

BAB IV

LAPORAN HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Lokasi

Rumah Kreatif Alisa merupakan Usaha Mikro Kecil Menengah dengan fokus usaha pengelolaan kerajinan atau kriya serta pemanfaatan barang bekas seperti kain perca. Rumah Kreatif Alisa ini berlokasi di Jl. Mahoni Raya Gang Tanjung 1 No.10, Kelurahan Sungai Miai, Kecamatan Banjarmasin Utara, Provinsi Kalimantan Selatan. Adapun Rumah Kreatif Alisa ini memiliki komitmen untuk mengembangkan potensi masyarakat melalui berbagai kegiatan kreatif, edukatif, dan juga produktif yang mampu memberikan dampak positif sekaligus mendorong peningkatan pendapatan maupun pertumbuhan ekonomi kreatif di lingkup area Rumah Kreatif Alisa itu sendiri maupun lokal secara Kota Banjarmasin.

Pada mulanya Rumah Kreatif Alisa ini bukanlah usaha mikro kecil dan menengah yang terfokus pada usaha pembuatan kriya ataupun kerajinan akan tetapi, Rumah Kreatif Alisa ini awalnya adalah sebuah salon yang mana usaha tersebut terfokus pada kecantikan yang bernama Salon Muslimah Alisa yang bertempat di alamat tersebut. Alisa Rahimi selaku Owner Rumah Kreatif Alisa dan juga Salon Muslimah Alisa ini awalnya memiliki *passion* dibidang kecantikan pada saat itu yang memang sedang beliau geluti.

Dari situlah owner Rumah Kreatif Alisa ini memikirkan pada saat wabah ini tidak bisa mendapatkan pelanggan apa yang perlu beliau kerjakan dikala *lockdown* saat itu maka owner ini bikin-bikin kerajinan yang mudah dari kain perca yang didapat dari keluarganya. Seiring hal tersebut setelah *covid-19* mulai mereda lahirlah Rumah Kreatif Alisa ini pada tahun 2023 yang mana owner ini berkreasi dari anyaman eceng gondok, purun, dan kain perca sebagai produk yang beliau pakai. Pada saat pengolahan beliau ikut andil membuat kerajinan bersama 2 pengrajin lainnya yang tidak lain teman dan keluarga beliau. Dengan banyaknya relasi dari pada Owner Rumah Kreatif Alisa ini tidak hanya menjual produk sendiri yang dari eceng gondok dan sebagainya akan tetapi ada pula hasil usaha-usaha pelaku usaha mikro kecil menengah lainnya selain kerajinan pastinya juga kepada makanan.

Untuk bahan kebutuhan pengolahan kerajinan seperti eceng gondok dibeli dari Kab. Hulu Sungai Utara atau dikenal Kota Amuntai. Beliau memiliki *supplier* tetap yang mana para petani-petani eceng gondok yang di Kota Amuntai tersebut menjual kepada pengepul yang memang sudah tau tempatnya dan Owner Rumah Kreatif Alisa membeli dari pengepul dari Kota Amuntai Tersebut. Dari segi kualitas Kota Amuntai yang memang lebih bagus ketimbang eceng gondok yang ada di Kota Banjarmasin (M. Dzulfikar Hidayat, Personal Wawancara, 29 Juni 2026). Dari paparan Owner Rumah Kreatif Alisa untuk eceng gondok yang ada di Kota Banjarmasin ini kurang kering akan tetapi saat dijadikan kerajinan ia berjamur dan warna kurang bersih, sedangkan yang dari Kota Amuntai itu

lebih bersih dan warnanya lebih bersih. Kalau untuk purun terkadang ambil dari Kota Banjarbaru bisa juga ambil dari Kota Amuntai juga.

Owner Rumah Kreatif Alisa sebenarnya tidak menargetkan terjual produknya itu seberapa dikarenakan untuk menargetkan penjualan tersebut hal ini sangatlah berbeda dengan pencapaian target dengan penjualan pelaku umkm yang terfokus pada kuliner. Untuk dari segi keuntungan pun untuk kuliner pasti lebih cepat karna selalu dikonsumsi, berbeda pula dengan kerajinan yang memang tidak selalu aktif dipakai, akan tetapi owner tersebut kerjasama dengan pelaku-pelaku umkm yang beliau gandeng yang ada pada Rumah Kreatif Alisa untuk bisa mengembangkan usahanya yang dominan pelaku umkmnya berbasis kuliner oleh karena itu, ada hal yang perlu diperhatikan bagi pelaku umkm baik itu kerajinan dan juga kuliner yaitu :

- a. Selalu memperhatikan terkait anggaran pembiayaan.
- b. Aktif menjaga kualitas produk, bahan baku, dan lainnya.
- c. Membangun kepercayaan kepada pelanggan.
- d. Mencari tau atau mendengarkan masukan pembeli.

2. Deskripsi Informan

Informasi yang peneliti dapatkan ini langsung kepada orang yang mahir didalamnya dan dianggap dapat memberikan suatu informasi mengenai kebutuhan penelitian ini yang berhubungan langsung.

Adapun informan yang penulis wawancarai dalam penelitian ini sebagai berikut:

Identitas Informan

Nama : Alisa Rahimi

Umur : 48 Tahun

Pekerjaan : Owner Rumah Kreatif Alisa & Salon Muslimah Alisa

Alamat : Jl. Mahoni Raya Gang Tanjung 1 No. 10, RT. 33, Kel. Sungai Miai, Kec. Banjarmasin Utara, Prov. Kalimantan Selatan.

Alisa Rahimi adalah Owner dari Pada Rumah Kreatif Alisa, beliau menekuni usaha kerajinan dimulai dari kesukaan membuat kerajinan dan barang bekas dan hadirnya Rumah Kreatif Alisa pada tahun 2023. Untuk bahan kebutuhan pengolahan kerajinan seperti eceng gondok dibeli dari Kab. Hulu Sungai Utara atau dikenal Kota Amuntai. Beliau memiliki *supplier* tetap yang mana para petani-petani eceng gondok yang di Kota Amuntai tersebut menjual kepada pengepul yang memang sudah tau tempatnya dan Owner Rumah Kreatif Alisa membeli dari pengepul dari Kota Amuntai. Untuk eceng gondok yang ada di Kota Banjarmasin ini kurang kering akan tetapi saat dijadikan kerajinan ia berjamur dan warna kurang bersih, sedangkan yang dari Kota Amuntai itu lebih bersih dan warnanya lebih bersih. Kalau untuk purun terkadang ambil dari Kota Banjarbaru bisa juga ambil dari Kota Amuntai juga.

Untuk promosi Owner Rumah Kreatif Alisa yaitu Alisa Rahimi mengatakan lebih sering di platfrom sosial media, ikut bazaar, *exhibition*,

dan event-event umkm. Owner juga ikut andil dalam pembuatan kerajinannya yang mana beliau juga memiliki 2 pengrajin yang mana itu dari teman dan juga keluarga beliau. Untuk penggunaan pembayaran secara digital ini Rumah Kreatif Alisa dimulai sejak tahun 2024 yang mana di awal tahun pertama memiliki *struggle* tersendiri terkait pembayaran secara digital ini ucap Owner Rumah Kreatid Alisa (M. Dzulfikar Hidayat, Personal Wawancara, 29 Juni 2026).

B. Hasil Penelitian

1. Dampak *Digital Payment* bagi Pelaku UMKM Rumah Kreatif Alisa.

Berdasarkan hasil temu wawancara bersama Owner Rumah Kreatif Alisa dengan usaha terfokus pada kerajinan eceng gondok dan purun serta telah mengadopsi metode pembayaran secara digital yang mana peneliti jabarkan sebagai berikut :

a. Faktor Pendukung

Adapun dampak positif dari pada penggunaan *digital payment* yang pertama yaitu dilihat dari adanya ketekunan dari pada Instansi terkait yaitu Bank Indonesia untuk bertransaksi secara digital yang mana selalu disisipkan oleh pihak terkait dan selalu mensosialisasikan kepada masyarakat khalayak ramai untuk bertransaksi secara digital. Maka untuk setiap event untuk para pelaku UMKM tidak perlu lagi untuk mengarahkan bagaimana cara penggunaan dan sebagainya karena sudah adanya sosialisasi dari pihak instansi untuk membuat transaksi itu menjadi mudah, yang mana disebutkan oleh Informan pada sesi

wawancara yaitu “ini adalah *campaign* dari Bank Indonesia dan juga dinas-dinas terkait UMKM untuk memudahkan bertransaksi apabila sedang mengadakan bazar atau pameran”.

Kedua, yaitu metode pembayaran digital ini dinilai sangat membantu guna mempermudah proses bertransaksi terutama para pelaku UMKM saat berpartisipasi dalam suatu acara maupun event. Ketiga, yaitu dana yang digunakan tidak tercampur atau tidak langsung terpakai yang mana di paparkan oleh Informan bahwa “ untuk pembayaran secara digital, itu lebih tersimpan dan lebih aman karena uangnya langsung masuk kedalam rekening, sehingga pembukuan akhir untuk mengetahui keuntungan lebih mudah. Keempat, dikarenakan tersimpan dan lebih aman ketika menggunakan pembayaran secara digital maka dapat dipastikan bisa memutar kembali modal dari penjualan kerajinan tersebut dan lebih terdata dengan baik pada saat pembukuan.

b. Faktor Penghambat

Adapun dampak negatif dari pada penggunaan pembayaran secara digital ini yang pertama adalah pada tahun pertama pengenalan pembayaran digital masih banyak masyarakat belum mengetahui cara penggunaannya akan tetapi, lambat laun dengan semakin aktifnya Instansi terkait untuk melakukan sosialisasi terhadap pembayara secara digital maka lebih terampil dan lebih bijak pula masyarakatnya untuk penggunaan pembayaran secara digital. Kedua, yaitu kendala yang

paling sering dirasakan yaitu jaringan yang mana di sebutkan oleh Informan bahwa “ kendala yang sering dihadapi kadang-kadang karena jaringan”, hal ini memang tidak dapat kita pungkiri biasanya dalam suatu event bazaar atau pameran biasanya jaringan saling berebut dikarenakan banyaknya antusias masyarakat yang hadir jadi jaringan biasanya lebih lambat dari pada diluar event bazaa atau pameran.

Ketiga, yaitu banyak pelaku UMKM belum menggunakan fasilitas *m-banking* ataupun *sms-banking* yang notifikasinya tidak langsung masuk secara langsung sehingga harus memfoto dulu riwayat transaksi berhasil dari konsumen untuk dicocokkan pada saat pembukuan akhir nanti. Keempat, yaitu selain dibidang kerajinan adapun masalah yang memang sering dijumpai yaitu adanya pembeli yang curang dengan memalsukan bukti transaksi berhasil dengan dibikin hasil edit bahwa transaksi tersebut berhasil. Hal ini menjadikan tingkat kewaspadaan yang tinggi kepada para pelaku UMKM agar terhindar dari segala bentuk dampak negatif dari penggunaan pembayaran secara digital.

2. *Digital Payment* Meningkatkan Perekonomian Pelaku UMKM Rumah Kreatif Alisa.

Berdasarkan hasil temu wawancara bersama Owner Rumah Kreatif Alisa dengan usaha kerajinan ini dapat meningkatkan perekonomian pelaku UMKM Rumah Kreatif Alisa yang dapat peneliti jelaskan yaitu melakukan tanya jawab oleh Informan yang mana beliau sebutkan bahwa “untuk meningkatkan skala pendapatanya tidak terlalu berdampak besar, tapi untuk

memudahkan pembayaran, mungkin lebih tepatnya mempermudah penyimpanan dan keamanan uang itu”. Dengan kata lain penerapan pembayaran secara digital ini tidak secara otomatis atau serta merta menaikkan pendapatan secara signifikan, akan tetapi dengan perilaku konsumen yang saat ini yang lebih mobilisasinya terhadap telepon genggam lebih tinggi maka skala peningkatan pendapatan akan lambat laun akan menaik pula, dan juga pada saat pembeli membatasi pembelian produk dengan keterbatasan uang tunai yang ada di dompet pembeli maka ada opsi pembayaran secara digital yang dijadikan opsi lainnya, dan juga apabila penjual bisa menguasai secara teknik pemasaran maka penjual dapat melakukan atau mengarahkan pembelian dengan produk lain yang mana biasa disebut dengan *cross selling* agar dapat menaikkan omset pendapatan dari para pelaku UMKM tersebut.

C. Analisis Data

1. Dampak *Digital Payment* Bagi Pelaku UMKM Rumah Kreatif Alisa.

Menurut Soerjono Soekanto menjelaskan dampak ini merupakan pelanggaran, tubrukan maupun benturan yang timbul dikarenakan adanya kejadian didalam masyarakat, sehingga menghasilkan perubahan berpengaruh positif maupun negatif terhadap kelangsungan hidup (Soekanto, 2005, hal. 429). Dampak juga tidak hanya terbatas pada aspek sosial, akan tetapi dapat melingkupi pada sektor ekonomi, lingkungan, serta budaya dengan percontohan adanya pembangunan infrastruktur hal tersebut memiliki segi dampak positif maupun negatifnya tersendiri, untuk dampak positifnya adalah dapat

meningkatkan aksesibilitas serta pertumbuhan ekonomi, sedangkan dampak negatifnya terjadinya kerusakan maupun pembukaan lahan area lingkungan yang terdampak guna mewujudkan hal tersebut. Menurut Joshi, inklusi keuangan merupakan proses yang memastikan akses yang layak terhadap produk serta layanan keuangan yang dibutuhkan oleh kelompok rentan, seperti kelompok dengan pendapatan rendah, pada biaya yang terjangkau dalam suatu kondisi yang adil serta transparan oleh para pelaku industri keuangan (Waskito, 2018, hal. 14). Menurut Wahyu Fairmansyah *electronic payment* merupakan suatu sistem pembayaran yang mana dapat memberikan sebuah keuntungan dari pada bertransaksi bisnis serta mendukung *e-commerce* untuk meningkatkan layanan *cash management*, meningkatkan pelayanan pelanggan, menghemat waktu dan pastinya efisien. Transaksi tersebut bisa dilakukan menggunakan bermacam-macam media yang tidak terbatas dimanapun dan juga kapanpun.

Dengan demikian, dampak yang dialami orang para Pelaku UMKM Rumah Kreatif Alisa ini beragam jika dilihat dari segi positifnya adalah aksesibilitas atau kemudahan dalam bertransaksi menggunakan pembayaran secara digital yang mana tidak hanya penggunaanya pada saat event tertentu, akan tetapi dipakai secara menerus dalam keseharian apa lagi jika Pelaku UMKM yang terfokus pada bisnis usaha kuliner, hal tersebut dalam segi penggunaan akan sering terpakai. Dampak dari positif lainnya yaitu dana pendapatan yang dihasilkan dari pada penggunaan pembayaran digital pastinya tidak akan tercampur, dan tidak pula terpakai langsung terkadang jikalau menggunakan dana secara tunai pastinya akan selalu terpakai dan positifnya juga dari dana

penjualan tersebut yang langsung masuk ke rekening pengguna pastinya akan lebih mudah mengakomodir untuk memutar kembali modal yang telah terpakai untuk membuat kerajinan tersebut.

Diketahui untuk dampak dari segi negatifnya penggunaan pembayaran secara digital ini yaitu sering terjadinya jaringan yang tidak memadai dikarenakan saat event besar jaringan sinyal pastinya akan berebut karena ramainya masyarakat yang ada, serta dampak negatif yang sering dijumpai pula yaitu adanya oknum yang menyalah gunakan struk bukti pembayaran berhasil itu ia bikin sendiri dari hasil edit foto, hal ini yang menjadikan Pelaku UMKM untuk meningkatkan tingkat kewaspadaan untuk bukti-bukti pembayaran yang dilihat janggal. Kalau di lihat kembali dengan pengertian menurut ahli maupun dari Kamus Besar Bahasa Indonesia dampak ini dimaknai benturan yang memang terjadi di lingkup masyarakat, maka dapat dihasilkan dampak yang baik maupun buruknya. Dari hasil wawancara pula penulis dapat dari Alisa Rahimi selaku Owner Rumah Kreatif Alisa ini dapat disimpulkan dampak yang terjadi pada penggunaan pembayaran digital adalah hal yang pasti dan akan terus berubah tergantung faktor apa yang memengaruhi dari pada penggunaan pembayaran secara digital tersebut (M. Dzulfikar Hidayat, Personal Wawancara, 29 Juni 2026)

2. *Digital Payment* Meningkatkan Perekonomian Pelaku UMKM Rumah Kreatif Alisa.

Peningkatan perekonomian ialah suatu perubahan maupun perbaikan kondisi dari perekonomian yang rendah kepada perekonomian

yang lebih baik dan mengalami kemajuan dari pada sebelumnya. Peningkatan ataupun pertumbuhan ekonomi menurut Sadono Sukirno ialah perkembangan kegiatan dalam suatu perekonomian yang menyebabkan terjadinya barang maupun jasa yang diproduksi dalam masyarakat bertambah dan kemakmuran masyarakat meningkat (Sukirno, 2019, hal. 9). Dengan demikian apabila suatu barang atau pun jasa meningkat maka pendapatan pun akan meningkat baik secara pendapatan pelaku tersebut dan juga terciptanya peningkatan pendapatan pada suatu wilayah tersebut. Hal tersebut dapat diartikan pula pada peningkatan perekonomian tidak hanya dilihat dari berapa nominal uang yang terus berputar, melainkan dari peningkatan ataupun permintaan produk secara terus menerus yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan tersebut.

Menurut Schumpeter menunjukkan bahwa pentingnya peran pengusaha dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang mana para pengusaha adalah golongan yang akan terus menerus membuat suatu inovasi atau suatu pembaharuan dalam kegiatan ekonomi (Sukirno, 2019, hal. 434). Adapun inovasi yang dimaksud yaitu meliputi memperkenalkan barang-barang baru, mempertinggi efisien cara memproduksi dalam menghasilkan suatu barang, memperluas pasar suatu barang ke pasaran-pasaran yang baru, mengembangkan sumber bahan mentah yang baru serta mengadakan perubahan-perubahan dalam organisasi dengan tujuan meningkatkan keefisienan kegiatan perusahaan.

Dengan demikian, peningkatan pendapatan Pelaku UMKM Rumah Kreatif Alisa ini tidak lah meningkat pendapatan secara signifikan akan tetapi dengan adanya pembayaran secara digital ini lebih mengarah kepada kepada kemudahan dalam bertransaksi dan juga tata kelola serta keamanan keuangan yang mana langsung masuk kepada rekening Pelaku UMKM tersebut yang menjadikan dana modal yang diarahkan untuk kerajinan tersebut tidak terpakai secara langsung dan hal ini pula dapat memudahkan memutar kembali modal yang dipakai Pelaku UMKM untuk terus meningkatkan pendapatannya secara masif. Dari hasil wawancara pula penulis dapat dari Alisa Rahimi selaku Owner Rumah Kreatif Alisa ini dapat disimpulkan bahwa peningkatan secara perekonomiannya tersebut tidak meningkatkan pendapatan secara signifikan akan tetapi lebih kepada kemudahan dalam pengelolaan dana modal yang dipakai untuk kerajinan tersebut yang akan diputar kembali untuk meningkatkan pendapatan yang lebih.