pertanyaan yang diberikan peneliti dan tidak disediakan pilihan jawaban.

D. Jenis dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Pada penelitian ini sumber data diperoleh dari:

1. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek penelitian, dalam hal ini penulis memperoleh langsung dari narasumber yaitu pelaku UMKM yang berada di wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk data yang sudah jadi, data ini diperoleh dari dokumen-dokumen terkait misalnya artikel, buku, dan foto.

E. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2016) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Maka populasi dari penelitian ini adalah pelaku UMKM subsektor kuliner yang berada di wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur.

2. Sampel

Menurut Arikunto (2006) sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Artinya sampel adalah bagian dari populasi dan perwakilan dari populasi yang akan diteliti.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Dalam penelitian naturalistik spesifikasi sampel tidak dapat ditentukan sebelumnya. Oleh karena itu, pada bab ini peneliti belum dapat menyebutkan secara pasti berapa jumlah narasumber yang akan peneliti wawancarai.

F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data ialah cara yang dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Dalam proses pengumpulan data tidak boleh dilakukan secara sembarangan. Maka dari itu perlu ditentukan teknik yang sesuai. Pada dasarnya banyak teknik-teknik yang digunakan dalam pengumpulan data.

1. Daya Saing

1.1 Definisi Konseptual

Daya saing diidentifikasi dengan masalah produktifitas, yaitu dengan melihat tingkat output yang dihasilkan untuk setiap input yang

digunakan. Meningkatnya produktifitas ini disebabkan oleh peningkatan jumlah input fisik modal dan tenaga kerja, peningkatan kualitas input yang digunakan dan peningkatan teknologi.

1.2 Definisi Operasional

Daya saing yang digunakan dalam penelitian ini adalah daya saing sektor UMKM di wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur. Data daya saing ini didapat melalui kuesioner dan wawancara terstruktur yang dilakukan kepada pelaku UMKM di wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur.

1.3 Kisi-Kisi Instrumen

Kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel daya saing ini dibuat dengan alasan agar memberikan gambaran umum mengenai seberapa besar instrumen ini mencerminkan indikator yang akan diukur pada kuesioner dan wawancara terstruktur daya saing. Adapun kisi-kisi instrumen sebagai pedoman kuesioner dan wawancara terstruktur pada variabel daya saing sebagai berikut:

Tabel III.1 Kisi-Kisi Instrumen Daya Saing

Variabel	Indikator
Daya Saing	Ketersediaan Modal
	Ketersediaan Informasi
	Ketersediaan Teknologi
	Keahlian Pengusaha
	Wawasan Bisnis

	Perilaku Inovatif
	Pangsa Pasar
	Volume Penjualan

Sumber: diolah oleh peneliti

2. Financial Technology (Fintech)

2.1 Definisi Konseptual

Financial Technology (fintech) adalah industri yang menggunakan teknologi TI yang berpusat pada ponsel untuk meningkatkan efisiensi sistem keuangan. Dalam hal layanan keuangan, ini adalah layanan inovatif yang menyediakan layanan keuangan terdiferensiasi menggunakan teknologi baru, seperti *mobile*, media sosial, dan IOT.

2.2 Definisi Operasional

Financial Technology (fintech) yang digunakan dalam penelitian ini adalah fintech yang digunakan pelaku UMKM dalam kegiatan usahanya di wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur. Data fintech ini merupakan data primer yang diperoleh dari kuesioner dan wawancara terstruktur kepada para pelaku UMKM.

2.3 Kisi-Kisi Instrumen

Kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel *financial technology* ini dibuat dengan alasan agar memberikan gambaran umum mengenai seberapa besar instrumen mencerminkan indikator yang

diukur pada kuesioner dan wawancara *financial technology*. Adapun kisi-kisi instrumen sebagai pedoman kuesioner dan wawancara terstruktur pada variabel *financial technology* sebagai berikut:

Tabel III.2 Kisi-Kisi Instrumen Financial Technology

Variabel	Indikator
<i>Financial Technology (fintech)</i>	Mekanisme penerapan <i>fintech</i>
	Karakteristik lingkungan pekerjaan dan bisnis setelah menerapkan <i>fintech</i>
	Keadaan lingkungan organisasi
	Pengetahuan tentang <i>fintech</i>
	Dampak terhadap bisnis
	Sikap lingkungan terhadap <i>fintech</i>
	Hal positif (keuntungan) dan negatif (kesulitan) setelah menerapkan <i>fintech</i>

Sumber: diolah oleh peneliti

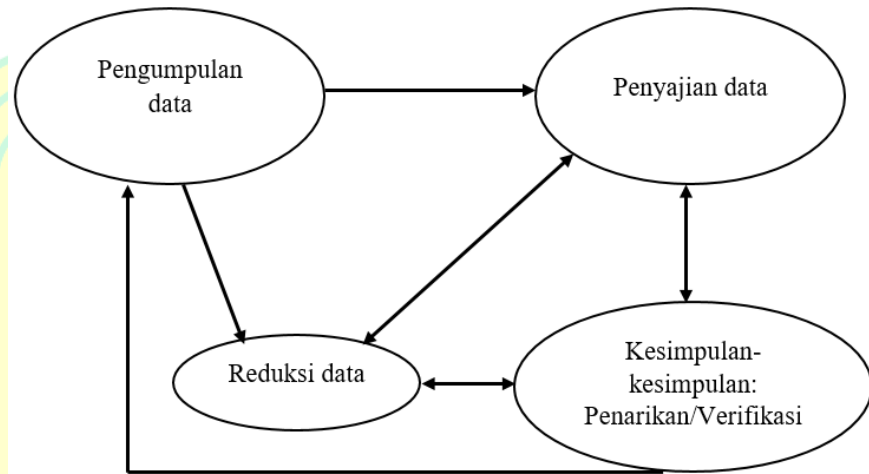
G. Teknik Analisis Data

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang datanya diperoleh melalui hasil wawancara dan dokumentasi yang didapat oleh peneliti. Pengumpulan data tersebut terus dilakukan sampai mencapai data jenuh. Selanjutnya data diberi kode untuk kemudian diolah melalui Microsoft excel dan dianalisis oleh peneliti. Berikut analisis data kualitatif yang dilakukan peneliti:

1. Analisis Data Kualitatif

Menurut Miles & Huberman (1992) analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan secara siklus, dimulai dari tahap satu sampai tiga, kemudian kembali

ke satu. Kaitan antara analisis data dengan pengumpulan data disajikan oleh Miles dan Huberman dalam diagram berikut.



Gambar III.1 Hubungan antara Analisis Data dengan Pengumpulan Data Menurut Miles dan Huberman

a. Langkah 1: Pengumpulan Data

Peneliti mengumpulkan beberapa data dari berbagai teknik pengumpulan data yaitu melalui teknik wawancara dan hasil catatan pengamatan. Proses pengambilan data dalam hal ini berkaitan dengan peran fintech dalam meningkatkan daya saing pada UMKM subsektor kuliner di Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur. Dalam langkah ini, sumber data diperoleh dari:

1) Data Hasil Wawancara

Dalam hasil wawancara ini data yang diperoleh dapat berbentuk *digital recorder* atau tulisan yang sudah ditranskrip

sebelumnya. Untuk tujuan efisiensi dan efektivitas penelitian, peneliti dapat menggunakan *digital recorder* sehingga langsung dapat dianalisis.

2) Data Hasil Catatan Pengamatan

Data hasil catatan pengamatan biasanya berupa tulisan tangan.

Data hasil tersebut kemudian mampu melengkapi data-data yang kemudian akan dikonversi ke dalam Microsoft excel.

Setelah pengumpulan data selesai, tahap selanjutnya adalah tahap kodifikasi data. Tahap kodifikasi data merupakan tahap pengkodean terhadap data. Hal yang dimaksud dengan pengkodean data adalah peneliti memberikan nama atau penamaan terhadap hasil penelitian.

b. Langkah 2: Reduksi Data

Menurut Sugiyono (2016) reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Selain itu, reduksi data merupakan bentuk analisis untuk menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

c. Langkah 3: Penyajian Data

Penyajian data adalah sebuah tahap lanjutan analisis di mana peneliti menyajikan temuan penelitian berupa kategori atau pengelompokan (Afrizal, 2014). Dalam penelitian ini, peneliti dibantu menggunakan Microsoft Excel.

d. Langkah 4: Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi Data

Penarikan kesimpulan atau verifikasi adalah suatu tahap lanjutan dimana pada tahap ini peneliti menarik kesimpulan dari temuan data. Ini adalah interpretasi peneliti atas temuan dari suatu wawancara atau sebuah dokumen. Setelah kesimpulan diambil, peneliti kemudian mengecek lagi kesahihan interpretasi dengan cara mengecek ulang proses koding dan penyajian data untuk memastikan tidak ada kesalahan yang telah dilakukan. Setelah tahap ini dilakukan, maka peneliti telah memiliki temuan penelitian berdasarkan analisis data yang telah dilakukan terhadap suatu hasil wawancara atau sebuah dokumen.

2. Analisis SWOT

Metode analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah SWOT. SWOT merupakan alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Dimana SWOT ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Analisis SWOT ini akan

dilakukan pada strategi meningkatkan daya saing pada UMKM di Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur, hal ini disebut pula analisis situasi dengan model analisis SWOT.

Hasil penelitian ini selain akan dianalisis secara deskriptif kualitatif penulis juga menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan logika yang dapat memaksimalkan *strength* (kekuatan) dan *opportunity* (peluang), namun secara bersamaan dapat meminimalkan *weakness* (kelemahan) dan *threat* (ancaman). *Strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang) dan *threat* (ancaman) merupakan faktor-faktor strategis perusahaan yang perlu dianalisis dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut pula analisis situasi dengan model analisis SWOT. Model yang populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT dengan menggunakan *Matrix Internal Factor Analysis Summary* dan *Matrix Eksternal Factor Analysis Summary*.

a. Matrik IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Menurut David, ada lima tahap penyusunan Matriks *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS):

- 1) Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan.
- 2) Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Bobot yang diberikan kepada masing-

masing faktor mengidentifikasi tingkat penting relatif dari faktor terhadap keberhasilan perusahaan dalam suatu industri. Tanpa memandang apakah faktor kunci itu adalah kekuatan atau kelemahan internal, faktor yang dianggap memiliki pengaruh paling besar dalam kinerja organisasi harus diberikan bobot yang tinggi. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.

- 3) Berikan rating 1 sampai 4 bagi masing-masing faktor untuk menunjukkan apakah faktor tersebut memiliki kelemahan yang besar (rating = 1), kelemahan yang kecil (rating = 2), kekuatan yang kecil (rating = 3) dan kekuatan yang besar (rating = 4). Jadi sebenarnya, rating mengacu pada perusahaan sedangkan bobot mengacu pada industri dimana perusahaan berada.
- 4) Kalikan masing-masing bobot dengan rating-nya untuk mendapatkan score.
- 5) Jumlahkan total skor masing-masing variabel. Berapapun banyaknya faktor yang dimasukkan dalam matrik IFAS, total rata-rata tertimbang berkisar antara yang rendah 1,0 dan tertinggi 4,0 dengan rata-rata 2,5. Jika total rata-rata dibawah 2,5 menandakan bahwa secara internal perusahaan lemah, sedangkan total nilai diatas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat.

b. Matrik EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

Menurut David, ada lima tahap penyusunan Matriks *External Factor Analysis Summary* (EFAS):

- 1) Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman.
- 2) Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
- 3) Menghitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai 1 sampai 4, dimana 4 (respon sangat bagus), 3 (respon di atas rata-rata), 2 (respon rata-rata), 1 (respon di bawah rata-rata). Rating ini berdasarkan pada efektivitas strategi perusahaan, dengan demikian nilainya berdasarkan pada kondisi perusahaan.
- 4) Kalikan masing-masing bobot dengan rating-nya untuk mendapatkan score.
- 5) Jumlahkan semua score untuk mendapatkan nilai total score perusahaan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya.

Sudah tentu bahwa dalam EFAS Matrix, kemungkinan nilai tertinggi total score adalah 4,0 dan terendah adalah 1,0. Total score 4,0 mengindikasikan bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dengan

cara yang luar biasa dan menghindari ancaman-ancaman di pasar industrinya. Total score sebesar 1,0 menunjukkan strategi-strategi perusahaan tidak memanfaatkan peluang-peluang atau tidak menghindari ancaman-ancaman eksternal.

2.1 Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah suatu bentuk analisis di dalam manajemen perusahaan atau di dalam organisasi yang secara sistematis dapat membantu dalam usaha penyusunan suatu rencana yang matang untuk mencapai tujuan, baik itu tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Analisis ini yang harus diterapkan oleh suatu perusahaan.

Definisi analisis SWOT yang lainnya yaitu sebuah bentuk analisa situasi dan juga kondisi yang bersifat deskriptif (memberi suatu gambaran). Analisa ini menempatkan situasi dan juga kondisi sebagai faktor masukan, lalu kemudian dikelompokkan menurut kontribusinya masing-masing. SWOT adalah singkatan dari *Strength* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (Peluang), *Threats* (hambatan).

- a. *Strenght* (S), yaitu analisis kekuatan, situasi ataupun kondisi yang merupakan kekuatan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Yang perlu di lakukan di dalam analisis ini adalah setiap perusahaan atau organisasi perlu menilai kekuatan-kekuatan dan

kelemahan di bandingkan dengan para pesaingnya. Misalnya jika kekuatan perusahaan tersebut unggul di dalam teknologinya, maka keunggulan itu dapat di manfaatkan untuk mengisi segmen pasar yang membutuhkan tingkat teknologi dan juga kualitas yang lebih maju.

- b. *Weaknesses* (W), yaitu analisis kelemahan, situasi ataupun kondisi yang merupakan kelemahan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Merupakan cara menganalisis kelemahan di dalam sebuah perusahaan ataupun organisasi yang menjadi kendala yang serius dalam kemajuan suatu perusahaan atau organisasi.
- c. *Opportunity* (O), yaitu analisis peluang, situasi atau kondisi yang merupakan peluang diluar suatu organisasi atau perusahaan dan memberikan peluang berkembang bagi organisasi dimasa depan. Cara ini adalah untuk mencari peluang ataupun terobosan yang memungkinkan suatu perusahaan ataupun organisasi bisa berkembang di masa yang akan depan atau masa yang akan datang.
- d. *Threats* (T), yaitu analisis ancaman, cara menganalisis tantangan atau ancaman yang harus dihadapi oleh suatu perusahaan ataupun organisasi untuk menghadapi berbagai macam faktor lingkungan yang tidak menguntungkan pada suatu perusahaan atau organisasi yang menyebabkan kemunduran. Jika tidak segera di atasi, ancaman tersebut akan menjadi penghalang bagi suatu usaha yang bersangkutan baik di masa sekarang maupun masa yang akan datang.

2.2 Faktor yang Mempengaruhi Analisis SWOT

Dalam menyusun strategi menggunakan analisis SWOT, tentu ada faktor yang mempengaruhi komponen analisis SWOT. Faktor tersebut dapat berasal dari dalam (faktor internal), dan berasal dari luar (faktor eksternal).

a. Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam perusahaan dimana terdapat dua komponen yaitu kekuatan dan kelemahan. Kedua komponen tersebut berdampak pada lebih baiknya suatu penelitian jika kekuatan lebih besar dari pada kelemahan. Sehingga, jika kekuatan internal perusahaan ini menjadi lebih maksimum maka akan memberikan hasil penelitian yang jauh lebih baik. Berikut ini faktor internal yang mempengaruhi analisis SWOT, diantaranya yaitu:

- 1) Sumber daya yang dimiliki
- 2) Keuangan dan financial yang dimiliki perusahaan
- 3) Kelebihan atau kelemahan internal perusahaan
- 4) Pengalaman yang pernah dialami perusahaan sebelumnya baik yang berhasil maupun yang gagal

b. Faktor Eksternal

Dalam faktor eksternal, apa yang diteliti tidak secara langsung terlibat. Faktor eksternal terbagi dua bagian yaitu ancaman dan peluang. Adanya kedua komponen tersebut maka akan memberikan

data yang perlu dimasukkan dalam jurnal penelitian sehingga akan menghasilkan strategi untuk menghadapinya. Faktor eksternal yang mempengaruhi analisis SWOT, diantaranya yaitu:

- 1) Trand
- 2) Budaya, sosial politik. Idiologi, perekonomian
- 3) Sumber permodalan
- 4) Peraturan pemerintah
- 5) Perkembangan teknologi
- 6) Pristiwa yang terjadi
- 7) Lingkungan

2.3 Matriks Internal Eksternal (IE)

Matriks internal eksternal ini dikembangkan dari model General Elektrik. Parameter yang digunakan meliputi parameter kekuatan internal perusahaan dan pengaruh eksternal yang dihadapi. Tujuan penggunaan model ini adalah untuk memperoleh strategi bisnis ditingkat korporat yang lebih detail. Diagram tersebut dapat mengidentifikasi sembilan sel strategi perusahaan, yaitu:

Kekuatan Eksternal

Kekuatan Internal

	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">KUAT</div> (3.0-4.0)	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">RATA-RATA</div> (2.0-2.99)	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">LEMAH</div> (1.0-1.99)
4.0	3.0	2.0	1.0
<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">TINGGI</div> (3.0-4.0)	I. GROWTH Konsentrasi melalui Integrasi Vertikal	II. GROWTH Konsentrasi melalui Integrasi Horizontal	III. GROWTH Turnaround
3.0	IV. STABILITY Hati-hati	V. GROWTH Konsentrasi melalui Integrasi Horizontal STABILITY Tak ada perubahan profit strategi	VI. RETRENCHMENT Captive Company Atau Divestment
<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">SEDANG</div> (2.0-2.99)	2.0	2.0	2.0
<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">RENDAH</div> (1.0-1.99)	VII. GROWTH Difersifikasi Konsentrik	VIII. GROWTH Difersifikasi Konglomerat	IX. RETRENCHMENT Bangkrut atau Likuidasi
1.0	1.0	1.0	1.0

Gambar III.2 Hasil Matriks Internal Eksternal (IE)

Pada gambar tersebut dapat diidentifikasi sembilan sel strategi, tetapi pada prinsipnya kesembilan sel tersebut dapat dikelompokkan menjadi tiga strategi utama, yaitu:

- a. *Growth strategy* yang merupakan pertumbuhan perusahaan itu sendiri (sel 1, 2, 5) dan pertumbuhan dengan upaya diversifikasi (sel 7 dan 8).
- b. *Stability strategy* (sel 4) adalah strategi yang diterapkan tanpa mengubah arah strategi yang diterapkan.

- c. *Retrenchment strategy* (sel 3, 6, 9) adalah usaha memperkecil atau mengurangi usaha yang dilakukan oleh perusahaan.

Berikut adalah penjelasan mengenai kesembialan yang terdapat pada sel matrik IE seperti pada gambar III.2:

- a. Sel I Konsentrasi melalui Integritas Vertikal

Pertumbuhan melalui konsentrasi dapat dilalui integritas dengan cara *backward integration* atau *forward integration*. Hal ini merupakan strategi utama untuk perusahaan yang memiliki posisi kompetitif pasar yang kuat (*high market share*) dalam berdaya tarik tinggi.

- b. Sel II dan V Konsentrasi melalui Integritas Horizontal

Strategi pertumbuhan integritas horizontal adalah kegiatan yang memperluas perusahaan dengan cara membangun lokasi yang lain dan meningkatkan produk serta jasa.

- c. Sel III *Turnaround*

Strategi ini tepat bagi perusahaan pada daya tarik industri tinggi ketika masalah-masalah perusahaan mulai dirasakan tetapi belum kritis.

Strategi ini dilakukan oleh perusahaan dengan cara melakukan penghematan pada operasional perusahaan.

- d. Sel IV *Stability*

Strategi berdiam diri mungkin tepat untuk dijadikan sebagai strategi sementara yang memungkinkan bagi perusahaan untuk menggabungkan semua sumber daya yang dimilikinya setelah

mengalami pertumbuhan yang cepat dari industri yang kemudian menghadapi suatu masa depan yang tidak pasti.

e. Sel VI Divestasi

Merupakan strategi yang tepat bagi perusahaan yang berada pada posisi kompetisi lemah dan dengan daya tarik industri menengah.

f. Sel VII Diverifikasi Terkait

Strategi pertumbuhan melalui diverifikasi umumnya dilakukan pada perusahaan yang memiliki kondisi competitive posisi sangat kuat tetapi nilai daya tarik industrinya rendah. Tekanan strategi ini lebih pada strategi financial dari pada *product market synergy* (strategi yang terdapat pada diverifikasi).

g. Sel IX Bangkrut atau Likuiditas

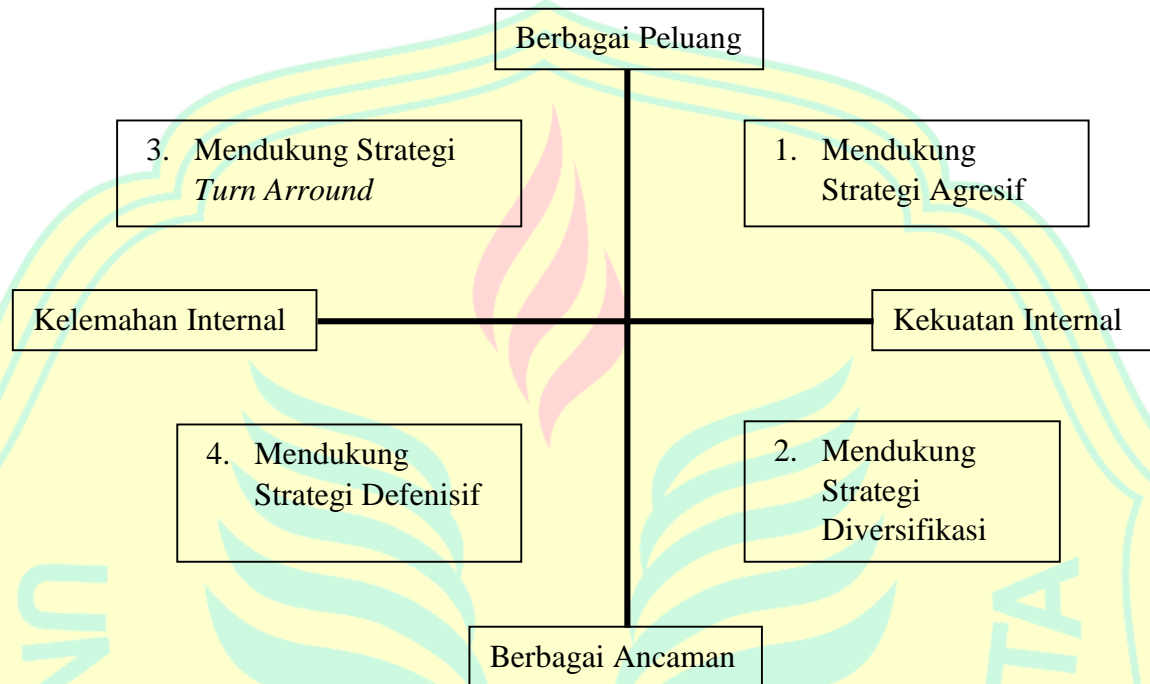
Likuiditas adalah strategi yang dilakukan dengan menjual sebagian atau seluruh perusahaan yang ada dengan tujuan mendapatkan uang untuk membayar seluruh obligasi perusahaan dan kemudian menyerahkan sisanya pada pemegang saham.

2.4 Diagram Cartesius Analisis SWOT

Langkah selanjutnya adalah menelaah melalui diagram analisis SWOT dengan membuat titik potong antara sumbu X dan sumbu Y, dimana nilai dari sumbu X di dapat dari selisih antara total *Strength* dan total *Weakness*, sedangkan untuk nilai sumbu Y didapat dari selisih antara

total antara *Opportunities* dan total *Threat*. Di bawah ini gambar Diagram

Analisis SWOT sebagai berikut:



Gambar III.3 Diagram Cartesius Analisis SWOT

Diagram analisis SWOT pada gambar menghasilkan empat kuadran yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Kuadran 1:

Kuadran ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang

agresif (*Growth Oriented Strategy*). Strategi ini menandakan keadaan perusahaan yang kuat dan mampu untuk terus berkembang dengan mengambil kesempatan atau peluang yang ada untuk meraih omzet yang maksimal.

b. Kuadran 2:

Kuadran ini menandakan bahwa meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

b. Kuadran 3:

Kuadran ini jelas memperlihatkan bahwa kondisi perusahaan sangat lemah namun memiliki peluang yang besar untuk bisa berkembang. Untuk perusahaan disarankan untuk mengubah strategi sebelumnya, arena dikhawatirkan perusahaan akan sulit menangkap peluang yang ada, serta perusahaan harus memperbaiki kinerja dari pihak internal.

c. Kuadran 4:

Kuadran ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, karena jelas terlihat bahwa dari pihak internal maupun eksternal sangat lemah. Untuk itu diharapkan perusahaan disarankan untuk menggunakan strategi bertahan, dengan memperbaiki kinerja internalnya agar tidak semakin terpuruk.

2.5 Model Matriks Analisis SWOT

Matriks SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi. Alternatif strategi yang dihasilkan minimal 4 buah strategi sebagai hasil dari analisis matriks SWOT.

Tabel III.3 Model Matriks Analisis SWOT

IFAS	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
EFAS	<p>Strategi SO</p> <p><i>(Strategi yang menggunakan kekuatan dan memanfaatkan peluang)</i></p>	<p>Strategi WO</p> <p><i>(Strategi yang meminimalkan kelemahan dan memanfaatkan peluang)</i></p>
Ancaman (T)	<p>Strategi ST</p> <p><i>(Strategi yang menggunakan kekuatan dan mengatasi ancaman)</i></p>	<p>Strategi WT</p> <p><i>(Strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman)</i></p>

Sumber: (Rangkuti, 2008)

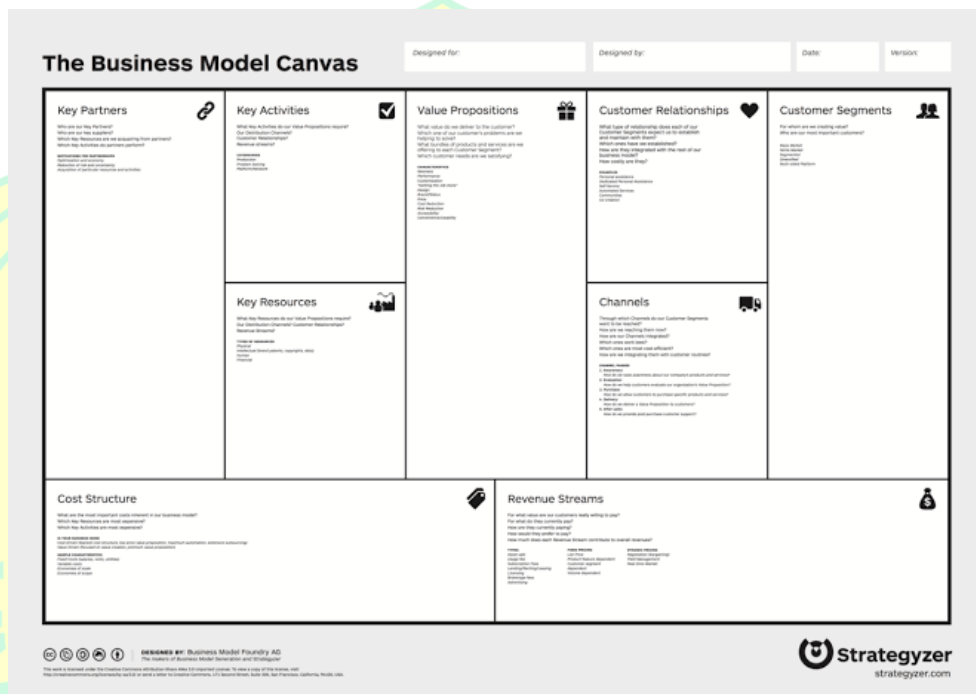
Berikut ini adalah keterangan dari matriks SWOT di atas:

- a. Strategi SO (*Strength and Opportunity*). Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar – besarnya.
- b. Strategi ST (*Strength and Threats*). Strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
- c. Strategi WO (*Weakness and Opportunity*). Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- d. Strategi WT (*Weakness and Threats*). Strategi ini berdasarkan kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

3. Business Model Canvas (BMC)

Business Model Canvas adalah sebuah model bisnis gambaran logis mengenai bagaimana sebuah organisasi menciptakan, menghantarkan dan menangkap sebuah nilai (Osterwalder & Pigneur, 2010). Canvas ini membagi business model menjadi 9 buah komponen utama, kemudian dipisahkan lagi menjadi komponen kanan (sisi kreatif) dan kiri (sisi logik). Persis seperti otak manusia. Kesembilan komponen yang ada tersebut adalah sebagai berikut, (diurut dari kanan ke kiri). *Customer Segment*, *Customer Relationship*,

Customer Channel, Revenue Structure, Value Proposition, Key Activities, Key Resource, Cost Structure, dan Key Partners.



Gambar III.4 Business Model Canvas

1. Customer Segment (CS)

Customer Segment yaitu menentukan segmen target customer dari bisnis yang akan dikembangkan. Posisikan diri pada sisi customer untuk memperhatikan apa yang dilihat, didengar, dipikirkan dan dilakukan, menjadi keinginan dan tujuan, rasa takut, dan harapan.

2. Value Proposition (VP)

Value Proposition yaitu memperkirakan kebutuhan customer yang sudah diidentifikasi pada *customer segment*. Berdasarkan kebutuhan itu, selanjutnya dapat didefinisikan *value* (nilai) apa yang akan diberikan agar

mampu memenuhi kebutuhan *customer*. *Value* yang diberikan itu akan menjadi nilai inti dari kegiatan bisnis.

3. *Customer Relationship (CR)*

Customer Relationship yaitu mendefinisikan hubungan antara perusahaan dan *customer*. Macam-macam jenis hubungan mulai dari memberikan bantuan personal perorangan kepada setiap *customer*, dengan memanfaatkan komunitas, atau bahkan berupa ‘*self service*’, yaitu tidak berhubungan langsung dengan *customer*.

4. *Channel (CH)*

Channel yaitu cara untuk mencapai *customer*. *Channel* ini adalah jalur antara perusahaan dengan *customer*, bagaimana *delivery* dari *value* yang diberikan akan mampu mencapai *customer* dengan baik.

5. *Revenue Stream (RS)*

Revenue Stream yaitu representasi dari jalur penerimaan uang yang akan diterima dari setiap *customer segment*. Definisikan cara tertentu untuk menghasilkan *revenue* dari setiap *customer segment*.

6. *Key Resource (KR)*

Key Resource adalah Sumber Daya Utamayang menjelaskan mengenai aset terpenting yang diperlukan dalam membuat model bisnis kerja. Setiap model bisnis memerlukan Sumber Daya Utama.Sumber Daya Utama akan memungkinkan perusahaan untuk membuat dan

melebihi Proposisi Nilai, mencapai pasar, memelihara hubungan dengan Segmen Pelanggan, dan memperoleh pendapatan.

7. *Key Activities* (KA)

Key Activities adalah Kegiatan Utama yang menjelaskan hal terpenting yaitu perusahaan harus membuat model bisnis. Setiap model bisnis dibuat untuk sejumlah Kegiatan Utama. Hal ini merupakan tindakan yang paling penting bagi perusahaan sehingga harus maksimal untuk dapat menghasilkan operasi yang berhasil. Seperti Kunci Sumber Daya, diwajibkan untuk membuat dan melebihi Proposisi Nilai, Pencapaian pasar, mempertahankan Hubungan Pelanggan, dan pendapatan yang diperoleh, seperti Kunci Sumber Daya, kegiatan tergantung pada jenis model bisnis. Untuk perangkat lunak pembuat *Microsoft*, kegiatan utama meliputi pengembangan perangkat lunak. Untuk produsen *PC Dell*, kegiatan utama meliputi rantai pasokan manajemen. Untuk konsultasi *McKinsey*, kegiatan utama meliputi pemecahan masalah.

8. *Key Partners* (KP)

Key Partners adalah Kunci Kemitraan yang menjelaskan jaringan pemasok dan mitra yang membuat pekerjaan model bisnis. Perusahaan menjalin kemitraan untuk banyak alasan, dan kemitraan menjadi landasan model bisnis. Perusahaan membentuk aliansi untuk mengoptimalkan

model bisnisnya, mengurangi resiko, atau memperoleh sumber daya. Ada empat jenis kemitraan:

- Strategi aliansi antara non-pesaing
- Strategi kemitraan antara pesaing (*Coopetition*)
- Usaha bersama: usaha untuk mengembangkan bisnis baru
- Hubungan Pembeli-Pemasok untuk menjamin pasokan yang dapat diandalkan.

9. *Cost Structure*

Cost Structure adalah Struktur Biaya yang menggambarkan semua biaya yang dikeluarkan dalam mengoperasikan model bisnis ini. Blok bangunan ini menjelaskan biaya yang paling besar terjadi antara biaya-biaya yang harus dikeluarkan untuk dapat menghasilkan *Value Proposition* yang ditujukan pada *Customer Segment* sehingga didapat *Revenue Stream*. Biaya tersebut dapat dihitung relatif mudah setelah mendefinisikan Sumber Daya Utama, Kegiatan Utama, dan Kunci Kemitraan (Dewobroto, 2016).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Deskripsi Unit Analisis

Pada bab ini peneliti akan memaparkan bagaimana peran fintech dalam meningkatkan daya saing UMKM subsektor kuliner di Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang didapatkan melalui wawancara yang dilakukan antara peneliti dengan narasumber serta observasi yang dilakukan peneliti di lapangan. Peneliti melakukan wawancara terhadap 17 pelaku UMKM subsektor kuliner yang tersebar di wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur. Hasil penelitian ini nantinya akan berbentuk kata-kata tidak berupa angka seperti yang biasanya terjadi pada penelitian kuantitatif. Hasil wawancara tersebut disajikan dalam bentuk verbatim yang kemudian dianalisis oleh peneliti. Dan akan disajikan juga bagaimana strategi untuk meningkatkan daya saing UMKM subsektor kuliner di wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur dengan menggunakan analisis SWOT.

2. Deskripsi Narasumber Penelitian

Pada bab sebelumnya telah dijelaskan bahwa metode sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling*, dimana Narasumber

yang dipilih adalah UMKM subsektor kuliner yang sudah menerima pembayaran non tunai, serta memiliki pendapatan bersih yang berkisar antara Rp 2.000.000 sampai Rp 10.000.000 selama kurun waktu satu bulan. Selama melakukan penelitian, peneliti menemukan berbagai latar belakang yang dimiliki oleh para pelaku UMKM. Hal ini menjadi karakteristik tersendiri bagi setiap pelaku UMKM yang akan menjadi Narasumber. Karakteristik ini meliputi:

2.1 Karakteristik Jenis Kelamin Narasumber

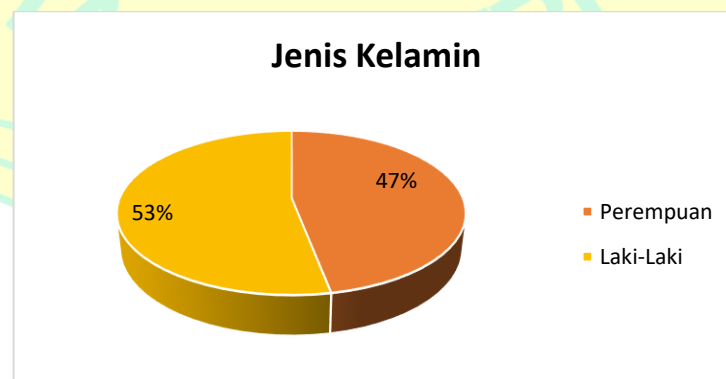
Tabel IV.1 Karakteristik Jenis Kelamin Narasumber

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1.	Perempuan	8	47 %
2.	Laki-Laki	9	53 %
Total		17	100%

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Dari tabel diatas terdapat 17 narasumber yang diteliti oleh peneliti berdasarkan karakteristik jenis kelaminnya, yaitu terdiri dari 9 laki-laki (53%) dan 8 Perempuan (47%).

Diagram IV.1 Karakteristik Jenis Kelamin Narasumber



Sumber: diolah oleh peneliti

Diagram di atas menunjukkan komposisi narasumber berdasarkan jenis kelamin. Tidak ada perbedaan signifikan mengenai jumlah antara narasumber laki-laki dan perempuan pada penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah UMKM subsektor kuliner tidak didominasi baik dari pihak laki-laki maupun perempuan.

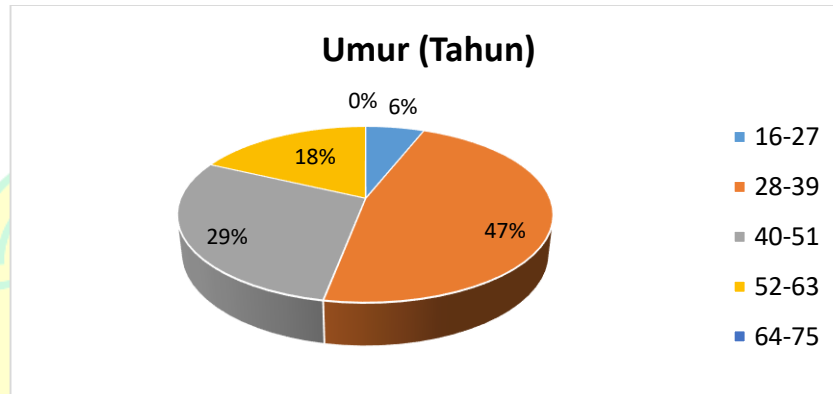
2.2 Karakteristik Umur Narasumber

Tabel IV.2 Karakteristik Umur Narasumber

No.	Umur (Tahun)	Jumlah	Presentase
1.	16-27	1	6 %
2.	28-39	8	47 %
3.	40-51	5	29 %
4.	52-63	3	18 %
5.	64-75	0	0 %
Total		17	100%

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Dari tabel diatas berdasarkan klasifikasi umur narasumbernya, yaitu 17 narasumber yang terdiri dari 1 narasumber dengan rentan umur 16-27 tahun atau dalam presentasinya sebesar (6%), 8 narasumber dengan rentan umur 28-39 tahun atau dalam presentasinya sebesar (47%), 5 narasumber dengan rentan umur 40-51 tahun atau dalam presentasinya sebesar (29%), 3 narasumber dengan rentan umur 52-63 tahun atau dalam presentasinya sebesar (18%), dan 0 narasumber dengan rentan umur 64-75 tahun atau dalam presentasinya sebesar (0%). Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat dari diagram berikut:

Diagram IV.2 Karakteristik Umur Narasumber

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Menurut (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan, 2003) batas usia kerja yang berlaku di Indonesia adalah berumur 15 tahun - 64 tahun. Sehingga seluruh narasumber dalam penelitian ini berada dalam kategori usia kerja yang produktif.

2.3 Lama Usaha

Tabel IV.3 Lama Usaha Narasumber

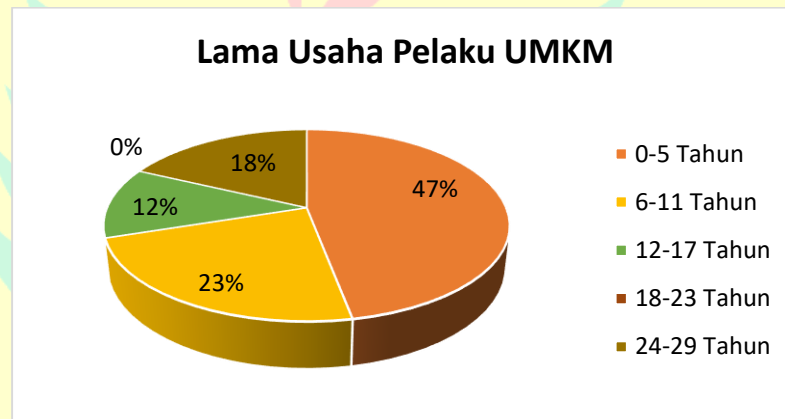
No.	Lama Usaha	Jumlah	Presentase
1.	0-5 Tahun	8	47 %
2.	6-11 Tahun	4	23 %
3.	12-17 Tahun	2	12 %
4.	18-23 Tahun	0	0 %
5.	24-29 Tahun	3	18 %
Total		17	100%

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Dari tabel diatas berdasarkan lama berdirinya usaha narasumber, terdapat 8 usaha kuliner yang berdiri antara 0-5 Tahun atau dalam presentasenya sebesar (47%), 4 usaha kuliner yang berdiri antara 6-11

tahun atau dalam persentasenya sebesar (23%), 2 usaha kuliner yang berdiri antara 12-17 tahun atau dalam persentasenya sebesar (12%), 0 usaha yang berdiri antara 18-23 tahun atau dalam persentasenya sebesar (0%), dan 3 usaha kuliner yang berdiri antara 24-29 tahun atau dalam persentasenya sebesar (18%). Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat dari diagram berikut:

Diagram IV.3 Lama Usaha Narasumber



Sumber: Data diolah oleh peneliti

Dilihat dari diagram diatas, dapat diketahui bahwa potongan pie yang berwarna orange yaitu usaha yang berdiri selama 0-5 tahun paling banyak jumlahnya yaitu 8 usaha yang diteliti atau dalam persentasenya yaitu (47%) sedangkan potongan pie yang berwarna coklat yaitu usaha yang berdiri selama 18-23 tahun paling kecil jumlahnya yaitu 0 usaha yang diteliti atau dalam persentasenya yaitu (0%) atau tidak ada usaha yang berdiri selama 18-23 tahun yang diteliti oleh peneliti.

2.4 Karakteristik Pendidikan Terakhir Narasumber

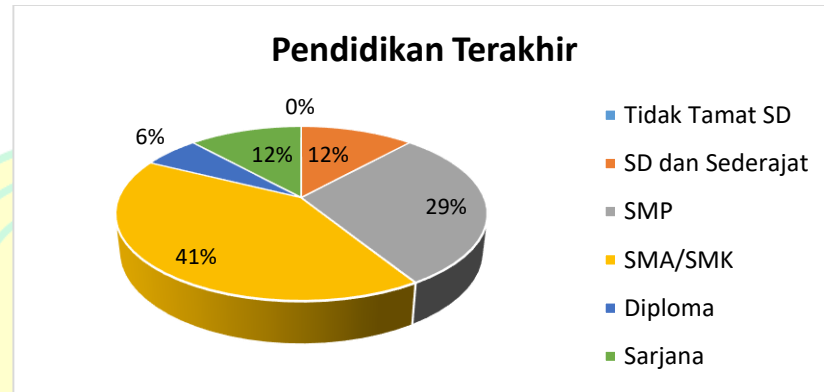
Tabel IV.4 Karakteristik Pendidikan Terakhir Narasumber

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Presentase
1.	Tidak Tamat SD	0	0 %
2.	SD dan Sederajat	2	12 %
3.	SMP	5	29 %
4.	SMA/SMK	7	41 %
5.	Diploma	1	6 %
6.	Sarjana	2	12 %
Total		17	100%

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Dari tabel diatas berdasarkan karakteristik pendidikan terakhir narasumber, terdapat 0 narasumber yang pendidikan terakhirnya Tidak Tamat SD atau dalam presentasinya sebesar (0%), 2 narasumber yang pendidikan terakhirnya SD dan Sederajat atau dalam presentasinya sebesar (16,67%), 5 narasumber yang pendidikan terakhirnya SMP atau dalam presentasinya sebesar (29%), 7 narasumber yang pendidikan terakhirnya SMA/SMK atau dalam presentasinya sebesar (41%), 1 narasumber yang pendidikan terakhirnya Diploma atau dalam presentasinya sebesar (6%), dan 2 narasumber yang pendidikan terakhirnya Sarjana atau dalam presentasinya sebesar (12%). Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat dari diagram berikut:

Diagram IV.4 Karakteristik Pendidikan Terakhir Narasumber



Sumber: Data diolah oleh peneliti

Dari diagram diatas, dapat diketahui urutan narasumber paling banyak hingga paling sedikit narasumber yang di wawancarai berdasarkan karakteristik pendidikan terakhirnya yaitu, urutan pertama dengan potongan pie berwarna kuning yaitu pelaku usaha dengan pendidikan terakhir SMA/SMK yang jumlahnya sebanyak 7 pelaku usaha dengan presentasinya sebesar (41%), urutan kedua dengan potongan pie berwarna abu-abu yaitu pelaku usaha dengan pendidikan terakhir SMP yang jumlahnya sebanyak 5 pelaku usaha dengan presentasinya sebesar (29%), urutan yang ketiga dan keempat dengan potongan pie berwarna orange yaitu pelaku usaha dengan pendidikan terakhir SD dan Sederajat dan berwarna hijau yaitu pelaku usaha dengan pendidikan terakhir sarjana memiliki jumlah yang sama yaitu 2 pelaku usaha dengan presentasinya sebesar (12%), urutan yang kelima dengan potongan pie berwarna biru yaitu pelaku usaha dengan

pendidikan diploma yang jumlahnya sebanyak 1 pelaku usaha dengan presentasinya sebesar (6%), dan urutan yang terakhir atau keenam dengan potongan pie berwarna biru muda yaitu pelaku usaha dengan pendidikan terakhir tidak tamat SD yang jumlahnya sebanyak 0 pelaku usaha dengan presentasinya sebesar (0%) atau tidak ada pelaku usaha yang diteliti oleh peneliti dengan pendidikan terakhirnya tidak tamat SD.

2.5 Persebaran Wilayah Usaha

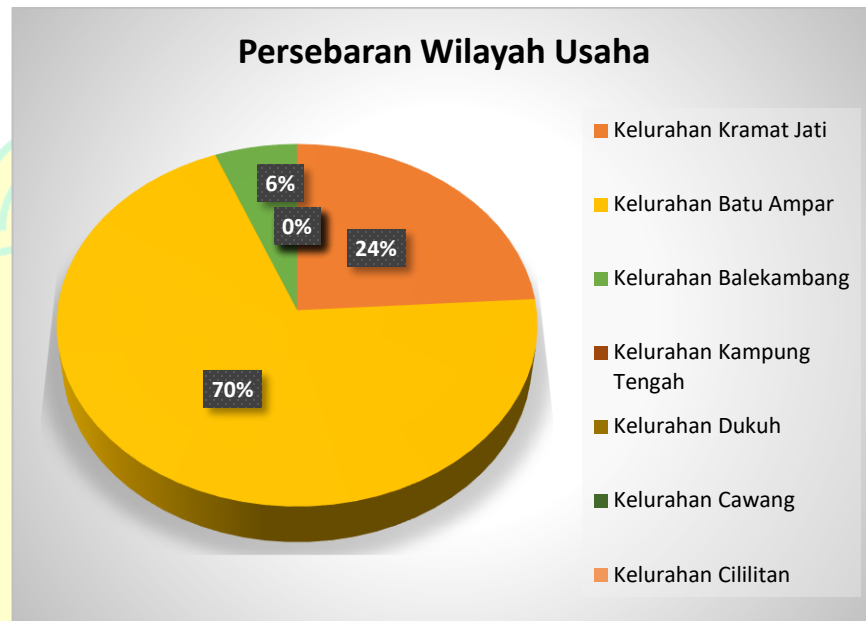
Tabel IV.5 Persebaran Wilayah Usaha

No.	Wilayah Usaha	Jumlah	Presentase
1.	Kelurahan Kramat jati	4	24 %
2.	Kelurahan Batu Ampar	12	70 %
3.	Kelurahan Balekambang	1	6 %
4.	Kelurahan Kampung Tengah	0	0 %
5.	Kelurahan Dukuh	0	0 %
6.	Kelurahan Cawang	0	0 %
7.	Kelurahan Cililitan	0	0 %
Total		17	100%

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Dari tabel diatas, berdasarkan persebaran wilayah usahanya terdapat 4 usaha kuliner di Kelurahan Kramat Jati (24%), 12 usaha kuliner di Kelurahan Batu Ampar (70%), 1 usaha kuliner di Kelurahan Balekambang (6%), dan 0 usaha kuliner di Kelurahan Kampung Tengah, Kelurahan Dukuh, Kelurahan Cawang, dan Kelurahan Cililitan (0%). Pemilihan lokasi penelitian tersebut berdasarkan kriteria Narasumber yang telah di sebutkan di atas.

Diagram IV.5 Persebaran Wilayah Usaha



Sumber: Data diolah oleh peneliti

Dari diagram diatas terlihat jelas bahwa wilayah Kelurahan Batu Ampar merupakan wilayah usaha yang paling banyak diteliti oleh peneliti yaitu sebanyak 12 usaha atau persentasenya sebesar (70%), sedangkan wilayah Kelurahan Dukuh, Cawang, dan Cililitan merupakan wilayah usaha yang paling sedikit diteliti atau tidak ada usaha yang diteliti yaitu sebanyak 0 usaha atau dalam persentasenya sebesar (0%). Pada saat penelitian, peneliti sedikit sulit untuk menemukan usaha-usaha yang menggunakan fintech di wilayah tempat tinggal dan karena masa pandemi Covid-19 dimana peneliti tidak dapat mencari tempat usaha yang letaknya jauh dari tempat tinggal tetapi masih wilayah Kecamatan Kramat Jati. Hal itu dapat dilihat dari

diagram di atas. Bahwa jumlah usaha yang menggunakan fintech paling banyak ada di wilayah Kelurahan Batu Ampar.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian berupa kutipan wawancara yang menjelaskan jawaban Narasumber mengenai peran fintech dalam meningkatkan daya saing UMKM subsektor kuliner di wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur. Dan juga disajikan bagaimana strategi untuk meningkatkan daya saing UMKM subsektor kuliner di wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur dengan menggunakan analisis SWOT.

1. Peran Fintech Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Subsektor Kuliner di Wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur

1.1 Daya Saing UMKM Subsektor Kuliner di Wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur

Ekonomi kreatif subsektor kuliner merupakan kegiatan persiapan, pengolahan, penyajian produk makanan dan minuman yang menjadikan unsur kreativitas, estetika, tradisi, dan/atau kearifan lokal sebagai elemen terpenting dalam meningkatkan cita rasa dan nilai produk tersebut, untuk menarik daya beli dan memberikan pengalaman bagi konsumen (Lazuardi & Triady, 2015).

Daya Saing UMKM adalah tingkat kemampuan suatu usaha memproduksi barang yang dibutuhkan pasar dalam kondisi persaingan

bebas dan adil serta kemampuan untuk mempertahankan dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Untuk mengukur daya saing UMKM dalam penelitian ini dilihat dari beberapa indikator. Berikut indikator-indikator yang digunakan peneliti untuk mengukur daya saing UMKM yaitu:

1. Ketersediaan Modal

Ketersediaan modal merupakan modal awal yang digunakan untuk membantu memproduksi barang baru yang dibutuhkan manusia dengan tujuan dijual untuk memperoleh keuntungan.

Ketersediaan modal yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bagaimana ketersediaan modal pelaku UMKM dan berapa jumlah modal awal pelaku UMKM untuk mendirikan usahanya. Ketersediaan modal dan jumlah modal awal yang digunakan oleh pelaku UMKM dalam penelitian ini berbeda-beda tergantung dari lama usaha atau tahun berapa usaha tersebut didirikan. Berikut datanya:

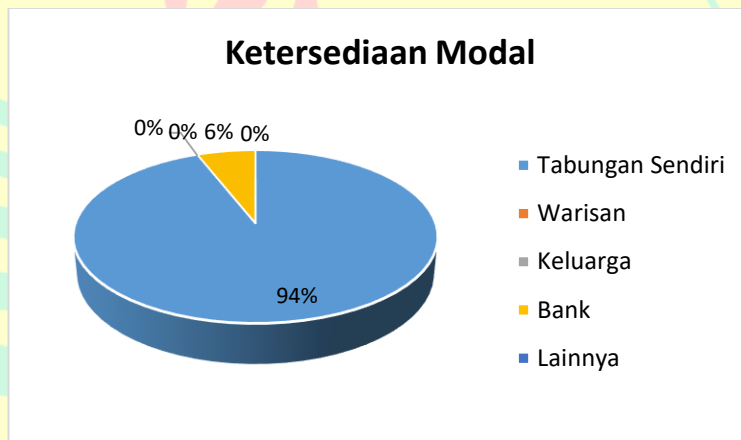
Tabel IV.6 Ketersediaan Modal Pelaku UMKM

No.	Ketersediaan Modal	Jumlah	Presentase
1.	Tabungan Sendiri	16	94 %
2.	Warisan	0	0 %
3.	Keluarga	0	0 %
4.	Bank	1	6 %
5.	Lainnya	0	0 %
Total		17	100%

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Tabel diatas menunjukkan bahwa dari 17 narasumber berdasarkan ketersediaan modal terdapat 16 usaha yang menggunakan tabungan sendiri (94%) dan 1 usaha yang menggunakan pinjaman bank (6%) dalam membangun usahanya. untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari diagram berikut:

Diagram IV.6 Ketersediaan Modal Pelaku UMKM



Sumber: Data diolah oleh peneliti

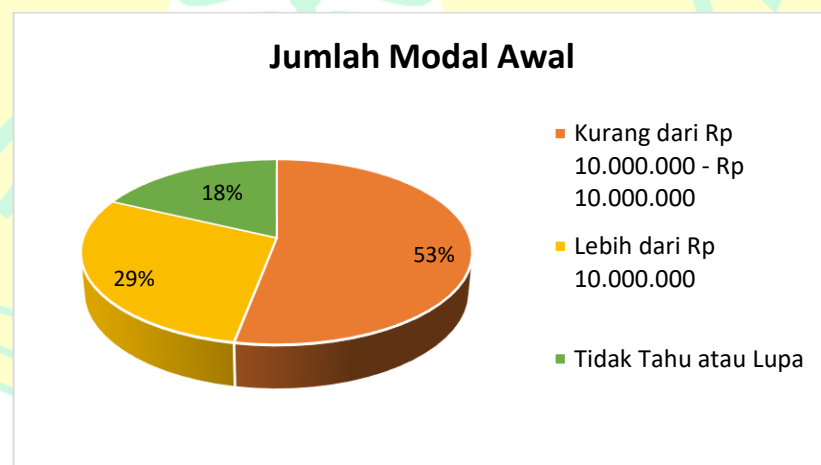
Dari diagram diatas terlihat jelas bahwa berdasarkan ketersediaannya modalnya, pelaku UMKM paling banyak menggunakan tabungannya sendiri seperti yang ditunjukkan pada potongan pie berwarna biru yang persentasenya sebesar (94%) dan pada potongan pie berwarna kuning menunjukkan pelaku UMKM menggunakan pinjaman bank sebagai ketersediaan modal untuk membangun usahanya dengan persentase sebesar (6%).

Tabel IV.7 Jumlah Modal Awal Pelaku UMKM

No.	Jumlah Modal Awal	Jumlah	Persentase
1.	Kurang dari Rp 10.000.000 – Rp 10.000.000	9	53 %
2.	Lebih dari Rp 10.000.000 (kurang dari Rp 50.000.000)	5	29 %
3.	Tidak Tahu atau Lupa	3	18 %
Total		17	100%

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Berdasarkan 17 usaha kuliner yang diteliti, terdapat 9 usaha kuliner yang memiliki modal usaha kurang dari Rp 10.000.000 – Rp 10.000.000 (53%), 5 usaha kuliner yang memiliki modal usaha lebih dari Rp 10.000.000 (29%), dan 3 usaha kuliner yang tidak tahu atau lupa berapa modal awal pelaku membangun usahanya (18%). Untuk lebih jelas dapat dilihat dari diagram dibawah ini:

Diagram IV.7 Jumlah Modal Awal Pelaku UMKM

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Berdasarkan jumlah modal awalnya, 17 pelaku UMKM yang diteliti terbagi menjadi 3 yaitu usaha dengan jumlah modal awalnya kurang dari Rp 10.000.000 – Rp 10.000.000, usaha dengan jumlah modal awalnya lebih dari Rp 10.000.000, dan usaha yang tidak tahu atau lupa jumlah modal awal untuk membangun usahanya. Pelaku UMKM yang tidak tahu atau lupa jumlah modal awal mereka membangun usaha tersebut dikarenakan sudah lama mereka membangun usaha tersebut. Hal ini seperti yang diutarakan oleh (Sayuti, 2020):

“Modal awal dulu itu berapa nak? Masih murah-murah. Modal awalnya... ya berapa nak? Masih murah yo. Pak harto kan masih murah-murahnya. Gak tau berapa.”

Setelah peneliti melihat kembali hasil catatan wawancara dengan Ibu Sayuti, tahun berdirinya usaha ibu sayuti adalah tahun 1996.

Hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang peneliti jadikan narasumber termasuk dalam kelompok mikro, dilihat dari modal awal atau aset pelaku UMKM yaitu kurang dari Rp 50.000.000. Dan kebanyakan sumber dana untuk membangun usaha kuliner tersebut dengan tabungan sendiri.

2. Ketersediaan Informasi

Ketersediaan informasi merupakan data atau informasi yang sudah ada dan diolah menjadi acuan untuk memudahkan dan

bermanfaat bagi masyarakat atau orang lain dalam menerima informasi.

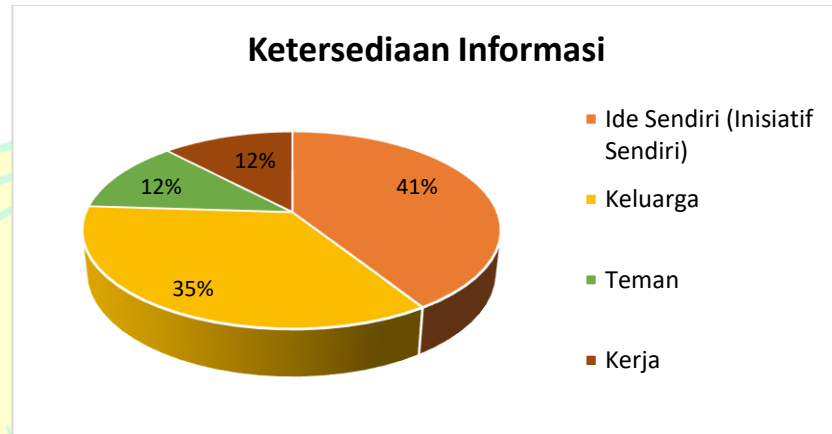
Ketersediaan informasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah informasi yang didapatkan untuk membangun usaha. Ketersediaan informasi yang dimiliki narasumber tentunya juga berbeda-beda, seperti dari keluarga, teman, dan ide sendiri (inisiatif sendiri). Berikut datanya:

Tabel IV.8 Ketersediaan Informasi Pelaku UMKM

No.	Ketersediaan Informasi	Jumlah	Presentase
1.	Ide Sendiri (Inisiatif Sendiri)	7	41 %
2.	Keluarga	6	35 %
3.	Teman	2	12 %
4.	Kerja	2	12 %
Total		17	100%

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Berdasarkan 17 usaha kuliner yang diteliti terdapat berbagai ketersediaan informasi dalam membangun usaha. Terdapat 7 usaha kuliner yang mendapatkan informasi untuk membangun usaha dari ide sendiri (41%), 6 usaha kuliner mendapatkan informasi dari keluarga (35%), 2 usaha kuliner mendapatkan informasi dari teman (12%), dan 2 usaha kuliner mendapatkan informasi dari tempat bekerjanya dahulu (12%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari diagram berikut ini:

Diagram IV.8 Ketersediaan Informasi Pelaku UMKM

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Berdasarkan ketersediaan informasinya, dari 17 pelaku UMKM yang diteliti terbagi menjadi 4 yaitu usaha yang mendapatkan informasi dari ide sendiri atau inisiatif sendiri, usaha yang mendapatkan informasi dari keluarga, usaha yang mendapatkan informasi dari teman, dan usaha yang mendapatkan informasi dari tempat kerjanya dahulu.

Hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa pelaku UMKM membangun usahanya dari ide sendiri atau inisiatif sendiri. Seperti yang dikatakan oleh (Ramadhan, 2020):

“Iya, sendiri. Banting setir, after udah gak kerja gitu.”

Setelah melakukan wawancara kepada pak Ramadhan, ternyata beliau baru membuka atau membangun usahanya tahun ini karena beliau sudah tidak kerja.

3. Ketersediaan Teknologi

Ketersediaan teknologi merupakan tersedianya keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang yang diperlukan bagi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia.

Ketersediaan teknologi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah teknologi yang dimiliki oleh pelaku UMKM. Teknologi yang digunakan oleh para pelaku UMKM kebanyakan adalah handphone atau gawai atau telepon genggam. Karena mereka menerapkan sistem pembayaran non tunai dimana pasti menggunakan gawai sebagai medianya. Uang elektronik yang digunakan oleh para pelaku UMKM yaitu gopay, ovo, dana. Selain sangat praktis karena dapat digunakan melalui hp saja tetapi juga karena cepat dan lancar dalam pengaplikasiannya.

4. Keahlian Pengusaha

Keahlian pengusaha merupakan keahlian atau keterampilan yang dimiliki oleh orang yang menjalankan kegiatan usaha baik usaha jual-beli maupun usaha produksi yang tujuan utamanya mendapatkan keuntungan dan berani menanggung resiko yang akan terjadi dalam kegiatan usahanya.

Keahlian pengusaha yang dimaksud dalam penelitian ini adalah memasak atau mengolah makanan yang mereka jual, karena mereka

para pelaku UMKM subsektor kuliner. Seperti yang dikatakan oleh (Min, 2020):

“Masak lah, yo orang dapur ya masak.”

Pernyataan Mas Min tersebut juga didukung oleh pernyataan (Desti, 2020):

“Masak sih, karna kita catering ya. masak ya, karna kita kuliner.”

Tetapi juga ada yang dapat melakukan branding dan marketing, yaitu (Ramadhan, 2020):

“Masak, branding, sama ya itu sih marketingnya.”

5. Wawasan Bisnis

Wawasan bisnis merupakan cara pandang atau cara melihat dalam menggambarkan semua aktifitas dan intstitusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari untuk memenuhi kebutuhan dan memperoleh keuntungan melalui transaksi.

Wawasan bisnis yang dimaksud dalam penelitian ini adalah cara pandang para pelaku UMKM dalam melihat suatu usaha atau bisnis yang mereka bangun atau rintis. Setelah melakukan wawancara, pengetahuan para pelaku UMKM mengenai wawasan bisnis rata-rata bisnis itu makanan, jualan, dan menjadi mata pencaharian. Seperti yang dikatakan oleh (Sayuti, 2020):

“Makanan. Taunya Cuma makanan, jualan gitu loh nak.”

Pernyataan tersebut didukung oleh (Desti, 2020):

“Ya taunya bisnisnya kan catering ya. catering dan kuliner.”

Dan juga pernyataan dari (Jasmin, 2020):

“Yang diketahui bisnis jadi mata pencaharian utama.”

6. Perilaku Inovatif

Perilaku inovatif merupakan perilaku atau tindakan individu yang mampu menciptakan ide-ide baru, produk, pemecahan masalah dan teknologi-teknologi yang berguna di dalam pekerjaan, kelompok atau organisasi.

Perilaku inovatif yang dimaksud dalam penelitian ini adalah inovasi yang dilakukan oleh para pelaku UMKM baik dalam makanan, kemasan, dan lain-lain untuk diterapkan dalam usahanya. Hal ini pun disampaikan oleh pelaku UMKM dalam berinovasi yaitu (Desti, 2020):

“Bikin menu baru, jadi selalu bikin menu baru gitu. Terus ciptain kreasi apa namanya? Cateringnya gitu. Terus sama kita marketing cateringnya gitu, promosi intinya gitu.”

Dan juga disampaikan oleh (Wijaya, 2020):

“Kebersihan sih ya. kebersihan sama apa kualitas makanan udah itu aja sih. Sama kemasan sih, packaging. Packaging orang makan di tempat.”

Didukung oleh pernyataan (Fardiansyah, 2020):

“Paling kemasan, produk, sama menu terbaru.”

7. Pangsa Pasar

Pangsa pasar merupakan sebuah strategi pemasaran yang mencakup sasaran pasar yang luas menjadi kumpulan dari beberapa bagian kecil diantaranya konsumen, bisnis ataupun negara yang mempunyai kebutuhan umum atau sebuah kepentingan dan memiliki prioritas dan kemudian merancang sebuah strategi untuk menjadikannya sasaran.

Pangsa pasar yang dimaksud dalam penelitian ini adalah target dalam tingkat penjualan yang dipakai sebagai indikator oleh pelaku UMKM dalam mengukur tingkat keberhasilan usahanya. Setelah melakukan wawancara, rata-rata para pelaku UMKM belum mencapai target dalam tingkat penjualannya.

8. Volume penjualan

Volume penjualan merupakan ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual.

Volume penjualan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jumlah penjualan dari usaha para pelaku UMKM baik sebelum maupun selama Pandemi Covid-19, apakah sudah mencapai target atau belum.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebelum adanya pandemi Covid-19, volume penjualan para pelaku UMKM sudah mencapai target. Akan tetapi, selama pandemi Covid-19 volume penjualan

para pelaku UMKM menurun bahkan sampai menurun drastis hampir mencapai 50%. Seperti yang dikatakan oleh (Jasmin, 2020):

“Tiap bulan, udah sih. Pemasukannya lebih. (kalo selama pandemi, mas?) menurun, menurun drastis lah.”

Pernyataan tersebut didukung oleh (Emi, 2020):

“Tahun, udah. (kalau selama pandemi, mbak?) menurun, hampir 50% lenyap.”

1.2 Financial Technology (Fintech) di UMKM Subsektor Kuliner di Wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur

Financial Technology (Fintech) adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan penggunaan teknologi keuangan yang inovatif dan kreatif untuk merancang dan memberikan produk serta layanan keuangan secara efisien kepada penggunaannya.

Fintech di masyarakat tidak hanya sebatas membantu pembiayaan modal pelaku usaha, peranan fintech juga sudah merambah ke berbagai aspek yang dimana dapat membantu masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya seperti pembayaran, pinjaman, dan masih banyak lagi layanan yang disediakan oleh fintech itu sendiri. Seperti UMKM yang memanfaatkan fintech sebagai pembiayaan modal untuk usaha, selain itu UMKM juga memanfaatkan fintech sebagai inovasi untuk metode pembayaran yang diterapkan dalam usahanya. Berikut indikator-indikator yang digunakan peneliti untuk melihat penerapan fintech di UMKM yaitu:

1. Mekanisme penerapan fintech dan yang dirasakan setelah menerapkan fintech

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mekanisme penerapan fintech sebagai sarana *e-payment* pada tempat usaha para pelaku UMKM itu mudah. Dan yang mereka rasakan setelah menerapkan teknologi ini yaitu melakukan transaksi jual beli menjadi lebih efektif, praktis, dan tidak ribet. Hal ini disampaikan oleh (Min, 2020):

“GoPay. Ya ... Lancar. Ibaratnya gak ada beban sih. Ya langsung masuk ke rekening.”

Dan juga pernyataan dari (Arifin, 2020):

“Transfer. Praktis ya. Praktis, gak ribet.”

Pernyataan mereka juga didukung oleh (Jasmin, 2020):

“Dia lebih efektif sih sebenarnya. Jadi bisa beli gak harus langsung datang ke tempatnya.”

Dan juga pernyataan dari (Afrizal, 2020):

“Di OVO enak nya atau gak gopay enak nya, dia langsung masuk ke rekening. Cuma orang-orang nyarinya sekarang banyak ke OVO karena di OVO sini pake apa namanya ada cashback nya. Cuma semenjak awal corona, cashback nya udah gak ada jadi orang-orang sekarang juga jarang pakai OVO. Enak nya bisa langsung masuk rekening aja sih. (tapi penjualannya gimana semenjak pakai OVO?) sama aja sih. (apa yang dirasakan setelah menggunakan OVO itu?) sama aja sih, gak ada bedanya sih. Cuma apa namanya jadi cuma langsung masuk ke rekening itu aja.”

2. Karakteristik lingkungan pekerjaan dan bisnis setelah menerapkan fintech

Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik lingkungan pekerjaan dan bisnis setelah menerapkan fintech rata-rata mengalami perubahan baik dalam penghasilan maupun laporan keuangannya. Seperti yang disampaikan oleh (Emi, 2020):

“Laporan uangnya jadi beda, hasilnya juga lebih banyak.”

Hal tersebut juga disampaikan oleh (Jasmin, 2020):

“Laporan keuangannya dibedain.”

Pernyataan tersebut didukung oleh pernyataan (Arifin, 2020):

“Ya berubah, mbak. Ada perubahan juga. Kalo pake gopay gitu kan, yang jauh bisa sampe sini.”

3. Keadaan lingkungan organisasi setelah menerapkan fintech

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keadaan lingkungan organisasi setelah menerapkan teknologi bermacam-macam, ada yang mengalami perubahan dan ada juga yang tidak mengalami perubahan.

Perubahan yang terjadi dalam usaha pelaku UMKM disebabkan mereka memiliki karyawan, jadi para pelaku UMKM harus mengedukasi terlebih dahulu para karyawan bagaimana cara menggunakan teknologi yang mereka terapkan dalam usaha mereka.

Seperti yang dikatakan oleh (Wijaya, 2020):

“(ada karyawannya, ko?) *Ada ini.* (bagian masak-masak atau gimana, ko?) *saya, gantian-gantian kadang.*”

Pernyataan tersebut didukung oleh (Emi, 2020):

“Ada, semakin banyak temen. Jadi semakin banyak akrab, kenal.”

Dan yang tidak mengalami perubahan di sebabkan mereka tidak memiliki karyawan, hanya dibantu oleh anak atau anggota keluarganya sendiri. Seperti yang dikatakan oleh (Afrizal, 2020):

“Gak ada sih, cuman kalo ibu masih belum paham aja sih kalo pakai OVO.”

Pernyataan tersebut juga didukung oleh (Arifin, 2020):

“Gak ada sih, sama aja.”

4. Pengetahuan tentang fintech sebagai sarana *e-payment*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan para pelaku UMKM mengenai fintech sebagai sarana *e-payment* rata-rata sudah paham dan sudah mengetahuinya. Dan juga tidak mengganggu metode konvensional. Seperti yang dikatakan oleh (Min, 2020):

“Taunya bayar doang, apa aja bisa gitu. (apa mengganggu metode konvensional, mas?) kalo ganggu, gak.”

Pernyataan tersebut didukung oleh (Arifin, 2020):

“Kalo menurut saya sih, pengetahunnya ini buat menjangkau orang yang dari jauh ya mbak ya. Kebanyakan mainnya food kan. Yang jauh gak ribet kesini, tapi bisa didapet gitu. (apa mengganggu metode konvensional, mas?) gak sih, mbak ya. Lancar aja.”

Dan juga didukung oleh (Wijaya, 2020):

“Ya lebih simple aja gitu kali. (menggangu metode konvensional nya tidak, ko?) gak ah, gak ganggu.”

5. Dampak terhadap bisnis

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan adanya fintech dalam usaha para pelaku UMKM, memberikan dampak terhadap usaha mereka. Ada yang berdampak terhadap keuangan dalam usaha mereka, seperti yang dikatakan oleh (Desti, 2020):

“Dampaknya sih itu keuangannya jadi stabil terus pembayarannya juga lancar dari GoPay sama OVO.”

Pernyataan tersebut didukung oleh (Fardiansyah, 2020):

“Ya ada, terbantu sih. Dampaknya terbantu.”

Dan ada juga yang berdampak dari sisi antriannya, seperti yang disampaikan oleh (Wijaya, 2020):

“Oh GoPay, masih ada aja sih, ngantri sih.”

Pernyataan tersebut didukung oleh (Jasmin, 2020):

“Kalo gojek kebanyakan kan telfon dulu ya, telfon dulu, pesen, baru dia setelah sampai disini tuh pesenan udah jadi. Dalam arti gak sih, karna dia antrinya udah lewat telfon sih ya. Jadi ya kita antrinya sesuai dari situ lah.”

Dan didukung juga oleh (Emi, 2020):

“..... semenjak pake gopay sekarang antri, banyak pesenan.”

6. Sikap lingkungan terhadap fintech

Hasil penelitian menunjukkan bahwa para pelaku UMKM senang dengan adanya fintech. Seperti yang disampaikan oleh (Afrizal, 2020):

“Pakai OVO enak-enak aja sih, cuman apa namanya... kekurangannya mungkin lebih enak kalo udah daftar di grab juga sih, jadi bareng OVO sama grab.”

Pernyataan tersebut didukung oleh (Desti, 2020):

“Banyak ordernya. Orang kan gak tau daerah masuk sini ya. Kalo orang mungkin pinggir jalan, orang kan lewat bisa sekalian beli. Kalo sini kan kita by online, kita maksudnya pesen kita buatin masakan, jadi langsung gitu.”

Dan juga didukung oleh (Emi, 2020):

“Customernya bagus-bagus sih ngasih ratingnya. Alhamdulillah masih dipercaya sama customer.”

7. Hal positif (keuntungan) dan negatif (kesulitan) setelah menerapkan fintech

Hasil menunjukkan bahwa lebih banyak hal positif (keuntungan) yang didapatkan oleh pelaku UMKM dibandingkan dengan hal negatif (kesulitan) setelah menerapkan teknologi. Seperti yang dikatakan oleh (Wijaya, 2020):

“Lebih cepet aja sih terusnya jg tingkat dagangan jadi cepet laku gitu lah. (kalau dari segi promosinya gimana, ko?) promosi .. kalo untuk grab sih, oke sih. Kalo gojek, kurang.”

Pernyataan tersebut didukung oleh (Arifin, 2020):

“Bisa buat nambah penghasilan. (kalau dari segi promosi, mas?) dari segi promosi, bisa menguntungkan.”

Dan didukung juga oleh (Emi, 2020):

“Keuntungannya berlebih sekarang, tadinya 50% jadi 80%. Alhamdulillah lah semenjak pake gopay. (kalau dari segi promosinya, mbak?) ya, promosi terus setiap hari mah kita. Setiap hari kita ngadain promosi. (itu dari gojeknya atau dari mbaknya?) dari kitanya.”

Sedangkan kesulitan setelah menerapkan teknologi adalah saat menerima orderan banyak kadang tidak terkendali, suka error, sinyal, dll. Seperti yang disampaikan oleh (Desti, 2020):

“Kalo itu sih, terima makanan sekali banyak. Kita bener-bener ini apa? dikejar deadline, belum ke gojeknya itu sih.”

Dan juga pernyataan dari (Wijaya, 2020):

“Kadang-kadang suka error, kadang-kadang doang.”

Pernyataan tersebut didukung oleh (Ramadhan, 2020):

“Kesulitan online? Kesulitan online ya balik lagi sih karna teknologi, sinyal mempengaruhi kan. Misalkan lagi melayani offline, tidak mendengar online nya gitu.”

Dan juga didukung oleh pernyataan dari (Arifin, 2020):

“Gak ada. sinyal diperbaharui.”

Analisis SWOT

a. Matriks IFAS

Faktor-faktor yang menyusun matriks IFAS adalah faktor-faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan. Faktor kekuatan pada UMKM subsektor kuliner di wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur terdiri dari:

1. Menjaga cita rasa pada produk
2. Menjaga mutu (kualitas bahan makanan, dll)
3. Sistem pembayaran dan pemasaran yang berbasis teknologi
4. Adanya kegiatan promosi
5. Harga produk terjangkau
6. Memiliki kemasan sendiri
7. Pelayanan sesuai harapan konsumen
8. Lama berdirinya usaha

Faktor kelemahan terdiri dari:

1. Kurangnya tenaga kerja
2. Lokasi kurang strategis
3. Makanan tidak tahan lama

Berdasarkan hasil perhitungan matriks IFAS terlihat bahwa faktor kekuatan yang menduduki peringkat pertama dengan nilai tertimbang (1,04) adalah sistem pembayaran dan pemasaran yang berbasis teknologi. Sistem pembayaran dan pemasaran yang berbasis

teknologi akan membuat usaha pelaku UMKM berdaya saing dan memiliki nilai tambah hingga menarik minat masyarakat untuk membeli.

Tabel IV.9 Hasil Analisis Matriks IFAS

No.	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor (Bobot X Rating)
	Kekuatan			
1.	Menjaga cita rasa pada produk	0,18	4	0,72
2.	Menjaga mutu (kualitas bahan makanan, dll)	0,08	4	0,32
3.	Sistem pembayaran dan pemasaran yang berbasis teknologi	0,26	4	1,04
4.	Adanya kegiatan promosi	0,04	3	0,12
5.	Harga produk terjangkau	0,08	4	0,32
6.	Memiliki kemasan sendiri	0,06	3	0,18
7.	Pelayanan sesuai harapan konsumen	0,06	3	0,18
8.	Lama berdirinya usaha	0,06	3	0,18
Total Kekuatan				3,06
No.	Kelemahan	Bobot	Rating	Skor (Bobot X Rating)
1.	Kurangnya tenaga kerja	0,08	1	0,08
2.	Lokasi kurang strategis	0,06	2	0,12
3.	Makanan tidak tahan lama	0,04	2	0,08
Total Kelemahan				0,28
TOTAL		1,00		3,34

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Pada faktor kelemahan, yaitu lokasi kurang strategis memiliki nilai tertimbang tertinggi (0,12). Hal ini ditunjukkan oleh pengembangan usahanya bobot skor total (3,34), UMKM subsektor

kuliner di wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur memiliki posisi internal yang kuat.

b. Matriks EFAS

Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor eksternal terdiri dari peluang dan ancaman. Peluang terdiri dari:

1. Pelanggan baru yang selalu meningkat
2. Nama merek menjadi terkenal
3. Mengikuti perkembangan teknologi

Faktor ancaman terdiri dari:

1. Munculnya pesaing-pesaing usaha sejenis

Tabel IV.10 Hasil Analisis Matriks EFAS

No.	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor (Bobot X Rating)
	Peluang			
1.	Pelanggan baru yang selalu meningkat	0,35	3	1,05
2.	Nama merek menjadi terkenal	0,10	2	0,2
3.	Mengikuti perkembangan teknologi	0,10	2	0,2
Total Peluang				1,45
No.	Ancaman	Bobot	Rating	Skor (Bobot X Rating)
1.	Munculnya pesaing-pesaing usaha sejenis	0,45	4	1,8
Total Ancaman				1,8
TOTAL		1,00		3,25

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Berdasarkan hasil perhitungan matriks EFAS pada tabel IV.10 dapat dilihat bahwa faktor peluang yang menduduki peringkat pertama dengan nilai tertimbang (1,05) adalah pelanggan baru yang selalu meningkat. Dengan adanya pelanggan baru yang selalu meningkat ini, pendapatan UMKM subsektor kuliner di wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur menjadi meningkat juga.

Pada faktor ancaman, faktor munculnya pesaing-pesaing usaha sejenis dengan nilai tertimbang (1,8) dan menjadi ancaman satu-satunya bagi UMKM subsektor kuliner di wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur. Bobot skor total (3,25) menunjukkan bahwa UMKM subsektor kuliner di wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur memiliki potensi eksternal kuat.

c. Matriks Internal Eksternal (IE)

Matriks Internal Eksternal (IE) merupakan matriks yang menggabungkan bobot skor pada matriks IFAS dan EFAS untuk melihat posisi sel UMKM subsektor kuliner di wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur. Berdasarkan matriks IFAS yang menunjukkan skor sebesar (3,34) dan matriks EFAS yang menunjukkan skor sebesar (3,25) maka dibuatlah matriks faktor internal eksternal untuk mengetahui posisi strategi apa yang harus dilakukan oleh pelaku UMKM subsektor kuliner di wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur.

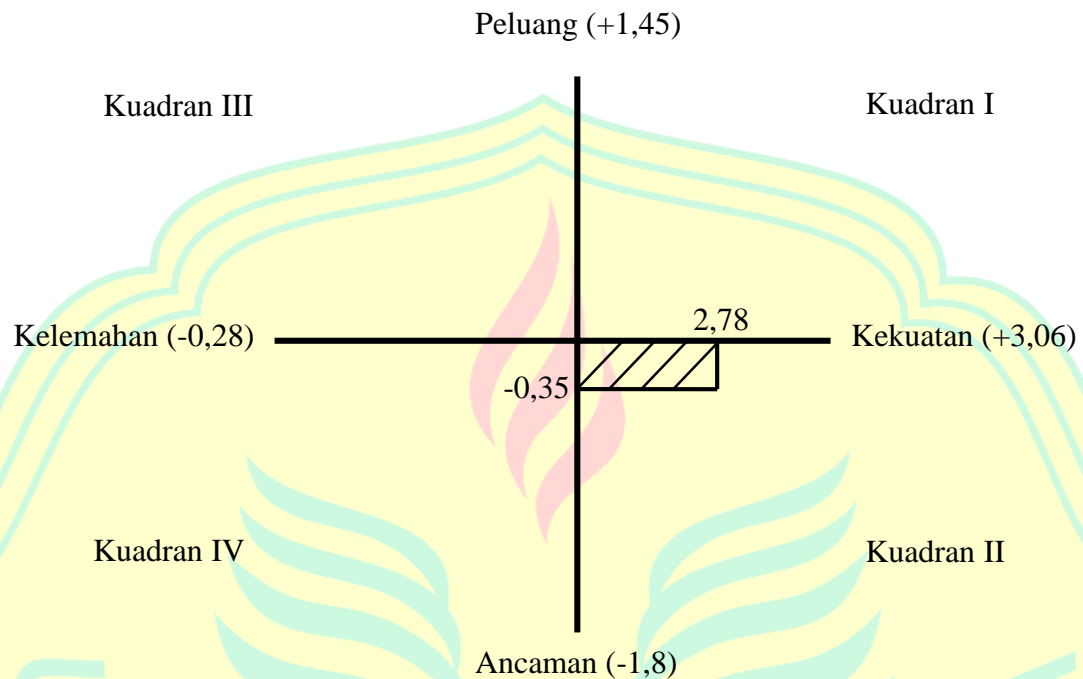
dapat dicapai dengan cara menurunkan harga, mengembangkan produk baru, menambah kualitas produk atau jasa, atau meningkatkan akses ke pasar yang lebih luas. Usaha yang dapat dilakukan adalah dengan cara meminimalkan biaya (*minimize cost*) sehingga dapat meningkatkan profit.

d. Diagram SWOT

Berdasarkan hasil dari tabel Matriks IFAS (IV.9) dan tabel Matriks EFAS (IV.10) diketahui bahwa nilai IFASnya adalah 3,34 yang berarti UMKM subsektor kuliner di wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur berada di posisi kuat dalam usahanya menjalankan strategi memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi kelemahan.

Dan nilai EFASnya adalah 3,25 yang berarti bahwa UMKM subsektor kuliner di wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur berada di posisi kuat dalam usahanya untuk menjalankan strategi memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman.

Selanjutnya nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci kekuatan (3,06), kelemahan (0,28), peluang (1,45), ancaman (1,8). Maka diketahui selisih total skor faktor kekuatan dan kelemahan adalah (+) 2,78, sedangkan selisih total skor faktor peluang dan ancaman adalah (-) 0,35. Dibawah ini merupakan gambar diagram SWOT:



Gambar IV.10 Diagram Cartesius Analisis SWOT

Dari gambar diagram cartesius diatas, sangat jelas menunjukkan bahwa UMKM subsektor kuliner di wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur berada pada kuadran kedua, yaitu kuadran strategi diversifikasi dimana kuadran ini menandakan bahwa meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar). Jika strategi ini diterapkan dapat meningkatkan daya saing UMKM subsektor kuliner di wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur.

e. Matriks Analisis SWOT

Matriks SWOT merupakan alat yang dipakai untuk mengukur faktor-faktor strategi perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dimiliki. Matriks ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV. 11 Matriks Analisis SWOT

	<i>STRENGTH</i>	<i>WEAKNESS</i>
IFAS EFAS	1. Menjaga cita rasa pada produk 2. Menjaga mutu (kualitas bahan makanan, dll) 3. Sistem pembayaran dan pemasaran yang berbasis teknologi 4. Adanya kegiatan promosi 5. Harga produk terjangkau 6. Memiliki kemasan sendiri 7. Pelayanan sesuai harapan konsumen 8. Lama berdirinya usaha	1. Kurangnya tenaga kerja 2. Lokasi kurang strategis 3. Makanan tidak tahan lama
<i>OPPORTUNITY</i>	<i>STRATEGI SO</i>	<i>STRATEGI WO</i>
1. Pelanggan baru yang selalu meningkat	1. Dengan menjaga cita rasa produk dan menjaga mutu produk dapat meningkatkan pelanggan baru.	1. Menambah tenaga kerja dapat membantu untuk melayani

<p>2. Nama merek menjadi terkenal</p> <p>3. Mengikuti perkembangan teknologi</p>	<p>2. Dengan menggunakan sistem pembayaran dan pemasaran yang berbasis teknologi, adanya promosi, harga produk terjangkau, dan lama berdirinya usaha dapat membuat nama merek menjadi terkenal.</p> <p>2. Memiliki kemasan sendiri dan pelayanan sesuai harapan konsumen dapat dilakukan dengan mengikuti perkembangan teknologi.</p>	<p>pelanggan baru yang selalu meningkat.</p> <p>2. Mengatur tempat usaha menjadi instagramable, walaupun lokasi kurang strategis agar nama merek menjadi terkenal.</p> <p>3. Menggunakan media sosial untuk menjual atau mempromosikan produk agar produk yang dijual cepat laku atau habis di hari itu juga karena makanan tidak tahan lama.</p>
<i>THREAT</i>	<i>STRATEGI ST</i>	<i>STRATEGI WT</i>
<p>1. Munculnya pesaing-pesaing usaha sejenis</p>	<p>1. Menjaga cita rasa, menjaga kualitas bahan makanan, melakukan pelayanan sesuai harapan konsumen, memiliki kemasan sendiri, adanya promosi, harga terjangkau, menggunakan sistem pembayaran dan pemasaran berbasis teknologi, dan lama berdirinya usaha dapat mengalahkan pesaing-pesaing baru dengan usaha sejenis.</p>	<p>1. Memperbaiki kinerja tenaga kerja agar usaha tetap bertahan.</p> <p>2. Memproduksi makanan tidak banyak, tetapi membuat produk baru agar dapat mengalahkan pesaing-pesaing usaha sejenis.</p> <p>3. Membuat tempat usaha menjadi menarik untuk dikunjungi agar tidak kalah saing dengan pesaing-pesaing usaha sejenis.</p>

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Berdasarkan analisa di atas menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kombinasi kedua faktor tersebut ditunjukkan dalam diagram hasil analisis SWOT. Berikut analisa penulis berdasarkan matriks SWOT di atas:

1. Strategi SO (*Strength - Opportunity*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal *strength* dan faktor eksternal *opportunity*, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi SO yang ditempuh oleh para pelaku UMKM subsektor kuliner di wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur yaitu:

- a. Dengan menjaga cita rasa produk dan menjaga mutu produk dapat meningkatkan pelanggan baru.
- b. Dengan menggunakan sistem pembayaran dan pemasaran yang berbasis teknologi, adanya promosi, harga produk terjangkau, dan lama berdirinya usaha dapat membuat nama merek menjadi terkenal.
- c. Memiliki kemasan sendiri dan pelayanan sesuai harapan konsumen dapat dilakukan dengan mengikuti perkembangan teknologi.

2. Strategi ST (*Strength - Threat*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal *strength* dan faktor eksternal *threat*, strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki UMKM untuk mengatasi segala ancaman dari luar. Strategi ST yang ditempuh oleh para pelaku UMKM subsektor kuliner di wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur yaitu:

- a. Menjaga cita rasa, menjaga kualitas bahan makanan, melakukan pelayanan sesuai harapan konsumen, memiliki kemasan sendiri, adanya promosi, harga terjangkau, menggunakan sistem pembayaran dan pemasaran berbasis teknologi, dan lama berdirinya usaha dapat mengalahkan pesaing-pesaing baru dengan usaha sejenis.

3. Strategi WO (*Weakness - Opportunity*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal *weakness* dan faktor eksternal *opportunity*, strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara mengurangi kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan. Strategi WO yang ditempuh oleh para pelaku UMKM subsektor kuliner di wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur yaitu:

- a. Menambah tenaga kerja dapat membantu untuk melayani pelanggan baru yang selalu meningkat.

- b. Mengatur tempat usaha menjadi instagramable, walaupun lokasi kurang strategis agar nama merek menjadi terkenal.
- c. Menggunakan media sosial untuk menjual atau mempromosikan produk agar produk yang dijual cepat laku atau habis di hari itu juga karena makanan tidak tahan lama.

4. Strategi WT (*Weakness - Threat*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal *weakness* dan faktor eksternal *threat*, strategi ini didasarkan pada aktivitas yang sifatnya defensif dan berusaha menghindari kemungkinan adanya ancaman dari luar untuk mengurangi kelemahan UMKM. Strategi WT yang ditempuh oleh para pelaku UMKM subsektor kuliner di wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur yaitu:

- a. Memperbaiki kinerja tenaga kerja agar usaha tetap bertahan.
- b. Memproduksi makanan tidak banyak, tetapi membuat produk baru agar dapat mengalahkan pesaing-pesaing usaha sejenis.
- c. Membuat tempat usaha menjadi menarik untuk dikunjungi agar tidak kalah saing dengan pesaing-pesaing usaha sejenis.

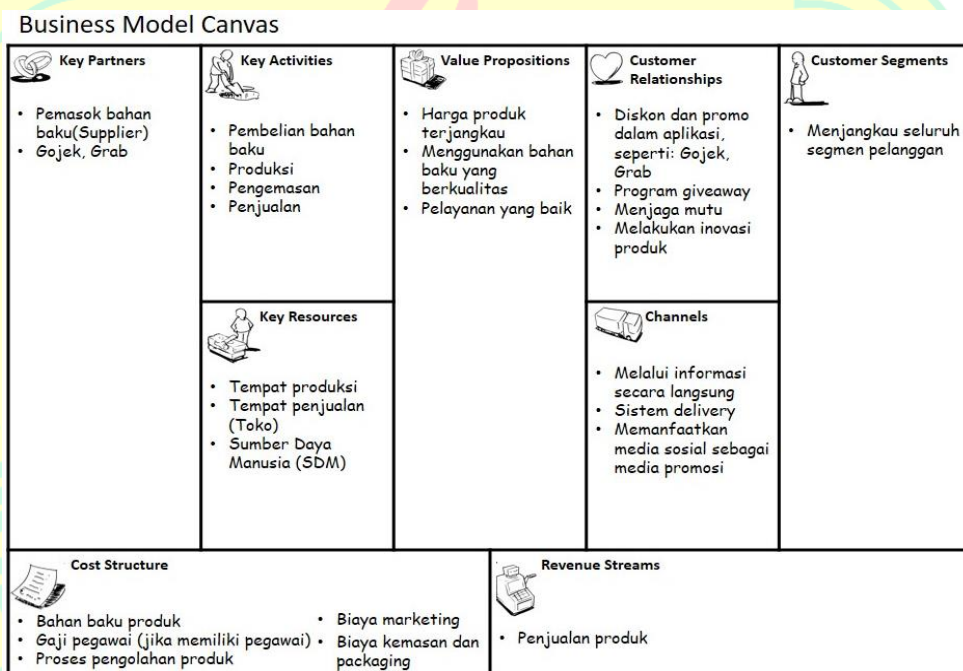
Daya saing sebagai konsep yang berhubungan dengan kemampuan suatu UMKM dalam bersaing dengan UMKM lainnya untuk menciptakan

nilai. Daya saing dapat dibuat maupun ditingkatkan dengan cara menerapkan strategi bersaing yang tepat, salah satunya dengan pengelolaan sumber daya secara efektif dan efisien. Penentuan strategi yang tepat harus disesuaikan dengan seluruh kemampuan dan aktivitas dari fungsi usaha UMKM, sehingga akan menciptakan kinerja sesuai dengan yang diharapkan. Sesuai dengan *Porter's Diamond Theory* terdapat empat faktor utama yang menentukan keunggulan bersaing industri, yaitu kondisi faktor (*factor condition*), kondisi permintaan (*demand condition*), industri terkait dan industri pendukung (*related and supporting industry*), dan struktur, persaingan, dan strategi industri (*firm strategy, structure, and rivalry*).

Dengan analisis SWOT peneliti dapat mengetahui strategi yang digunakan untuk meningkatkan daya saing UMKM subsektor kuliner di wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur. Dari hasil analisis SWOT salah satu faktor yang digunakan pelaku UMKM untuk meningkatkan daya saing adalah teknologi. Teknologi yang digunakan oleh pelaku UMKM subsektor kuliner di wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur adalah *financial technology* (fintech) sebagai sarana pembayaran yang menggunakan handphone atau gawai. Selain penggunaannya yang mudah, cepat, simple, lebih praktis, dan lebih efektif dengan menggunakan fintech juga dapat meningkatkan pelanggan baru dan nama merek yang menjadi terkenal dalam usaha mereka.

Business Model Canvas

Business Model Canvas ini merupakan suatu pengembangan yang diharapkan sebagai alternatif strategi untuk kelangsungan hidup UMKM subsektor kuliner di wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur kedepannya. Berikut pemetaan gambar model bisnis (canvas):



Sumber: Data diolah oleh peneliti

Gambar IV. 11 Bisnis Model Kanvas Pada UMKM

Osterwalder dan Pigneur (2015) membagi Bisnis Model Kanvas menjadi 9 elemen penting yang masing-masing dipisahkan kembali menjadi dua bagian yaitu kanan (sisi kreatif) dan kiri (sisi logis). Berikut hasil analisis 9 elemen Bisnis Model Kanvas UMKM Subsektor Kuliner Di Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur berdasarkan gambar di atas:

1. *Customer Segments* (Segmen Pelanggan)

Bagian ini menjelaskan siapa pelanggan potensial dari produk UMKM Subsektor Kuliner Di Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur. *Customer segments* dari UMKM Subsektor Kuliner Di Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur yaitu menjangkau seluruh segmen pelanggan.

2. *Value Proposition* (Proposisi Nilai)

Bagian ini berisi tentang nilai tambah yang akan membuat bisnis UMKM terlihat menarik dan berbeda dengan bisnis lainnya. *Value Proposition* dari UMKM Subsektor Kuliner Di Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur adalah harga produk terjangkau, menggunakan bahan baku yang berkualitas, dan pelayanan yang baik.

3. *Channels* (Saluran)

Channel adalah media yang bisnis UMKM gunakan untuk menyampaikan solusi yang kamu tawarkan untuk sampai ke konsumen. *Channels* dari UMKM Subsektor Kuliner Di Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur yaitu melalui informasi secara langsung, sistem *delivery* (dengan aplikasi, seperti: Gojek, Grab, dan WhatsApp).

4. *Customer Relationship* (Hubungan dengan Pelanggan)

Jika *channel* lebih banyak menjangkau orang yang belum tahu produk UMKM, maka *customer relationship* adalah kebalikannya. Pelaku UMKM harus tahu bagaimana cara bisnis UMKM bisa tetap berhubungan dengan para pelanggan. *Customer Relationship* dari

UMKM Subsektor Kuliner Di Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur adalah diskon dan promo (dalam aplikasi, seperti: Gojek, Grab), program giveaway, menjaga mutu, dan melakukan inovasi produk.

5. *Revenue Streams* (Arus Penerimaan)

Di bagian revenue, tentu yang perlu di tuliskan adalah produk atau jasa apa saja yang dapat memberikan pemasukan. *Revenue Streams* dari UMKM Subsektor Kuliner Di Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur adalah penjualan produk dari UMKM tersebut.

6. *Key Activities* (Aktivitas Kunci)

Bagian ini adalah bagian yang menjelaskan bagaimana UMKM bisa menciptakan proposisi nilai. *Key Activities* dari UMKM Subsektor Kuliner Di Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur adalah pembelian bahan baku, produksi, pengemasan, dan penjualan.

7. *Key Resources* (Sumber Daya Utama)

Bagian ini merupakan kolom yang akan menjelaskan asset strategis sebuah usaha. Aset ini bisa berupa bahan baku produk, infrastruktur yang dibutuhkan dan sebagainya. *Key Resources* dari UMKM Subsektor Kuliner Di Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur adalah tempat produksi, tempat penjualan (Toko), Sumber Daya Manusia (SDM).

8. *Key Partnerships* (Kemitraan Utama)

Pada bagian ini berisi mitra strategis yang UMKM miliki. Dalam konteks bisnis, mitra bisa berupa supplier, vendor, agensi, dan

sejenisnya. *Key Partnerships* dari UMKM Subsektor Kuliner Di Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur adalah pemasok bahan baku memiliki pelanggan tetap (supplier), Gojek, dan Grab.

9. *Cost Structures* (Struktur Biaya)

Pada bagian terakhir ini berisi biaya apa saja yang dibutuhkan untuk menjalankan keseluruhan aktivitas bisnis. *Cost Structures* dari UMKM Subsektor Kuliner Di Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur yaitu bahan baku produk, gaji pegawai (jika memiliki pegawai), proses pengolahan produk, biaya marketing, serta biaya kemasan dan packaging.

2. Skema Peer to Peer (P2P) Lending Melalui UMKM Menciptakan Pembangunan Inklusif Di Indonesia

Dengan munculnya berbagai inovasi teknologi finansial memiliki pengaruh untuk terciptanya keuangan inklusif yang dapat diakses oleh seluruh masyarakat. Perbedaan kemampuan dalam mengakses kepemilikan sumber daya modal menjadi penyebab permasalahan ketimpangan ekonomi di Indonesia. Keterbatasan modal tersebut menjadi penghambat bagi para pelaku usaha untuk berdaya saing dengan pasar global dikarenakan jumlah persediaan modal menjadi unsur yang secara aktif untuk menentukan tingkat output yang dihasilkan.

Kepemilikan modal yang terbatas dalam jenis UMKM menyebabkan adanya transaksi pinjaman dana kepada perbankan. Namun perbankan belum

dapat membantu pinjaman yang diajukan oleh UMKM. Sulitnya dalam mengakses pinjaman berdampak pada *gap* pembiayaan yang semakin lebar. Padahal peluang UMKM sangatlah besar untuk menciptakan masyarakat yang sejahtera.

Lahirnya era digital pada teknologi finansial ditandai dengan munculnya layanan keuangan berbasis teknologi, seperti *peer to peer* (P2P) *lending*. Layanan keuangan tersebut diharapkan menjadi sebuah solusi guna mengurangi ketimpangan ekonomi yang disebabkan oleh modal. Dengan kemajuan akses internet yang semakin luas, apabila itu dimanfaatkan oleh UMKM untuk mengakses layanan *peer to peer* (P2P) *lending* akan mendorong pembangunan inklusif di Indonesia.

Adanya peluang yang besar untuk terciptanya pembangunan inklusif di Indonesia melalui UMKM, namun disisi lain adanya hambatan dalam pembiayaan kredit memunculkan sebuah inovasi pinjaman dengan skema *Peer to Peer Lending* (P2P *lending*). Skema ini dapat mempertemukan para peminjam dengan pemberi pinjaman sesuai dengan mudah, cepat, dan aman. *Peer to Peer Lending* (P2P *lending*) adalah praktek atau metode memberikan pinjaman uang kepada individu atau bisnis dan juga sebaliknya, mengajukan pinjaman kepada pemberi pinjaman, yang menghubungkan antara pemberi pinjaman dengan peminjam atau investor secara online. *Peer to Peer Lending* (P2P *lending*) memungkinkan setiap orang untuk memberikan pinjaman atau mengajukan pinjaman yang satu dengan yang lain untuk berbagai

kepentingan tanpa menggunakan jasa dari lembaga keuangan yang sah sebagai perantara.

Pada dasarnya, sistem P2P lending ini sangat mirip dengan konsep *marketplace* online, yang menyediakan wadah sebagai tempat pertemuan antara pembeli dengan penjual. Dalam hal ini, sistem yang ada akan mempertemukan pihak meminjam dengan pihak yang memberikan pinjaman. Jadi, boleh dikatakan bahwa P2P lending merupakan *marketplace* untuk kegiatan pinjam-meminjam uang. Ketimbang mengajukan pinjaman melalui lembaga resmi seperti bank, koperasi, jasa kredit, pemerintah dan sebagainya yang prosesnya jauh lebih kompleks. Sebagai alternatif, masyarakat bisa mengajukan pinjaman yang didukung oleh orang-orang awam sesama pengguna sistem P2P lending dan oleh karena itulah maka disebut "*peer to peer*". Cara kerja *Peer to Peer Lending* (P2P lending) ditinjau dari 2 pihak, yaitu:

1. Sebagai Peminjam

Sebagai peminjam, yang perlu Anda lakukan hanyalah mengunggah semua dokumen yang dibutuhkan untuk mengajukan pinjaman secara online (yang relatif cepat prosesnya), yang diantaranya merupakan dokumen berisi laporan keuangan dalam jangka waktu tertentu dan juga tujuan Anda dalam pinjaman tersebut. Permohonan peminjaman Anda bisa diterima atau pun ditolak, tentunya tergantung dari beragam faktor. Jika permohonan Anda ditolak maka Anda harus memperbaiki segala hal

yang menjadi alasan penolakan permohonan Anda. Kemudian, jika diterima, suku bunga pinjaman akan diterapkan dan pengajuan pinjaman Anda akan dimasukkan ke dalam *marketplace* yang tersedia agar semua pendana bisa melihat pengajuan pinjaman Anda.

2. Sebagai Investor

Sebagai investor, nantinya Anda memiliki akses untuk menelusuri data-data pengajuan pinjaman di dashboard yang telah disediakan. Anda juga pastinya bisa melihat semua data mengenai setiap pengajuan pinjaman, terutama data relevan mengenai si peminjam seperti pendapatan, riwayat keuangan, tujuan peminjaman (bisnis, kesehatan, atau pendidikan) beserta alasannya, dan sebagainya. Jika Anda memutuskan untuk menginvestasikan pinjaman tersebut, Anda bisa langsung menginvestasikan sejumlah dana setelah melakukan deposit sesuai tujuan investasi Anda. Peminjam akan mencicil dana pinjamannya setiap bulan dan Anda akan mendapatkan keuntungan berupa pokok dan bunga. Besaran bunga akan tergantung pada suku bunga pinjaman yang diinvestasikan (Murifal, 2018).

2.1 Kelebihan dan Kekurangan Peer to Peer Lending (P2P Lending) Bagi

Peminjam

a. Kelebihan

1. Bagi si peminjam, salah satu manfaat terbesar dari P2P Lending adalah suku bunga yang rendah dibandingkan dengan suku bunga

yang ditetapkan oleh lembaga keuangan resmi, misalnya, bank. Sebaliknya, pinjaman pribadi mungkin memiliki tingkat bunga antara 12-20% dari lembaga keuangan, itu pun masih lebih rendah ketimbang tagihan kartu kredit. Sedangkan pinjaman dari *Peer to peer Lending* (P2P Lending) memiliki suku bunga yang cenderung lebih rendah dari suku bunga bank.

2. Kelebihan lainnya adalah proses pengajuan pinjamannya tidak seformal ketika mengajukan pinjaman di lembaga keuangan seperti bank.
3. Prosesnya pun jauh lebih cepat dan mudah. Selain itu, Anda tidak membutuhkan syarat-syarat “berlebihan” yang harus dipenuhi agar pinjaman Anda disetujui.
4. Nantinya, jika Anda memiliki reputasi yang buruk soal pinjaman keuangan, Anda bisa menjelaskan alasan di baliknya kenapa hal tersebut bisa terjadi. Selain itu, Anda juga bisa mengajukan pinjaman untuk tujuan atau pun alasan apapun selama ada orang yang akan menginvestasikan uangnya.
5. Terakhir, P2P Lending merupakan pinjaman tanpa agunan yang artinya jaminan apapun sama sekali tidak diperlukan.

b. Kekurangan

1. Suku bunga pinjaman P2P Lending melonjak naik saat kelayakan kredit Anda jatuh.

2. Jika Anda telat membayar, tagihan akan sangat signifikan, di mana jika Anda gagal membayar pinjaman Anda, jumlah yang harus dibayar nantinya bisa melejit tinggi.
3. Pinjaman hanya cocok untuk jangka pendek, sebab semakin lama jangka waktu pinjaman, tagihan akan terus naik.
4. Ada kemungkinan bahwa kebutuhan dana pinjaman Anda bisa terpenuhi secara keseluruhan, namun tidak ada jaminan bahwa seluruh pengajuan pinjaman dana akan terpenuhi.
5. Misalnya Anda membutuhkan pinjaman dana sebesar Rp 150 juta, dan jika hanya Rp 75 juta saja yang terpenuhi, pengajuan pinjaman Anda berarti gagal dan dana yang sudah terkumpul akan dikembalikan ke para investor (Murifal, 2018).

2.2 Peluang dan Tantangan Implementasi Fintech Peer to Peer Lending di Indonesia

Fintech berbasis P2P Lending menjadi begitu populer di Indonesia karena meluasnya penggunaan internet dan smartphone yang mampu menciptakan kemudahan transaksi keuangan secara online. Fintech dianggap lebih praktis, kemudahan akses dan transaksi lebih unggul dibandingkan industri keuangan konvensional. Dengan kemudahan yang ditawarkan oleh Fintech *Peer to Peer Lending* membuatnya tumbuh dan berkembang luas di Indonesia.

Terlepas dari segala kemudahan yang ditawarkan oleh mekanisme Fintech P2P Lending, layanan ini pada kenyataannya tidak terlepas dari berbagai risiko. Risiko pertama, apabila terjadi gagal bayar oleh peminjam, pihak perusahaan fintech sebagai penyelenggara hanya dapat mengusahakan dan membantu penagihan. Fakta ini tentu menjadi alasan mendasar timbulnya risiko kerugian bagi pemberi pinjaman (investor). Gagal bayar dapat terjadi akibat ketidaktepatan Penyelenggara dalam menyeleksi, menganalisis, dan menyetujui aplikasi pinjaman yang diajukan oleh penerima pinjaman untuk ditawarkan kepada Pemberi Pinjaman.

Risiko kedua adalah mengenai keamanan data. Seluruh mekanisme pinjam meminjam melalui fintech P2P Lending dilakukan dengan basis data elektronik. Sebagaimana diketahui sistem data elektronik masih rawan terhadap kebocoran. Risiko ketiga berkaitan dengan persaingan antara industri fintech P2P Lending dengan perbankan. Guna menjaga eksistensi perkembangan perbankan nasional, bank harus mampu bersaing dengan Fintech P2P Lending. Perbankan harus berani membangun infrastruktur digital yang kuat. Infrastruktur ini penting untuk memperluas konektivitas hingga ke daerah-daerah yang selama ini belum terjangkau layanan perbankan. Dalam kaitan ini, perbankan harus mampu meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM) agar tidak gagap teknologi.

Persoalan lain yang masih menjadi tantangan bagi implementasi Fintech *Peer to Peer Lending* adalah mengenai edukasi terhadap masyarakat. Edukasi menjadi hal penting karena kemudahan akses dan efisiensi pendanaan melalui fintech P2P Lending pada kenyataannya tidak terlepas dari berbagai risiko. Bank Indonesia dan OJK sebagai otoritas regulator dan pengawas harus senantiasa memberikan edukasi kepada masyarakat baik mengenai manfaat maupun risiko layanan fintech P2P Lending (Rahadiyan & Sari, 2019).



BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dan pembahasan mengenai peran fintech dalam meningkatkan daya saing pada UMKM subsektor kuliner di Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur yang dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi, maka peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan bahwa:

1. Peran fintech dalam meningkatkan daya saing UMKM subsektor kuliner di wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur ditentukan dengan dua variabel yaitu daya saing dan fintech. Untuk mengukur daya saing pada UMKM, peneliti menggunakan beberapa indikator, yaitu: ketersediaan modal, ketersediaan informasi, ketersediaan teknologi, keahlian pengusaha, wawasan bisnis, perilaku inovatif, pangsa pasar, dan volume penjualan. Sedangkan untuk melihat penerapan fintech pada UMKM, peneliti menggunakan beberapa indikator, yaitu: mekanisme penerapan fintech dan yang dirasakan setelah menerapkan teknologi, karakteristik lingkungan pekerjaan dan bisnis, keadaan lingkungan organisasi, pengetahuan tentang fintech sebagai sarana *e-payment*, dampak terhadap bisnis, sikap lingkungan terhadap teknologi, hal positif (keuntungan) dan negatif (kesulitan) setelah menerapkan teknologi. Terdapat alat pembayaran non tunai yang sering

digunakan oleh pelaku UMKM subsektor kuliner yaitu alat pembayaran menggunakan *phone mobile*, seperti Gopay, OVO, dan Dana. Sesuai dengan data yang didapat oleh peneliti, pelaku UMKM subsektor kuliner di wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur menyatakan lebih banyak keuntungan dibandingkan dengan kesulitan dalam menerapkan fintech pada usahanya, yakni lebih praktis dan simple, lebih efektif, langsung masuk ke rekening, dan menambah penghasilan. Sedangkan kesulitannya hanya saat menerima orderan banyak kadang tidak terkendali, suka error, dan susah sinyal.

2. Berdasarkan analisis SWOT strategi untuk meningkatkan daya saing UMKM subsektor kuliner di wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur dengan tabel Matriks IFAS dan EFAS, diketahui bahwa nilai IFASnya adalah 3,34 dan nilai EFASnya adalah 3,25. Jadi analisis SWOT yang diterapkan dalam meningkatkan daya saing UMKM subsektor kuliner di wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur berada di sel nomor satu (*growth*), yaitu suatu keadaan dimana UMKM subsektor kuliner di wilayah Kecamatan Kramat Jati mengalami suatu masa pertumbuhan, baik dalam penjualan, *asset*, profit, maupun kombinasi dari ketiganya. Dengan demikian dapat diketahui strategi yang sebaiknya dijalankan adalah strategi pertumbuhan melalui integrasi vertikal. Dari hasil diagram cartesius, sangat jelas menunjukkan bahwa UMKM subsektor kuliner di wilayah Kecamatan Kramat Jati berada pada kuadran II (dua) yaitu strategi diversifikasi, dimana kuadran ini menandakan bahwa meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan memiliki

kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar). Jika strategi ini diterapkan dapat meningkatkan daya saing UMKM subsektor kuliner di wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur.

3. Peluang UMKM sebagai sektor yang mampu mengatasi masalah ketimpangan ekonomi sering mengalami hambatan dalam pemberian kredit. Masyarakat Indonesia banyak meminjam dana ke perbankan, namun dari permintaan pendanaan yang banyak tersebut banyak ditolak oleh perbankan. Usaha yang didominasi oleh perusahaan rintisan, sehingga belum dapat kepercayaan dari bank untuk diberikan pinjaman karena takut akan risiko gagal bayar. Layanan keuangan berbasis teknologi, seperti Peer To Peer (P2P) Lending diharapkan menjadi sebuah solusi guna mengurangi ketimpangan ekonomi yang disebabkan oleh modal. Selain itu, pada satu sisi implementasi fintech Peer to Peer Lending (P2P Lending) dapat dipandang sebagai salah satu solusi peningkatan indeks inklusi keuangan. Peningkatan indeks inklusi keuangan diharapkan dapat turut serta meningkatkan taraf kesejahteraan. Namun demikian pada sisi lain, implementasi fintech P2P Lending masih dihadapkan pada berbagai tantangan. Tantangan yang dimaksud meliputi: perlindungan hukum bagi pihak pemberi pinjaman, keamanan data, persaingan antara industri fintech P2P Lending dengan perbankan serta masih rendahnya pemahaman masyarakat.

B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa:

1. Perkembangan teknologi memunculkan adanya sistem pembayaran non tunai atau uang elektronik. Sistem pembayaran non tunai atau uang elektronik yang diterapkan oleh para pelaku UMKM subsektor kuliner di wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur sangat memberikan dampak positif pada penghasilan UMKM. Jika pelaku UMKM subsektor kuliner di wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur tidak mengikuti arus perkembangan teknologi dikhawatirkan akan kalah saing dengan pesaing-pesaing usaha sejenis dan tentunya akan berdampak kepada penghasilan pelaku UMKM subsektor kuliner di wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur.
2. Memperhatikan strategi dalam memulai suatu usaha sangatlah penting. Sebagai pelaku usaha harus mengetahui faktor internal dan faktor eksternal yang dimiliki usahanya. Faktor yang dimaksud dalam hal ini adalah kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Agar pelaku usaha dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman.
3. Potensi yang besar pada UMKM dengan adanya dalam layanan Peer to Peer (P2P) Lending merupakan hal baru di Indonesia, sehingga perlunya menjaga iklim ekosistem keuangan dan pertumbuhan dengan didukung berbagai kebijakan. Namun layanan ini diyakini akan berkembang secara progresif dan

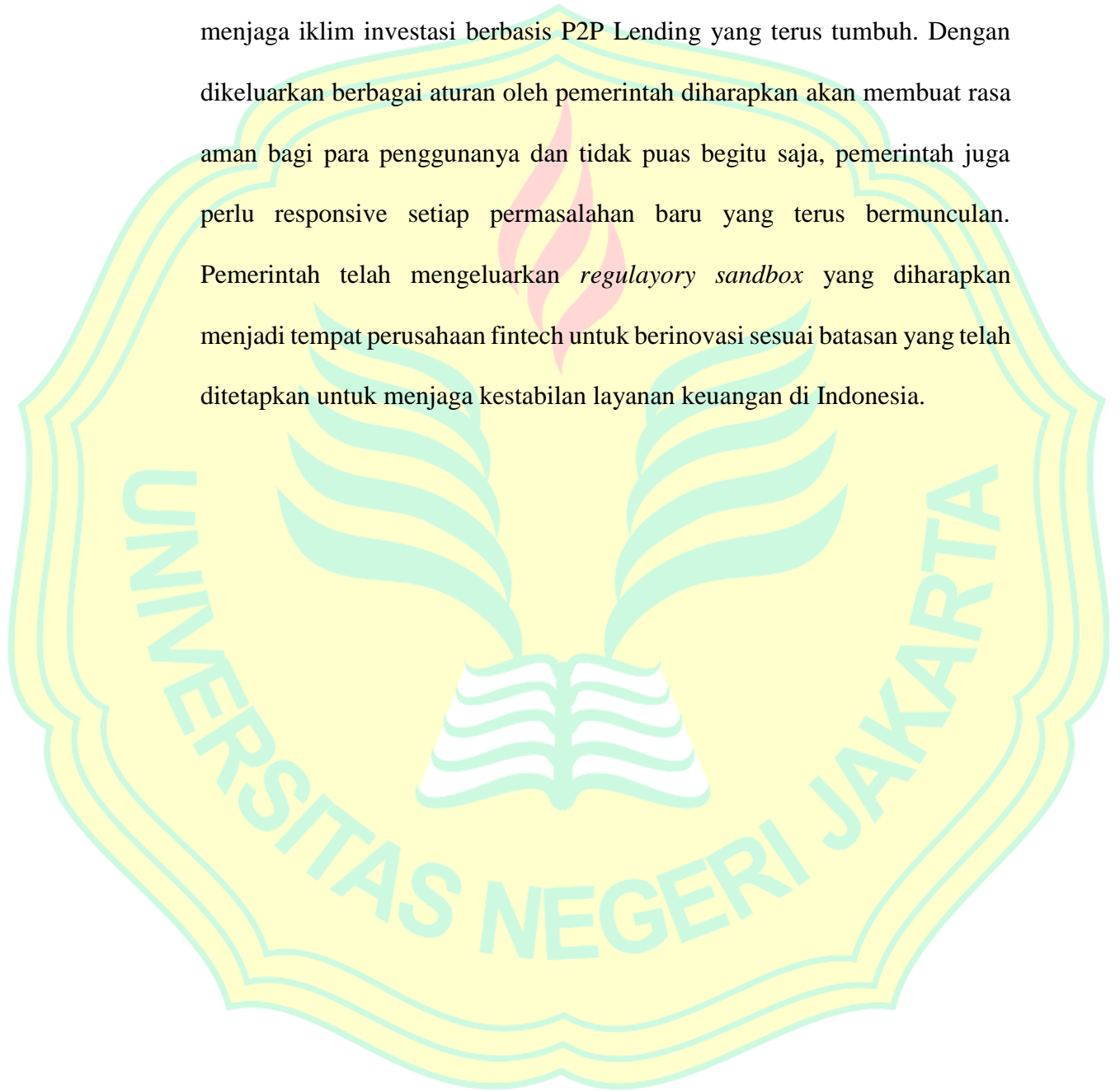
dapat menjadi bagian dari solusi untuk mencapai Indonesia yang makmur dan sejahtera.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, ditemukan beberapa permasalahan yang menjadi kendala bagi para pelaku UMKM subsektor kuliner di wilayah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur, sehingga peneliti ingin mengajukan beberapa saran. Berikut saran yang diajukan oleh peneliti:

1. Peranan pemerintah untuk mengenakan pembayaran sebenarnya sudah sering dilakukan bahkan sampai ke pedagang kecil, tetapi yang perlu dilakukan adalah *controlling* setelah kegiatan pengenalan tersebut. Karena tidak jarang para pedagang mengalami kesulitan di tengah jalan pada saat menggunakan pembayaran non tunai dan memilih untuk tidak menerima pembayaran non tunai lagi. Peranan layanan pihak penyedia alat pembayaran non tunai sebenarnya sudah baik, tetapi yang perlu diperhatikan dan terus diperbaiki adalah sistem dari beberapa aplikasi *phone mobile* yang harus ditingkatkan kembali sehingga kejadian error tidak terjadi lagi dan hal ini tidak merugikan pelaku UMKM subsektor kuliner kembali.
2. Sebaiknya sebelum membuka usaha para pelaku UMKM harus memperhatikan faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) maupun eksternal (ancaman dan peluang) dengan benar, sehingga tidak ada lagi pelaku UMKM subsektor kuliner yang harus gulung tikar karena hal tersebut.

3. Perkembangan layanan teknologi finansial yang begitu cepat perlu diawasi dan diberikan jaminan kepada para konsumen maupun investor untuk menjaga iklim investasi berbasis P2P Lending yang terus tumbuh. Dengan dikeluarkan berbagai aturan oleh pemerintah diharapkan akan membuat rasa aman bagi para penggunanya dan tidak puas begitu saja, pemerintah juga perlu responsive setiap permasalahan baru yang terus bermunculan. Pemerintah telah mengeluarkan *regulatory sandbox* yang diharapkan menjadi tempat perusahaan fintech untuk berinovasi sesuai batasan yang telah ditetapkan untuk menjaga kestabilan layanan keuangan di Indonesia.



DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. (2014). *METODE PENELITIAN KUALITATIF: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Afrizal. (2020). *Pemilik Usaha Rumah Makan Harapan Baru*. Jakarta.
- Ahmad, F. N. I. (2019). Peran Financial Technology dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif pada UMKM. *Jurnal BJB University*, 5, 1–14.
- Andriyanto, I. (2018). Penguatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah Melalui E-Commerce. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 6(2), 87–100.
- Arifin, M. (2020). *Pemilik Usaha Es Cendol Durian Pak Jenggol*. Jakarta.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Revisi VI). Jakarta: PT. RINEKA CIPTA.
- Cho, D.-S., & Moon, H.-C. (2000). From Adam Smith To Michael Porter: Evolution To Competitiveness Theory. In R. Brislin & L. Kelley (Eds.), *Asia-Pacific Business Series - Vol. 2*. Singapore: World Scientific.
- David, G., Ishmel, A., Onyeiwu, C., & Owopetu, O. A. (2018). The Impact of Financial Technology in the Operations (Payments/Collections) of SMEs in Nigeria. *Intenational Journal Of Innovate Research & Development*, 7(2), 61–71. <https://doi.org/ISSN 2278 – 0211> (Online)
- Deny, S. (2017). RI Bakal Jadi Negara Ekonomi Digital Terbesar di ASEAN. *Liputan6.Com*. Retrieved from <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3096372/ri-bakal-jadi-negara-ekonomi-digital-terbesar-di-asean>
- Desti, R. (2020). *Pemilik Usaha Ayam Bakar BBQ Hadena*. Jakarta.
- Dewobroto, W. S. (2016). PENGGUNAAN BUSINESS MODEL CANVAS SEBAGAI DASAR UNTUK MENCIPTAKAN ALTERNATIF STRATEGI BISNIS DAN KELAYAKAN USAHA. *Jurnal Teknik Industri*. <https://doi.org/ISSN: 1411-6340>
- Emi, M. (2020). *Pemilik Usaha Pondok Ayam Bakar Mamake*. Jakarta.
- Fardiansyah. (2020). *Pemilik Usaha Ayam Bakar Amira*. Jakarta.

- Firdaus, F., Rif'ih, M. W., & Maharani, B. (2018). Internet Financial Reporting: Direktur Eskalasi Pembiayaan Modal UMKM Berbasis Stakeholder Value Sebagai Implementasi Financial Technology. *Prosiding 4th Seminar Nasional Dan Call for Papers Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember*, 104–125.
- Franedy, R., & Bosnia, T. (2018, January 10). Ini Dia Empat Jenis Fintech di Indonesia. *CNBC Indonesia*. Retrieved from <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20180110145800-37-1126/ini-dia-empat-jenis-fintech-di-indonesia%0D>
- Goukm.id. (2017). Apa Itu Fintech? Apa Pentingnya Fintech Bagi Pelaku Usaha Indonesia? Retrieved from <https://goukm.id/tentang-fintech/>
- Hendriyani, C., & Raharja, S. J. (2019). Business Agility Strategy : Peer-to-Peer Lending of Fintech Startup in the Era of Digital Finance in Indonesia. *Integrative Business and Economics Research*, 8(4), 239–246. <https://doi.org/ISSN: 2304-1013> (Online)
- Ivashchenko, A., Britchenko, I., Dyba, M., Polishchuk, Y., Sybirianska, Y., & Vasylyshen, Y. (2018). Fintech platforms in sme's financing: eu experience and ways of their application in Ukraine. *Investment Management and Financial Innovations*, 15(3), 83–96. [https://doi.org/10.21511/imfi.15\(3\).2018.07](https://doi.org/10.21511/imfi.15(3).2018.07)
- Jasmin. (2020). *Pemilik Usaha Wisma Bakso Pak Min*. Jakarta.
- Koentjaraningrat. (2006). *Metode-Metode Penelitian Masyarakat (Ketiga)*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Lazuardi, M., & Triady, M. S. (2015). *Ekonomi Kreatif: Rencana Pengembangan Kuliner Nasional 2015-2019*. PT. Republik Solusi.
- Luckandi, D. (2018). *Analisis Transaksi Pembayaran Menggunakan Fintech Pada UMKM di Indonesia : Pendekatan Adaptive Structuration Theory*. Universitas Islam Indonesia.
- Miles, M. B., & Huberman, A., M. (1992). *Analisis Data Kualitatif (diterjemahkan oleh Tjetjep Rohendi Rohidi)*. Jakarta: UI-Press.
- Milne, A., & Purboteeah, P. (2016). *The Business Models and Economics of Peer-to-Peer Lending*. Belgium: European Credit Research Institute.
- Min, M. (2020). *Pemilik Usaha Pondok Selera Mas Min Chainesfood*. Jakarta.

- Murifal, B. (2018). Peran Teknologi Finansial Sistem P2I Sebagai Alternatif Sumber Pendanaan UMKM. *Perspektif, Vol XVI*(No. 2). <https://doi.org/p-ISSN 1411-8637 e-ISSN 2550-1178>
- Muzdalifa, I., Rahma, I. A., & Novalia, B. G. (2018). Peran Fintech Dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif Pada UMKM Di Indonesia (Pendekatan Keuangan Syariah). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(1). <https://doi.org/ISSN: 2527 - 6344> (Print) ISSN: 2580 - 5800 (Online)
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. (J. Willey, Sons, & Hoboken, Eds.). NJ.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2015). *Business Model Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Pitoyo, A., & Suhartono, E. (2018). Meningkatkan Daya Saing UKM dari Prespektif Teknologi Informasi, Pengelolaan Pengetahuan, Dan Standarisasi Produk (Studi Kasus Pada UKM Pengrajin Alat Peraga/permainan Edukatif Di Klaten). *Prosiding SENDI*, 978–979.
- Pranata, N. (2019). *Fintech for Asian SMEs*. (N. N. and N. Yoshino, Ed.). Japan: Asian Development Bank Institute. Retrieved from www.adbi.org
- Ragimun, & Yosepha, S. Y. (2018). The Role of Fintech Encourages the Export of Small Medium Enterprises in Indonesia. *Journal of Social and Development Sciences*, 9(3), 66–77. <https://doi.org/ISSN 2221-1152>
- Rahadiyan, I., & Sari, A. R. (2019). Peluang dan Tantangan Implementasi Fintech Peer to Peer Lending Sebagai Salah Satu Upaya Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Indonesia, 4(1).
- Ramadhan, R. Y. D. (2020). *Pemilik Usaha Kuliner Jeung Sum*. Jakarta.
- Rangkuti, F. (2008). *ANALISIS SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rizal, M., Maulina, E., & Kostini, N. (2018). Fintech Sebagai Salah Satu Solusi Pembiayaan Bagi UMKM. *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(2), 89–100. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v3i2.17836>
- Santi, E. (2017). Pengawasan Otoritas Jasa Keuangan Terhadap Financial Technology (Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 77/pjok.01/2016). *Diponegoro Law*

Journal, 6(3).

Sayuti. (2020). *Pemilik Usaha Ayam Goreng KJI (Kremes Jagoan Indonesia)*. Jakarta.

Sugiarti, E. N., Diana, N., & Mawardi, M. C. (2019). Peran Fintech Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Di Malang. *E-JRA*, 08(04), 90–104.

Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods)*. (Sutopo, Ed.). Bandung: Alfabeta.

Tambunan, T. (2001). *Perkembangan UMKM di Indonesia : Apakah Mereka di gerakkan oleh Jiwa Kewirausahaan*. Jakarta: USAKTI.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan, Pub. L. No. Lembaga Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 39 (2003). Jakarta: Sekretaris Negara.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (2008). Jakarta: Sekretariat Negara.

Ventura, A., & Dkk. (2015). *The Future of FinTech A Paradigm Shift in Small Business Finance*. Switzerland: World Economic Forum.

Walfajri, M. (2018). Jumlah pelaku UMKM di 2018 diprediksi mencapai 58,97 juta orang. *Keuangan.Kontan.Co.Id*. Retrieved from <https://keuangan.kontan.co.id/news/jumlah-pelaku-umkm-di-2018-diprediksi-mencapai-5897-juta-orang>

Walter. (2018). Semua yang Perlu Anda Ketahui Tentang Peer to Peer Lending (P2P Lending). *Koinworks.Com*. Retrieved from <https://koinworks.com/blog/ketahui-tentang-peer-peer-lending/%0D>

Wibowo, B. (2016). Analisa Regulasi Fintech Dalam Membangun Perekonomian Di Indonesia.

Wijaya, G. (2020). *Pemilik Usaha Mie Ayam Bangka Top 88*. Jakarta.

Wulansari, N., Wahyu, & Kurniawan, Y. (2017). Akselerasi Pertumbuhan Ekonomi Melalui Sinergi UMKM Dan Good Governance Di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call For Paper Ekonomi Dan Bisnis (SNAPER-EBIS)*, 262–268.

Yanah, Nakhwatunnisa, H., & Sukarno, T. A. (2017). Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Dalam Menghadapi Ekonomi ASEAN (Studi Kasus di Kabupaten Cirebon). *FORUM KEUANGAN DAN BISNIS INDONESIA (FKBI)*, 6, 209–228.

Yuliana, R. R. D. (2019). Sinergi Lembaga Teknologi Finansial Dan Koperasi Dalam Pemanfaatan Teknologi Finansial Oleh Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di NTB. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, Vol 27(No. 1), 53–66.





Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

PERAN FINTECH DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PADA UMKM SUBSEKTOR KULINER DI KECAMATAN KRAMAT JATI JAKARTA TIMUR

Oleh: Rizki Nur Rofi'ah

Program Studi Pendidikan Ekonomi, FE UNJ

No. Kuesioner :

Daerah/Kota :

Tanggal Survey :

PROFIL RESPONDEN

Nama Pemilik :

Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan

Usia : Tahun

Pendidikan Terakhir Sederajat : Tidak Tamat SD SD dan
 SMP SMA/SMK
 Diploma Sarjana

Jumlah Anggota Keluarga : Orang

Nama Usaha :

Tahun Berdiri Usaha : / Pakai Fintech :

Status Kepemilikan Usaha :

Sumber Dana : Tabungan Sendiri Keluarga

Warisan
 Bank
 Lainnya,
 Penghasilan Bersih/Bulan : < 2 Juta
 2 s.d. 5 Juta
 5,1 s.d 10 Juta
 > 10 Juta

I. Daya Saing

1. Bagaimana dengan ketersediaan modal yang dimiliki Bapak/Ibu dalam merintis dan menjalankan usaha ini?
2. Bagaimana ketersediaan informasi yang Bapak/Ibu miliki dalam bisnis ini?
3. Bagaimana ketersediaan teknologi yang dimiliki bisnis Bapak/Ibu?
4. Apa saja keahlian yang Bapak/Ibu miliki?
5. Apa yang Bapak/Ibu ketahui tentang bisnis dalam merintis dan menjalankannya?
6. Apakah terdapat perilaku inovatif yang Bapak/Ibu terapkan dalam usaha anda?
7. Apakah pangsa pasar usaha Bapak/Ibu sudah mencapai target?
8. Bagaimana dengan volume penjualan dari usaha Bapak/Ibu? Apakah sudah mencapai target dalam tiap bulan atau tahunnya? Dan apakah selama Pandemi Covid-19 volume penjualan Bapak/Ibu menurun dari biasanya?

II. Fintech (Financial Technology)

1. Bagaimana mekanisme penerapan *fintech* sebagai sarana *e-payment* pada tempat usaha Bapak/Ibu? Apakah yang Bapak/Ibu rasakan setelah menerapkan teknologi tersebut?
2. Bagaimana perubahan karakteristik lingkungan pekerjaan serta bisnis Bapak/Ibu setelah menerapkan teknologi tersebut?
3. Bagaimana keadaan lingkungan organisasi Bapak/Ibu setelah menerapkan teknologi tersebut?
4. Seberapa jauh pengetahuan Bapak/Ibu tentang *fintech* sebagai sarana *e-payment*?
5. Dengan adanya *fintech* disini, apakah memberikan dampak terhadap bisnis Bapak/Ibu?
6. Bagaimana sikap lingkungan Bapak/Ibu terhadap teknologi ini?
7. Hal positif atau keuntungan apa yang Bapak/Ibu dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?
8. Hal negatif atau kesulitan apa yang Bapak/Ibu dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?

Lampiran 2. Transkrip Wawancara

KUESIONER PENELITIAN

PERAN FINTECH DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PADA UMKM SUBSEKTOR KULINER DI KECAMATAN KRAMAT JATI JAKARTA TIMUR

Oleh: Rizki Nur Rofi'ah

Program Studi Pendidikan Ekonomi, FE UNJ

No. Kuesioner : 01
Daerah/Kota : Kelurahan Batu Ampar
Tanggal Survey : 06 Agustus 2020

PROFIL RESPONDEN

Nama Pemilik : Afrizal
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Usia : 55 Tahun
Pendidikan Terakhir : SMA/SMK
Jumlah Anggota Keluarga : 5 Orang
Nama Usaha : Rumah Makan Harapan Baru
Tahun Berdiri Usaha : 2003 (17 tahun) / Pakai Fintech : 2019
Status Kepemilikan Usaha : Sendiri
Sumber Dana : Tabungan Sendiri
Penghasilan Bersih/Bulan : Rp 2.000.000 – Rp 5.000.000

I. Daya Saing

No.	Pertanyaan	Transkrip Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana dengan ketersediaan modal yang dimiliki Bapak/Ibu dalam merintis dan menjalankan usaha ini?	Modal sendiri. (kalau boleh tau, modal awalnya berapa ya?) kurang tau ya. Bapak sama ibu lagi gak ada.
2.	Bagaimana ketersediaan informasi yang Bapak/Ibu miliki dalam bisnis ini?	Dari keluarga. Jadi ibu sama ayah dulu ituan kerja sama saudara jualan nasi pas nikah jadi ikutan juga jualan nasi.
3.	Bagaimana ketersediaan teknologi yang dimiliki bisnis Bapak/Ibu?	HP, OVO. (selain itu ada lagi gak?) gak ada cuman OVO doang.
4.	Apa saja keahlian yang Bapak/Ibu miliki?	Ayah sih gak ada, cuman ayah itu sempet kuliah jurusan listrik cuman itu gak sampe lulus, gak sampe skripsi.
5.	Apa yang Bapak/Ibu ketahui tentang bisnis dalam merintis dan menjalankannya?	Gak tau kalo itu.
6.	Apakah terdapat perilaku inovatif yang Bapak/Ibu terapkan dalam usaha anda?	Gak ada sih, paling cuma nambah OVO abis itu lagi mau daftar grab. (kalo daftar itu kemaren gimana sih prosesnya?) kalo kemaren ini kan dari OVO, dari OVO itu di telpon sama OVO diajakin apa namanya gabung sama grabfood. Cuma sampe sekarang belum ada tanggapan, nanti mau apa namanya daftar sendiri lewat online.
7.	Apakah pangsa pasar usaha Bapak/Ibu sudah mencapai target?	Kalo itu gak tau sih ayah.
8.	Bagaimana dengan volume penjualan dari usaha Bapak/Ibu? Apakah sudah mencapai target dalam tiap bulan atau tahunnya? Dan apakah selama Pandemi Covid-19 volume penjualan Bapak/Ibu menurun dari biasanya?	Kalo itu gak tau. (kalo selama pandemi gimana?) kalo pandemic, naik turun.

II.Fintech (Financial Technology)

No.	Pertanyaan	Transkrip Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana mekanisme penerapan <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> pada tempat usaha Bapak/Ibu? Apakah yang Bapak/Ibu rasakan setelah menerapkan teknologi tersebut?	Di OVO enakya atau gak gopay enakya, dia langsung masuk ke rekening. Cuman orang-orang nyarinya sekarang banyak ke OVO karena di OVO sini pake apa namanya ada cashbacknya. Cuman semenjak awal corona, cashbacknya udah gak ada jadi orang-orang sekarang juga jarang pakai OVO. Enaknya bisa langsung masuk rekening aja sih. (tapi penjualannya gimana semenjak pakai OVO?) sama aja sih. (apa yang dirasakan setelah menggunakan OVO itu?) sama aja sih, gak ada bedanya sih. Cuman apa namanya jadi cuman langsung masuk ke rekening itu aja.
2.	Bagaimana perubahan karakteristik lingkungan pekerjaan serta bisnis Bapak/Ibu setelah menerapkan teknologi tersebut?	Gak ada.
3.	Bagaimana keadaan lingkungan organisasi Bapak/Ibu setelah menerapkan teknologi tersebut?	Gak ada sih, cuman kalo ibu masih belum paham aja sih kalo pakai OVO.
4.	Seberapa jauh pengetahuan Bapak/Ibu tentang <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> ?	Kalo ibu sama ayah soal pembayaran OVO masih kurang paham. Kalo kaya ada kendala, ini kan pakai QR baru masih belum paham. (apa mengganggu metode konvensional?) gak ada.
5.	Dengan adanya <i>fintech</i> disini, apakah memberikan dampak terhadap bisnis Bapak/Ibu?	Gak ada.
6.	Bagaimana sikap lingkungan Bapak/Ibu terhadap teknologi ini?	Pakai OVO enak-enak aja sih, cuman apa namanya... kekurangannya mungkin lebih enak kalo udah daftar di grab juga sih, jadi bareng OVO sama grab.

7.	Hal positif atau keuntungan apa yang Bapak/Ibu dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	Gak ada. Cuman kalo di OVO keuntungannya sih cuman itu doang lebih, jadi langsung masuk ke tabungan doang. Itu doang sih. Soalnya dari OVO juga gak ada promosi-promosi juga.
8.	Hal negatif atau kesulitan apa yang Bapak/Ibu dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	Gak ada. Kalo pakai OVO. Cuman kalo ibu sih cuman kurang paham aja sih pembayaran pakai OVO.



KUESIONER PENELITIAN
PERAN FINTECH DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PADA
UMKM SUBSEKTOR KULINER DI KECAMATAN KRAMAT JATI
JAKARTA TIMUR

Oleh: Rizki Nur Rofi'ah

Program Studi Pendidikan Ekonomi, FE UNJ

No. Kuesioner : 02
Daerah/Kota : Kelurahan Batu Ampar
Tanggal Survey : 08 Agustus 2020

PROFIL RESPONDEN

Nama Pemilik : Siti Nurisaroh
Jenis Kelamin : Perempuan
Usia : 52 Tahun
Pendidikan Terakhir : SMP
Jumlah Anggota Keluarga : 4 Orang
Nama Usaha : Rumah Makan Larasati
Tahun Berdiri Usaha : 1995 (25 Tahun) / Pakai Fintech : 2018
Status Kepemilikan Usaha : Sendiri
Sumber Dana : Tabungan Sendiri
Penghasilan Bersih/Bulan : Rp 5.100.000 – Rp 10.000.000

I. Daya Saing

No.	Pertanyaan	Transkrip Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana dengan ketersediaan modal yang dimiliki Bapak/Ibu dalam merintis dan menjalankan usaha ini?	Sendiri. (kalau boleh tau modal awalnya berapa ya, bude?) modal awal yaa satu jutaan, ngontrak sama buat itu mah. Dulu mah duit aji, nggeh. Sekarang ya Allah ...
2.	Bagaimana ketersediaan informasi yang Bapak/Ibu miliki dalam bisnis ini?	Dulu bude ikut orang china. Ikut orang sama rumah makan begini. Gak sih, sebenarnya gak begini ya. Cenderung yang ada ditulisan itu, ayam bakarnya gak begitu. Dulu juga rame itu bude, ada tongseng, sate, segala macem. Tapi kalah sama pesenan, kalah sama punya nasi box. Jadi bude gak bikin, gak bikin gitu kan. Laku sebenarnya, cuma ini tangannya gak kepegang itu aja. Pengalaman kerja dah itu ya.
3.	Bagaimana ketersediaan teknologi yang dimiliki bisnis Bapak/Ibu?	HP, OVO, GoPay. Sama WA. Orang sekarang pada pesennya pake WA.
4.	Apa saja keahlian yang Bapak/Ibu miliki?	Gak ada, masak aja udah.
5.	Apa yang Bapak/Ibu ketahui tentang bisnis dalam merintis dan menjalankannya?	Banyak suka dukanya, kalo dulu orang jualan gak begitu banyak, enak enak aja. Tapi ya Alhamdulillah sih bude masih bertahan gitu, biarpun ayam bakar se apa? Semuanya udah ada ya. Yang penting ya jaga mutu aja. Sama pelanggan ya yang enak, yang ramah, sama rasa.
6.	Apakah terdapat perilaku inovatif yang Bapak/Ibu terapkan dalam usaha anda?	Inovasi? Apa ya? Paling, gak ada. Paling nyakepin aja mutunya ya, di jaga aja. Paling nanti kalo si anak ini juga yang bontot, lagi ambil skripsi jurusan pariwisata. Kayaknya sih dia di otaknya udah ada. Entar kalo udh lulus entar aku giniin aku giniin gitu katanya. Ya kalo sekarang, bu kardusnya dibikin begini dibikin

		begini. Ya deh entar dulu, kata saya. Gak itu, jangan gini aja.
7.	Apakah pangsa pasar usaha Bapak/Ibu sudah mencapai target?	Iya selama pandemi sih udah ya. kemaren tuh dari april ya, sehari cuma 5 ekor gak habis. Sampe beli beras tuh ngeteng. Ada yang pesen, bu beli 20. Beli beras di depan situ dulu ngeteng. Kalo orang yang lewat WA, bude kan ngutang dulu. Tuh pakde nya tuh ya Allah katanya kasian duh gak tega. Berdua dua, gak ada semua yang bantuin gak ada. Bude suruh libur semua.
8.	Bagaimana dengan volume penjualan dari usaha Bapak/Ibu? Apakah sudah mencapai target dalam tiap bulan atau tahunnya? Dan apakah selama Pandemi Covid-19 volume penjualan Bapak/Ibu menurun dari biasanya?	Udah, udah. Pokoknya yang pandemi aja itu. (kalo selama pandemi, bude?) naik turun banget, anjlok. Lah kan bude yang pesen-pesen orang kumpul-kumpul, orang hajatan. Sedangkan yang kaya gitu di larang kan sama sekali gak ada.

II.Fintech (Financial Technology)

No.	Pertanyaan	Transkrip Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana mekanisme penerapan <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> pada tempat usaha Bapak/Ibu? Apakah yang Bapak/Ibu rasakan setelah menerapkan teknologi tersebut?	Itu sih, maap kalo buat bude gak ngaruh maksudnya biasa aja. Ya kan orang udah pada kenal tempatnya di sini daripada OVO. Gak ngaruh buat bude, ya maksudnya yang pelanggan ya itu itu aja. Yang beli pake OVO itu tetap satu dua. Kadang-kadang bude gak mau, abis gak ketahuan bayar apa gak. Bude gak bisa ngecek, gak ke uber ngecek, gak bisa ngecek.
2.	Bagaimana perubahan karakteristik lingkungan pekerjaan serta bisnis Bapak/Ibu setelah menerapkan teknologi tersebut?	Gak.

3.	Bagaimana keadaan lingkungan organisasi Bapak/Ibu setelah menerapkan teknologi tersebut?	Gak. Pokoknya tuh OVO segala macam tuh gak begitu ngaruh sama bude. Gak, gak ngaruh.
4.	Seberapa jauh pengetahuan Bapak/Ibu tentang <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> ?	-
5.	Dengan adanya <i>fintech</i> disini, apakah memberikan dampak terhadap bisnis Bapak/Ibu?	-
6.	Bagaimana sikap lingkungan Bapak/Ibu terhadap teknologi ini?	-
7.	Hal positif atau keuntungan apa yang Bapak/Ibu dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	-
8.	Hal negatif atau kesulitan apa yang Bapak/Ibu dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	-



KUESIONER PENELITIAN
PERAN FINTECH DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PADA
UMKM SUBSEKTOR KULINER DI KECAMATAN KRAMAT JATI
JAKARTA TIMUR

Oleh: Rizki Nur Rofi'ah

Program Studi Pendidikan Ekonomi, FE UNJ

No. Kuesioner : 03
Daerah/Kota : Kelurahan Batu Ampar
Tanggal Survey : 16 Agustus 2020

PROFIL RESPONDEN

Nama Pemilik : Retno Destiwi
Jenis Kelamin : Perempuan
Usia : 30 Tahun
Pendidikan Terakhir : Sarjana
Jumlah Anggota Keluarga : 3 Orang
Nama Usaha : Ayam Bakar BBQ Hadena
Tahun Berdiri Usaha : 2018 / Pakai Fintech : 2019
Status Kepemilikan Usaha : Sendiri
Sumber Dana : Tabungan Sendiri
Penghasilan Bersih/Bulan : > Rp 10.000.000

I. Daya Saing

No.	Pertanyaan	Transkrip Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana dengan ketersediaan modal yang dimiliki Bapak/Ibu dalam merintis dan menjalankan usaha ini?	Sendiri. (kalau boleh tau modal awalnya berapa, mbak?) modal awal kecil sih paling sepuluh juta.
2.	Bagaimana ketersediaan informasi yang Bapak/Ibu miliki dalam bisnis ini?	Oh itu dari temen. Awalnya temen, terus ada marketing kesini ngambil data buat marketplace. Ini kan masuknya marketplace ya.
3.	Bagaimana ketersediaan teknologi yang dimiliki bisnis Bapak/Ibu?	HP sama Laptop. OVO, GoPay, GPN.
4.	Apa saja keahlian yang Bapak/Ibu miliki?	Masak sih, karna kita catering ya. masak ya, karna kita kuliner.
5.	Apa yang Bapak/Ibu ketahui tentang bisnis dalam merintis dan menjalankannya?	Ya taunya bisnisnya kan catering ya. catering dan kuliner.
6.	Apakah terdapat perilaku inovatif yang Bapak/Ibu terapkan dalam usaha anda?	Bikin menu baru, jadi selalu bikin menu baru gitu. Terus ciptain kreasi apa namanya? Cateringnya gitu. Terus sama kita marketing cateringnya gitu, promosi intinya gitu.
7.	Apakah pangsa pasar usaha Bapak/Ibu sudah mencapai target?	Sudah.
8.	Bagaimana dengan volume penjualan dari usaha Bapak/Ibu? Apakah sudah mencapai target dalam tiap bulan atau tahunnya? Dan apakah selama Pandemi Covid-19 volume penjualan Bapak/Ibu menurun dari biasanya?	Ini pertahunnya capai sih. Ya kita kan targetnya sehari seribu ya sejuta gitu, minimal sejuta kita udah mampu gitu. Jadi cash flow sih, naik turun. Kadang sejutanya lebih banyak, kadang diatas sejutanya lebih banyak daripada di bawah sejutanya gitu. (selama pandemi gimana, mbak?) drastis, naik drastis. Karna kita di gitu sama gojek, di apa namanya? Di kontrak sama gojek buat ini apa namanya? Biar dapat pakem dari driver gitu sih. (itu mbak yang daftar sendiri atau gimana mbak?) di tawarin karna kan ratingnya, rating di gojek udah bagus.

II.Fintech (Financial Technology)

No.	Pertanyaan	Transkrip Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana mekanisme penerapan <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> pada tempat usaha Bapak/Ibu? Apakah yang Bapak/Ibu rasakan setelah menerapkan teknologi tersebut?	Mekanismenya pembayaran H+1. Jadi uang dikumpulin sehari omset, nanti H+1 uang di masukkin ke rekening langsung otomatis masuk rekening. Jadi ya kaya penjualan sehari, nanti akhir omset di kurangi 20% sama gojek & grabfood. Terus baru bisa masuk rekening, kan ada potongan 20% dari gojek sama grabfood. (apa yang mbak rasakan setelah menerapkan teknologi tersebut?) ya ekonominya stabil, cukup sih.
2.	Bagaimana perubahan karakteristik lingkungan pekerjaan serta bisnis Bapak/Ibu setelah menerapkan teknologi tersebut?	Ya kita lebih ini sih, lebih jaga kebersihan. Ya agak rame sih, gang sini rame gitu.
3.	Bagaimana keadaan lingkungan organisasi Bapak/Ibu setelah menerapkan teknologi tersebut?	Iya ada. Ada laporan keuangannya juga sih tiap bulannya.
4.	Seberapa jauh pengetahuan Bapak/Ibu tentang <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> ?	Kalo itu sih, ya kan kita dagangnya online, otomatis uang masuk online gitu OVO dan GoPay, nah dari situ kita cairkan ke rekening gitu doang sih.
5.	Dengan adanya <i>fintech</i> disini, apakah memberikan dampak terhadap bisnis Bapak/Ibu?	Dampaknya sih itu keuangannya jadi stabil terus pembayarannya juga lancar dari GoPay sama OVO.
6.	Bagaimana sikap lingkungan Bapak/Ibu terhadap teknologi ini?	Banyak ordernya. Orang kan gak tau daerah masuk sini ya. Kalo orang mungkin pinggir jalan, orang kan lewat bisa sekalian beli. Kalo sini kan kita by online, kita maksudnya pesen kita buatin masakan, jadi langsung gitu.
7.	Hal positif atau keuntungan apa yang Bapak/Ibu dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	Keuntungannya ya 40% sih dari makanan. Promosinya besar-besaran, terus di kontrak sama grab buat

		promosi. Istilahnya apa ya? kaya promosi kita kerja sama ya jadi diskon-diskon.
8.	Hal negatif atau kesulitan apa yang Bapak/Ibu dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	Kalo itu sih, terima makanan sekali banyak. Kita bener-bener ini apa? dikejar deadline, belum ke gojeknya itu sih.



KUESIONER PENELITIAN
PERAN FINTECH DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PADA
UMKM SUBSEKTOR KULINER DI KECAMATAN KRAMAT JATI
JAKARTA TIMUR

Oleh: Rizki Nur Rofi'ah

Program Studi Pendidikan Ekonomi, FE UNJ

No. Kuesioner : 04
Daerah/Kota : Kelurahan Batu Ampar
Tanggal Survey : 18 Agustus 2020

PROFIL RESPONDEN

Nama Pemilik : Ana
Jenis Kelamin : Perempuan
Usia : 33 Tahun
Pendidikan Terakhir : SMA/SMK
Jumlah Anggota Keluarga : 2 Orang
Nama Usaha : Nasi Uduk Daun Pisang
Tahun Berdiri Usaha : 2013 / Pakai Fintech : 2019
Status Kepemilikan Usaha : Sendiri
Sumber Dana : Tabungan Sendiri
Penghasilan Bersih/Bulan : < Rp 2.000.000

I. Daya Saing

No.	Pertanyaan	Transkrip Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana dengan ketersediaan modal yang dimiliki Bapak/Ibu dalam merintis dan menjalankan usaha ini?	Sendiri. (kalau boleh tau modal awalnya berapa ya, bu?) tau, udah lama. Lima ratus ribu kali.
2.	Bagaimana ketersediaan informasi yang Bapak/Ibu miliki dalam bisnis ini?	Ini kan ide sendiri.
3.	Bagaimana ketersediaan teknologi yang dimiliki bisnis Bapak/Ibu?	HP, OVO, GoPay.
4.	Apa saja keahlian yang Bapak/Ibu miliki?	Memasak.
5.	Apa yang Bapak/Ibu ketahui tentang bisnis dalam merintis dan menjalankannya?	Promosi paling ya.
6.	Apakah terdapat perilaku inovatif yang Bapak/Ibu terapkan dalam usaha anda?	Kemasannya.
7.	Apakah pangsa pasar usaha Bapak/Ibu sudah mencapai target?	Kadang-kadang nyampe, kadang-kadang gak gitu.
8.	Bagaimana dengan volume penjualan dari usaha Bapak/Ibu? Apakah sudah mencapai target dalam tiap bulan atau tahunnya? Dan apakah selama Pandemi Covid-19 volume penjualan Bapak/Ibu menurun dari biasanya?	Alhamdulillah, naik. (sudah mencapai target belum, bu?) Ya Alhamdulillah dah gitu dah. (kalau selama pandemi gimana, bu?) menurun dari biasanya.

II. Fintech (Financial Technology)

No.	Pertanyaan	Transkrip Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana mekanisme penerapan <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> pada tempat usaha Bapak/Ibu? Apakah yang Bapak/Ibu rasakan setelah menerapkan teknologi tersebut?	Standar. Kadang meningkat, kadang menurun. Biasa aja.

2.	Bagaimana perubahan karakteristik lingkungan pekerjaan serta bisnis Bapak/Ibu setelah menerapkan teknologi tersebut?	-
3.	Bagaimana keadaan lingkungan organisasi Bapak/Ibu setelah menerapkan teknologi tersebut?	-
4.	Seberapa jauh pengetahuan Bapak/Ibu tentang <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> ?	Sangat membantu. (apakah mengganggu metode konvensional?) gak, gak ganggu.
5.	Dengan adanya <i>fintech</i> disini, apakah memberikan dampak terhadap bisnis Bapak/Ibu?	Antri. Antri, kalo lagi rame.
6.	Bagaimana sikap lingkungan Bapak/Ibu terhadap teknologi ini?	-
7.	Hal positif atau keuntungan apa yang Bapak/Ibu dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	Ya promosi.
8.	Hal negatif atau kesulitan apa yang Bapak/Ibu dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	Gak ada.

KUESIONER PENELITIAN
PERAN FINTECH DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PADA
UMKM SUBSEKTOR KULINER DI KECAMATAN KRAMAT JATI
JAKARTA TIMUR

finteOleh: Rizki Nur Rofi'ah

Program Studi Pendidikan Ekonomi, FE UNJ

No. Kuesioner : 05
 Daerah/Kota : Kelurahan Batu Ampar
 Tanggal Survey : 20 Agustus 2020

PROFIL RESPONDEN

Nama Pemilik : Giri Wijaya
 Jenis Kelamin : Laki-Laki
 Usia : 30 Tahun
 Pendidikan Terakhir : SMA/SMK
 Jumlah Anggota Keluarga : 3 Orang
 Nama Usaha : Mie Ayam Bangka Top 88
 Tahun Berdiri Usaha : 2012 / Pakai Fintech : 2019
 Status Kepemilikan Usaha : Sendiri
 Sumber Dana : Tabungan Sendiri
 Penghasilan Bersih/Bulan : Rp 5.100.000 – Rp 10.000.000

I. Daya Saing

No.	Pertanyaan	Transkrip Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana dengan ketersediaan modal yang dimiliki Bapak/Ibu dalam merintis dan menjalankan usaha ini?	Sendiri. (kalau boleh tau modal awalnya berapa ya, ko?) modal awalnya tiga puluh juta.
2.	Bagaimana ketersediaan informasi yang Bapak/Ibu miliki dalam bisnis ini?	Dari keluarga.
3.	Bagaimana ketersediaan teknologi yang dimiliki bisnis Bapak/Ibu?	Handphone doang ya. OVO, GoPay, sama Dana.
4.	Apa saja keahlian yang Bapak/Ibu miliki?	Keahliannya? Keahliannya apa ya usaha aja sih.
5.	Apa yang Bapak/Ibu ketahui tentang bisnis dalam merintis dan menjalankannya?	Mesti sabar sih kalo ini merintis. Bersabar dalam menjalankan bisnis.
6.	Apakah terdapat perilaku inovatif yang Bapak/Ibu terapkan dalam usaha anda?	Kebersihan sih ya. (selain itu ada lagi gak, ko?) kebersihan sama apa kualitas makanan udah itu aja sih. Sama kemasan sih, packaging. Packaging orang makan di tempat.
7.	Apakah pangsa pasar usaha Bapak/Ibu sudah mencapai target?	Belum.
8.	Bagaimana dengan volume penjualan dari usaha Bapak/Ibu? Apakah sudah mencapai target dalam tiap bulan atau tahunnya? Dan apakah selama Pandemi Covid-19 volume penjualan Bapak/Ibu menurun dari biasanya?	Sudah. (selama pandemic bagaimana, ko?) menurun.

II. Fintech (Financial Technology)

No.	Pertanyaan	Transkrip Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana mekanisme penerapan <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> pada tempat usaha Bapak/Ibu? Apakah yang Bapak/Ibu rasakan	Ada, ini apa Gopay, OVO. (yang dirasakan setelah menerapkan teknologi gimana, ko?) maksudnya pake GoPay ini? (iya, ko) biasa aja

	setelah menerapkan teknologi tersebut?	sih, biasa aja. Orang jarang juga pakai Gopay, OVO.
2.	Bagaimana perubahan karakteristik lingkungan pekerjaan serta bisnis Bapak/Ibu setelah menerapkan teknologi tersebut?	Baik sih. (kalau laporan keuangannya gimana, ko?) baik juga sih. (berarti sama aja ya konvensional sama Gopay itu?) hampir sama sih, soalnya kalo yang ini jarang sih kalo GoPay gitu jarang. Ada, cuma jarang.
3.	Bagaimana keadaan lingkungan organisasi Bapak/Ibu setelah menerapkan teknologi tersebut?	(ada karyawannya, ko?) Ada ini. (bagian masak-masak atau gimana, ko?) saya, gantian-gantian kadang.
4.	Seberapa jauh pengetahuan Bapak/Ibu tentang <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> ?	Ya lebih simple aja gitu kali. (menggangu metode konvensional nya tidak, ko?) gak ah, gak ganggu.
5.	Dengan adanya <i>fintech</i> disini, apakah memberikan dampak terhadap bisnis Bapak/Ibu?	Oh GoPay, masih ada aja sih, ngantri sih.
6.	Bagaimana sikap lingkungan Bapak/Ibu terhadap teknologi ini?	Biasa aja sih, gak ada wah wah nya.
7.	Hal positif atau keuntungan apa yang Bapak/Ibu dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	Lebih cepet aja sih terusnya jg tingkat dagangan jadi cepet laku gitu lah. (kalau dari segi promosinya gimana, ko?) promosi .. kalo untuk grab sih, oke sih. Kalo gojek, kurang.
8.	Hal negatif atau kesulitan apa yang Bapak/Ibu dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	Kadang-kadang suka error, kadang-kadang doang.

KUESIONER PENELITIAN
PERAN FINTECH DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PADA
UMKM SUBSEKTOR KULINER DI KECAMATAN KRAMAT JATI
JAKARTA TIMUR

Oleh: Rizki Nur Rofi'ah

Program Studi Pendidikan Ekonomi, FE UNJ

No. Kuesioner : 06
Daerah/Kota : Kelurahan Batu Ampar
Tanggal Survey : 21 Agustus 2020

PROFIL RESPONDEN

Nama Pemilik : Fardiansyah
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Usia : 31 Tahun
Pendidikan Terakhir : SMP
Jumlah Anggota Keluarga : 3 Orang
Nama Usaha : Ayam Bakar Amira
Tahun Berdiri Usaha : 2019 / Pakai Fintech : 2019
Status Kepemilikan Usaha : Sendiri
Sumber Dana : Tabungan Sendiri
Penghasilan Bersih/Bulan : < Rp 2.000.000

I. Daya Saing

No.	Pertanyaan	Transkrip Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana dengan ketersediaan modal yang dimiliki Bapak/Ibu dalam merintis dan menjalankan usaha ini?	Sendiri. (kalau boleh tau modal awalnya berapa ya, mbak?) modal awalnya lebih dari sepuluh juta.
2.	Bagaimana ketersediaan informasi yang Bapak/Ibu miliki dalam bisnis ini?	Inisiatif sendiri.
3.	Bagaimana ketersediaan teknologi yang dimiliki bisnis Bapak/Ibu?	HP. OVO, GoPay.
4.	Apa saja keahlian yang Bapak/Ibu miliki?	Masak aja sih.
5.	Apa yang Bapak/Ibu ketahui tentang bisnis dalam merintis dan menjalankannya?	Merintis? Merintis dari awal? Ya harus tau denah lokasi, tempat, terus strategi pemasaran.
6.	Apakah terdapat perilaku inovatif yang Bapak/Ibu terapkan dalam usaha anda?	Paling kemasan, produk, sama menu terbaru.
7.	Apakah pangsa pasar usaha Bapak/Ibu sudah mencapai target?	Belum, karna lagi kondisi begini ya.
8.	Bagaimana dengan volume penjualan dari usaha Bapak/Ibu? Apakah sudah mencapai target dalam tiap bulan atau tahunnya? Dan apakah selama Pandemi Covid-19 volume penjualan Bapak/Ibu menurun dari biasanya?	Tidak. Sebelum covid apa sesudah covid? (sebelum) kalo sebelum, mencapai. Makanya saya nanya sesudah apa sebelum? (berarti kalau sesudah pandemi?) menurun drastis.

II. Fintech (Financial Technology)

No.	Pertanyaan	Transkrip Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana mekanisme penerapan <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> pada tempat usaha Bapak/Ibu? Apakah yang Bapak/Ibu rasakan setelah menerapkan teknologi tersebut?	Lancar aja. (apa yang dirasakan mas sama mbak setelah menerapkan teknologi?) terbantu ya, terbantu meningkatkan omset.

2.	Bagaimana perubahan karakteristik lingkungan pekerjaan serta bisnis Bapak/Ibu setelah menerapkan teknologi tersebut?	Paling menerapkannya bikin promo.
3.	Bagaimana keadaan lingkungan organisasi Bapak/Ibu setelah menerapkan teknologi tersebut?	Kaya gimana? (ada penyesuaiannya gitu?) ada, penyesuaian harga.
4.	Seberapa jauh pengetahuan Bapak/Ibu tentang <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> ?	Lumayan. (mengetahuinya dari mana ya, mas?) dari internet ada, dari orang-orang ada.
5.	Dengan adanya <i>fintech</i> disini, apakah memberikan dampak terhadap bisnis Bapak/Ibu?	Ya ada, terbantu sih. Dampaknya terbantu.
6.	Bagaimana sikap lingkungan Bapak/Ibu terhadap teknologi ini?	Tarifnya ya standar. (ada potongan gitu gak, mas mbak?) ada, potongan dari gojek 20%.
7.	Hal positif atau keuntungan apa yang Bapak/Ibu dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	Apa ya? mendapatkan iklan. Mendapatkan iklan doang.
8.	Hal negatif atau kesulitan apa yang Bapak/Ibu dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	Kesulitannya paling ya .. pencairan dananya di gojek di rapel sampai hari senin pencairan dana. (jadi seminggu gitu atau gimana, mbak mas?) kalau jumat sabtu minggu di rapel jadi senin bayarnya. Jadi kalau kita belanja buat sabtu minggu tuh kaya nombok dulu.

KUESIONER PENELITIAN
PERAN FINTECH DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PADA
UMKM SUBSEKTOR KULINER DI KECAMATAN KRAMAT JATI
JAKARTA TIMUR

Oleh: Rizki Nur Rofi'ah

Program Studi Pendidikan Ekonomi, FE UNJ

No. Kuesioner : 07
Daerah/Kota : Kelurahan Batu Ampar
Tanggal Survey : 21 Agustus 2020

PROFIL RESPONDEN

Nama Pemilik : Raden Yoga Dwi Ramadhan
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Usia : 25 Tahun
Pendidikan Terakhir : Diploma
Jumlah Anggota Keluarga : 4 Orang
Nama Usaha : Kuliner Jeung Sum
Tahun Berdiri Usaha : 2020 / Pakai Fintech : 2020
Status Kepemilikan Usaha : Sendiri
Sumber Dana : Tabungan Sendiri
Penghasilan Bersih/Bulan : < Rp 2.000.000

I. Daya Saing

No.	Pertanyaan	Transkrip Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana dengan ketersediaan modal yang dimiliki Bapak/Ibu dalam merintis dan menjalankan usaha ini?	Ketersediaan modal? Ya paling internal keluarga sih. (modal awalnya berapa ya, mas?) kalo ini? Ya dua sampai tiga juta sih.
2.	Bagaimana ketersediaan informasi yang Bapak/Ibu miliki dalam bisnis ini?	Mengenai apa tuh? (informasi untuk membangun usaha ini dari mana gitu, mas) oh untuk brandingnya gitu? Oh brandingnya ya aku itu jualnya itu di go food gitu. (awal mula usahanya itu dari mana gitu informasinya?) oh sendiri, banting setir after udah gak kerja gitu.
3.	Bagaimana ketersediaan teknologi yang dimiliki bisnis Bapak/Ibu?	Handphone aja sih.
4.	Apa saja keahlian yang Bapak/Ibu miliki?	Masak, branding, sama ya itu sih marketingnya.
5.	Apa yang Bapak/Ibu ketahui tentang bisnis dalam merintis dan menjalankannya?	Ya dalam bisnis ya the power of orang dalem sih, mbak. Ya kan? Online pun gak jamin.
6.	Apakah terdapat perilaku inovatif yang Bapak/Ibu terapkan dalam usaha anda?	Lebih kepada ya pangan murah sih, mbak. Makanan murah. Makanan olahan. Kemaren juga kita abis provide untuk pekerja bansos empat ribu box.
7.	Apakah pangsa pasar usaha Bapak/Ibu sudah mencapai target?	Belum.
8.	Bagaimana dengan volume penjualan dari usaha Bapak/Ibu? Apakah sudah mencapai target dalam tiap bulan atau tahunnya? Dan apakah selama Pandemi Covid-19 volume penjualan Bapak/Ibu menurun dari biasanya?	Belum. (selama pandemi gimana, mas?) selama pandemi menurun sih, mbak.

II.Fintech (Financial Technology)

No.	Pertanyaan	Transkrip Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana mekanisme penerapan <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> pada tempat usaha Bapak/Ibu? Apakah yang Bapak/Ibu rasakan setelah menerapkan teknologi tersebut?	Itu dia karna kan marketplace juga kan gak jamin mbak sekarang. Apalagi persaingan, dari kita harus bakar duit. Kalo kita gak ikut promo, kita gak akan di beli orang gitu, jadi kaya ... Sorry tadi pertanyaannya gimana? (mekanisme penerapan teknologi sebagai sarana pembayaran) ya dari, foto nya harus cakep, terus bikin harga semurah mungkin dari toko lain, sama rasa kualitas. (kalau yang mas rasakan setelah menerapkan teknologi ini?) lebih kepada offline sih, daripada online.
2.	Bagaimana perubahan karakteristik lingkungan pekerjaan serta bisnis Bapak/Ibu setelah menerapkan teknologi tersebut?	Ya tetep sih packagingnya harus cakep ya kan, rasa di kuatin, sama harga di buat paling murah gitu.
3.	Bagaimana keadaan lingkungan organisasi Bapak/Ibu setelah menerapkan teknologi tersebut?	Gak ada sih.
4.	Seberapa jauh pengetahuan Bapak/Ibu tentang <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> ?	Pakai Go food ini, ya itu lagi balik lagi tadi. Ya intinya sih untuk branding ya untuk menjual biar orang tau rasa sama kita. (menggangu metode konvensional gak, mas?) iya, jelas. Karna kadang sinyal mempengaruhi kan gitu.
5.	Dengan adanya <i>fintech</i> disini, apakah memberikan dampak terhadap bisnis Bapak/Ibu?	Kalau untuk saya gak sih. (Kalau dari sisi antriannya, mas?) gak sama sekali. Gak tau ya kalau yang lainnya.
6.	Bagaimana sikap lingkungan Bapak/Ibu terhadap teknologi ini?	Ya sebenarnya sih saya buka untuk teknologi membantu ya, tapi mungkin saya nya kurang pendamping untuk bisa goes di marketplace gitu.
7.	Hal positif atau keuntungan apa yang Bapak/Ibu dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	Lebih ke orang nama sih, mbak. Dari nama. (kalau dari segi promosinya, mas?) itu dia, kita sebagai pelaku

		UKM bakar duit, mbak. Jadi gini, misal saya posting nasi ayam nih 20 ribu katakan. Itu kan ethless 20% dipotong kemitraan kan, itu kita harus ikut promo 30-75% mau dapat uang dari mana gitu. Kecuali modal saya besar gitu baru.
8.	Hal negatif atau kesulitan apa yang Bapak/Ibu dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	Kesulitan online? Kesulitan online ya balik lagi sih karna teknologi, sinyal mempengaruhi kan. Misalkan lagi melayani offline, tidak mendengar online nya gitu.



KUESIONER PENELITIAN
PERAN FINTECH DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PADA
UMKM SUBSEKTOR KULINER DI KECAMATAN KRAMAT JATI
JAKARTA TIMUR

Oleh: Rizki Nur Rofi'ah

Program Studi Pendidikan Ekonomi, FE UNJ

No. Kuesioner : 08
 Daerah/Kota : Kelurahan Batu Ampar
 Tanggal Survey : 22 Agustus 2020

PROFIL RESPONDEN

Nama Pemilik : Ibu Sayuti
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Usia : 49 Tahun
 Pendidikan Terakhir : SMP
 Jumlah Anggota Keluarga : 4 Orang
 Nama Usaha : Ayam Goreng KJI (Kremes Jagoan Indonesia)
 Tahun Berdiri Usaha : 1996 / Pakai Fintech : 2014
 Status Kepemilikan Usaha : Sendiri
 Sumber Dana : Bank
 Penghasilan Bersih/Bulan : Rp 5.100.000 – Rp 10.000.000

I. Daya Saing

No.	Pertanyaan	Transkrip Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana dengan ketersediaan modal yang dimiliki Bapak/Ibu dalam merintis dan menjalankan usaha ini?	Sendiri. Modal awal dulu itu berapa nak? Masih murah-murah. Modal awalnya... ya berapa nak? Masih murah yo. Pak harto kan masih murah-murahnya. Gak tau berapa.
2.	Bagaimana ketersediaan informasi yang Bapak/Ibu miliki dalam bisnis ini?	Dari aku sendiri. Ide sendiri.
3.	Bagaimana ketersediaan teknologi yang dimiliki bisnis Bapak/Ibu?	Kadang-kadang lewat HP, kadang dianter bapak sendiri. Tapi kalo gak anak yang pesenin, tapi pake HP kita sendiri. Kalo masalah HP kan gak boleh pinter-pinter sama anak.
4.	Apa saja keahlian yang Bapak/Ibu miliki?	Keahliannya masak, nak. Ya masak, nak. Sampai gak tau tanggal, gak tau hari liburanya, gak ngerti.
5.	Apa yang Bapak/Ibu ketahui tentang bisnis dalam merintis dan menjalankannya?	Makanan. Taunya Cuma makanan, jualan gitu loh nak.
6.	Apakah terdapat perilaku inovatif yang Bapak/Ibu terapkan dalam usaha anda?	Itu ya, apa ya nak? Dibilang kemasan yo juga. Pokoknya kalo usaha kan apa aja bisa.
7.	Apakah pangsa pasar usaha Bapak/Ibu sudah mencapai target?	Yo udah, udah hajiin orang tua, udah apa yo nak yo, Alhamdulillah, udah haji sendiri.
8.	Bagaimana dengan volume penjualan dari usaha Bapak/Ibu? Apakah sudah mencapai target dalam tiap bulan atau tahunnya? Dan apakah selama Pandemi Covid-19 volume penjualan Bapak/Ibu menurun dari biasanya?	Udah. (kalo selama pandemi, bu?) ya turun, jatuh turun. Turun drastis, nak. Libur kok, dagang yo percuma yo.

II.Fintech (Financial Technology)

No.	Pertanyaan	Transkrip Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana mekanisme penerapan <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> pada tempat usaha Bapak/Ibu? Apakah yang Bapak/Ibu rasakan setelah menerapkan teknologi tersebut?	Ya pake uang cash aja. Yo aman, aku seneng, bisa di percaya yo nak yo. Yo amit-amit yo belum pernah sampe meleset. Nganterin ke cilandak sampe nyasar.
2.	Bagaimana perubahan karakteristik lingkungan pekerjaan serta bisnis Bapak/Ibu setelah menerapkan teknologi tersebut?	Yo aman-aman aja. Ya mudah-mudahan terus yo aman. Dari jaman dulu sampe sekarang aman, mudah-mudahan aja seterusnya. Yo kemaren merosotnya di lockdown-lockdown kemaren gitu, nak. Yo agak lumayan lagi sekarang. Stabil lah. Yo mudah-mudahan jangan sampe ada apa-apa lagi lah. Yang diminta ibu loh, namanya usaha.
3.	Bagaimana keadaan lingkungan organisasi Bapak/Ibu setelah menerapkan teknologi tersebut?	Yo ada juga yo nak yo.
4.	Seberapa jauh pengetahuan Bapak/Ibu tentang <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> ?	Cuma ya kadang-kadang pesen anter, ya kadang-kadang aku yang anterin kesana, gitu loh nak. Apa itu namanya. Cuma nganter barang, nganter-nganter kita gitu. Apa hayo ditulis apa itu. Makanya aku langsung cash aja. (apa mengganggu metode konvensional, bu?) gak ganggu.
5.	Dengan adanya <i>fintech</i> disini, apakah memberikan dampak terhadap bisnis Bapak/Ibu?	Gak yo, kayaknya gak loh nak.yo aku loh, gak tau yang lain. (dari sisi antrian bagaimana, bu?) gak, langsung dapet gitu aja nak kalo pesen.
6.	Bagaimana sikap lingkungan Bapak/Ibu terhadap teknologi ini?	Aman-aman aja. Tinggal kita kan, kita jahat sama orang. Ya kaya ... kebalikannya lah. Ada omongan apa gak usah ditanggopin.
7.	Hal positif atau keuntungan apa yang Bapak/Ibu dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	Keuntungannya yo enak aja yo, kalo menurut ibu loh yo. (kalau dari segi promosinya, bu?) pernah, ya pernah

		ada promosi. Yo kadang-kadang gak. Itu sih yang tak rasain, nak. Yang pernah itu kadang-kadang murah, kadang-kadang mahal yo kaya gitu.
8.	Hal negatif atau kesulitan apa yang Bapak/Ibu dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	Gak, gak ada.



KUESIONER PENELITIAN
PERAN FINTECH DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PADA
UMKM SUBSEKTOR KULINER DI KECAMATAN KRAMAT JATI
JAKARTA TIMUR

Oleh: Rizki Nur Rofi'ah

Program Studi Pendidikan Ekonomi, FE UNJ

No. Kuesioner : 09
Daerah/Kota : Kelurahan Balekambang
Tanggal Survey : 22 Agustus 2020

PROFIL RESPONDEN

Nama Pemilik : Mas Min
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Usia : 40 Tahun
Pendidikan Terakhir : SD dan Sederajat
Jumlah Anggota Keluarga : 3 Orang
Nama Usaha : Pondok Selera Mas Min Chainesfood
Tahun Berdiri Usaha : 2016 / Pakai Fintech : 2019
Status Kepemilikan Usaha : Sendiri
Sumber Dana : Tabungan Sendiri
Penghasilan Bersih/Bulan : Rp 2.000.000 – Rp 5.000.000

I. Daya Saing

No.	Pertanyaan	Transkrip Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana dengan ketersediaan modal yang dimiliki Bapak/Ibu dalam merintis dan menjalankan usaha ini?	Sendiri. (kalau boleh tau, modal awalnya berapa ya, mas?) dua puluh lima juta.
2.	Bagaimana ketersediaan informasi yang Bapak/Ibu miliki dalam bisnis ini?	Awalnya kerja.
3.	Bagaimana ketersediaan teknologi yang dimiliki bisnis Bapak/Ibu?	HP
4.	Apa saja keahlian yang Bapak/Ibu miliki?	Masak lah, yo orang dapur ya masak.
5.	Apa yang Bapak/Ibu ketahui tentang bisnis dalam merintis dan menjalankannya?	-
6.	Apakah terdapat perilaku inovatif yang Bapak/Ibu terapkan dalam usaha anda?	Ya resep lah.
7.	Apakah pangsa pasar usaha Bapak/Ibu sudah mencapai target?	Udah.
8.	Bagaimana dengan volume penjualan dari usaha Bapak/Ibu? Apakah sudah mencapai target dalam tiap bulan atau tahunnya? Dan apakah selama Pandemi Covid-19 volume penjualan Bapak/Ibu menurun dari biasanya?	Ya udahlah, kalo gak mencapai target gak bisa bayar kontrakan. (kalau selama pandemi, mas?) kalo ada virus, menurun jauh bisa seperempat.

II. Fintech (Financial Technology)

No.	Pertanyaan	Transkrip Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana mekanisme penerapan <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> pada tempat usaha Bapak/Ibu? Apakah yang Bapak/Ibu rasakan setelah menerapkan teknologi tersebut?	GoPay. Ya ... Lancar. Ibaratannya gak ada beban sih. Ya langsung masuk ke rekening.

2.	Bagaimana perubahan karakteristik lingkungan pekerjaan serta bisnis Bapak/Ibu setelah menerapkan teknologi tersebut?	Kalo yang manual mah gak ada Gopay, Gopaynya masuk ke gofood doang. Kalo manualnya gak ada sih.
3.	Bagaimana keadaan lingkungan organisasi Bapak/Ibu setelah menerapkan teknologi tersebut?	Ya pahamlah.
4.	Seberapa jauh pengetahuan Bapak/Ibu tentang <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> ?	Taunya bayar doang, apa aja bisa gitu. (apa mengganggu metode konvensional, mas?) kalo ganggu, gak.
5.	Dengan adanya <i>fintech</i> disini, apakah memberikan dampak terhadap bisnis Bapak/Ibu?	Kalo lagi manualnya rame banget, itunya matiin. Jadi gak nampung. Mending dimatiin aja.
6.	Bagaimana sikap lingkungan Bapak/Ibu terhadap teknologi ini?	-
7.	Hal positif atau keuntungan apa yang Bapak/Ibu dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	Kalo promo, gak ada. Ada pemotongan, jadi yang nanggung resikonya pembeli. Jadi, masuk kesininya tetep manual.
8.	Hal negatif atau kesulitan apa yang Bapak/Ibu dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	Kesulitannya ... gak ada.

KUESIONER PENELITIAN
PERAN FINTECH DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PADA
UMKM SUBSEKTOR KULINER DI KECAMATAN KRAMAT JATI
JAKARTA TIMUR

Oleh: Rizki Nur Rofi'ah

Program Studi Pendidikan Ekonomi, FE UNJ

No. Kuesioner : 10
Daerah/Kota : Kelurahan Kramat Jati
Tanggal Survey : 23 Agustus 2020

PROFIL RESPONDEN

Nama Pemilik : Miftahul Arifin
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Usia : 35 Tahun
Pendidikan Terakhir : Sarjana
Jumlah Anggota Keluarga : 4 Orang
Nama Usaha : Es Cendol Durian Pak Jenggot
Tahun Berdiri Usaha : 2009 / Pakai Fintech : 2016
Status Kepemilikan Usaha : Sendiri
Sumber Dana : Tabungan Sendiri
Penghasilan Bersih/Bulan : Rp 2.000.000 – Rp 5.000.000

I. Daya Saing

No.	Pertanyaan	Transkrip Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana dengan ketersediaan modal yang dimiliki Bapak/Ibu dalam merintis dan menjalankan usaha ini?	Sendiri. Kurang tau, soalnya masnya yang tau.
2.	Bagaimana ketersediaan informasi yang Bapak/Ibu miliki dalam bisnis ini?	Keluarga, pakdenya.
3.	Bagaimana ketersediaan teknologi yang dimiliki bisnis Bapak/Ibu?	HP.
4.	Apa saja keahlian yang Bapak/Ibu miliki?	Multitalent.
5.	Apa yang Bapak/Ibu ketahui tentang bisnis dalam merintis dan menjalankannya?	Buat keluarga.
6.	Apakah terdapat perilaku inovatif yang Bapak/Ibu terapkan dalam usaha anda?	Dari bahan-bahannya yang alami.
7.	Apakah pangsa pasar usaha Bapak/Ibu sudah mencapai target?	Kalo kaya gini mah setengahnya doang.
8.	Bagaimana dengan volume penjualan dari usaha Bapak/Ibu? Apakah sudah mencapai target dalam tiap bulan atau tahunnya? Dan apakah selama Pandemi Covid-19 volume penjualan Bapak/Ibu menurun dari biasanya?	Kalo setahun, sudah mencapai. (kalo selama pandemi, mas?) menurun, mbak.

II. Fintech (Financial Technology)

No.	Pertanyaan	Transkrip Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana mekanisme penerapan <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> pada tempat usaha Bapak/Ibu? Apakah yang Bapak/Ibu rasakan setelah menerapkan teknologi tersebut?	Transfer. Praktis ya. Praktis, gak ribet.

2.	Bagaimana perubahan karakteristik lingkungan pekerjaan serta bisnis Bapak/Ibu setelah menerapkan teknologi tersebut?	Ya berubah, mbak. Ada perubahan juga. Kalo pake gopay gini kan, yang jauh bisa sampe sini.
3.	Bagaimana keadaan lingkungan organisasi Bapak/Ibu setelah menerapkan teknologi tersebut?	Ada.
4.	Seberapa jauh pengetahuan Bapak/Ibu tentang <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> ?	Kalo menurut saya sih, pengetahuannya ini buat menjangkau orang yang dari jauh ya mbak ya. Kebanyakan mainnya food kan. Yang jauh gak ribet kesini, tapi bisa didapet gitu. (apa mengganggu metode konvensional, mas?) gak sih, mbak ya. Lancar aja.
5.	Dengan adanya <i>fintech</i> disini, apakah memberikan dampak terhadap bisnis Bapak/Ibu?	Kadang antri kalo rame.
6.	Bagaimana sikap lingkungan Bapak/Ibu terhadap teknologi ini?	-
7.	Hal positif atau keuntungan apa yang Bapak/Ibu dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	Bisa buat nambah penghasilan. (kalau dari segi promosi, mas?) dari segi promosi, bisa menguntungkan.
8.	Hal negatif atau kesulitan apa yang Bapak/Ibu dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	Gak ada. sinyal diperbaharui.

KUESIONER PENELITIAN
PERAN FINTECH DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PADA
UMKM SUBSEKTOR KULINER DI KECAMATAN KRAMAT JATI
JAKARTA TIMUR

Oleh: Rizki Nur Rofi'ah

Program Studi Pendidikan Ekonomi, FE UNJ

No. Kuesioner : 11
Daerah/Kota : Kelurahan Kramat Jati
Tanggal Survey : 23 Agustus 2020

PROFIL RESPONDEN

Nama Pemilik : Jasmin
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Usia : 57 Tahun
Pendidikan Terakhir : SD dan Sederajat
Jumlah Anggota Keluarga : 3 Orang
Nama Usaha : Wisma Bakso Pak Min
Tahun Berdiri Usaha : 1992 / Pakai Fintech : 2018
Status Kepemilikan Usaha : Sendiri
Sumber Dana : Tabungan Sendiri
Penghasilan Bersih/Bulan : Rp 5.100.000 – Rp 10.000.000

I. Daya Saing

No.	Pertanyaan	Transkrip Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana dengan ketersediaan modal yang dimiliki Bapak/Ibu dalam merintis dan menjalankan usaha ini?	Sendiri. (kalau boleh tau modal awalnya berapa, mas?) modal dari pertama buka? Modalnya kalo buat giling sekitar delapan jutaan.
2.	Bagaimana ketersediaan informasi yang Bapak/Ibu miliki dalam bisnis ini?	Dari keluarga.
3.	Bagaimana ketersediaan teknologi yang dimiliki bisnis Bapak/Ibu?	HP.
4.	Apa saja keahlian yang Bapak/Ibu miliki?	Buat bakso sama mie ayam.
5.	Apa yang Bapak/Ibu ketahui tentang bisnis dalam merintis dan menjalankannya?	Yang diketahui bisnis jadi mata pencaharian utama.
6.	Apakah terdapat perilaku inovatif yang Bapak/Ibu terapkan dalam usaha anda?	Disiplin sama kebersihan.
7.	Apakah pangsa pasar usaha Bapak/Ibu sudah mencapai target?	Kita gak nargetin sih, selakunya aja. Soalnya kalo ditargetin, entar gak sesuai target nanti ini.
8.	Bagaimana dengan volume penjualan dari usaha Bapak/Ibu? Apakah sudah mencapai target dalam tiap bulan atau tahunnya? Dan apakah selama Pandemi Covid-19 volume penjualan Bapak/Ibu menurun dari biasanya?	Tiap bulan, udah sih. Pemasukannya lebih. (kalo selama pandemi, mas?) menurun, menurun drastis lah.

II. Fintech (Financial Technology)

No.	Pertanyaan	Transkrip Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana mekanisme penerapan <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> pada tempat usaha Bapak/Ibu? Apakah yang Bapak/Ibu rasakan setelah menerapkan teknologi tersebut?	Dia lebih efektif sih sebenarnya. Jadi bisa beli gak harus langsung datang ke tempatnya.

2.	Bagaimana perubahan karakteristik lingkungan pekerjaan serta bisnis Bapak/Ibu setelah menerapkan teknologi tersebut?	Laporan keuangannya dibedain.
3.	Bagaimana keadaan lingkungan organisasi Bapak/Ibu setelah menerapkan teknologi tersebut?	Gak ada sih, sama aja.
4.	Seberapa jauh pengetahuan Bapak/Ibu tentang <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> ?	Gofood ya buat mempermudah kita jualan aja sebenarnya sih, supaya pelanggan tuh gak harus repot dateng ke lokasi gitu. (apa mengganggu metode konvensional, mas?) gak, gak.
5.	Dengan adanya <i>fintech</i> disini, apakah memberikan dampak terhadap bisnis Bapak/Ibu?	Kalo gojek kebanyakan kan telfon dulu ya, telfon dulu, pesen, baru dia setelah sampai disini tuh pesenan udah jadi. Dalam arti gak sih, karna dia antrinya udah lewat telfon sih ya. Jadi ya kita antrinya sesuai dari situ lah.
6.	Bagaimana sikap lingkungan Bapak/Ibu terhadap teknologi ini?	Jauh bisa pesan.
7.	Hal positif atau keuntungan apa yang Bapak/Ibu dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	Keuntungannya ya lebih sih. Pokoknya lebih lah dibanding tidak pake.
8.	Hal negatif atau kesulitan apa yang Bapak/Ibu dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	Belum ada kesulitan sih sampe sekarang. Paling kesulitan waktu pendaftaran doang.

KUESIONER PENELITIAN
PERAN FINTECH DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PADA
UMKM SUBSEKTOR KULINER DI KECAMATAN KRAMAT JATI
JAKARTA TIMUR

Oleh: Rizki Nur Rofi'ah

Program Studi Pendidikan Ekonomi, FE UNJ

No. Kuesioner : 12
Daerah/Kota : Kelurahan Kramat Jati
Tanggal Survey : 24 Agustus 2020

PROFIL RESPONDEN

Nama Pemilik : Emi Musliyaton (Mamake)
Jenis Kelamin : Perempuan
Usia : 33 Tahun
Pendidikan Terakhir : SMA/SMK
Jumlah Anggota Keluarga : 3 Orang
Nama Usaha : Pondok Ayam Bakar Mamake
Tahun Berdiri Usaha : 2015 / Pakai Fintech : 2019
Status Kepemilikan Usaha : Sendiri
Sumber Dana : Tabungan Sendiri
Penghasilan Bersih/Bulan : > Rp 10.000.000

I. Daya Saing

No.	Pertanyaan	Transkrip Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana dengan ketersediaan modal yang dimiliki Bapak/Ibu dalam merintis dan menjalankan usaha ini?	Sendiri. (kalau boleh tau modal awalnya berapa ya, mbak?) modal awal pertama tiga puluh dua juta.
2.	Bagaimana ketersediaan informasi yang Bapak/Ibu miliki dalam bisnis ini?	Sendiri saya.
3.	Bagaimana ketersediaan teknologi yang dimiliki bisnis Bapak/Ibu?	HP.
4.	Apa saja keahlian yang Bapak/Ibu miliki?	Masak. Bikin sambel, bikin bumbu.
5.	Apa yang Bapak/Ibu ketahui tentang bisnis dalam merintis dan menjalankannya?	Apa ya? Buat ngembangin usaha.
6.	Apakah terdapat perilaku inovatif yang Bapak/Ibu terapkan dalam usaha anda?	Disiplin, kerja keras, percaya, kemasan sendiri.
7.	Apakah pangsa pasar usaha Bapak/Ibu sudah mencapai target?	Udah.
8.	Bagaimana dengan volume penjualan dari usaha Bapak/Ibu? Apakah sudah mencapai target dalam tiap bulan atau tahunnya? Dan apakah selama Pandemi Covid-19 volume penjualan Bapak/Ibu menurun dari biasanya?	Tahun, udah. (kalau selama pandemi, mbak?) menurun, hampir 50% lenyap.

II. Fintech (Financial Technology)

No.	Pertanyaan	Transkrip Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana mekanisme penerapan <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> pada tempat usaha Bapak/Ibu? Apakah yang Bapak/Ibu rasakan setelah menerapkan teknologi tersebut?	Pake HP saya sih ya. (apa yang mbak rasakan setelah menggunakan teknologi ini?) berkembang.

2.	Bagaimana perubahan karakteristik lingkungan pekerjaan serta bisnis Bapak/Ibu setelah menerapkan teknologi tersebut?	Laporan uangnya jadi beda, hasilnya juga lebih banyak.
3.	Bagaimana keadaan lingkungan organisasi Bapak/Ibu setelah menerapkan teknologi tersebut?	Ada, semakin banyak temen. Jadi semakin banyak akrab, kenal.
4.	Seberapa jauh pengetahuan Bapak/Ibu tentang <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> ?	Saya belum paham banget sih ya soal gopay, soalnya kan baru lima bulan ya. Jadi kalo saya pribadi mah seneng aja, jadi kan orang gak usah bayar cash masuknya ke atm. (apa mengganggu metode konvensional, mbak?) gak, tidak mengganggu sama sekali.
5.	Dengan adanya <i>fintech</i> disini, apakah memberikan dampak terhadap bisnis Bapak/Ibu?	Tidak. (dari sisi antrian bagaimana, mbak?) semenjak pake gopay sekarang antri, banyak pesenan.
6.	Bagaimana sikap lingkungan Bapak/Ibu terhadap teknologi ini?	Customernya bagus-bagus sih ngasih ratingnya. Alhamdulillah masih dipercaya sama customer.
7.	Hal positif atau keuntungan apa yang Bapak/Ibu dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	Keuntungannya berlebih sekarang, tadinya 50% jadi 80%. Alhamdulillah lah semenjak pake gopay. (kalo dari segi promosinya, mbak?) ya, promosi terus setiap hari mah kita. Setiap hari kita ngadain promosi. (itu dari gojeknya atau dari mbaknya?) dari kitanya.
8.	Hal negatif atau kesulitan apa yang Bapak/Ibu dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	Gak ada.

KUESIONER PENELITIAN
PERAN FINTECH DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PADA
UMKM SUBSEKTOR KULINER DI KECAMATAN KRAMAT JATI
JAKARTA TIMUR

Oleh: Rizki Nur Rofi'ah

Program Studi Pendidikan Ekonomi, FE UNJ

No. Kuesioner : 13
Daerah/Kota : Kelurahan Kramat Jati
Tanggal Survey : 08 Januari 2021

PROFIL RESPONDEN

Nama Pemilik : Gunawan
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Usia : 46 Tahun
Pendidikan Terakhir : SMA/SMK
Jumlah Anggota Keluarga : 4 Orang
Nama Usaha : Soto Mie Bogor Kang Gun
Tahun Berdiri Usaha : 2013 / Pakai Fintech : 2020
Status Kepemilikan Usaha : Sendiri
Sumber Dana : Tabungan Sendiri
Penghasilan Bersih/Bulan : Rp 2.000.000 – Rp 5.000.000

I. Daya Saing

No.	Pertanyaan	Transkrip Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana dengan ketersediaan modal yang dimiliki Bapak/Ibu dalam merintis dan menjalankan usaha ini?	Sendiri. (kalau modal awal berapa ya, mas?) lima jutaan.
2.	Bagaimana ketersediaan informasi yang Bapak/Ibu miliki dalam bisnis ini?	Dari keluarga.
3.	Bagaimana ketersediaan teknologi yang dimiliki bisnis Bapak/Ibu?	Hp.
4.	Apa saja keahlian yang Bapak/Ibu miliki?	Memasak.
5.	Apa yang Bapak/Ibu ketahui tentang bisnis dalam merintis dan menjalankannya?	-
6.	Apakah terdapat perilaku inovatif yang Bapak/Ibu terapkan dalam usaha anda?	Ada.
7.	Apakah pangsa pasar usaha Bapak/Ibu sudah mencapai target?	Belum.
8.	Bagaimana dengan volume penjualan dari usaha Bapak/Ibu? Apakah sudah mencapai target dalam tiap bulan atau tahunnya? Dan apakah selama Pandemi Covid-19 volume penjualan Bapak/Ibu menurun dari biasanya?	Belum. (kalau selama pandemi gimana, mas?) menurun.

II. Fintech (Financial Technology)

No.	Pertanyaan	Transkrip Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana mekanisme penerapan <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> pada tempat usaha Bapak/Ibu? Apakah yang Bapak/Ibu rasakan setelah menerapkan teknologi tersebut?	Sama aja, tapi terbantu. Ada perubahan.

2.	Bagaimana perubahan karakteristik lingkungan pekerjaan serta bisnis Bapak/Ibu setelah menerapkan teknologi tersebut?	-
3.	Bagaimana keadaan lingkungan organisasi Bapak/Ibu setelah menerapkan teknologi tersebut?	-
4.	Seberapa jauh pengetahuan Bapak/Ibu tentang <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> ?	-
5.	Dengan adanya <i>fintech</i> disini, apakah memberikan dampak terhadap bisnis Bapak/Ibu?	Gak ada.
6.	Bagaimana sikap lingkungan Bapak/Ibu terhadap teknologi ini?	-
7.	Hal positif atau keuntungan apa yang Bapak/Ibu dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	Ada. tambah rame.
8.	Hal negatif atau kesulitan apa yang Bapak/Ibu dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	Gak ada. (kalau untuk target kedepannya bagaimana, mas? Apa yang ingin dicapai?) ada, lanjutin pakai gopay biar tambah rame.

KUESIONER PENELITIAN
PERAN FINTECH DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PADA
UMKM SUBSEKTOR KULINER DI KECAMATAN KRAMAT JATI
JAKARTA TIMUR

Oleh: Rizki Nur Rofi'ah

Program Studi Pendidikan Ekonomi, FE UNJ

No. Kuesioner : 14
 Daerah/Kota : Kelurahan Batu Ampar
 Tanggal Survey : 08 Januari 2021

PROFIL RESPONDEN

Nama Pemilik : Mpok Nur
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Usia : 42 Tahun
 Pendidikan Terakhir : SMA/SMK
 Jumlah Anggota Keluarga : 6 Orang
 Nama Usaha : Soto Betawi Mpok Nur
 Tahun Berdiri Usaha : 2018 / Pakai Fintech : 2018
 Status Kepemilikan Usaha : Sendiri
 Sumber Dana : Tabungan Sendiri
 Penghasilan Bersih/Bulan : Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000
 Jumlah karyawan : -
 Bagaimana pembagian gaji/upahnya? Tetap sama/tidak selama pandemi?
 Jawaban: -

I. Daya Saing

No.	Pertanyaan	Transkrip Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana dengan ketersediaan modal yang dimiliki Bapak/Ibu dalam merintis dan menjalankan usaha ini?	Sendiri. (kalau modal awalnya berapa, bu?) saya modal awalnya abislah tujuh juta. Soalnya semua serba baru gitu.
2.	Bagaimana ketersediaan informasi yang Bapak/Ibu miliki dalam bisnis ini?	Sendiri.
3.	Bagaimana ketersediaan teknologi yang dimiliki bisnis Bapak/Ibu?	Hp.
4.	Apa saja keahlian yang Bapak/Ibu miliki?	Memasak.
5.	Apa yang Bapak/Ibu ketahui tentang bisnis dalam merintis dan menjalankannya?	Bisnis apa nih? Makanan? Paling bisnisnya ya soto betawi, ayam bakar, sampingannya saya frozen food, pecel ayam.
6.	Apakah terdapat perilaku inovatif yang Bapak/Ibu terapkan dalam usaha anda?	Rasanya.
7.	Apakah pangsa pasar usaha Bapak/Ibu sudah mencapai target?	Kalo pas masa pandemi emang kita berkurang ya, pas sebelumnya sih kita meningkat, lebih maju lah. Pas pandemi aja deh di bulan maret udah mulai turun sampe sekarang ini lah.
8.	Bagaimana dengan volume penjualan dari usaha Bapak/Ibu? Apakah sudah mencapai target dalam tiap bulan atau tahunnya? Dan apakah selama Pandemi Covid-19 volume penjualan Bapak/Ibu menurun dari biasanya?	Ya, seperti tadi. Pas sebelum pandemi meningkat, pas pandemi itu mulai turun.

II.Fintech (Financial Technology)

No.	Pertanyaan	Transkrip Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana mekanisme penerapan <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> pada tempat usaha Bapak/Ibu? Apakah yang Bapak/Ibu rasakan setelah menerapkan teknologi tersebut?	Mudah ya. Lebih banyak pembelinya.
2.	Bagaimana perubahan karakteristik lingkungan pekerjaan serta bisnis Bapak/Ibu setelah menerapkan teknologi tersebut?	-
3.	Bagaimana keadaan lingkungan organisasi Bapak/Ibu setelah menerapkan teknologi tersebut?	-
4.	Seberapa jauh pengetahuan Bapak/Ibu tentang <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> ?	-
5.	Dengan adanya <i>fintech</i> disini, apakah memberikan dampak terhadap bisnis Bapak/Ibu?	Gak juga sih.
6.	Bagaimana sikap lingkungan Bapak/Ibu terhadap teknologi ini?	-
7.	Hal positif atau keuntungan apa yang Bapak/Ibu dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	Banyak ya. Ya lebih mudah, gampang aja gitu, kan jadi ada yang pake uang cash kalo yang pake gopay jadi lebih mudah. Yang jauh bisa pake gopay, online gitu.
8.	Hal negatif atau kesulitan apa yang Bapak/Ibu dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	Gak ada sih kalo gopay. (kalau untuk kedepannya, ada target tidak bu? Apa yang ingin dicapai gitu, bu?) ya biar maju lagi lah, biar kaya dulu lagi di tahun 2018-2019 lagi.

KUESIONER PENELITIAN
PERAN FINTECH DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PADA
UMKM SUBSEKTOR KULINER DI KECAMATAN KRAMAT JATI
JAKARTA TIMUR

Oleh: Rizki Nur Rofi'ah

Program Studi Pendidikan Ekonomi, FE UNJ

No. Kuesioner : 15
 Daerah/Kota : Kelurahan Batu Ampar
 Tanggal Survey : 09 Januari 2021

PROFIL RESPONDEN

Nama Pemilik : Ade Prasetya
 Jenis Kelamin : Laki-Laki
 Usia : 30 Tahun
 Pendidikan Terakhir : SMP
 Jumlah Anggota Keluarga : 4 Orang
 Nama Usaha : Ayam Bakar A.D.S
 Tahun Berdiri Usaha : 2019 / Pakai Fintech : 2019
 Status Kepemilikan Usaha : Sendiri
 Sumber Dana : Tabungan Sendiri
 Penghasilan Bersih/Bulan : Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000
 Jumlah karyawan : 2
 Bagaimana pembagian gaji/upahnya? Tetap sama/tidak selama pandemi?
 Jawaban: tidak sama, berdasarkan pekerjaan. Selama pandemi, menurun.

I. Daya Saing

No.	Pertanyaan	Transkrip Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana dengan ketersediaan modal yang dimiliki Bapak/Ibu dalam merintis dan menjalankan usaha ini?	Sendiri. (kalo modal awalnya berapa, pak?) lima juta.
2.	Bagaimana ketersediaan informasi yang Bapak/Ibu miliki dalam bisnis ini?	Ide sendiri.
3.	Bagaimana ketersediaan teknologi yang dimiliki bisnis Bapak/Ibu?	Hp.
4.	Apa saja keahlian yang Bapak/Ibu miliki?	Memasak.
5.	Apa yang Bapak/Ibu ketahui tentang bisnis dalam merintis dan menjalankannya?	Strategi marketing sih. (itu bagaimana strateginya, pak?) ya harus menyesuaikan sama zaman sekarang. Usaha itu udah gak perlu yang punya tempat sebenarnya, seperti sekarang bisa stay dirumah. Bisa online. Karna udah pergeseran zaman, jadinya kita harus mengikuti teknologi sih.
6.	Apakah terdapat perilaku inovatif yang Bapak/Ibu terapkan dalam usaha anda?	Promo, sama giveaway gitu sih.
7.	Apakah pangsa pasar usaha Bapak/Ibu sudah mencapai target?	Hampir.
8.	Bagaimana dengan volume penjualan dari usaha Bapak/Ibu? Apakah sudah mencapai target dalam tiap bulan atau tahunnya? Dan apakah selama Pandemi Covid-19 volume penjualan Bapak/Ibu menurun dari biasanya?	Fluktuatif sih kalo itu. Gak stay dalam target. Bulan ini kita targetin segini, bisa bulan depannya melebihi target, bulan depannya lagi kurang dari target. (kalo selama pandemi, pak?) wah itu uncreditable kalo selama pandemi. Gak bisa di prediksi. Banget banget gak bisa di prediksi.

II.Fintech (Financial Technology)

No.	Pertanyaan	Transkrip Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana mekanisme penerapan <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> pada tempat usaha Bapak/Ibu? Apakah yang Bapak/Ibu rasakan setelah menerapkan teknologi tersebut?	Membantu, sangat membantu.
2.	Bagaimana perubahan karakteristik lingkungan pekerjaan serta bisnis Bapak/Ibu setelah menerapkan teknologi tersebut?	Ya jauh lebih global jadinya. Menjangkau semuanya. Gak cuman radius beberapa kilometre. Dari mana aja.
3.	Bagaimana keadaan lingkungan organisasi Bapak/Ibu setelah menerapkan teknologi tersebut?	Gak ada. kalo itu mah individu-individu sama aja.
4.	Seberapa jauh pengetahuan Bapak/Ibu tentang <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> ?	Lumayan. Lumayan update maksudnya. (ini bapak cari sendiri di internet atau darimana, pak?) cari sendiri di internet.
5.	Dengan adanya <i>fintech</i> disini, apakah memberikan dampak terhadap bisnis Bapak/Ibu?	Memberi dampak. Kemudahan.
6.	Bagaimana sikap lingkungan Bapak/Ibu terhadap teknologi ini?	-
7.	Hal positif atau keuntungan apa yang Bapak/Ibu dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	Ya itu target marketnya lebih meluas.
8.	Hal negatif atau kesulitan apa yang Bapak/Ibu dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	Gak ada. (target bapak kedepannya yang ingin dicapai apa?) buka cabang dimana-mana sih intinya.

KUESIONER PENELITIAN
PERAN FINTECH DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PADA
UMKM SUBSEKTOR KULINER DI KECAMATAN KRAMAT JATI
JAKARTA TIMUR

Oleh: Rizki Nur Rofi'ah

Program Studi Pendidikan Ekonomi, FE UNJ

No. Kuesioner : 16
 Daerah/Kota : Kelurahan Batu Ampar
 Tanggal Survey : 09 Januari 2021

PROFIL RESPONDEN

Nama Pemilik : Suyati
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Usia : 36 Tahun
 Pendidikan Terakhir : SMP
 Jumlah Anggota Keluarga : 4 Orang
 Nama Usaha : Mie Ayam Bakso Portal
 Tahun Berdiri Usaha : 2009 / Pakai Fintech : 2020
 Status Kepemilikan Usaha : Sendiri
 Sumber Dana : Tabungan Sendiri
 Penghasilan Bersih/Bulan : Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000
 Jumlah karyawan : -
 Bagaimana pembagian gaji/upahnya? Tetap sama/tidak selama pandemi?
 Jawaban: -

I. Daya Saing

No.	Pertanyaan	Transkrip Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana dengan ketersediaan modal yang dimiliki Bapak/Ibu dalam merintis dan menjalankan usaha ini?	Sendiri. (kalo modal awal berapa, mbak?) berapa ya? Tiga puluh juta kali ya, buat sewa-sewa tempat.
2.	Bagaimana ketersediaan informasi yang Bapak/Ibu miliki dalam bisnis ini?	Dari keluarga.
3.	Bagaimana ketersediaan teknologi yang dimiliki bisnis Bapak/Ibu?	Hp.
4.	Apa saja keahlian yang Bapak/Ibu miliki?	Memasak.
5.	Apa yang Bapak/Ibu ketahui tentang bisnis dalam merintis dan menjalankannya?	Bisnis itu buat mata pencaharian.
6.	Apakah terdapat perilaku inovatif yang Bapak/Ibu terapkan dalam usaha anda?	Rasa, kemasan.
7.	Apakah pangsa pasar usaha Bapak/Ibu sudah mencapai target?	Udah.
8.	Bagaimana dengan volume penjualan dari usaha Bapak/Ibu? Apakah sudah mencapai target dalam tiap bulan atau tahunnya? Dan apakah selama Pandemi Covid-19 volume penjualan Bapak/Ibu menurun dari biasanya?	Udah. (kalo selama pandemi, bagaimana mbak?) tetap, gak ngaruh. Tetap kaya biasa.

II. Fintech (Financial Technology)

No.	Pertanyaan	Transkrip Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana mekanisme penerapan <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> pada tempat usaha Bapak/Ibu? Apakah yang Bapak/Ibu rasakan setelah menerapkan teknologi tersebut?	Lebih mudah.

2.	Bagaimana perubahan karakteristik lingkungan pekerjaan serta bisnis Bapak/Ibu setelah menerapkan teknologi tersebut?	-
3.	Bagaimana keadaan lingkungan organisasi Bapak/Ibu setelah menerapkan teknologi tersebut?	-
4.	Seberapa jauh pengetahuan Bapak/Ibu tentang <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> ?	-
5.	Dengan adanya <i>fintech</i> disini, apakah memberikan dampak terhadap bisnis Bapak/Ibu?	Iya.
6.	Bagaimana sikap lingkungan Bapak/Ibu terhadap teknologi ini?	-
7.	Hal positif atau keuntungan apa yang Bapak/Ibu dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	Ya omset bertambah.
8.	Hal negatif atau kesulitan apa yang Bapak/Ibu dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	Gak ada. (kalau untuk target kedepannya, mbak? Apa yang ingin dicapai?) menambah cabang lagi sih.

KUESIONER PENELITIAN
PERAN FINTECH DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PADA
UMKM SUBSEKTOR KULINER DI KECAMATAN KRAMAT JATI
JAKARTA TIMUR

Oleh: Rizki Nur Rofi'ah

Program Studi Pendidikan Ekonomi, FE UNJ

No. Kuesioner : 17
 Daerah/Kota : Kelurahan Batu Ampar
 Tanggal Survey : 09 Januari 2021

PROFIL RESPONDEN

Nama Pemilik : Desiyanti
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Usia : 40 Tahun
 Pendidikan Terakhir : SMA/SMK
 Jumlah Anggota Keluarga : 3 Orang
 Nama Usaha : Nasi Goreng Cania
 Tahun Berdiri Usaha : 2020 / Pakai Fintech : 2020
 Status Kepemilikan Usaha : Sendiri
 Sumber Dana : Tabungan Sendiri
 Penghasilan Bersih/Bulan : Rp 2.000.000 – Rp 5.000.000
 Jumlah karyawan : -

Bagaimana pembagian gaji/upahnya? Tetap sama/tidak selama pandemi?

Jawaban: tadinya ada karyawan, sekarang gak ada karena sepi. Pengaruh corona juga.

I. Daya Saing

No.	Pertanyaan	Transkrip Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana dengan ketersediaan modal yang dimiliki Bapak/Ibu dalam merintis dan menjalankan usaha ini?	Sendiri. (kalau modal awalnya berapa, bu?) modal pas-pasan banget, mba. Jadi punya modal sedikit saya olah-olah terusin aja. Berapa ya? Lima ratus ribu kali ya.
2.	Bagaimana ketersediaan informasi yang Bapak/Ibu miliki dalam bisnis ini?	Dari temen. Temen malah yang nyuruh saya tuh. Jadi yang memberi dorongan tuh dia.
3.	Bagaimana ketersediaan teknologi yang dimiliki bisnis Bapak/Ibu?	Hp.
4.	Apa saja keahlian yang Bapak/Ibu miliki?	Memasak.
5.	Apa yang Bapak/Ibu ketahui tentang bisnis dalam merintis dan menjalankannya?	-
6.	Apakah terdapat perilaku inovatif yang Bapak/Ibu terapkan dalam usaha anda?	Awal rasa, kemasan, kebersihan.
7.	Apakah pangsa pasar usaha Bapak/Ibu sudah mencapai target?	Untuk saat-saat ini gak ya.
8.	Bagaimana dengan volume penjualan dari usaha Bapak/Ibu? Apakah sudah mencapai target dalam tiap bulan atau tahunnya? Dan apakah selama Pandemi Covid-19 volume penjualan Bapak/Ibu menurun dari biasanya?	Sebelum corona, saya buka 11 januari 2020. Sebelum corona itu saya sehari bisa 80 porsi. Terus PSBB I masih Alhamdulillah tuh masih 30-35 porsi saya terima. PSBB ke II hancur, 10 porsi aja gak nyampe, mbak. Itu 10 porsi tuh saya buka dari jam 6 pagi sampe jam 12 malem. Itu bisa nangis. Mau beli dirumah, mau beli di online aduh parah. Saya pikir yaiyalah semua orang pada susah kan sama uang. Tapi, 1 bulan menjelang 2 bulan ini agak lumayan. Ada peningkatan sedikit, lumayan lah.

II. Fintech (Financial Technology)

No.	Pertanyaan	Transkrip Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana mekanisme penerapan <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> pada tempat usaha Bapak/Ibu? Apakah yang Bapak/Ibu rasakan setelah menerapkan teknologi tersebut?	Membantu banget yah. Keuangan tuh sangat membantu. Jadi lebih rame.
2.	Bagaimana perubahan karakteristik lingkungan pekerjaan serta bisnis Bapak/Ibu setelah menerapkan teknologi tersebut?	-
3.	Bagaimana keadaan lingkungan organisasi Bapak/Ibu setelah menerapkan teknologi tersebut?	-
4.	Seberapa jauh pengetahuan Bapak/Ibu tentang <i>fintech</i> sebagai sarana <i>e-payment</i> ?	-
5.	Dengan adanya <i>fintech</i> disini, apakah memberikan dampak terhadap bisnis Bapak/Ibu?	Sangat membantu banget. Bisa dari arah mana aja.
6.	Bagaimana sikap lingkungan Bapak/Ibu terhadap teknologi ini?	-
7.	Hal positif atau keuntungan apa yang Bapak/Ibu dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	Banyak yah keuntungan yah. Apa yah keuntungannya ya? Satu, nasi goreng saya jadi terkenal. Yang orangnya tadinya gak tau, jadi tau gitu mbak. Jadi kebanyakan juga orang kadang-kadang gak melalui gojek, mbak. Nyari alamat saya, kebanyakannya begitu. Udah tau nih. Mungkin karena kadang-kadang ongkos lagi mahal ya gojek ya. Jadi orang nyari sendiri.
8.	Hal negatif atau kesulitan apa yang Bapak/Ibu dapatkan setelah menerapkan teknologi ini?	Kesulitannya karena corona aja ya, dagangan jadi sepi. Agak kurang. Itu aja sih. Kalo untuk gojek atau grabfood nya sih gak. (kalau untuk target kedepannya bu, apa yang ingin dicapai?) saya sih jujur aja ya, kepingin punya resto. Yang bener-

		bener ada ruko gitu ya. Saya pengen kembangin usaha ini jadi besar gitu pengennya seperti itu. Terbentur dengan modal.
--	--	--



Lampiran 3. Dokumentasi



UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

RIWAYAT HIDUP PENULIS



RIZKI NUR ROFI'AH, lahir di Jakarta pada hari Sabtu tanggal 06 Juni 1998. Anak pertama dari tiga bersaudara, pasangan Bapak Masduki dan Ibu Uswatun Hasanah. Peneliti menempuh pendidikan normal di MI Al-Ihsan pada tahun 2004 dan lulus tahun 2010. Pada tahun yang sama yaitu tahun 2010, peneliti melanjutkan pendidikan di SMPN 150 Jakarta dan lulus di tahun 2013, kemudian melanjutkan pendidikan di SMAN 93 Jakarta serta lulus di tahun 2016. Pada tahun yang sama yaitu tahun 2016, peneliti melanjutkan pendidikan pada Perguruan Tinggi Negeri di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta dengan mengambil jurusan Pendidikan Ekonomi melalui Jalur PENMABA UNJ 2016.

Semasa Kuliah, peneliti mengikuti kegiatan organisasi *Community Development* Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta (COMDEV FE UNJ) pada tahun 2016 sebagai anggota (pengajar) dan pada tahun 2017 menjadi salah satu Staff dari Divisi PSDM. Peneliti juga mendapatkan kesempatan untuk mengikuti Praktek Kegiatan Lapangan (PKL) di Koperasi Pegawai Negeri Republik Indonesia Depnaker “Pelita” Kementerian Ketenagakerjaan tahun 2018 dan juga mendapatkan Pengalaman Kegiatan Mengajar (PKM) di SMAN 97 Jakarta tahun 2019. Kegiatan di luar perkuliahan, peneliti menjadi anggota dari Karang Taruna RW. 01 Kelurahan Batu Ampar pada tahun 2017. Peneliti juga menjadi pengajar les privat dari tahun 2018 hingga tahun 2019.