

PENERAPAN EKONOMI DIGITAL DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PELAKU UMKM KABUPATEN REJANG LEBONG

Sineba Arli Sivia¹⁾, Soleha²⁾

¹⁾²⁾Institut Agama Islam Negeri Curup

Email: nneebea@iaincurup.ac.id

Email: soleha@iaincurup.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang begitu pesat di era digital mendorong perubahan pada transaksi pembayaran. Pembayaran saat ini tidak lagi menggunakan uang tunai secara cash melainkan menggunakan pembayaran secara digital. Perubahan ini didorong kuat karena pandemic yang sedang melanda dengan begitu kehadiran transaksi pembayaran secara digital sangat membantu meningkatkan pendapatan pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM). Selain itu pembayaran digital juga diharapkan mampu untuk menekan angka penyebaran covid-19. QR code merupakan sistem pembayaran yang digunakan untuk mempermudah transaksi sehingga meningkatkan pendapatan para pelaku bisnis agar tidak ketinggalan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan ekonomi digital para pelaku usaha UMKM di Kota Curup. Jenis penelitian ini adalah penelitian field research. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan ekonomi digital yang digunakan oleh para pelaku bisnis UMKM di Kota curup sudah berjalan dan berkembang pesat. Adanya aplikasi, website-website, media sosial dan lainnya sangat membantu dan mempermudah kegiatan bisnis. Beberapa aplikasi-aplikasi pembayaran yang tidak asing kita dengar yaitu QR, ShopeePay, Ovo, Dana, Link Aja, Grab, Gojek dan lain sebagainya. Aplikasi yang paling banyak digunakan adalah QR scan barcode. Banyak manfaat yang didapat tidak hanya untuk konsumen, manfaat nya juga dirasakan para pelaku bisnis UMKM. Perubahan yang dirasakan setelah menggunakan transaksi pembayaran secara digital yang paling utama yaitu dapat meningkatkan pendapatan, mempermudah dalam melakukan promosi, menekan biaya produksi, meningkatkan penjualan, menghindari kontak langsung dengan uang sehingga dapat menekan angka penyebaran covid-19.

Kata kunci: Ekonomi Digital, UMKM, Pendapatan

ABSTRACT

The rapid development of technology in the digital era has driven changes in payment transactions. Payments currently no longer use cash in cash but use digital payments. This change is strongly driven because of the ongoing pandemic, so the presence of digital payment transactions is very helpful in increasing the income of micro, small and medium enterprises (UMKM). QR code is a payment system that is used to facilitate transactions so as to increase the income of business people so they don't miss out. This study aims to determine the application of the digital economy of UMKM business actors in Curup City. This type of research is a field research research. Data collection techniques using observation and interviews. The results of the study indicate that the application of the digital economy used by UMKM business actors in Curup City has been running and growing rapidly. The existence of applications, websites, social media and others are very helpful and facilitate business activities. Some payment applications that we are familiar with are QR, ShopeePay, Ovo, Dana, Link Aja, Grab, Gojek and so on. The most widely used application is QR scan barcode. Many benefits are obtained not only for consumers, the benefits are also felt by UMKM business people. The changes that are felt after using digital payment transactions are the most important, namely increasing income, making it easier to carry out promotions, reducing production costs, increasing sales, avoiding direct contact with money so as to reduce the spread of COVID-19.

Keywords: Digital Economy, UMKM, Income

PENDAHULUAN

Ekonomi digital merupakan sebuah tantangan untuk para pelaku bisnis dalam menghadapi era MEA. Dengan demikian para pelaku bisnis sadar dan harus siap menghadapi tantangan ini untuk kedepannya. Hadirnya Ekonomi digital merupakan strategi supaya tetap bertahan di era ekonomi digital dan dapat mengembangkan usaha. Ekonomi digital merupakan transaksi perdagangan yang memanfaatkan internet sebagai media komunikasi. Dengan begitu dapat menghemat biaya produksi yang dikeluarkan dalam bentuk promosi dan transportasi. Salah satu teknologi dinamis, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan dengan konsumen maupun komunitas tertentu melalui transaksi elektronik baik berupa perdagangan maupun jasa, informasi dapat dilakukan melalui media elektronik.¹ UMKM di Indonesia diatur dalam undang-undang republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 1 dari UU tersebut menyatakan bahwa usaha mikro merupakan usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut.² Penelitian yang dilakukan oleh Nsafe yang berjudul perkembangan ekonomi digital di Indonesia peluang atau ancaman sebuah studi literature. Hasil penelitian didapat bahwa ekonomi digital dapat membawa peluang bagi para pelaku UMKM dalam meningkatkan pendapatan dan ancaman bagi para pelaku usaha yang memiliki skill rendah dapat menghambat perkembangan usaha.³

Penelitian yang dilakukan oleh Asnawi yang berjudul kesiapan Indonesia

membangun ekonomi digital di era revolusi industry 4.0. Hasil yang didapat bahwa Indonesia telah mempersiapkan diri dan berupaya menyusun strategi making Indonesia 4.0 dengan membangun SPBE, gerakan smart city, menyiapkan Undang-undangan yang mengatur tentang informasi dan transaksi elektronik serta menetapkan lighthouse 4.0, sekaligus mengadakan gerakan ayo belanja online.⁴

Penelitian Nizar yang berjudul mengenai peran ekonomi digital terhadap ketahanan dan pertumbuhan ekonomi selama pandemic COVID-19. Penelitian tersebut merupakan penelitian dengan metode kombinasi dimana metode kualitatif digunakan untuk menganalisis model bisnis pada sektor ekonomi digital dan metode kuantitatif untuk mengukur peran dan pengaruh ekonomi digital terhadap pertumbuhan ekonomi. Berdasarkan hasil penelitian tersebut didapat bahwa ekonomi digital memiliki ketahanan bisnis secara signifikan memberikan kontribusi yang positif terhadap pertumbuhan ekonomi.⁵

Munculnya ekonomi digital ini menghasilkan layanan keunggulan yang inovatif, sehingga cara transaksi bisnis menjadi lebih baik. Sehingga perusahaan sekarang ini didorong untuk bisa menyesuaikan diri agar dapat mendominasi bisnis di masa kini dan masa depan.⁶ Teknologi bisa mendorong masyarakat agar semakin berinovasi dan berkembang sehingga bisa beradaptasi pada era yang serba canggih ini. Para pelaku bisnis terutama usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dapat mengambil kesempatan tersebut untuk memperluas jangkauan usaha agar

¹O.W Wahyudi, *Mengenal E-Commerce* (Jakarta: Alex Media Computendo, 2000).

²T.T Tambunan, *UMKM Di Indonesia* (Bogor: Ghalia, 2009).

³Economics Nsafe et al., "Perkembangan Ekonomi Digital Di Indonesia: Peluang Atau Ancaman? (Sebuah Studi Literatur)," *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE)*, 2021.

⁴Anita Asnawi, "Kesiapan Indonesia Membangun Ekonomi Digital Di Era Revolusi Industri 4.0," *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*,

2022, <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i1.5739>.

⁵Nefo Indra Nizar dan Achmad Nur Sholeh, "Peran Ekonomi Digital Terhadap Ketahanan dan Pertumbuhan Ekonomi Selama Pandemi COVID-19," *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Humaniora*, 2021, <https://doi.org/10.33753/madani.v4i1.163>.

⁶Y.U Az'mi, "Perpajakan Era Ekonomi Indonesia, India dan Inggris," *JLAFE (Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi)* 4, 2018, 215.

memperoleh lebih banyak pelanggan dan dapat meningkatkan keuntungan

QR merupakan aplikasi yang dapat kalian jumpai pada play store yang ada di handphone. QR merupakan singkatan dari Quick Response. QR Code atau Quick Response Code sering kita temui dan banyak digunakan oleh para pelaku bisnis untuk mempermudah transaksi ketika melakukan pembayaran. QR booming digunakan ketika pandemic covid 19 melanda dan tentunya berkat media social. Beberapa QR code yang dapat digunakan Ovo, Dana, Link Aja, Grab, Gojek, Shopeepay.⁷ Cara menggunakannya tinggal mengunduh aplikasi tersebut pada play store dan buka aplikasi lalu silakan lakukan scan atau pemindaian menggunakan smartphone kepada QR yang tersedia. Jenis-jenis QR ada statis dan dinamis. Untuk pembayaran secara digital yang sangat populer digunakan adalah menggunakan QR Code dinamis. Kamu hanya perlu meindai kodenya dan saldo digital akan dikurangi sesuai dengan harga pembelian ketika kamu berbelanja.

QRIS merupakan singkatan dari QR Code Indonesia standard merupakan standar QR Code pembayaran untuk sistem pembayaran Indonesia yang dikembangkan oleh bank Indonesia dan asiasi sistem pembayaran Indonesia (ASPI) yang diluncurkan pada tanggal 17 agustus 2019. Dengan demikian era revolusi industry 4.0 diharapkan untuk para umkm pelakubisnis beralih ke digital supaya tidak ketinggalan dalam sistem pembayaran.⁸

Salah satu bank yang paling banyak digunakan adalah Merchant QRIS BSI dan BRI. Cara membuat QRIS tersebut para pelaku bisnis tinggal mendatangi kantor dari masing-masing bank tersebut. Beberapa

syarat yang dapat dijadikan acuan untuk membuat merchant qris bsi adalah dengan mendatangi kantor terdekat yang ada dengan membawa dokumen seperti fotokopi ktp, npwp, cover buku tabungan, mengisi formulir aplikasi merchant serta menyerahkan foto usaha lokasi usaha. Untuk lebih jelas dan akurat silakan mendatangi kantor terdekat yang ada di kota anda. Menggunakan QRIS membuat transaksi menjadi cepat, mudah dan aman.

Beberapa manfaat yang didapat bagi merchant sendiri penjualan berpotensi meningkat karena bisa menerima pembayaran berbasis qris apapun, lebih praktis, mengurangi biaya pengelolaan kas, terhindar dari uang palsu, tidak repot dengan uang kembalian, transaksi tercatat secara otomatis bisa dilihat setiap saat, mempermudah memantau dan analisis keuangan bisnis terjaga. Manfaat yang diperoleh konsumen dapat melakukan pembayaran secara cepat, aman, terhindar dari virus yang menempel pada uang, tidak repot membawa uang tunai, mengurangi kontak fisik.⁹ Berdasarkan data dinas perdagangan, UKM, Koperasi dan Perindustrian Kabupaten Rejang Lebong diperoleh informasi bahwa pada tahun 2020 di wilayah Kabupaten Rejang Lebong terdapat 3 pasar dan 1032 Kios.¹⁰

Fokus penelitian ini adalah analisis penerapan ekonomi digital dalam meningkatkan pendapatan pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) Kabupaten Rejang Lebong. Dan faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM pada ekonomi digital dalam pengalaman usaha, inovasi produk dan strategi promosi untuk bersaing dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA).

⁷Nurdin, Difa Restiti, dan Rizki Amalia, "PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PENGETAHUAN TENTANG QUICK RESPONSE CODE INDONESIA STANDARD (QRIS)," *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 2021, <https://doi.org/10.24239/jipsya.v3i2.55.157-173>.

⁸Rina Anasti Nasution, "ANALISIS PERSEPSI PEDAGANG PADA PENGGUNAAN QRIS SEBAGAI ALAT TRANSAKSI UMKM DI

KOTA MEDAN," *Journal of Chemical Information and Modeling*, 2021.

⁹I Wayan Arta Setiawan dan Luh Putu Mahyuni, "QRIS DI MATA UMKM: EKSPLORASI PERSEPSI DAN INTENSI UMKM MENGGUNAKAN QRIS," *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 2020, <https://doi.org/10.24843/ceb.2020.v09.i10.p01>.

¹⁰Rejang Lebong, *Kabupaten Rejang Lebong Dalam Angka Rejang Lebong Regency in Figures* (Curup: BPS Kabupaten Rejang Lebong, 2022).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan ekonomi digital para pelaku usaha UMKM di Kabupaten Rejang Lebong. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research) penelitian di lapangan guna menggali data yang bersumber dari lokasi penelitian yaitu data observasi, kuesioner dan wawancara. Penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi dan wawancara. Populasi dalam penelitian ini UMKM di Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong. Sampel yang digunakan ada 20 UMKM di Kota Curup. Setelah data terkumpul maka data dikelola dan dianalisis dengan pemeriksaan data untuk melihat apakah data tersebut konsisten atau tidak. Kemudian sistematika data yang dikumpulkan peneliti akan mengurutkan data sesuai permasalahan. Selanjutnya rekonstruksi data dengan menyusun ulang data secara teratur. Penelitian ini bukanlah penelitian yang pertama dilakukan, ada banyak penelitian yang sudah dilakukan yaitu:

Penelitian yang dilakukan oleh Pudhail yang berjudul strategi pengembangan ekosistem ekonomi digital Indonesia. Penelitian tersebut menggunakan analisis swot sebagai alat bantu mengukur perkembangan dan perubahan faktor baik secara internal maupun eksternal. Dari hasil tersebut didapat bahwa strategi pemerintah akan berjalan efektif sampai 2020.¹¹

Penelitian yang dilakukan oleh Rahmadan yang berjudul pengaruh pandemic covid-19 terhadap dampak implementasi ekonomi digital pada UMKM. Penelitian ini

menggunakan bantuan software stataMP 15 yang menunjukkan bahwa hasil implementasi ekonomi digital berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM serta tidak terpengaruh oleh pandemic covid-19 yang terjadi.¹²

Penelitian yang dilakukan oleh Kasidi yang berjudul tantangan kewirausahaan di era ekonomi digital. Dari hasil penelitian didapat bahwa para wirausaha memang harus bersiap dengan kemajuan dibidang digital termasuk didalamnya transaksi digital.¹³

Penelitian yang dilakukan oleh Septiana yang berjudul proses transformasi ke ekonomi digital. Dari hasil penelitian didapat bahwa ekonomi digital mampu mengatasi perekonomian masyarakat selama krisis melanda serta juga menimbulkan dampak keamanan yaitu hacker.¹⁴

Penelitian yang dilakukan oleh Rizki yang berjudul pemanfaatan big data marketplace terhadap profil ekonomi digital daerah sektor perdagangan Kalimantan Barat Indonesia. Hasil penelitian didapat bahwa ekonomi digital Kalimantan dapat tumbuh dan berkembang serta mempengaruhi keadaan ekonomi masyarakat.¹⁵

Penelitian yang dilakukan oleh Idat yang berjudul memanfaatkan era ekonomi digital untuk memperkuat ketahanan nasional. Hasil penelitian didapat bahwa kita memerlukan sebuah strategi untuk mengkaitkan ekonomi digital untuk memelihara ketahanan nasional agar selaras dan serasi dengan nilai-nilai ideology bangsa Indonesia berdasarkan Pancasila dan UUD NRI 1945.¹⁶

¹¹Muhammad Pudhail dan Imam Baihaqi, "Strategi Pengembangan Ekosistem Ekonomi Digital Indonesia," *Vidya*, 2017.

¹²Rahmad Rahmadan, Indrawari Indrawari, dan Endrizal Ridwan, "PENGARUH PANDEMI COVID-19 TERHADAP DAMPAK IMPLEMENTASI EKONOMI DIGITAL PADA UMKM," *Menara Ilmu*, 2021, <https://doi.org/10.31869/mi.v15i1.2384>.

¹³Kasidi Kasidi, "Tantangan Kewirausahaan di Era Ekonomi Digital," *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 2020, <https://doi.org/10.31331/jeeec.v1i1.1223>.

¹⁴Mega Dwi Septiana, "Proses Transformasi ke Ekonomi Digital," *Sosipoli*, 2021.

¹⁵Dandy Adetiar Al Rizki, Usman Bustaman, dan Setia Pramana, "PEMANFAATAN BIG DATA MARKETPLACE TERHADAP PROFIL EKONOMI DIGITAL DAERAH SEKTOR PERDAGANGAN DI KALIMANTAN BARAT, INDONESIA," *Seminar Nasional Official Statistics*, 2021, <https://doi.org/10.34123/semnasoffstat.v2020i1.474>.

¹⁶Dhani Gunawan Idat, "Memanfaatkan Era Ekonomi Digital untuk Memperkuat Ketahanan Nasional," *Jurnal Kajian Lemhannas*, 2019.

Penelitian yang dilakukan oleh Rosita yang berjudul pengaruh pandemi covid 19 terhadap UMKM di Indonesia. Hasil penelitian didapat bahwa UMKM merupakan jenis usaha yang paling banyak berdampak terhadap pandemi covid 19. Beberapa industri yang dapat bertahan yaitu terkait dengan pemenuhan kebutuhan dasar seperti air, listrik, pertanian, peternakan, perkebunan, perikanan, farmasi, teknologi informasi dan komunikasi.¹⁷

Dari hasil penelitian-penelitian di atas dapat kita simpulkan bahwa transaksi pembayaran secara digital sangat mempengaruhi pendapatan UMKM walaupun rentan dengan hacker, penipuan dan sebagainya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Ekonomi Digital lebih menitikberatkan pada proses jual beli atau transaksi dan pasar yang terjadi di dunia maya/ internet. Ekonomi digital adalah suatu sistem ekonomi yang kompleks dan merupakan fenomena yang baru muncul terkait dengan aspek-aspek ekonomi mikro, ekonomi makro, dan teori organisasi dan administrasi. Ekonomi digital didefinisikan oleh Amir Hartman sebagai “the virtual arena in which business actually is conducted, value is created and exchanged, transactions occur, and one-to-one relationship mature by using any internet initiative as medium of exchange” Ekonomi digital merubah ekonomi global, memungkinkan industri kecil menjadi industri mikro dengan elastisitas dan dinamika yang mereka miliki. Hal ini memberi kesempatan yang lebih tinggi bagi para pemula untuk terlahir secara global. Konsep digital ekonomi pertamakali diperkenalkan oleh Tapscott yaitu sebuah karakteristik sebagai ruang intelegen, meliputi

informasi, berbagai akses instrument informasi, kapasitas informasi dan pemrosesan informasi. Komponen ekonomi digital yang pertama kalinya yaitu industri TIK, aktivitas e-commerce, distribusi digital barang dan jasa.¹⁸

Secara keseluruhan, jumlah pengguna internet di dunia kini mencapai 5 miliar. Angka ini mewakili 63 persen populasi penduduk dunia yang kini diperkirakan mencapai 7,93 miliar orang. Jumlah pengguna internet pada April 2022 juga meningkat dari tahun sebelumnya, dengan kenaikan sebesar 196 juta pengguna. Meski kenaikannya terbilang signifikan, masih ada 2,9 miliar orang yang belum menggunakan internet dalam periode yang sama. Angka ini mewakili 37 persen dari total populasi global.¹⁹ Di Indonesia perkembangan ekonomi digital begitu pesatnya oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan juga tidak terlepas dari meningkatnya penetrasi penggunaan internet. Penggunaan internet di Indonesia setiap tahunnya mengalami peningkatan.²⁰

Perkembangan teknologi saat ini akan sangat mempengaruhi bidang lain maupun bidang ekonomi. Para pelaku ekonomi seperti pemilik usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sekarang tidak hanya dapat menghasilkan suatu produk saja, namun juga harus bisa beradaptasi dan dapat menerapkan perkembangan teknologi ke kegiatan ekonominya. Dengan adanya perkembangan teknologi digital pada masa ini memungkinkan para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya secara online dan dapat melakukan transaksi melalui sistem baik itu pada perbankan maupun non perbankan.

Media sosial merupakan suatu sarana digital marketing yang paling mudah untuk dimanfaatkan. Sebelum sebuah usaha

¹⁷Rahmi Rosita, “PENGARUH PANDEMI COVID-19 TERHADAP UMKM DI INDONESIA,” *JURNAL LENTERA BISNIS*, 2020, <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.380>.

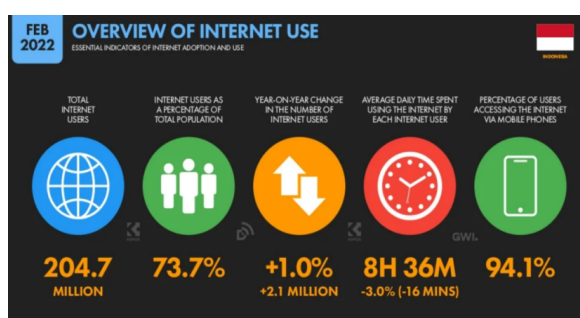
¹⁸N.A Sari, “PENGARUH PERKEMBANGAN EKONOMI DIGITAL TERHADAP PENDAPATAN PELAKU USAHA UMKM DI KOTA MAKASAR,” *brought to you by CORE*, 2019.

¹⁹L. Maulida, “Jumlah Pengguna Internet Dunia Tembus 5 Miliar Online Hampir 7 Jam Sehari,” 2022.

²⁰M.T Arisandi, “Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean,” *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2018, 62–76.

memiliki situs tidak jarang kita menemukan di pasar terutama di Indonesia bahwa mereka telah memulai memasuki ranah dunia maya melalui media sosial. Hal ini dapat menjadi stimulant perkembangan kewirausahaan dan keberlangsungan UMKM. Selain biaya yang murah dan tidak perlunya keahlian khusus untuk melakukan inisiasi awal. Media sosial dianggap mampu untuk secara langsung meraih calon konsumen.

Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2022



Sumber : Easy Digital Your Digital Marketing Solution

Data pengguna internet di Indonesia tahun 2022 ada sebanyak 204,7 juta pengguna internet di Indonesia pada Januari 2022. Tingkat penetrasi internet Indonesia mencapai 73,7 persen dari total populasi pada awal tahun 2022. Analisis kepios menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia meningkat sebesar 2,1 juta (+1,0 persen) antara tahun 2021 dan 2022. Sebagai gambaran, angka pengguna ini mengungkapkan bahwa 73,05 juta orang di Indonesia tidak menggunakan internet pada awal tahun 2022, artinya 26,3 persen penduduk tetap offline di awal tahun. Namun, masalah yang berkaitan dengan COVID-19 terus memengaruhi penelitian tentang adopsi internet, sehingga angka pengguna internet yang sebenarnya mungkin lebih tinggi daripada angka yang dipublikasikan ini.²¹

²¹E. Solution, "Data Pengguna Digital Di Indonesia," Easydigital, 2022.

²²Solution.

Statistik Media Sosial Untuk Indonesia Tahun 2022



Data Statistik Pengguna Sosial Media Di Indonesia Tahun 2022 ada sebanyak 191,4 juta pengguna media sosial di Indonesia pada Januari 2022. Jumlah pengguna media sosial di Indonesia pada awal tahun 2022 setara dengan 68,9 persen dari total populasi, tetapi penting untuk dicatat bahwa pengguna media sosial mungkin tidak mewakili individu yang unik. Analisis Kepios mengungkapkan bahwa pengguna media sosial di Indonesia meningkat 21 juta (+12,6 persen) antara tahun 2021 dan 2022.²²

Pandemic Covid-19 pada tahun 2020 banyak mempengaruhi perilaku manusia dalam beberapa hal salah satunya adalah perubahan penggunaan sistem pembayaran konvensional menjadi digital. Penggunaan sistem pembayaran elektronik selain karena adanya kemudahan dan kompleksitas akibat pembatasan mobilitas kegiatan secara konvensional. Pembayaran secara elektronik memungkinkan seseorang untuk membayar berbagai macam transaksi, baik memeriksa saldo maupun melakukan pengiriman dana secara instan yang tidak hanya berasal dari perbankan tetapi juga perusahaan penyedia jasa pembayaran.

Menurut undang-undang no 20 Tahun 2008 pasal 1 tentang Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai Berikut:²³

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro

²³Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun, "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008" (2008).

- 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. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan 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.
 4. Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.
 5. Dunia Usaha adalah Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah, dan Usaha Besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia.

Adapun kriteria UMKM menurut pasal 6 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang kriteria UMKM dalam bentuk permodalan sebagai berikut:²⁴

1. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
3. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari

²⁴Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun.

Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Data yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 20 responden UMKM di Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong.

Tabel UMKM Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong

No	Nama Kedai	Nama Pemilik	Alamat
1	Sienna Warmindo	Sienna	Talang Benih
2	Ikonah Hijab	Cak E-A	Jalan Dr Ak Gani
3	Mahira Bookstore	Rizki	Jalan Dr Ak Gani
4	Sambal Mang Man	Mang Man	Jalan Dr Ak Gani
5	Keripique Kriug	Meri	Jalan Dr Ak Gani
6	Sunnah Store	Futri	Jalan Dr Ak Gani
7	Iny Olshop Curup	Novi Yanti	Jalan Dr Ak Gani
8	Skincare Curup	Ainie	Jalan Dr Ak Gani
9	Nasi Goreng Bang Ndut	Bibiw	Jalan Dr Ak Gani
10	AL Laundry	Tika	Jalan Baru
11	AL Pokcok	Alicia	Air rambai
12	Sarapan Uni Desi	UniDesi	Talang Benih
13	Sarapan Mak Rima	Selvi	Jalan Medeka
14	Warung Gea	Juli	Dwi Tunggal

15	Medina Collection	Widia	Pasar Tengah
16	Medina Laundry	Ojik	Pasar Tengah
17	Optik Davi	Davi	Kampung Jawa
18	Toko Baju Eni	Mbak Eni	Kampung jawa
19	Kedai Bude Larmi	Dwi	Air Putih Baru
20	Maroba Coffee	Andes	Talang Rimbo

Sumber : Data diolah 2022

Hasil observasi dan wawancara yang dilakukan bahwa semua UMKM yang ada pada table diatas bahwa para pelaku UMKM sudah menggunakan aplikasi transaksi secara digital. Akselerasi digital bagi dunia usaha menjadi angin segar karena para pelaku UMKM dapat mudah menciptakan berbagai inovasi usaha, sehingga kesempatan mendatangkan keuntungan semakin besar. Beberapa aplikasi-aplikasi pembayaran yang digunakan yaitu QR, Shopeepay, Ovo, Dana, Link Aja, Grab, Gojek dan masih banyak lain. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rizki bahwa penggunaan ekonomi digital dapat memudahkan dan meningkatkan pendapatan pelaku UMKM. Pemanfaatan teknologi digital perlu diimbangi dengan kemampuan diri dalam membaca peluang usaha, mempelajari apa yang dibutuhkan oleh pasar. Termasuk dalam penggunaan media digital itu sendiri, agar dapat menguntungkan para pelaku usaha. Maka dari itu dibutuhkan dukungan dari pihak-pihak terkait agar para pelaku UMKM dapat berkembang dan oerlu adanyan kerja sama bisa dalam bentuk pelatihan maupun bimbingan sehingga kehadiran digital bisa benar-benar dirasakan manfaatnya oleh para UMKM di seluruh Kabupaten Rejang Lebong.

E-commercese merupakan sebagai representasi dari ekonomi modern dan gaya hidup masyarakat Indonesia masa kini yang diyakini mampu mendorong perekonomian Indonesia. Hal ini dapat terlihat dari data

penggunaan internet dan media sosial di Indonesia telah tumbuh ke permukaan dan akan terus berkembang di masa yang akan datang. Pertumbuhan yang sangat cepat dapat terjadi mengingat bahwa Indonesia memiliki potensi demografi yang akan diprediksikan terjadi pada tahun 2020 hingga 2030. Demografi yang akan terjadi nanti menyebabkan penduduk usia produktif sangat besar sementara usia muda semakin kecil dan usia lanjut belum banyak. Usia produktif masa depan sebagai usia yang matang diprediksikan memiliki pengetahuan teknologi dan kemampuan menggunakan teknologi sangat baik. Gaya hidup yang semakin modern yang melekat pada masyarakat Indonesia pada masa depan karena seiring berjalannya waktu, teknologi akan terus berkembang dan berinovasi. Untuk diketahui bahwa sebagai kodratnya manusia akan terus mengikuti perkembangan teknologi karena manusia adalah makhluk yang cerdas dan akan ingin terus berubah dan menjadi lebih baik secara terus menerus. Tidak hanya berimbans pada gaya hidup, tetapi gaya konsumsi juga akan semakin modern.

Usia produktif merupakan target utama ekonomi digital Indonesia menjadi kunci perkembangan wilayah lewat ekonomi. Salah satunya Kabupaten Rejang Lebong semakin tinggi usia produktif maka peluang UMKM Kabupaten Rejang Lebong semakin meningkat dan dapat meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat. Dan semakin meningkatnya permintaan pasar menyebabkan perputaran uang akan semakin cepat sehingga berimbans pada meningkatnya perekonomian di wilayah tersebut.

KESIMPULAN

Hasil penelitian yang dilakukan bahwa UMKM di Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong sudah menggunakan transaksi secara digital. Transaksi secara digital yang digunakan melalui aplikasi yaitu QR, Shopeepay, Ovo, Dana, Link Aja, Grab, Gojek dan lain sebagainya. Aplikasi-aplikasi yang digunakan juga sudah tidak asing lagi bagi kita.

Pembayaran secara digital juga mempermudah para konsumen karena tidak perlu membawa uang cash hanya butuh handphone saja dan kuota atau akses wifi. Begitu juga dengan para pelaku UMKM yang merasakan bahwa pembayaran secara digital sangat membantu mereka salah satunya tidak perlu menyiapkan uang kembalian. Hal yang paling penting sejak diberlakukannya pembayaran secara digital pendapatan para pelaku UMKM meningkat drastis dan barang dagangan habis laku terjual bahkan diluar dugaan.

Berbicara kelebihan pastinya pembayaran digital juga mempunyai kekurangan. Banyak hal yang pernah didapatkan oleh para pelaku UMKM seperti struk pengiriman atau pembayaran yang diperlihatkan palsu, lupa password dari aplikasi yang digunakan. Sebagai para pelaku UMKM tentunya mereka juga sudah waspada terhadap hal-hal yang tidak diinginkan terjadi.

Peneliti berharap semoga para pelaku UMKM mampu bertahan dalam kondisi apapun, mampu beradaptasi dengan kecanggihan teknologi yang terus berkembang mengikuti zaman.

REFERENCES

- Arisandi, M.T. "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean." *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2018, 62–76.
- Asnawi, Anita. "Kesiapan Indonesia Membangun Ekonomi Digital Di Era Revolusi Industri 4.0." *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 2022. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i1.5739>.
- Az'mi, Y.U. "Perpajakan Era Ekonomi Indonesia, India dan Inggris." *JIAFE*

- (Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi) 4, 2018, 215.
- Idat, Dhani Gunawan. "Memfaatkan Era Ekonomi Digital untuk Memperkuat Ketahanan Nasional." *Jurnal Kajian Lemhannas*, 2019.
- Kasidi, Kasidi. "Tantangan Kewirausahaan di Era Ekonomi Digital." *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 2020. <https://doi.org/10.31331/jeee.v1i1.1223>.
- Lebong, Rejang. *Kabupaten Rejang Lebong Dalam Angka Rejang Lebong Regency in Figures*. Curup: BPS Kabupaten Rejang Lebong, 2022.
- Maulida, L. "Jumlah Pengguna Internet Dunia Tembus 5 Miliar Online Hampir 7 Jam Sehari," 2022.
- Nasution, Rina Anasti. "ANALISIS PERSEPSI PEDAGANG PADA PENGGUNAAN QRIS SEBAGAI ALAT TRANSAKSI UMKM DI KOTA MEDAN." *Journal of Chemical Information and Modeling*, 2021.
- Nizar, Nefo Indra, dan Achmad Nur Sholeh. "Peran Ekonomi Digital Terhadap Ketahanan dan Pertumbuhan Ekonomi Selama Pandemi COVID-19." *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Humaniora*, 2021. <https://doi.org/10.33753/madani.v4i1.163>.
- Nsafe, Economics, Vol No, Arista Amanda Putri, Cornelia Kristiana Putri, Anis Fuadah, dan Rizky Firmansyah. "Perkembangan Ekonomi Digital Di Indonesia: Peluang Atau Ancaman? (Sebuah Studi Literatur)." *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE)*, 2021.
- Nurdin, Difa Restiti, dan Rizki Amalia. "PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PENGETAHUAN TENTANG QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD (QRIS)." *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 2021. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v3i2.55.157-173>.
- Pudhail, Muhammad, dan Imam Baihaqi. "Strategi Pengembangan Ekosistem Ekonomi Digital Indonesia." *Vidya*, 2017.
- Rahmadan, Rahmad, Indrawari Indrawari, dan Endrizal Ridwan. "PENGARUH PANDEMI COVID-19 TERHADAP DAMPAK IMPLEMENTASI EKONOMI DIGITAL PADA UMKM." *Menara Ilmu*, 2021. <https://doi.org/10.31869/mi.v15i1.2384>.
- Rizki, Dandy Adetiar Al, Usman Bustaman, dan Setia Pramana. "PEMANFAATAN BIG DATA

- MARKETPLACE TERHADAP
PROFIL EKONOMI DIGITAL
DAERAH SEKTOR
PERDAGANGAN DI
KALIMANTAN BARAT,
INDONESIA.” Seminar Nasional
Official Statistics, 2021.
<https://doi.org/10.34123/semnasoffstat.v2020i1.474>.
- Rosita, Rahmi. “PENGARUH PANDEMI
COVID-19 TERHADAP UMKM DI
INDONESIA.” JURNAL LENTERA
BISNIS, 2020.
<https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.380>.
- Sari, N.A. “Pengaruh Perkembangan
Ekonomi Digital Terhadap
Pendapatan Pelaku Usaha Umkm Di
Kota Makasar.” brought to you by
CORE, 2019.
- Septiana, Mega Dwi. “Proses Transformasi
ke Ekonomi Digital.” Sospoli, 2021.
- Setiawan, I Wayan Arta, dan Luh Putu
Mahyuni. “QRIS DI MATA UMKM:
EKSPLOKASI PERSEPSI DAN
INTENSI UMKM
MENGUNAKAN QRIS.” E-Jurnal
Ekonomi dan Bisnis Universitas
Udayana, 2020.
<https://doi.org/10.24843/eeb.2020.v09.i10.p01>.
- Solution, E. “Data Pengguna Digital Di
Indonesia.” Easdigital, 2022.
- Tambunan, T.T. UMKM Di Indonesia.
Bogor: Ghalia, 2009.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor
20 Tahun. Undang-Undang Republik
Indonesia Nomor 20 Tahun 2008
(2008).
- Wahyudi, O.W. Mengenal E-Commerce.
Jakarta: Alex Media Computendo,
2000.