



UPAYA PENGEMBANGAN STRATEGI PEMBAYARAN NON TUNAI (CASHLESS PAYMENT) PADA PT PELNI (PERSERO) CABANG SURABAYA

Nariyah Alya^{1*}, Budi Prabowo²

^{1 2} Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

*E-mail: 20042010045@student.upnjatim.ac.id ; bprabowo621@gmail.com

ABSTRAK

Digitalisasi pada perusahaan jasa sangatlah berperan untuk beradaptasi pada perkembangan zaman. Termasuk pada sistem administrasi keuangan, dengan adanya bank masyarakat selain bisa menyimpan dan meminjam uang juga bisa bertransaksi dengan kartu kredit, kartu debit, *mobile banking*, dan sistem terbaru yaitu QRIS. PT PELNI Surabaya juga sedang gencar melakukan digitalisasi keuangan melalui metode *cashless payment*. *Cashless payment* sendiri adalah bentuk pembayaran yang sah dengan menggunakan kartu kredit atau debit, *mobile banking*, dan QRIS. Dengan ini dapat memberikan manfaat bagi masyarakat itu sendiri maupun bagi perusahaan, Namun dalam pelaksanaannya masih belum maksimal dikarenakan kurangnya sosialisasi kepada masyarakat akan sistem tersebut sehingga seringkali penumpang membawa uang yang banyak, dengan adanya metode pembayaran *cashless payment* akan memudahkan baik penumpang maupun perusahaan untuk bertransaksi agar lebih efisien dan tepat.

Kata kunci: Non-tunai; pembayaran; administrasi keuangan

THE DEVELOPMENT OF NON-CASH PAYMENT STRATEGY (CASHLESS PAYMENT) AT PT PELNI (PERSERO) SURABAYA BRANCH

ABSTRACT

Digitalization in service companies plays a very important role along with the times. In the financial administration system, community bank can save and borrow money. Apart from that, it can also transact with credit cards, debit cards, mobile banking, and the newest system, QRIS. PT PELNI Surabaya is also intensively digitizing finance through the cashless payment method. Cashless payment itself is a legal form of payment using a credit or debit card, mobile banking, and QRIS. Cashless payment can provide benefits for the community itself and for the company, but in practice it is still not optimal due to the lack of outreach to the community about the system. Therefore, the passengers often carry a lot of money. The existence of cashless payment method will make it easier for both passengers and companies to make transactions, thus it will be more efficient and precise.

Keywords: Financial Administration; Non-cash; payments

PENDAHULUAN

Kemajuan ekonomi terus dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. di era digitalisasi saat ini uang merupakan suatu bagian terpenting dalam kehidupan dan perekonomian. Uang dapat digunakan sebagai alat tukar atau alat transaksi yang dapat diterima secara umum oleh masyarakat. Dalam sektor keuangan dan perbankan perkembangan teknologi dan sistem informasi tersebut telah menghadirkan alat pembayaran baru yaitu uang non tunai (*Cashless Payment*).

Pertumbuhan infrastruktur alat pembayaran non-tunai juga membuat masyarakat semakin mudah dalam memanfaatkan dan mengakses keunggulan dalam bertransaksi menggunakan sistem non-tunai dibandingkan dengan uang tunai. PT. PELNI (Persero) Cabang Surabaya mengajak seluruh pengguna jasanya untuk melakukan pembelian tiket kapal secara non-tunai (*cashless*). Tidak hanya di loket kantor cabang, pembayaran secara non-tunai juga dapat dilakukan oleh pelanggan pada saat pembelian tiket melalui website dan aplikasi *PELNI Mobile Apps*. Namun dalam penerapannya masih memiliki permasalahan diantaranya kurangnya pemahaman calon penumpang tentang cara bertransaksi dengan sistem non-tunai dengan menggunakan mesin EDC maupun melalui *virtual account* atau *mobile banking*.



Selain itu, ditemukan juga permasalahan bahwa perusahaan masih belum maksimal melakukan sosialisasi secara *online* maupun *offline* tentang transaksi pembelian tiket kapal menggunakan sistem *cashless* di loket resmi PT. Pelni (Persero) Surabaya dan pemesanan tiket kapal secara *online* melalui aplikasi *PELNI Mobile Apps*.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam jurnal ini menggunakan penelitian lapangan dan wawancara. Sistematika penulisan dan penjelasan lebih bersifat narasi yakni dengan menautkan pendapat para ahli, buku, dan jurnal. Penelitian ini juga dilakukan dengan melalui pengamatan secara langsung dengan mengikuti dan membantu kegiatan transaksi pembayaran menggunakan metode *cashless payment* melalui mesin EDC sebagai bentuk sosialisasi terhadap pengembangan digitalisasi. Peneliti melakukan pengamatan secara langsung, wawancara, dan dokumentasi kepada para customer di PT Pelayaran Nasional Indonesia (Persero) Cabang Surabaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PT. Pelayaran Nasional Indonesia cabang Surabaya adalah satu perusahaan yang bergerak dibidang penyedia jasa transportasi laut. PT PELNI (Persero) adalah perusahaan pelayaran milik negara yang didirikan pada tanggal 28 April 1952 sesuai dengan Surat Keputusan Menteri Perhubungan No. M2/1/2 tanggal 28 April 1952.

Perusahaan ini bergerak dibidang jasa transportasi kapal laut yang handal dan profesional dengan memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan. PELNI sebagai Perusahaan Badan Usaha Milik Negara yang bergerak di bidang jasa pelayaran saat ini mengoperasikan 26 Kapal Penumpang yang melayani 1.058 ruas dan menyinggahi 71 pelabuhan. Selain angkutan penumpang, PELNI juga melayani 42 trayek Kapal Perintis yang menjadi sarana aksesibilitas bagi mobilitas penduduk di wilayah 3TP, di mana Kapal Perintis menyinggahi 273 pelabuhan dengan total 3.495 ruas. PELNI juga mengoperasikan sebanyak 16 Kapal Rede.

Konsep Dasar *Cashless Payment*

Alat transaksi non tunai (uang elektronik) merupakan perwujudan atas sistem perbankan modern yang menggunakan sistem alat pembayaran yang tidak menggunakan uang fisik melainkan menggunakan kartu atau *mobile banking* (Harahap, 2018). Bagi pihak bank/penerbit dan perusahaan yang menggunakan alat pembayaran non-tunai, selain mengikuti tren dan kemajuan teknologi, strategi ini akan menjadi salah satu strategi untuk memperkokoh daya saing antar bank, memperluas pasar, memberikan layanan tambahan kepada nasabah, serta meningkatkan *fee based income* (Sunariani & Ariwangsa, 2016). Penumpang yang ingin memesan tiket dapat melalui loket resmi, dengan menerapkan sistem non tunai menggunakan mesin EDC dengan menggandeng beberapa bank melalui sistem *direct channel* (Bank BRI, BNI, Mandiri, Permata Bank) atau melalui *virtual account* dan *mobile banking* bank terkait, serta melalui *indirect channel* (Link Aja, Finpay, Finpay Code, Indomaret, dan Alfamart).

Strategi Sosialisasi *Cashless Payment*

Strategi yang dapat dilakukan untuk memaksimalkan sistem non tunai adalah sebagai berikut (Merawati & Safitri, 2022);

- a. Pelatihan dan pendampingan mengenai cara memberi pemahaman kepada calon penumpang tentang transaksi pembelian tiket transaksi non-tunai (*cashless*).

Adanya permasalahan kurangnya pengetahuan calon penumpang mengenai transaksi pembelian tiket secara non-tunai dapat diatasi dengan cara memberikan pelatihan kepada karyawan yang bertugas tentang tata cara memberikan pemahaman kepada calon penumpang terkait dengan transaksi pembelian tiket secara non-tunai. Selain itu pendampingan juga dilakukan pada saat pemberian arahan kepada calon penumpang. Pemberian pemahaman kepada calon penumpang ini harus menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh calon penumpang.

- b. Pelatihan dan sosialisasi *online* dan *offline* terkait transaksi pembelian tiket kapal non-tunai (*cashless*) di loket resmi dan melakukan pemesanan tiket secara *online* melalui aplikasi PELNI Mobile Apps dan *website* Pelni.



Penulis dapat memberikan pelatihan kepada karyawan agar lebih gencar melakukan sosialisasi mengenai transaksi pembelian tiket secara non-tunai di loket resmi terutama melalui media *online* dalam hal ini media sosial perusahaan. Selain secara *online*, sosialisasi ini juga dapat dilakukan secara *offline* dengan memberikan arahan secara tatap muka kepada calon penumpang dan juga dengan mencetak banner yang berisikan informasi mengenai transaksi pembelian tiket secara non-tunai di loket resmi PT. PELNI Surabaya. Pendampingan juga dilakukan untuk membantu petugas loket menjelaskan tata cara pembelian tiket secara *online* kepada calon penumpang. Melalui sosialisasi secara *online* maupun *offline* pengetahuan calon penumpang mengenai transaksi non-tunai dan pembelian tiket secara *online* diharapkan dapat lebih meningkat

c. Media Sosial Marketing

Media sosial telah menjadi alat yang efektif untuk mempromosikan bisnis. Perusahaan dapat memanfaatkan platform media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *Twitter* untuk berinteraksi dengan pelanggan, mempromosikan produk atau sosialisasi program *cashless* bagi penumpang yang akan bepergian melalui moda transportasi di PT PELNI Surabaya.

Manfaat Cashless Payment pada proses transaksi tiket PT PELNI Surabaya antara lain

Praktis dan efisien mengingat dengan transaksi secara *cashless* ini kamu tidak lagi perlu membawa banyak uang tunai sehingga dapat meminimalisir risiko pencurian atau kehilangan

- a. Memudahkan administrasi keuangan. Menggunakan sistem *cashless* ini memudahkan administrasi keuangan perusahaan karena riwayat transaksi dapat dipantau secara *realtime* sedangkan jika menggunakan uang fisik masih rawan tindak kejahatan seperti penggelapan dana
- b. Terhindar dari transaksi uang palsu dan uang fisik yang rusak. Menggunakan sistem *cashless payment* akan menghindari tindak penipuan dengan menggunakan uang palsu dan uang fisik yang rusak sebab *cashless payment* tidak menggunakan uang fisik melainkan melalui transfer dari rekening penumpang yang bersangkutan

Selain mendapatkan manfaat dari sistem *Cashless Payment* tersebut namun masih memiliki kekurangan diantaranya;

- a. Mesin EDC dan mobile banking masih sangat bergantung pada koneksi internet, Koneksi internet yang tidak stabil akan menghambat proses transaksi.
- b. Masyarakat menengah ke bawah masih banyak yang belum memiliki rekening bank.

SIMPULAN

Penerapan *cashless payment* merupakan langkah penting bagi sebuah institusi terutama yang bergerak pada bidang jasa dan pelayanan seperti PT PELNI Surabaya. *Cashless Payment* adalah bentuk inovasi perusahaan dalam penyesuaian perkembangan era digital. Menggunakan sistem *cashless payment* dapat mempermudah layanan dan mempercepat proses transaksi sehingga diharapkan akan terciptanya proses transaksi yang mudah, cepat, dan fleksibel yang dapat dirasakan baik pelanggan maupun perusahaan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk menyadari potensi dan peluang yang ditawarkan oleh *cashless payment* atau pembayaran non tunai dalam menghadapi perkembangan zaman dan membiasakan agar melek akan digitalisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Harahap, N. (2018). Pengaruh Transaksi Non Tunai Menggunakan Layanan Virtual Bisnis terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Indomarco Prismatama Cabang Medan. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(1).
- Merawati, L. K., & Safitri, D. A. (2022). *Cashless Strategi Pada PT. Pelni (Persero) Cabang Denpasar*. 2.
- Sunariani, N. N., & Ariwangsa, I. G. N. K. (2016). Less Cash Society, Pemalsuan Uang, Money Laundering, Inflasi dan Nilai Tukar. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 13(1).