

Analisis Perbandingan *Financial Technology* Pembayaran Digital *Gopay* Dan *Ovo* Terhadap Peningkatan Penjualan Umkm Kuliner Di Kota Bandung (Studi Pada *GoFood* dan *GrabFood Partner*)

A Comparative Analysis GoPay and OVO Digital Payment Financial Technology On Sales Increase of Culinary MSMEs in Bandung City (Study at GoFood and GrabFood Partner)

Erlinda Astri Hapsari

Program Studi D4 Akuntansi Politeknik Negeri Bandung

E-mail: erlinda.astri.akun419@polban.ac.id

Arif Afriady

Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Bandung

E-mail: arif.afriady@polban.ac.id

Abstract: *This research was conducted in order to analyze the comparison of digital payment financial technology GoPay and OVO to increasing Culinary MSME sales in the city of Bandung. This research is a quantitative research using primary data. The population in this study are culinary SMEs in the city of Bandung. Sampling was carried out using the Lemeshow method with a total of 100 respondents. The data collection technique uses a questionnaire which is distributed to MSME actors with a scale of measurement using a Likert scale. The analytical method used is the Paired Sample t-test if the data meets the requirements for normally distributed data using the SPSS version 23 program. The results of this study indicate that there are differences in the use of GoPay and OVO digital payment financial technology for increasing sales at culinary MSMEs in the city of Bandung.*

Keywords: *financial technology, digital payment, MSME sales, culinary MSMEs in the city of Bandung*

1. Pendahuluan

Berdasarkan data yang tercantum di Kemenko Perekonomian, disebutkan bahwa UMKM Indonesia yang berjumlah mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha berkontribusi cukup besar dalam upaya membangun pertumbuhan perekonomian negara, pengurangan angka pengangguran, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat. Perkembangan dari perdagangan yang memanfaatkan teknologi dan penggunaan internet mengalami perkembangan dengan menghadirkan *financial technology* dalam tatanan perekonomian. Namun, menurut Kemenkominfo, UMKM yang mampu berbisnis secara online masih cukup rendah maka Indonesia perlu mendorong UMKM lain dalam memanfaatkan digitalisasi sesuai dengan permintaan Presiden untuk tahun 2024 mendatang sebanyak 30 juta UMKM harus mampu *go digital*, yang dapat dimaksimalkan dalam penerapan penggunaan *fintech* serta penggunaan *marketplace* untuk mendukung peningkatan penjualan. Dalam upaya mendukung hal tersebut, harus diiringi dengan tingkat adopsi digital untuk menunjang transaksi pembayarannya yaitu dengan penggunaan dompet digital (*e-wallet*).

Berdasarkan data tentang penggunaan dompet digital yang paling populer tahun 2022, dinyatakan bahwa dompet digital OVO berada di posisi tertinggi sebesar 58,9% dan tidak berbeda jauh dengan *Gopay* dibawahnya yaitu sebesar 58,4%, sedangkan penggunaan dompet digital lainnya

dibawah 50%. Berkaitan dengan hal tersebut, survei terkait layanan pesan antar makanan berdasarkan kualitas layanannya dari penggunaan dompet digital paling populer diatas, yaitu *GoFood* yang paling unggul lalu posisi dibawahnya yaitu *GrabFood*.

Oleh karena itu, berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Perbandingan *Financial Technology* Pembayaran Digital *GoPay* Dan *OVO* Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM Kuliner Di Kota Bandung (Studi pada *GoFood* dan *GrabFood partner*)”

2. Kajian Pustaka

2.1. Konsep Dasar *Financial Technology*

Fintech merupakan sebuah bentuk perubahan model bisnis dari konvensional menjadi moderat yang disebabkan oleh gabungan teknologi dan layanan keuangan sehingga transaksi jarak jauh dapat dilakukan dalam waktu singkat (Komunikasi, 2018). *Fintech* dapat diklasifikasikan menjadi 4 jenis, yaitu *Peer-to Peer Lending dan Crowdfunding*, Manajemen Risiko Investasi, *Payment, Clearing*, dan *Settlement*, serta *Market Agregator*. Adapun jenis *fintech* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *digital payment*.

2.2. Sistem Pembayaran

Sistem pembayaran merupakan sistem yang meliputi seperangkat aturan, lembaga, dan mekanisme yang digunakan untuk memindahkan dana dalam memenuhi kewajiban yang timbul dari kegiatan ekonomi (Indonesia, n.d.). Adapun sistem pembayaran sebagai stabilitas sistem keuangan mengalami perkembangan dari pembayaran dengan uang tunai beralih ke pembayaran non tunai atau digital yang disebut juga *electronic money (e-money)* (Tarantang et al., 2019).

2.3. Pembayaran Digital

Pembayaran digital yang diteliti pada penelitian ini yaitu *Gopay* dan *OVO*. *GoPay* merupakan salah satu layanan hasil inovasi industri keuangan milik PT. Gojek untuk mempermudah dalam sistem pembayaran. *GoPay* adalah layanan *e-money* untuk melakukan transaksi pembayaran dan keuangan melaui aplikasi Gojek seperti *GoRide, GoCar, GoSend, GoFood*, dan sebagainya. Sedangkan *OVO* merupakan pembayaran digital yang diterbitkan oleh PT. Visionet Internasional yang dapat digunakan dalam transaksi jual beli, salah satunya pembayaran pada layanan *GrabFood*.

2.4. Penjualan

Penjualan adalah sebuah usaha untuk memindahkan produk dari produsen ke konsumen untuk mendapatkan laba atau keuntungan (Lestari et al., 2020). Adapun indikator penjualan menurut Philip Kotler yang dikutip oleh (Swastha, 2008) yaitu mencapai volume penjualan, mendapatkan laba, dan menunjang pertumbuhan perusahaan.

2.5. UMKM

Berdasarkan (Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, 2021), pada Bab 1 Pasal 1 dijelaskan mengenai definisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Adapun kriteria dari UMKM yang tercantum pada (Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, 2021), pada Bab 3 Pasal 35 dijelaskan mengenai Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang diklasifikasikan berdasarkan kriteria modal usaha atau hasil penjualan tahunan.

3. Metode Penelitian

3.1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan variabel dalam penelitian yaitu *financial technology* pembayaran digital Gopay (X_1) dan *financial technology* pembayaran digital OVO (X_2) sebagai variabel independen, dan peningkatan penjualan UMKM (Y) sebagai variabel dependen.

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh UMKM bidang kuliner di Kota Bandung yaitu sebanyak 3.595, sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan rumus Lemeshow yang diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang diperlukan yaitu sebanyak 96 responden dan dibulatkan menjadi 100 responden.

3.3. Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan adalah data subjek yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada pemilik UMKM kuliner di Kota Bandung. Untuk sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yang didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner kepada sampel yang telah ditentukan yaitu pemilik UMKM kuliner di Kota Bandung. Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu kuesioner atau angket dengan menggunakan media *google form*.

3.4. Metode Analisis Data

3.4.1. Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran variabel-variabel dalam penelitian yang dapat disajikan dalam bentuk tabel, grafik, diagram, perhitungan mean, perhitungan presentase dll yang dapat membantu membandingkan antara beberapa variabel data sampel atau populasi.

3.4.2. Uji Normalitas

Penelitian ini menggunakan uji paired sample t test yang salah satu syaratnya yaitu data yang akan digunakan harus berdistribusi normal. Oleh karena itu, perlu dilakukan uji normalitas terlebih dahulu yang digunakan untuk menguji sebaran berdistribusi normal atau tidak.

3.4.3. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu dugaan sementara yang harus dibuktikan kebenarannya melalui penelitian ilmiah. Dapat juga diartikan sebagai kesimpulan sementara yang masih perlu dibuktikan kebenarannya, yang belum teruji kebenarannya (Yusuf, 2557).

Adapun hipotesisnya sebagai berikut:

H_0 = Tidak terdapat perbedaan dari penggunaan *financial technology* pembayaran digital GoPay dan OVO terhadap peningkatan penjualan pada UMKM kuliner di Kota Bandung.

H_a = Terdapat perbedaan dari penggunaan *financial technology* pembayaran digital GoPay dan OVO terhadap peningkatan penjualan pada UMKM kuliner di Kota Bandung. [

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Gambaran Umum Responden

Responden pada penelitian ini yaitu pemilik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bidang kuliner di Kota Bandung yang menggunakan *marketpace gofood* dan *grabfood* sebagai media penjualan dan *financial technology* berupa GoPay dan OVO dalam bertransaksi. Pada penelitian ini, kuesioner dibuat menggunakan alat bantu berupa layanan *google form* yang disebarluaskan secara bauran *online* melalui akun media sosial dan secara langsung ke lapangan. Penyebaran kuesioner ini

dilakukan dalam waktu 5 minggu yaitu dimulai sejak tanggal 10 April 2023 hingga 15 Mei 2023. Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner tersebut, maka responden dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia, estimasi modal usaha, estimasi omzet pertahun, estimasi omzet per hari setelah menggunakan *Gofood* pada tahun 2022, dan estimasi omzet per hari setelah menggunakan *Grabfood* pada tahun 2022.

4.2. Hasil Uji Normalitas Data

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel penelitian berdistribusi normal atau tidak. Adapun uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan *Kolmogorov-Smirnov test*, dimana data dikatakan berdistribusi normal jika nilai *probability (Asymp. Sig.)* pada *Kolmogorov-Smirnov test* lebih besar dari 0,05.

Berikut hasil uji normalitas data penggunaan *financial technology* menggunakan *GoPay* dan *OVO* pada menggunakan *software IBM SPSS Statistics 23* yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1 Hasil Uji Normalitas Data Penggunaan *Financial Technology*

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
X_gopay	,081	100	,108	,962	100	,005
X_ovo	,078	100	,143	,967	100	,014

a. Lilliefors Significance Correction

Melalui hasil uji normalitas diatas menunjukkan bahwa data penggunaan *financial technology GoPay*, maupun penggunaan *financial technology OVO* terdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan oleh nilai probabilitas (*Asymp. Sig.*) pada *Kolmogorov-Smirnov test* untuk *financial technology GoPay* sebesar 0,108 dan *financial technology OVO* sebesar 0,143 yang lebih besar dari nilai probabilitas 0,05.

Tabel 2 Hasil Uji Normalitas Data Peningkatan Penjualan

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Y_gopay	,080	100	,112	,978	100	,097
Y_ovo	,081	100	,099	,981	100	,165

a. Lilliefors Significance Correction

Melalui hasil uji normalitas diatas menunjukkan bahwa data peningkatan penjualan *financial technology GoPay*, maupun peningkatan penjualan *financial technology OVO* terdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan oleh nilai probabilitas (*Asymp. Sig.*) pada *Kolmogorov-Smirnov test* untuk *financial technology GoPay* sebesar 0,112 dan *financial technology OVO* sebesar 0,099 yang lebih besar dari nilai probabilitas 0,05.

4.3. Hasil Uji Hipotesis

4.3.1. Uji Hipotesis Penggunaan *Financial Technology* Pembayaran Digital *GoPay* dan *OVO*

Hasil uji normalitas menyimpulkan bahwa data penggunaan *financial technology GoPay* dan *OVO*,

maupun data peningkatan penjualan berdistribusi normal. Dengan demikian uji komparasi menggunakan *paired sample t test* (uji parametrik) karena datanya berdistribusi normal.

Tabel 3 Hasil Uji Penggunaan *Financial Technology* Pembayaran Digital *GoPay* dan *OVO*

Paired Samples Test

	Paired Differences					T	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1 X_gopay - X_ovo	1,05000	2,49191	,24919	,55555	1,54445	4,214	99	,000

Paired Samples Statistics

	Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1 X_gopay	30,6400	100	3,51194	,35119
X_ovo	29,5900	100	3,62677	,36268

Paired Samples Correlations

	N	Correlation	Sig.
Pair 1 X_gopay & X_ovo	100	,757	,000

Pada tabel 3 dapat dilihat secara rata-rata skor penggunaan *financial technology GoPay* sedikit lebih tinggi dibanding skor penggunaan *financial technology OVO*. Hal ini ditunjukkan oleh nilai probabilitas Sig. (2-tailed) sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat diartikan hasil *paired sample t test* menunjukkan bahwa ada perbedaan yang signifikan antara penggunaan *financial technology GoPay* dengan penggunaan *financial technology OVO*.

4.3.2. Uji Hipotesis Peningkatan Penjualan

Tabel 4 Hasil Uji Peningkatan Penjualan Pembayaran Digital *GoPay* dan *OVO*

Paired Samples Statistics

	Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1 Y_gopay	22,5700	100	2,86129	,28613
Y_ovo	22,2000	100	2,93705	,29370

Paired Samples Test

	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1 Y_gopay - Y_ovo	,37000	1,82383	,18238	,00811	,73189	2,029	99	,045

Paired Samples Correlations

	N	Correlation	Sig.
Pair 1 Y_gopay & Y_ovo	100	,802	,000

Pada tabel 4 menggambarkan hasil uji beda rata-rata antara peningkatan penjualan *Gopay* dan peningkatan penjualan OVO. Dapat dilihat secara rata-rata skor peningkatan penjualan menggunakan *financial technology* pembayaran digital *GoPay* sedikit lebih tinggi dibanding skor peningkatan penjualan menggunakan *financial technology* pembayaran digital OVO. Hal ini ditunjukkan oleh nilai probabilitas (Sig.) sebesar 0,045 lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Sehingga dapat diartikan hasil *paired sample t test* menunjukkan bahwa ada perbedaan yang signifikan pada peningkatan penjualan antara yang menggunakan *financial technology* pembayaran digital *GoPay* dengan yang menggunakan *financial technology* pembayaran digital OVO.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan pembahasan yang telah dilaksanakan yaitu mengenai analisis perbandingan *financial technology* pembayaran digital *GoPay* dan OVO terhadap peningkatan penjualan pada UMKM kuliner di Kota Bandung, maka dapat disimpulkan hasil *uji paired sample t test* menunjukkan bahwa variabel *financial technology* pembayaran digital *Gopay* memiliki perbedaan dengan penggunaan *financial technology* OVO yang mana *financial technology* pembayaran digital *Gopay* lebih mudah dipahami terutama dalam penjualan secara *online*, lebih mudah digunakan dalam bertransaksi, lebih banyak fitur yang disediakan dibandingkan *financial technology* pembayaran digital OVO. Selain itu, *financial technology* pembayaran digital *Gopay* memberikan dampak peningkatan penjualan, peningkatan jumlah laba, dan cenderung lebih tinggi dalam menunjang pertumbuhan perusahaan di media penjualan *online* dibandingkan *financial technology* pembayaran digital OVO.

Maka dapat diartikan hasil dari uji *paired sample t test* menunjukkan bahwa ada perbedaan yang signifikan pada peningkatan penjualan antara yang menggunakan *financial technology* pembayaran digital *GoPay* dengan yang menggunakan *financial technology* pembayaran digital OVO.

Daftar Pustaka

- Azkiya, D. V. (2022). *No Title*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/16/riset-grabfood-kalah-populer-dibandingkan-gofood-dan-shopeefood>
- Bank Indonesia, G. (2022).
- Beauty, M., & Indratama, W. (2021). *Pengaruh fasilitas layanan gojek terhadap kinerja usaha mikro kecil menengah di kecamatan jekan raya kota palangka raya*.
- Consulting, G. B. (2022). *Kemenkominfo*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/14/banyak-umkm-belum-bisa-bisnis-online-ini-kendala-utamanya>
- Gojek. (2022). <https://www.gojek.com/id-id/>
- Grab. (2021). https://www.grab.com/id/food/?utm_campaign=gw_exp_home0_202110&utm_source=grab.com&utm_medium=referral&utm_content=GrabFood_InfoTile
- Hardani, N. H. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Pustaka Ilmu.
- Jodie, A. T. (2017). Menganalisis Dampak Perceived Ease Of Use Terhadap Attitude Yang Mempengaruhi Intention To Use. *Jurnal Manajemen*, 9(1), 55–67.
- keuangan, otoritas jasa. (2022). <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/10468>
- Komunikasi, D. (2018). Mengenal Financial Teknologi. In *Bank Indonesia*. <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/mengenal-Financial-Teknologi.aspx>
- Kurniawan, D., Zusrony, E., & Kusumajaya, R. A. (2018). Analisa Persepsi Pengguna Layanan Payment Gateway pada Financial Technology dengan Metode EUCS. *Jurnal INFORMATIKA Politeknik Indonusa Surakarta*, 4(3), 1–5.
- Lestari, D. A., Purnamasari, E. D., & Setiawan, B. (2020). Pengaruh Payment Gateway terhadap Kinerja Keuangan UMKM. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.47747/jbme.v1i1.20>
- Pembendaharaan, D. J. (2022). *No Title*. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Pemerintah Republik Indonesia. (2021). *Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*.
- Perekonomian, K. (2022). Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. In *Siaran Pers*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>
- Sari, S. W. P. (2022). *PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN MARKETPLACE DAN FINANCIAL TECHNOLOGY TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN Oleh: Solehab Wulan Purnama Sari PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN MARKETPLACE DAN FINANCIAL TECHNOLOGY Oleh:*
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. <https://doi.org/10.3390/su12010183>
- Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M., & Munawaroh, M. (2019). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia. *Jurnal Al-Qardh*, 4(1), 60–75. <https://doi.org/10.23971/jaq.v4i1.1442>
- Yusuf, M. (2557). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. (Vol. 4, Issue 1).