

ANALISIS PENGGUNAAN E-MONEY DALAM PERSAINGAN BISNIS ONLINE SHA MASKER

Kiki Andrea Putri Hasibuan¹, Faiza Shakira Saina Harahap², Alyusri Lubis³, Nurbaiti⁴

E-mail: kiki130401@gmail.com¹, shakirasaina07@gmail², Alyusrilubis@gmail.com³,
nurbaiti@uinsu.ac.id⁴

^{1,2,3,4} Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Jl. William Iskandar PS.V, Medan Estate, Kec. Percut SeTuan, Kabupaten Deli Serdang,
Sumatera Utara 203371

Korespondensi penulis : kiki130401@gmail.com

ABSTRACT

Today, we have entered a modern era. All things can be done easily because of the development of technology. By seeing the many interests of technology users, business people are required to be creative by developing more existing technology for the better. Like the Sha Mask product, which also uses information technology in its sales, namely e-money. In this case, Sha Mask chose to use one of the e-money payments, namely Shope pay. This study aims to find out the reasons and advantages of online business owners using e-money and are there any benefits to business competition. The research method used is descriptive qualitative which contains explanations about the object under study with data collection techniques using literature study and interviews with online business owners. The results showed that online business owners who use the e-money system stated that they felt the benefits, convenience, and increased profits in their sales, while the perceived risk was not too felt by e-money users.

Keywords: e-money, business competition, online business

ABSTRAK

Saat ini, kita telah memasuki zaman yang sudah modern. Semua hal bisa dilakukan dengan mudah karena adanya perkembangan teknologi. Dengan melihat banyaknya minat pengguna teknologi membuat para pelaku bisnis dituntut kreatif dengan mengembangkan lagi teknologi yang sudah ada menjadi lebih baik. Seperti halnya produk Sha Masker yang juga turut memanfaatkan teknologi informasi dalam penjualannya yaitu e-money. Dalam hal ini, Sha Masker memilih menggunakan salah satu pembayaran e-money yaitu Shope pay. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui untuk mengetahui alasan dan keuntungan pemilik bisnis online menggunakan e-money dan adakah manfaatnya terhadap persaingan bisnis. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif yang berisi penjelasan-penjelasan mengenai objek yang diteliti dengan teknik pengumpulan data menggunakan study kepustakaan dan wawancara dengan pemilik usaha bisnis online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilik bisnis online yang menggunakan sistem e-money yang menyatakan merasakan manfaat, kemudahan, dan keuntungan yang meningkat dalam penjualannya, sedangkan pada persepsi risiko tidak terlalu dirasakan para pengguna e-money.

Kata kunci : e-money, persaingan bisnis, bisnis online

PENDAHULUAN

Received Oktober 07, 2022; Revised November 2, 2022; Accepted Desember 16, 2022

*Corresponding author, e-mail kiki130401@gmail.com

Di masa sekarang ini, para pelaku bisnis semakin dituntut untuk menggunakan teknologi mutakhir agar dapat bertahan dan memenangkan persaingan yang semakin ketat, sejalan dengan pesatnya perkembangan teknologi. Terbentuknya tingkat persaingan yang semakin ketat berdampak pada komponen persaingan. Perubahan yang dibawa oleh globalisasi ekonomi juga berlangsung, cepat, radikal, simultan, dan meluas. Oleh karena itu para pelaku bisnis dituntut harus mengikuti perkembangan teknologi informasi agar tidak tertinggal dengan saingan bisnis lain. Salah satu contoh teknologi informasi yang sedang banyak digunakan oleh para pelaku bisnis yaitu e-money.

Perspektif penulis pada penelitian ini yaitu berfokus pada alasan dan keuntungan menggunakan e-money dalam situasi ini untuk meningkatkan layanan dan meningkatkan daya saing perusahaan. Maka salah satu elemen kunci yang mendukung keberhasilan produk suatu perusahaan adalah penerapan teknologi e-money. Pelanggan yang ingin membeli produk saat ini harus pergi ke lokasi tempat menjual barang-barang yang mereka butuhkan, itu sangat merepotkan bagi pelanggan yang memiliki jadwal yang sangat sibuk.

Pelanggan dapat mengakses dan melakukan pemesanan menggunakan layanan uang elektronik (e-money) ini dari berbagai lokasi. Pelanggan yang ingin melakukan pembayaran dengan e-money dapat mengaksesnya kapan saja dan dimana saja. Bahkan berbagai lokasi di kota-kota besar Indonesia sudah banyak yang menawarkan akses internet melalui penggunaan laptop/notebook atau Digital Personal Assistant (PDA) menggunakan teknologi wifi. Oleh karena itu, bisnis yang menggunakan layanan e-money saat ini sangat dibutuhkan.

Penelitian terdahulu sebelumnya mengungkapkan bahwa untuk pengguna e-money di negara maju, persepsi pengguna tentang manfaat cenderung memainkan peran penting dalam minat konsumen untuk menggunakan e-money. Selain kemudahan penggunaan dan tingkat keamanan yang tinggi, pengguna e-money juga diharapkan di negara-negara maju. Penelitian sebelumnya yang membahas hal yang sama tentang e-money memberikan hasil bahwa latar belakang wirausaha dan kemudahan penggunaan berperan penting dalam menarik pengguna e-money. Unsur manfaat kemudian berperan penting dalam membujuk konsumen untuk menggunakan e-money, sesuai dengan temuan penelitian penerimaan e-money terbaru. Dengan demikian tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa seberapa penting penggunaan e-money dalam meningkatkan persaingan bisnis.

TINJAUAN TEORETIS

Bisnis Online

Bisnis online adalah suatu usaha yang dilakukan melalui smartphone, internet, dan teknologi. Bisnis online juga bisa digunakan dirumah, penjual nya tidak perlu mempunyai tempat seperti menyewa ruko ataupun toko untuk memulai suatu bisnis online. Selain itu pembeli juga di permudah untuk memilih dan bertransaksi seperti tidak perlu keluar atau pergi kesuatu toko untuk membeli suatu barang yang dibutuhkannya.

Persaingan Bisnis

Daya Saing adalah posisi relatif dari satu pesaing terhadap pesaing lainnya. Daya saing menjadi kata kunci untuk memenangkan persaingan. Semakin tinggi daya saingnya semakin besar kemungkinan untuk memenangkan pertempuran bisnis (Wahjono, 2008:49).

Persaingan bisnis atau sering juga disebut persaingan usaha yang merupakan suatu kompetisi antar perusahaan yang bergerak serupa untuk memaparkan usahanya yang memajukan perusahaan. Persaingan bisnis adalah suatu yang bergiat untuk mencapai tujuan perusahaan, mengembangkan perusahaan biar memiliki strategi atau rancangan berbeda dari perusahaan lainnya.

Teknologi Informasi

Teknologi informasi (TI) adalah suatu teknologi yang merancang, menyusun suatu sistem untuk mengelola suatu informasi, teknologi informasi juga merupakan suatu penggabungan dari teknologi dan sistem-sistem pada computer yang merancang suatu data yang diperlukan pemakainya.

E-Money

E-money merupakan singkatan dari elektronik money atau dalam Bahasa Indonesia artinya uang elektronik. Yang dimaksud dengan uang elektronik (E-money) adalah suatu aplikasi atau elektronik yang bisa melakukan berbagai transaksi pembayaran atau pembelian secara online atau melalui eletronik (smartphone, laptop,dll)

Contoh Aplikasi E-money :

Dana, adalah suatu sistem keuangan yang berbasis elektronik yang mempermudah melakukan transaksi dimana pun dan kapan pun.

Ovo, adalah aplikasi e-money yang merupakan pembayaran elektronik.

Gopay, adalah salah satu transaksi digital, biasanya yang di gunakan di aplikasi gojek, untuk mempermudah konsumen dalam membeli makanan atau barang yang dikirim dengan pembayaran gopay.

Linkaja, adalah suatu anak perusahaan dari perusahaan Telkomsel dan juga anggota badan usaha milik negara yang secara online atau elektronik.

Shopeepay, adalah suatu sistem elektronik dari shopee yang mempermudah transaksi atau pembeli di aplikasi shopee tanpa biaya admin, dan transfer bank yang biaya adminnya sangat kecil dan tidak membebankan penggunaan nya.

Keuntungan E-money :

Mempermudah pembayaran

Bisa digunakan kapan pun dan dimana pun

Jika mempunyai e-money anda tidak perlu repot-repot membawa uang tunai yang banyak

Dalam satu aplikasi e-money anda dapat melakukan berbagai macam transaksi

Kekurangan E-money:

E-money juga tentunya memiliki kekurangan atau kelemahan seperti adanya hacker yang merusak sistem atau memperlambat proses, jika ada gangguan jaringan anda tidak bisa melakukan transaksi dan e-money juga sering melakukan pembaruan sistem yang membuat pelanggannya risih karena ada notif untuk melakukan pembaruan sistem.

Toko sha masker

Toko sha masker merupakan sebuah toko yang sudah berdiri sejak tahun 2019 yang menjual berbagai jenis masker seperti peel off mask, wash off mask, clay mask, dll. Harganya cukup terjangkau mulai dari harga 4.000 sampai ukuran besar seharga 65.000. Setiap maskernya

ANALISIS PENGGUNAAN E-MONEY DALAM PERSAINGAN BISNIS ONLINE SHA MASKER

mempunyai manfaat dan kegunaan yang berbeda dan masker tersebut sudah teruji halal dan BPOM. Jadi aman untuk di pakai anak remaja sampai orang tua.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif tidak jumlah narasumber, tetapi bisa tergantung dari tepat tidaknya pemilihan narasumber. Narasumber dalam penelitian ini yaitu pemilik bisnis online Sha Masker yang merupakan orang atau pelaku yang benar-benar tahu dan menguasai masalah serta terlibat langsung dengan masalah penelitian.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber yang berkaitan seperti halnya melalui buku- buku, jurnal, literatur, dan karya ilmiah lainnya yang terkait dengan penelitian ini dan mendapatkan data langsung melalui wawancara dengan pemilik bisnis online Sha Masker yang menggunakan layanan e-money. Tempat pelaksanaan penelitian ini berada di Jl Sutrisno, Kota Medan, Kecamatan Medan Area, Kelurahan Kota Matsum 1.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Persaingan Bisnis Online

Teknologi informasi dikembangkan sebagai alat bantu bisnis dengan memperhatikan tren global. Dunia bisnis semakin kompetitif, oleh karena itu bisnis wajib melakukan peningkatan sistem yang digunakan untuk bersaing dengan bisnis yang berbeda. Untuk menghadapi persaingan dalam bisnis, bisnis membutuhkan sistem teknologi informasi yang terorganisir dengan baik dan memiliki resiko yang rendah.

Salah satu teknologi informasi yang digunakan dalam bisnis adalah e-money. Saat ini sedang marak pengusaha menggunakan e-money sebagai layanan pembayaran secara digital. Tidak di pungkiri dengan adanya teknologi informasi yang seperti itu perluasan produk dapat meningkat karena semua orang khususnya masyarakat di Indonesia dapat secara mudah mengakses kapan pun dan dimanapun ia berada untuk melakukan proses transaksi dengan produk yang di inginkan. Salah satu dampak dari perkembangan teknologi informasi pada bidang pemasaran yaitu proses transaksi yang begitu mudah dan cepat, hanya dengan melakukan pembayaran dengan mengisi saldo e-money lalu barang atau jasa dapat langsung sampai di tempat tujuan dengan cepat.

Pengaruh Penggunaan Aplikasi E-money (Shopee pay) Terhadap Bisnis Online

Aplikasi Shopee banyak digunakan sebagai platform untuk belanja online. ShopeePay, layanan pembayaran digital, merupakan fitur dari program Shopee itu sendiri. Dengan menggunakan saldo yang disimpan, ShopeePay dapat mengakomodasi kebutuhan transaksi pengguna non-tunai. Pengguna dapat memanfaatkannya di aplikasi maupun di mitra ECommerce. Pengguna juga dapat membeli pulsa, membayar tagihan listrik atau membeli token listrik, membayar TV kabel atau membayar pembayaran lainnya secara rutin menggunakan ShopeePay. Karena Shopee mewajibkan penggunanya untuk menggunakan nomor telepon dan membuat pin sebelum mengaktifkan ShopeePay, akun ShopeePay akan aman dan terlindungi.

Pengguna adalah satu-satunya yang memiliki akses pin, yang harus dimasukkan saat melakukan pembelian. Pada Agustus 2018, ShopeePay diberikan izin oleh Bank Indonesia. Sistem pembayaran ShopeePay juga memiliki kelemahan yang mempengaruhi pelanggan, selain mudah digunakan. Tidak semua orang, khususnya pengguna aplikasi Shopee yang berdomisili di kawasan Desa, mampu mengakses aplikasi ShopeePay. Mereka tidak dapat menggunakan opsi pembayaran digital karena tidak ada penyedia top-up shopeepay di sekitarnya, seperti Indomaret atau Alfamart. Kelemahan lainnya juga terlihat pada umumnya pelanggan enggan mengisi ShopeePay karena hanya bisa digunakan untuk transaksi di dalam aplikasi Shopee.

Awal Kisah Pemilik Bisnis Online Sha Masker

Pada tahun 2020, saya baru lulus SMA setelah banyaknya belajar untuk tes masuk perguruan tinggi dan di nyatanya lulus di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU). Setelah kelulusan, saya menunggu waktu masuk kuliah pada bulan Juli, karena banyak melihat orang-orang yang berbisnis online, saya menjadi tertarik untuk berjualan, tapi saya tidak langsung jualan karena tidak adanya dana pembelian produk dan jika meminta kepada orangtua saya memikir uang pasti tidak cukup untuk kebutuhan sehari-hari, sekiranya uang orang tua cukup untuk makan syukur (dibenak saya dimasa tersebut).

Lalu beberapa hari kemudian ada pengembalian uang kas karena dimasa itu pembatalan perpindahan kelas 12 dikarenakan adanya pandemi covid-19, uangnya cukup banyak sekitar 300.000. Kemudian saya melihat beberapa produk masker-masker organic atau peel off mask yang lagi rame dan saya memutuskan uang tersebut dipakai untuk modal usaha tersebut. Awalnya saya

ANALISIS PENGGUNAAN E-MONEY DALAM PERSAINGAN BISNIS ONLINE SHA MASKER

memasarkannya di whatsapp dan akun instagram saya buat jadi akun bisnis tersebut dan saya edit-edit foto yang sudah di sediakan oleh pihak pusatnya. Setelah beberapa hari saya belajar menggunakan shopee dari pihak distributor masker tersebut dan memulai membuka toko tersebut di shopee. Alhamdulillah bisnis online saya tersebut laku, padahal awalnya saya hanya reseller biasa yang modalnya Rp300.000 menjadi reseller VIP yang pembeliannya itu minimal Rp1.000.000. Saya dalam 1 bulan mengorder produk dua kali ke distributor dan membuka reseller yang ingin bergabung bersama saya untuk berbisnis online.

Setelah itu saya belajar lagi agar saya bisa menjual produk tersebut tidak hanya di whatsapp, instagram, dan shopee saja. Pada tahun 2021 saya sudah mulai berjualan di lazada, dan tokopedia lalu pada pertengahan tahun 2021 saya juga mempromosikan produk saya di aplikasi tiktok juga melalui fitur terbaru yaitu tiktokshop, yang mana tiktokshop tersebut bisa digunakan akun-akun bisnis untuk menjual produknya disana seperti penjualan shopee, lazada, tokopedia, dll.

Persepsi Pemilik Bisnis Online Sha Masker Terhadap Penggunaan Shoope Pay

Menurut data yang dilakukan melalui wawancara, pemilik bisnis online Sha Mask bisa merasakan manfaat dari e-money. Dengan pertanyaan sejauh mana para pemilik usaha memiliki kepercayaan bahwa menggunakan e-money dapat meningkatkan kinerja usahanya. Berdasarkan hasil deskripsi pemilik bisnis online, persepsi manfaat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kelangsungan usaha dan produktivitas kerja.

Pemilik bisnis online Sha Mask yakin bahwa e-money menawarkan berbagai fitur dan layanan yang mudah dipahami. Pemilik bisnis percaya bahwa e-money sebagai teknologi dapat menguntungkan pelanggan. Penggunaan e-money dinilai lebih fleksibel saat memesan atau melakukan pembelian barang. Pemilik bisnis online Sha Mask percaya bahwa teknik ini sangat meningkatkan minat pelanggan dalam menggunakan e-money untuk mengakses kebutuhan sehari-hari mereka. Pemilik bisnis online yakin bahwa menggunakan e-money untuk transaksi di masa depan, terutama penjualan dan pembelian, sangat aman, mudah beradaptasi, dan efisien.

Kesediaan pengguna untuk terlibat dengan fitur aplikasi menunjukkan kepercayaan konsumen. Dapat disimpulkan bahwa kepercayaan mengacu pada bagaimana tumbuh keyakinan pelanggan bahwa janji-janji yang diberikan atas penggunaan e-money kepada pelanggan dapat dipercaya dan memberikan aksi yang saling menguntungkan. Kepercayaan konsumen dapat dilihat dari adanya

kemauan untuk terlibat dalam penggunaan berbagai fitur dalam aplikasi tersebut. Berdasarkan hasil wawancara narasumber menyadari bahwa banyaknya risiko yang akan terjadi namun beliau cukup yakin dengan penggunaan e-money dilihat dari manfaat yang dirasakan.

Penerapan penggunaan e-money

E-money adalah suatu chip yang lalu dibuat dengan bentuk kartu, e-money harus di buat melalui bank tertentu saja, dan pengisian saldo E-money harus melalui bank tersebut. Pada usaha sha masker, sistem pembayaran tersebut sangat membantu dalam mempermudah transaksi antar pembeli dan penjual. Karena transaksi dimudahkan maka pelanggan akan membeli kembali di sha masker dan menyebar luaskan toko sha masker ke teman lainnya, yang akan membuat sha masker lebih terkenal lagi dan banyak pembeli.

Sistem penjualan yang diterapkan sha mask

Sistemm penjualan yang diterapkan oleh sha masker dijual dengan secara offline dan online (melalui shopee, Tokopedia, Lazada, dan tiktokshop) Keterangan produk tersebut sudah tertulis lengkap di deskripsi produk. Penjualan online di promosikan melalui berbagai media sosial seperti Instagram, Facebook, tiktok dengan cara mengupload produk yang tersedia di toko sha mask. Pemesanan akan di kirim melalui kurir, J&t, JNE, dll. Dan pembayaran bisa melalui e-money, e-banking, shoepay, dan cod (Cash On Delivery) atau bayar ditempat saat pesanan sampai.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dimasa yang sekarang ini penggunaan e-money dalam metode pembayaran belanja online dapat memudahkan user dan juga pemilik bisnis dalam melakukan transaksi secara online, selain itu juga penggunaan e-money dapat dilakukan dimanapun dan kapan pun tetapi harus memiliki saldo yang cukup. Dengan terjadinya perkembangan zaman dimasa sekarang pun lebih banyak masyarakat yang lebih memilih belanja melalui via online dari pada belanja langsung ke pasar di karenakan adanya kepuasan yang kita bisa mendapatkan sesuatu barang yang kita inginkan tanpa harus keluar rumah.

Akan tetapi penggunaan e-money tersebut terdapat beberapa kekurangan yang mana semakin banyak nya aplikasi yang kita dapatkan mengenai e-money semakin sulit setiap pemilik bisnis untuk menyediakan layanan pembayarannya dan pembayaran e-money ini hanya masih banyak

ANALISIS PENGGUNAAN E-MONEY DALAM PERSAINGAN BISNIS ONLINE SHA MASKER

di gunakan oleh anak remaja saja, penggunaanya belum menyebar hingga keseluruhan kalangan baik orang dewasa maupun orang tua.

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah dari segi pengambilan sampel hanya mengambil satu sampel bisnis online. Selain itu, ada batasan waktu untuk melakukan wawancara dengan pemilik bisnis. Saran bagi pemilik bisnis online yaitu memperbarui lagi fitur-fitur layanan e-money mereka, sehingga pelanggan dapat dengan mudah menggunakan layanan ini secara langsung. Selain itu, pemilik bisnis harus dapat memperkuat langkah-langkah keamanan untuk mengurangi kejahatan dengan memastikan penggunaan koneksi internet yang aman.

DAFTAR PUSTAKA

- Juniarti Kristin, Isharijadi, Elana Era Yusdita. 2021. "Persepsi Pengguna E-Money pada Usaha Rintisan di Kota Madiun", <http://ojs.pnb.ac.id/index.php/JBK>, diakses pada 18 Oktober 2022 pukul 16.47.
- Fitriana Ana, Irawan Wingdes. 2017. "Analisis TAM Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Menggunakan E-money Indomaret Card di Pontianak", Volume 16 (halaman 401-410). Pontianak:Techno.COM.
- Dafa F. 2022. "Analisis Penggunaan Aplikasi Shoope Terhadap Minat Berbelanja Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam". Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Triwidyastika, A. (2012). Studi tentang pengaruh persepsi manfaat dan persepsi risiko terhadap sikap pada belanja online dan implikasinya pada minat belanja online di Dshetwo Boutique. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, XI(1).
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik. *Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127135.
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan e-money card (Studi pada pengguna jasa commuterline di Jakarta). *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 440.
- Candraditya, H. (2013). Analisis Penggunaan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Mahasiswa Pengguna Produk Flazz BCA di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journal of Management*, 2, 111.