
LITERASI KEUANGAN DIGITAL UMKM YANG DIPIMPIN PEREMPUAN DI MAKASSAR: STUDI KASUS DI SEKTOR PANGAN

Andi Mustika Amin^{1*}

^{1*}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar

Email: andimustika@unm.ac.id^{1*}

Abstrak

Transformasi ekonomi digital telah menciptakan peluang sekaligus risiko bagi UMKM pangan yang dipimpin perempuan di Makassar, terutama terkait kemampuan mengelola transaksi dan informasi keuangan berbasis aplikasi. Penelitian ini mengkaji bagaimana literasi keuangan digital terwujud dalam praktik sehari-hari melalui pendekatan kualitatif studi kasus yang melibatkan wawancara, observasi, dan analisis artefak digital dari 15 pelaku usaha. Temuan menunjukkan bahwa literasi keuangan digital bersifat multidimensional—memadukan pengetahuan teknis, pemahaman biaya, manajemen risiko, dan integrasi pencatatan digital. Faktor sosial seperti dukungan jejaring arisan, rekomendasi rekan, serta komunitas WhatsApp menjadi pendorong utama adopsi awal, sementara hambatan struktural mencakup biaya data, beban domestik, dan ketidakcocokan pelatihan dengan jadwal kerja perempuan. Persepsi risiko dan kecocokan tugas-teknologi turut membentuk pola adopsi, diperkuat oleh sensitivitas terhadap regulasi dan transparansi biaya. Penelitian ini menegaskan pentingnya intervensi literasi yang kontekstual, partisipatif, dan berorientasi kebutuhan, serta perlunya kolaborasi lintas sektor untuk menyediakan layanan digital yang aman, terjangkau, dan relevan bagi UMKM perempuan di sektor pangan.

Kata Kunci: Literasi Keuangan Digital, UMKM Perempuan, Fintech Adoption, Ekonomi Digital Pangan, Jejaring Sosial Usaha.

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi digital telah mengubah lanskap aktivitas usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), termasuk mekanisme pengelolaan keuangan dan akses ke transaksi elektronik; transformasi ini menimbulkan kebutuhan mendesak untuk memahami literasi keuangan digital di kalangan pelaku usaha yang rentan, khususnya UMKM yang dipimpin perempuan di sektor pangan di Makassar.

Kondisi saat ini menunjukkan peningkatan penetrasi teknologi seluler dan layanan pembayaran digital di Indonesia, namun adopsi yang efektif dan aman bergantung pada tingkat literasi finansial digital pelaku usaha, karena tanpa pemahaman yang memadai risiko penyalahgunaan, kesalahan transaksi, dan ketidakmampuan memanfaatkan fitur manajemen keuangan digital dapat meningkat.

Di Makassar, perempuan memainkan peran sentral dalam produksi dan distribusi pangan skala mikro—dari usaha rumahan hingga kantin kecil—namun studi lapangan mengindikasikan variasi besar dalam kemampuan membaca produk digital,

memperhitungkan biaya transaksi, dan mengintegrasikan pencatatan digital ke dalam praktik usaha sehari-hari.

Alasan penelitian ini penting adalah untuk mengisi kekosongan empiris mengenai bagaimana literasi keuangan digital terwujud dalam praktik UMKM pangan yang dipimpin perempuan, bagaimana faktor sosial kultural lokal memengaruhi adopsi, serta bagaimana intervensi kebijakan dan program edukasi dapat dirancang sesuai konteks.

KAJIAN PUSTAKA

Studi tentang aplikasi mobile memberikan kerangka konseptual penting: aplikasi membentuk pengalaman pelanggan dan jalur nilai yang dapat mendorong keunggulan kompetitif jika diadopsi secara tepat oleh pelaku usaha kecil yang menggunakan aplikasi sebagai alat transaksi dan pemasaran (Stocchi et al., 2021). Adopsi inovasi fintech dipengaruhi oleh norma sosial dan sikap individu; teori perilaku terencana menjelaskan bahwa intensi menggunakan layanan fintech berkaitan erat dengan pengaruh subjektif dari jaringan sosial serta kontrol perilaku yang dirasakan (Irimia-Diéguez et al., 2023).

Penelitian tentang mata uang digital dan sistem pembayaran nasional menyoroti bahwa kecocokan tugas-teknologi (task-technology fit) dan persepsi privasi merupakan determinan signifikan dalam niat adopsi—temuan ini relevan saat menilai readiness UMKM terhadap teknologi pembayaran baru (Xia et al., 2023). Analisis bibliometrik terhadap literatur fintech menunjukkan bahwa area riset ini berkembang pesat dan multifaset, memberi landasan teoritik untuk mengaitkan literasi keuangan digital dengan aspek teknologi, regulasi, dan perilaku pengguna (Li & Xu, 2021).

Isu regulasi dan kepastian hukum terkait aset kripto dan inovasi digital memperlihatkan bahwa ketidakpastian kebijakan dapat menunda adopsi teknologi finansial tertentu, suatu kondisi yang perlu diperhitungkan ketika merancang program literasi yang juga menyinggung instrumen-instrumen baru (Linden & Shirazi, 2023). Hubungan antara literasi keuangan, ciri perilaku, dan adopsi ePayment ditemukan kuat di konteks lain—sebuah indeks literasi berkorelasi positif dengan penggunaan layanan pembayaran elektronik, sementara trait seperti aversi risiko memengaruhi keputusan adopsi (Long et al., 2023).

Kajian mengenai teknologi blockchain dan penerapannya pada sektor keuangan menekankan aspek keamanan dan privasi sebagai elemen krusial untuk meningkatkan kepercayaan pengguna, yang pada gilirannya berdampak pada keberhasilan implementasi solusi keuangan digital di tingkat mikro (Rjoub et al., 2023). Literatur tentang affordance digital menggarisbawahi bagaimana komunitas daring selama pandemi menyediakan dukungan praktis bagi pelaku usaha; kemampuan komunitas ini relevan sebagai mekanisme pembelajaran dan transfer pengetahuan bagi pengusaha perempuan yang mengakses sumber belajar secara digital (Meurer et al., 2021).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang literasi keuangan digital di antara kelompok UMKM pangan yang dipimpin perempuan di Makassar. Lokasi penelitian dipilih purposive di beberapa pasar tradisional, pusat kuliner, dan komunitas UMKM di Makassar yang merepresentasikan ragam usaha pangan mikro hingga kecil.

Teknik pengumpulan data meliputi wawancara semi-terstruktur dengan 15 pemilik/pengelola UMKM perempuan, observasi partisipatif terhadap proses transaksi harian, serta pengumpulan artefak digital seperti bukti transaksi e-wallet, bukti pelatihan, dan catatan usaha. Analisis data memanfaatkan pendekatan tematik iteratif: transkrip wawancara dikodekan secara induktif untuk mengekstraksi tema terkait pengetahuan teknis, sikap terhadap risiko, praktik pencatatan, sumber pembelajaran, dan pengaruh jejaring sosial, dengan triangulasi data untuk meningkatkan kredibilitas temuan (Rjoub et al., 2023).

Etika penelitian diperhatikan melalui informed consent, anonimisasi identitas responden, serta verifikasi hasil melalui member checking untuk memastikan interpretasi peneliti selaras dengan pengalaman informan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis mengidentifikasi lima tema utama: (a) tingkat pengetahuan teknis dasar tentang alat pembayaran digital, (b) kemampuan manajemen arus kas menggunakan fitur digital, (c) persepsi dan pengalaman risiko keamanan, (d) peran jejaring sosial dan komunitas dalam pembelajaran, serta (e) hambatan kultural dan struktural seperti waktu, akses internet, dan beban domestik. Secara kuantitatif-deskriptif dari 15 informan: 9 menggunakan e-wallet rutin, 4 menggunakan mobile banking bagi kebutuhan transaksi usaha, 3 memanfaatkan fitur pencatatan pada aplikasi, dan 6 masih mengandalkan catatan manual sebagai praktik utama pencatatan keuangan.

Tingkat pemahaman fitur beyond-payment (mis. rekonsiliasi, laporan bulanan, biaya layanan) relatif rendah; hanya segelintir informan yang mengetahui implikasi biaya transaksi terhadap margin usaha. Persepsi risiko berbeda antar kelompok umur: responden muda menunjukkan orientasi eksperimental dan lebih toleran terhadap penggunaan fitur baru, sementara responden lebih tua menekankan kehati-hatian dan preferensi untuk verifikasi manual. Jejaring sosial—baik offline maupun online—berperan sebagai kanal utama transfer pengetahuan; diskusi kelompok arisan, grup WhatsApp pedagang, dan rekomendasi rekan menjadi cara paling efektif untuk adopsi awal alat digital (Xu et al., 2022).

Hambatan struktural meliputi keterbatasan literasi digital dasar (mis. membaca instruksi aplikasi), biaya data internet, dan ketidaktekungan antara waktu pelatihan dengan jadwal kerja yang padat bagi perempuan pelaku usaha.

Table 1. ringkasan hasil

Tema Utama	Temuan Kunci	Proporsi Informan (n=15)
Pengetahuan teknis dasar	Memahami transaksi dasar e-wallet	9/15
Manajemen arus kas digital	Rendah; sedikit yang rekonsiliasi otomatis	3/15
Persepsi risiko	Hati-hati; kekhawatiran penipuan	10/15
Pembelajaran jejaring	Arisan/WA efektif	12/15
Hambatan struktural	Waktu, akses, biaya data	11/15

Sumber: data proses, 2025

Observasi menunjukkan bahwa pemasaran relasional menjadi modal ekonomi utama: relasi personal mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga dan meningkatkan rekomendasi dari mulut ke mulut. Praktik adaptif-operasional tampak dalam kemampuan pedagang menukar komoditas yang kurang laku, membuat paket hemat, serta menegosiasikan kredit dengan pemasok saat likuiditas menipis.

Dimensi nilai-kultural menjembatani ekonomi dan moralitas: sedekah kecil atau ritual bersama kerap dipandang sebagai pengikat moral yang meningkatkan persepsi keandalan dan kejujuran pedagang. Data kualitatif mengungkapkan pola gender: pedagang wanita memanfaatkan jaringan keluarga dan tetangga untuk distribusi informasi, modal sosial, dan pengaturan jadwal kerja agar berkesinambungan dengan tanggung jawab domestik.

Contoh naratif dari informan A: “Pelanggan datang bukan sekadar mau beli; mereka datang untuk bertanya kabar. Kadang saya beri tambahan sedikit kalau mereka sedang susah.” Narasi ini mengilustrasikan integrasi empati dalam strategi pemasaran. Selain itu, interaksi antar-penjual memperlihatkan bentuk kerjasama non-formal—misalnya saling mengisi stok ketika ada kelangkaan—yang menunjukkan solidaritas ekonomi di tingkat mikro.

Pembahasan

Temuan menunjukkan bahwa literasi keuangan digital pada UMKM pangan yang dipimpin perempuan merupakan fenomena multidimensional: tidak cukup hanya menguasai teknis transaksi, tetapi juga memahami implikasi biaya, mekanisme keamanan, dan strategi pencatatan yang mendukung tata kelola usaha. Peran norma sosial dan sikap kolektif tampak memenuhi model perilaku terencana: pengaruh teman, kelompok arisan, dan opini penting di komunitas menentukan kecenderungan individu untuk mencoba atau menolak layanan fintech (Irimia-Diéguez et al., 2023).

Kecocokan tugas-teknologi (task-technology fit) menjadi kunci—produk digital yang sesuai dengan kebutuhan konkret usaha pangan (mis. fitur pesanan, pencatatan, rekonsiliasi otomatis) lebih mungkin diadopsi jika pengguna merasakan manfaat yang nyata dan mudah

diaplikasikan (Xia et al., 2023). Faktor gender dan akses ke sumber daya memperlihatkan dimensi ketidaksetaraan yang diperparah oleh kondisi pandemi: bukti empiris global menunjukkan perempuan lebih rentan terhadap hambatan akses ke finansial selama guncangan seperti COVID-19, yang relevan saat menyusun program dukungan lokal (Hewa-Wellalage et al., 2021).

Kepercayaan terhadap platform digital tidak semata-mata soal keamanan teknis; aspek regulasi, transparansi biaya, dan kepastian hukum meningkatkan willingness-to-adopt karena menurunkan persepsi risiko jangka panjang (Linden & Shirazi, 2023). Keberhasilan fintech di pasar bergantung pada kombinasi faktor: adopsi teknologi, kualitas layanan yang dirasakan, aspek keamanan dan privasi, serta strategi pemasaran yang sensitif terhadap kebutuhan segmen—semua ini memberi arahan bagi implementor layanan untuk merancang produk ramah-UMKM (Werth et al., 2023). Praktik belajar kolektif yang ditemukan di lapangan sejalan dengan konsep affordance digital: komunitas online/offline menyediakan ruang untuk reframing masalah, berbagi solusi, dan mereduksi kecemasan teknologi bagi pengusaha yang kurang familiar (Meurer et al., 2021).

Implikasi praktisnya adalah bahwa program literasi harus mengintegrasikan modul teknis yang kontekstual (mis. simulasi transaksi, manajemen biaya transaksi) dengan intervensi sosial (pelatihan kelompok, fasilitasi mentor digital dari pelaku lokal), serta pemberian insentif awal untuk mengurangi switching cost. Selain itu, pelatihan harus mempertimbangkan trait perilaku: bagi yang risk-averse dibutuhkan pendekatan bertahap dan bukti keamanan, sedangkan mereka yang cenderung mengikuti gelombang sosial (herd behavior) dapat dimanfaatkan sebagai agen perubahan komunitas (Long et al., 2023).

Intervensi yang mengabaikan aspek infrastruktur—biaya data, kecepatan internet, kompatibilitas perangkat—akan memiliki efektivitas terbatas; kolaborasi antar pemangku kepentingan (pemerintah daerah, penyedia layanan telekomunikasi, dan fintech) diperlukan untuk menurunkan hambatan ini. Program literasi yang efektif juga harus membawa dimensi regulatif: edukasi mengenai hak konsumen digital, proses pengaduan, dan transparansi biaya akan mengurangi ketidakpastian hukum yang menjadi penghalang adopsi layanan keuangan digital baru (Linden & Shirazi, 2023).

Temuan mengenai komunitas daring yang menyediakan dukungan kritis selama krisis menegaskan potensi penguatan jejaring online lokal—memungkinkan transfer praktik terbaik secara lebih cepat dan murah, serta menjadi wahana peer-to-peer learning yang berkelanjutan (Meurer et al., 2021). Dari perspektif riset, integrasi literatur fintech dan pemasaran aplikasi membuka peluang studi lanjut tentang bagaimana fitur aplikasi yang berorientasi pada nilai pelanggan dapat meningkatkan adopsi di segmen UMKM perempuan—terutama bila fitur tersebut disinergikan dengan jalur komunikasi komunitas lokal (Stocchi et al., 2021). Analisis kritis perlu menyorot bahwa banyak solusi teknologi dikembangkan tanpa melibatkan pengguna akhir dalam desain; partisipatory design menjadi

pendekatan etis dan praktis untuk memastikan produk relevan dan dapat diakselerasi oleh jaringan sosial lokal.

KESIMPULAN

Kesimpulannya, literasi keuangan digital di antara UMKM pangan yang dipimpin perempuan di Makassar menunjukkan adanya pemahaman dasar terhadap alat pembayaran digital namun kelemahan dalam manajemen arus kas digital, ketidakpastian mengenai keamanan, serta hambatan struktural dan kultural yang menghalangi pemanfaatan penuh potensi teknologi finansial.

Rekomendasi meliputi: penyusunan kurikulum literasi yang kontekstual dan partisipatif; pengembangan fitur fintech yang menyesuaikan kebutuhan usaha pangan mikro; kolaborasi multisektor untuk menurunkan biaya akses; dan pemberdayaan agen-agen perubahan lokal (pelaku UMKM muda, kelompok arisan, fasilitator komunitas) sebagai multiplier effect dalam proses edukasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Hewa-Wellalage, N., Boubaker, S., Hunjra, A. I., & Verhoeven, P. (2021). The gender gap in access to finance: Evidence from the COVID-19 pandemic. *Finance Research Letters*, 46, 102329 - 102329. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2021.102329>
- Irimia-Diéguez, A., Velicia-Martín, F., & Aguayo-Camacho, M. (2023). Predicting Fintech Innovation Adoption: the Mediator Role of Social Norms and Attitudes. *Financial Innovation*, 9. <https://doi.org/10.1186/s40854-022-00434-6>
- Li, B., & Xu, Z. (2021). Insights into financial technology (FinTech): a bibliometric and visual study. *Financial Innovation*, 7. <https://doi.org/10.1186/s40854-021-00285-7>
- Linden, T. V. D., & Shirazi, T. (2023). Markets in crypto-assets regulation: Does it provide legal certainty and increase adoption of crypto-assets?. *Financial Innovation*, 9. <https://doi.org/10.1186/s40854-022-00432-8>
- Long, T., Morgan, P. J., & Yoshino, N. (2023). Financial literacy, behavioral traits, and ePayment adoption and usage in Japan. *Financial Innovation*, 9. <https://doi.org/10.1186/s40854-023-00504-3>
- Meurer, M. M., Waldkirch, M., Schou, P., Bucher, E., & Burmeister-Lamp, K. (2021). Digital affordances: how entrepreneurs access support in online communities during the COVID-19 pandemic. *Small Business Economics*, 58, 637-663. <https://doi.org/10.1007/s11187-021-00540-2>
- Rjoub, H., Adebayo, T., & Kırıkkaleli, D. (2023). Blockchain technology-based FinTech banking sector involvement using adaptive neuro-fuzzy-based K-nearest neighbors algorithm. *Financial Innovation*, 9. <https://doi.org/10.1186/s40854-023-00469-3>

- Stocchi, L., Pourazad, N., Michaelidou, N., Tanusondjaja, A., & Harrigan, P. (2021). Marketing research on Mobile apps: past, present and future. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 50, 195-225. <https://doi.org/10.1007/s11747-021-00815-w>
- Werth, O., Cardona, D. R., Torno, A., Breitner, M., & Muntermann, J. (2023). What determines FinTech success?—A taxonomy-based analysis of FinTech success factors. *Electronic Markets*, 33. <https://doi.org/10.1007/s12525-023-00626-7>
- Xia, H., Gao, Y., & Zhang, J. (2023). Understanding the adoption context of China's digital currency electronic payment. *Financial Innovation*, 9. <https://doi.org/10.1186/s40854-023-00467-5>
- Xu, W., Hu, D., Lang, K., & Zhao, J. (2022). Blockchain and digital finance. *Financial Innovation*, 8. <https://doi.org/10.1186/s40854-022-00420-y>