



**ANALISIS PENGGUNAAN CASHLESS (E-WALLET) SEBAGAI SARANA  
UNTUK MEMUTUS PERKEMBANGAN VIRUS (TINJAUAN ASPEK  
PEMASARAN KELAYAKAN BISNIS)**

*Analysis Of The Use Of Cashless (E-Wallet) As A Means To Decide The  
Development Of Viruses (Review Of Marketing Aspects  
Business Worthed)*

**M. Bahtiar Saputra<sup>1</sup>, Anak Agung Elik Astari<sup>2</sup>, Ni Luh Indiani<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Universitas Mahendradatta

**Email: bahtiorsaputra24@gmail.com**

**Abstract**

*Indonesian people are starting to get used to cashless payments. Cashless payments became popular in Indonesia in 2014, since Bank Indonesia started the National Non-Cash Movement (GNNT), which was the first step towards realizing a cashless payment society. This research was conducted with the aim of knowing the analysis of the use of cashless (e-wallet) as a means to determine the development of the virus (a review of the marketing aspects of business feasibility). This type of research is a qualitative descriptive research – quantitative research method with observation and documentation techniques. The subject and object of this research is SME trap (Jejak Bali Culinary) with purposive sampling technique. The results of this study are the main function of OVO merchants is an application intended for merchant owners who collaborate with OVO to help manage financial transactions both in terms of income and expenses. Based on competitor analysis, Go-Pay is a digital payment that has the potential to compete with OVO's presence among consumers. e - money users. based on a SWOT analysis of strengths, weaknesses, opportunities, and threats in the use of OVO merchants in business opportunities in the culinary field at JEBAK (Jejak Bali Kuliner) that the use of the OVO merchant application is in a strong position and able to continue to grow in market share. The existence of OVO can be used as a forum to seize very profitable business opportunities for businessmen. The opportunities that can be exploited by businessmen when using the OVO merchant application are to simplify the payment system with consumers, payments have been provided through an expedition machine that is easy to use, can streamline time, is flexible, is safe, reduces production costs and helps merchant financial management. Factor analysis, promotions and cashback from OVO companies are opportunities that are used by business people to increase the number of buyers and the amount of income through the provision of bonuses from each transaction that takes place.*

**Keywords:** Feasibility Study, Cashless, Covid - 19

**Abstrak**

Masyarakat Indonesia mulai terbiasa dengan alat pembayaran non tunai atau *Cashless payment*. *Cashless payment* mulai populer di Indonesia tahun 2014, sejak Bank Indonesia memulai Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang menjadi langkah awal mewujudkan masyarakat pembayaran tanpa uang tunai. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui Analisis Penggunaan *Cashless (e wallet)* sebagai sarana untuk memutus perkembangan virus (tinjauan aspek pemasaran kelayakan bisnis). Hasil Penelitian ini fungsi utama OVO merchant adalah sebuah aplikasi yang ditujukan bagi para pemilik merchant yang bekerjasama dengan OVO untuk membantu mengelola transaksi keuangan

baik dari segi pemasukan dan pengeluaran. Berdasarkan analisis pesaing, Go-Pay merupakan digital *payment* yang berpotensi menyaingi keberadaan OVO di kalangan para pengguna e - money. Berdasarkan analisis SWOT kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunity*), serta ancaman (*threats*) dalam penggunaan OVO *merchant* dalam peluang bisnis di bidang kuliner di JEBAK (Jejak Bali Kuliner) bahwa penggunaan aplikasi OVO *merchant* berada pada posisi yang kuat dan mampu untuk terus berkembang di pangsa pasar. Keberadaan OVO dapat dijadikan sebagai wadah untuk meraih peluang bisnis yang sangat menguntungkan bagi para pebisnis. Adapun peluang yang dapat dimanfaatkan oleh para pebisnis jika menggunakan aplikasi OVO *merchant* yaitu mempermudah sistem pembayaran dengan konsumen, pembayaran sudah disediakan melalui mesin ekspedisi yang mudah digunakan, dapat mengefisienkan waktu, bersifat fleksibel, bersifat aman, mengurangi biaya produksi, mencegah / memutus perkembangan virus covid -19, dan membantu pengelolaan keuangan *merchant*. Berdasarkan analisis faktor, pemberian promosi dan cashback dari perusahaan OVO merupakan peluang yang dimanfaatkan para pebisnis dalam menambah jumlah pembeli dan jumlah pemasukan melalui pemberian bonus dari setiap transaksi yang berlangsung.

**Kata Kunci:** *Studi Kelayakan, Cashless, Covid - 19*

## PENDAHULUAN

Pada era globalisasi ini, masyarakat Indonesia mulai terbiasa dengan alat pembayaran non tunai atau *cashless payment*. Hal ini mulai populer di Indonesia tahun 2014, sejak Bank Indonesia memulai Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang menjadi langkah awal mewujudkan masyarakat pembayaran tanpa uang tunai. *Cashless payment* membuat transaksi menjadi lebih aman, praktis, mudah dan efisien. Salah satu bentuk *Cashless payment* yaitu *E-Wallet*. Apa itu *E-Wallet*? *E-Wallet* merupakan sebuah program yang memungkinkan penggunanya menyimpan uang digital dan melakukan transaksi dengan mudah kapanpun dan dimanapun. *E-Wallet* termasuk dalam jenis e - money, di mana uang tersimpan pada server. Di Indonesia sendiri terdapat beberapa penyedia *E-Wallet* seperti OVO, Dana, Gopay, ShopeePay, Doku, dan lain sebagainya. Di tengah pandemi COVID-19, adanya aturan *Lockdown* dan *Physical Distancing* merubah kebiasaan masyarakat terlebih pada kebiasaan bertransaksi pada *E-Commerce*. Dalam hal ini, terdapat peningkatan pengguna *E-Commerce* yang didukung dengan pembayaran melalui *E-Wallet*. *E-wallet* hadir memberikan kemudahan dengan berbagai kelebihan, terlebih di saat pandemi COVID-19.

Bank Indonesia selaku bank sentral telah mengeluarkan kebijakan terkait metode pembayaran menggunakan e - money yang diatur dalam peraturan Bank Indonesia No. 16/08/PBI/2014. Peraturan Bank Indonesia No. 11/12/PBI/2009 tentang uang elektronik atau electronic money terdapat pada Pasal 1 Ayat 3, “Uang elektronik (*electronic money*) adalah alat pembayaran yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit”. Nilai uang secara elektronik melalui media server yang digunakan sebagai alat pembayaran kepada penjual. Uang elektronik dikelola oleh penerbit, bukan simpanan yang sudah ditentukan dalam peraturan undang-undang yang mengatur mengenai perbankan (Nurjanah, 2020).

Seiring meningkatnya kasus positif COVID-19, pemanfaatan transaksi *cashless* semakin meningkat di masyarakat. Dari tempat usaha berskala besar seperti *supermarket*, *department store* serta pusat perbelanjaan hingga berskala kecil seperti restoran serta toko kue – kita dapat dengan mudah menemukan papan

tanda bertuliskan *barcode* untuk melakukan pembayaran. Dilansir dari *Government Technology*, terjadi kenaikan sebesar 10% dibandingkan lima tahun lalu untuk transaksi menggunakan kartu kredit atau media transfer elektronik lainnya, mencapai 78%. Fenomena ini tampaknya sejalan dengan anjuran yang dikeluarkan *Centers for Disease Control and Prevention (CDC)* di dalam panduan untuk pekerja retail yang beroperasi di tengah pandemic COVID-19. Panduan ini menyarankan bagi seluruh masyarakat untuk memaksimalkan metode pembayaran yang tidak melibatkan kontak sentuhan langsung apabila memungkinkan. Di negara Paman Sam sendiri dilaporkan bahwa terjadi penurunan penarikan uang tunai melalui ATM sebesar 25%. Dalam konteks pencegahan transmisi virus COVID-19, seberapa besar tingkat bahaya yang ditimbulkan dari transaksi menggunakan uang tunai? Fakta bahwa uang tunai, baik logam maupun kertas – membawa banyak sekali bakteri dan virus pada permukaannya. Hal ini tentu saja disebabkan oleh tingkat peredarannya yang tinggi, berpindah dari satu orang ke orang lainnya, mengakibatkan transmisi berbagai materi pembawa penyakit. Berdasarkan *Federal Reserve*, uang tunai dapat memiliki masa edar 4 hingga 15 tahun. Waktu ini sangat panjang sehingga memungkinkan terjadinya akumulasi bakteri dan virus selama periode tersebut ([www.amari.itb.ac.id](http://www.amari.itb.ac.id).)

Memang benar bahwa virus COVID-19 tidak menyebar melalui penetrasi permukaan kulit dari telapak tangan kita. Terlepas dari fakta ini, virus ini tetap dapat melekat pada permukaan kulit. Sejauh ini, peneliti bersepakat bahwa virus COVID-19 menyebar layaknya influenza melalui mulut, hidung atau mata. Potensi bahaya yang ditimbulkan dari penggunaan uang tunai membesar ketika kita tidak mencuci tangan dengan air mengalir atau *hand sanitizer* setelah menangani uang tunai. Apabila kamu menggunakan sarung tangan sekali pakai dalam melakukan transaksi dengan uang tunai, pastikan bahwa tidak menyentuh area muka selama proses, serta dianjurkan untuk tetap mencuci tangan sebelum menangani persiapan makanan. Demi menjaga diri sendiri dan orang terdekat, utamakan penggunaan transaksi *cashless*, ketika terpaksa menggunakan uang tunai, pastikan bahwa \ selalu mencuci tangan untuk menghindari terjadinya transmisi virus.

Sahut (2018); Purba dkk. (2020) mengatakan bahwa syarat *e-wallet* dapat menggantikan penggunaan uang cash antara lain dapat memfasilitasi transaksi tanpa membawa uang tunai yang berat dan tebal, mengurangi resiko kehilangan, mempersingkat waktu pembayaran dan meningkatkan keamanan. Untuk beralih dari pembayaran tunai ke pembayaran non tunai seperti *e-wallet* harus diawali oleh niat dari pengguna. Niat menggunakan ini akan muncul jika calon pengguna melihat adanya manfaat atau usefulness yang akan didapatkan dari penggunaan *e-wallet* tersebut. Venkantesh, Morris & Davis (2003);

Niat menggunakan kembali atau *intention to reuse* adalah minat seseorang untuk terus terlibat dan menggunakan sistem atau aplikasi tertentu (Bhattacharjee, 2001; Kumar et.al, 2018). Niat menggunakan kembali yang dilakukan secara berulang adalah penilaian pengguna layanan dari sebuah aplikasi yang sama dengan memperhatikan keadaan yang terjadi saat ini (Hellier et.al, 2003; Savitri & Wardana 2018). Davis (1989); Kumar et.al, (2018) berpendapat bahwa niat menggunakan kembali adalah keinginan seseorang untuk terus menggunakan suatu sistem atau aplikasi. Agar sistem atau aplikasi mendapatkan niat penggunaan yang berkelanjutan dari penggunanya maka sistem atau aplikasi

tersebut harus memberikan kepuasan terlebih dahulu kepada penggunanya (Purba dkk, 2020). Alalwan (2020) berpendapat bahwa jika sebuah aplikasi sesuai atau melebihi harapan pelanggan maka pelanggan akan puas. Karena mendapatkan kepuasan, pelanggan akan termotivasi untuk terus menggunakan aplikasi tersebut. Didukung oleh penelitian yang dilakukan Alalwan (2020)

Melihat kenyataan tersebut, maka peneliti tertarik melakukan penelitian yang membahas tentang “Analisis Penggunaan *Cashless (e - wallet)* sebagai sarana untuk memutus perkembangan virus (tinjauan aspek pemasaran kelayakan bisnis)”.

## METODE PENELITIAN

Desain penelitian ini termasuk penelitian deskriptif kualitatif - kuantitatif. Data deskriptif umumnya dikumpulkan melalui observasi. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, sehingga masalah yang muncul serta pemecahan masalah, kesimpulan dan saran yang ada dalam penelitian ini berlaku hanya untuk obyek yang diteliti UMKM Jebak (Jebak Bali Kuliner). Penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu mengenai studi kelayakan bisnis UMKM Jebak (Jebak Bali Kuliner) Di Denpasar.

Penelitian dilakukan untuk mengetahui bagaimana kelayakan UMKM Jebak (Jebak Bali Kuliner) ditekankan pada aspek pemasaran. Jenis data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data primer diperoleh melalui wawancara dengan pemilik UMKM Jebak (Jebak Bali Kuliner) dan beberapa penjual kuliner di Jebak yang menggunakan *e - wallet* sebagai salah satu transaksi. Sedangkan data sekunder yang dikumpulkan dalam penelitian bersumber dari laporan penjualan UMKM Jebak (Jebak Bali Kuliner) di Denpasar.

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data primer dilakukan dengan teknik wawancara. Sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen perusahaan yang diperlukan dalam penelitian.

Teknik analisis data merupakan teknik yang digunakan dalam mengolah data yang sudah diperoleh pada objek yang diteliti. Pengolahan data yang dilakukan secara kualitatif mengenai aspek *non* finansial yang meliputi aspek, pemasaran.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

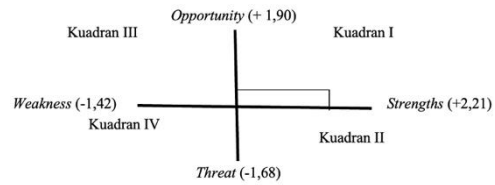
No	Nama merchant	Metode Pembayaran
1	Kuliner Nusantara	Tunai dan OVO
2	Mie Ahok	Tunai, OVO, debit
3	Chinese Food	Tunai dan OVO
4	Dapoer Jebak	Tunai dan OVO
5	Jebak Pizza dan Pasta	Tunai dan OVO
6	Drink Corner 1	Tunai, OVO dan <i>Go-Pay</i>
7	Drink Corner 2	Tunai dan OVO
8	Dimsum.Com	Tunai dan OVO

Beberapa merchant yang menggunakan OVO di JEBAK (Jebak Bali Kuliner)  
Sumber: Staf pemasaran JEBAK

Jebak (Jebak Bali Kuliner) menyediakan 30 *stand* tetapi di masa pandemi stand yang masih aktif hanya 8 stand saja. Semua stand makanan dan minuman menggunakan sistem pembayaran OVO.

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
<b>Kekuatan</b>			
1. Mempermudah proses transaksi	0,13	4	0,52
2. Promosi	0,18	4	0,72
3. Mengurangi biaya produksi	0,10	4	0,40
4. Izin resmi dari Bank Indonesia	0,09	3	0,27
5. Kemudahan dalam mengakses laporan keuangan	0,10	3	0,30
Subtotal			2,21
<b>Kelemahan</b>			
1. Gangguan aplikasi	0,12	4	0,48
2. Tidak adanya bonus	0,05	2	0,10
3. Pelayanan <i>customer service</i> yang kurang memuaskan	0,15	4	0,60
4. Dana tertahan	0,08	3	0,24
Subtotal			1,42
<b>Total IFAS</b>			<b>3,63</b>

Sumber: Data diolah Penulis (2022)



Gambar 4.4 Hasil Diagram Cartesius Analisis SWOT  
Sumber: Data diolah Penulis (2022)

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
<b>Peluang</b>			
1. Pangsa pasar yang meningkat tajam	0,15	4	0,60
2. Penggunaan OVO yang semakin meningkat	0,15	4	0,60
3. Kebutuhan konsumen akan sistem	0,10	3	0,30
4. Kesadaran masyarakat akan industri keuangan	0,10	2	0,20
5. Perusahaan sering mengalami kerugian masalah keuangan	0,10	2	0,20
Subtotal			1,90
<b>Ancaman</b>			
1. Pesaing sejenis	0,18	4	0,72
2. Daya tarik yang belum loyal	0,17	3	0,51
3. Aplikasi bergantung pada jaringan internet	0,15	3	0,45
Subtotal			1,68
	1,0	25	3,58

Sumber: Data diolah Penulis (2022)

Kekuatan yang dimiliki OVO dalam proses pemutusan perkembangan virus Covid – 19 mampu membantu dalam penanggulangan pandemi yang sedang terjadi sekarang.

Kelemahannya sendiri masih terdapat pada aplikasi OVO itu sendiri.

Dari hasil analisis, faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 3,63 yang berarti bahwa penggunaan OVO *merchant* dalam menciptakan peluang bisnis di bidang kuliner berada di titik rata-rata dalam usahanya menjalankan strategi memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi kelemahan.

Dari hasil analisis, faktor peluang dan ancaman memiliki total skor 3,58 yang berarti penggunaan OVO *merchant* dalam menciptakan peluang bisnis di bidang kuliner berada di titik rata-rata dalam usahanya menjalankan strategi memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi kelemahan. Untuk menjalankan strategi memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman. Selanjutnya nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci *strength* 2,21, *weakness* 1,42, *opportunity* 1,90, *threat* 1,68. Maka diketahui selisih total skor faktor *strength* dan *weakness* adalah (+) 0,79, sedangkan selisih total skor faktor *opportunity* dan *threat* adalah (+) 0,22.

## KESIMPULAN

Berdasarkan analisis SWOT kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*),

peluang (*opportunity*), serta ancaman (*threats*) dalam penggunaan OVO merchant dalam peluang bisnis di bidang kuliner di JEBAK (Jejak Bali Kuliner) bahwa penggunaan aplikasi OVO merchant berada pada posisi yang kuat dan mampu untuk terus berkembang di pangsa pasar. Keberadaan OVO dapat dijadikan sebagai wadah untuk meraih peluang bisnis yang sangat menguntungkan bagi para pebisnis. Adapun peluang yang dapat dimanfaatkan oleh para pebisnis jika menggunakan aplikasi OVO merchant yaitu mempermudah sistem pembayaran dengan konsumen, pembayaran sudah disediakan melalui mesin ekspedisi yang mudah digunakan, dapat mengefisienkan waktu, bersifat fleksibel, bersifat aman, mengurangi biaya produksi dan membantu pengelolaan keuangan merchant. penggunaan *e - wallet* ini sangat efektif dalam pengendalian covid - 19 dimana secara tidak langsung masyarakat sudah melakukan *phisycal distancing* atau jaga jarak, tidak melakukan kontak secara langsung dengan masyarakat atau pengunjung lain di Jejak Bali Kuliner.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Muhammad Sofyan. 2015. "Dampak Kebijakan *e - money* di Indonesia Sebagai Alat Sistem Pembayaran Baru". *Jurnal Universitas Negeri Surabaya*.
- Afrizal. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Alamsyah, Yuyun. 2018. *Bangkitnya Bisnis Kuliner*. Jakarta:PT Elex Komputindo.
- Alma, H. Buchari. 2017. *Pengantar Bisnis*. Bandung: C. Alfabeta.
- Anindhita, Wiratri. 2016. "Analisis Penerapan Teknologi Komunikasi Tepat Guna Pada Bisnis Transportasi Ojek *Online* (Studi Pada Bisnis Gojek dan Grab Bike Dalam Penggunaan Teknologi Komunikasi Tepat Guna Untuk Mengembangkan Bisnis Transportasi)". *Jurnal Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie*.
- Anoraga, Pandji. 2011. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Baye, Michael R. dan Jeffrey T. Prince. 2016. *Ekonomi Manajerial dan Strategi Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Diana, Nur. 2018. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan *Electronic Money* Di Indonesia". *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta*.
- Emzir. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Helmi, Syafrizal Situmorang. 2011. *Bisnis Konsep Dan Kasus*. Medan: USU Press.
- Herlambang, Susatyo, dan Bambang Heru Marwoto. 2018. *Pengantar Ilmu Bisnis*. Yogyakarta: Parama Publishing.
- <https://www.OVO.id/faq>
- <https://www.OVO.id/merchant>
- <https://dailysocial.id/post/fintech-report-2018>
- Karina, Helen. 2018. *Menghitung Keuntungan Bisnis Secara Mudah dengan Indikator Margin Laba: Indikator Keuntungan Bisnis ?*. [Online] Tersedia: [www.jurnal.id/id/blog](http://www.jurnal.id/id/blog). [29 November 2018].
- Masengi, Grace. 2014. "Analisis Keuntungan Usaha Rumah Makan EL-SHADAI Di Kawasan Wisata Kuliner "Wakeke Manado". *Jurnal Universitas Sam*



*Ratulangi.*

Rangkuti, Freddy. 2013. *Analisis SWOT*. Jakarta:PT Gramedia.

Sari, Yuliani Shella. 2018. “Dampak Technology Fit Dengan Menggunakan Mobile Money Terhadap Kepuasan Pelanggan (Brand: OVO). *Jurnal Universitas Multimedia Nusantara*.

Sukirno, Sadono. 2013. *Mikroekonomi Teori Pengantar*. Jakarta:PT Raja Grafindo.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung:CV Alfabeta.

Suhendi dan Indra Sasangka. 2014. *Pengantar Bisnis*. Bandung:CV Alfabeta.

Tasman, Aulia dan Havidz Aima. 2014. *Ekonomi Manajerial Dengan PJEBAKatan Matematis*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Utami, Setyaningsih Sri. 2014. “Pengaruh Teknologi Informasi Dalam Perkembangan Peluang Bisnis”. *Jurnal Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta*.

