ProBisnis : Jurnal Manajemen, *17 (5) (2026) pp. 3285-3294*

Published by: Lembaga Riset, Publikasi, dan Konsultasi Jonhariono

ProBisnis : Jurnal Manajemen

Journal homepage: www.jonhariono.org/index.php/ProBisnis

Transaksi Digital dan Adaptasi Usaha pada UMKM Kreatif Sora Akrilik Jogja

Asrulya Aji Putra Alam[1], Awal Nopriyanto Bahasoan[2]

[1]Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Terbuka, Indonesia

[2]Fakultas Ekonomi, Universitas Sulawesi Barat, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received Nov 10, 2026
Revised Nov 17, 2026
Accepted Nov 26, 2026

Keywords:

UMKM kreatif
Transaksi digital
Bauran produk
Pencatatan keuangan
Adaptasi usaha

ABSTRACT

Penelitian ini mendeskripsikan transaksi digital, perubahan bauran produk, dan adaptasi operasional Sora Akrilik Jogja, usaha persewaan papan ucapan dan flower box di Yogyakarta. Studi kasus kualitatif deskriptif didukung sembilan rekap usaha Januari–September 2026, wawancara pemilik dan dua konsumen, serta observasi layanan. Rekap September dibatasi sampai 28 September. Data mencatat 864 unit sewa, pemasukan Rp92.905.000, dan pengeluaran Rp16.908.000. Selisih keduanya sebesar Rp75.997.000 merupakan surplus tercatat, bukan laba bersih setelah seluruh biaya. Rata-rata volume per rekap adalah 96 unit dengan koefisien variasi 62,06%. Volume memuncak pada Juli sebanyak 241 unit, turun menjadi 71 unit pada Agustus, dan mencapai 100 unit pada rekap September. Lini papan premium menyumbang 11,69% unit dan 20,38% pemasukan selama periode pengamatan; porsinya mencapai 49,54% pemasukan pada September. Kategori premium menunjukkan jenis produk, bukan identitas pelanggan B2B. Informan melaporkan kemudahan katalog WhatsApp Business dan pembayaran QRIS, sedangkan dua pekerja lepas dibayar Rp55.000 per giliran empat jam. Rincian 13 varian produk masih memiliki selisih Rp15.000 terhadap ringkasan bulanan. Temuan mendukung perhatian pada rekonsiliasi data, pengelolaan bauran produk, dan pencatatan kerja mikro. Desain satu kasus tidak mengidentifikasi pengaruh kausal digitalisasi ataupun pola musiman tahunan.

This is an open access article under the CC BY-NC license.

Corresponding Author:

Asrulya Aji Putra Alam,
Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Terbuka.
Email: asrulyaajiputraalam1814@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Usaha mikro kreatif menghubungkan penyediaan jasa dengan pembelian bahan, penggunaan aset, dan kesempatan kerja di lingkungan setempat. Keberlangsungan kegiatan ini ditentukan oleh kemampuan pengelola memahami permintaan dan mengatur sumber daya yang terbatas. Dalam ekonomi pembangunan, akses layanan keuangan dan teknologi merupakan bagian dari persoalan produktivitas serta kapasitas usaha. Kajian lintas negara tentang kelembagaan dan inklusi keuangan, penelitian kapabilitas transformasi digital UMKM, serta kajian literasi digital manajerial menunjukkan bahwa penggunaan teknologi perlu dibaca bersama kemampuan organisasi dan konteks usahanya (Aracil et al., 2022; Saeedikiya et al., 2024; Zahoor et al., 2023).

Perluasan pembayaran digital menyediakan konteks yang relevan bagi usaha jasa berskala mikro. Bank Indonesia mencatat bahwa hingga Juni 2026 QRIS digunakan oleh 65,77 juta pengguna dan diterima oleh 44,86 juta merchant; sebanyak 96,68% merchant tersebut termasuk UMKM. Angka nasional ini menggambarkan jangkauan sistem, bukan hasil ekonomi setiap pedagang. Literatur

literasi keuangan digital dan kapabilitas pengambilan keputusan juga membedakan kepemilikan akses dari kemampuan menilai risiko, mencatat transaksi, dan menggunakan informasi keuangan untuk keputusan usaha (Bank Indonesia, 2026; Koskelainen et al., 2023; Kumar et al., 2023).

Penilaian manfaat transaksi digital memerlukan ketepatan indikator. Penelitian pembayaran bergerak pada perusahaan ritel membahas nilai perusahaan, meta-analisis pembayaran nontunai menelaah perilaku pengeluaran, sedangkan studi loyalitas aplikasi meneliti pengalaman pengguna. Ketiga ranah tersebut tidak langsung menjelaskan pemasukan, biaya, atau kesinambungan kerja pada usaha persewaan mikro. Studi pada tingkat usaha karena itu perlu menelusuri kegiatan operasional dan hasil yang benar-benar tercatat, sambil memisahkan perubahan jumlah unit dari perubahan nilai transaksi (Pasirayi & Fennell, 2023; Schomburgk et al., 2024; Zhong & Chen, 2023).

Sora Akrilik Jogja menyewakan papan ucapan akrilik, flower box, dan papan gantung premium di Yogyakarta. Pelanggannya menggunakan produk untuk kegiatan akademik, ucapan personal, pembukaan usaha, dan acara institusional. Katalog WhatsApp Business menampilkan pilihan model, sedangkan QRIS dan transfer menjadi kanal pembayaran. Keragaman produk dan penggunaan tersebut memungkinkan penyesuaian layanan ketika permintaan berubah, tetapi juga menuntut pemisahan antara jenis produk, identitas pelanggan, nilai sewa, dan waktu penerimaan pembayaran.

Celah yang ditelaah dalam penelitian ini berada pada hubungan antara pencatatan operasional dan pemaknaan adaptasi usaha. Lonjakan jumlah sewa tidak selalu menghasilkan kenaikan nilai rata-rata per unit, dan peningkatan pemasukan belum menunjukkan kenaikan laba apabila biaya tidak dicatat lengkap. Demikian pula, penyewaan produk premium tidak otomatis berarti bertambahnya pelanggan bisnis. Rekap bulanan dan rincian produk menyediakan dasar untuk memeriksa perbedaan tersebut pada satu kasus, termasuk konsistensi penjumlahannya.

Penelitian bertujuan mendeskripsikan perkembangan unit sewa dan keuangan tercatat, penggunaan katalog serta pembayaran digital, pengaturan tenaga kerja lepas, dan perubahan kontribusi lini produk selama periode pengamatan. Kontribusinya adalah pembacaan terpadu atas bukti wawancara dan angka pembukuan usaha dengan batas interpretasi yang jelas. Implikasi pembangunan diarahkan pada kemampuan pengelolaan usaha lokal dan kesinambungan kesempatan kerja mikro. Penelitian tidak mengestimasi dampak digitalisasi terhadap kemiskinan, pengangguran, atau pertumbuhan wilayah.

Adaptasi dan kemampuan usaha mikro

Adaptasi usaha mencakup penyesuaian penawaran, penggunaan sumber daya, dan hubungan layanan ketika kondisi pasar berubah. Penelitian ketahanan UMKM dalam krisis menempatkan respons organisasi dan dukungan ekosistem sebagai unsur yang saling berkaitan. Tinjauan transformasi digital juga mengidentifikasi hambatan perubahan, sedangkan studi koperasi menelaah peran mekanisme modal sosial. Literatur tersebut memberi kerangka untuk menelusuri proses adaptasi, dengan memperhatikan bahwa konteks krisis, internasionalisasi, dan koperasi berbeda dari persewaan papan ucapan (Feliciano-Cestero et al., 2023; Khurana et al., 2022; Wulandhari et al., 2022).

Pada kasus ini, penambahan lini papan gantung dan pengaturan pekerja sesuai pesanan diperlakukan sebagai respons operasional yang dilaporkan. Ketahanan dalam arti kemampuan menyerap guncangan dan memulihkan kinerja memerlukan pengamatan yang lebih panjang serta informasi biaya, kas, dan kapasitas. Oleh sebab itu, keberadaan usaha selama periode penelitian atau bertambahnya variasi produk belum digunakan sebagai ukuran tunggal ketahanan.

Layanan digital dan informasi transaksi

Kemudahan penggunaan, nilai yang dirasakan, kepercayaan awal, dan kualitas aplikasi merupakan unsur yang ditelaah dalam penelitian pembayaran bergerak. Literatur juga membedakan karakteristik pengguna yang mengadopsi layanan dari yang belum menggunakannya. Dalam usaha persewaan, perhatian diarahkan pada penyampaian informasi model dan harga, konfirmasi jadwal, serta penelusuran pembayaran. Pengalaman pengguna membantu menjelaskan proses layanan, sedangkan efisiensi ekonomi memerlukan ukuran waktu, biaya, atau kesalahan yang dapat dibandingkan (Chakraborty et al., 2022; Dash et al., 2023; Yi et al., 2024).

Unit sewa, pemasukan, dan surplus tercatat

Unit sewa merupakan satu papan yang tercatat dalam rekap. Satu pelanggan atau satu pembayaran dapat mencakup beberapa papan, sehingga unit sewa dibedakan dari pesanan dan transaksi pembayaran unik. Pemasukan menggunakan nilai bruto yang diberi label pemasukan dalam pembukuan usaha. Selisih antara pemasukan dan pengeluaran yang dibukukan disebut surplus tercatat. Sebutan ini dipilih karena rincian biaya dan penyusutan belum lengkap, sehingga angka tersebut belum memenuhi pengertian laba bersih setelah seluruh beban.

Nilai pemasukan rata-rata per unit dihitung dari pemasukan dibagi jumlah unit sewa. Ukuran ini dapat berubah karena kombinasi model produk, durasi sewa, dan tarif aktual; nilainya bukan otomatis tarif harian suatu model. Arus kas juga perlu dibedakan dari nilai sewa karena adanya uang muka dan pelunasan pada waktu yang berbeda. Pembedaan tersebut menjadi dasar untuk menafsirkan kontribusi bauran produk tanpa menyimpulkan perubahan harga atau laba yang belum diukur.

2. METODE PENELITIAN

Desain, sumber data, dan informan

Penelitian menggunakan studi kasus kualitatif deskriptif pada satu usaha, dengan dukungan statistik deskriptif atas rekap usaha Januari–September 2026. Kasus dipilih secara purposif karena menggunakan katalog WhatsApp Business dan QRIS serta memiliki rekap unit dan keuangan. Unit analisis adalah usaha, sedangkan unit pengamatan kuantitatif terdiri atas sembilan rekap periode dan rincian lini produk. Pemilihan ini mendukung pemahaman proses pada kasus tertentu dan tidak menghasilkan estimasi yang mewakili seluruh UMKM Yogyakarta.

Sumber data meliputi wawancara dengan pemilik dan dua konsumen pada 3–5 September 2026, observasi alur layanan pada 6–30 September 2026, dokumentasi katalog serta pembayaran, dan rekap laporan usaha. Identitas pribadi konsumen dan pekerja tidak ditampilkan. Profil informan pada Tabel 1 mengikuti peran, tanggal, dan durasi yang dilaporkan dalam catatan penelitian.

Tabel 1. Informan dan pelaksanaan wawancara

Kode	Peran informan	Tanggal	Durasi dan mode
I1	Pemilik dan pengelola usaha	3 September 2026	35 menit; tatap muka
I2	Konsumen untuk kegiatan akademik	4 September 2026	15 menit; daring
I3	Konsumen untuk pembukaan usaha	5 September 2026	20 menit; daring

Sumber: catatan wawancara penelitian (2026). Kode menggantikan identitas pribadi informan.

Batas waktu dan klasifikasi produk

Salinan laporan usaha diterima dan direkonsiliasi pada 28 September 2026. Karena itu, rekap September dalam analisis ini dibatasi sampai 28 September, sedangkan Januari–Agustus mengikuti rekap bulan yang telah berlalu. Observasi layanan sampai 30 September dan izin pencantuman nama usaha pada tanggal tersebut dibedakan dari batas waktu data kuantitatif. Nilai September tidak diproyeksikan menjadi satu bulan penuh. Perbandingan dengan Agustus menunjukkan perubahan nilai rekap yang tersedia dan tidak diperlakukan sebagai pertumbuhan bulanan dengan cakupan hari yang identik.

Produk dikelompokkan menjadi papan akrilik bulat, flower box, dan papan gantung premium. Kelompok terakhir mencakup Vista 160, Vista 170, Oval Bloom 160, dan C Bloom 170. Istilah premium menggambarkan lini produk bertarif lebih tinggi. Kategori ini tidak digunakan sebagai pengganti pelanggan B2B karena model yang sama juga dapat disewa oleh individu. Identifikasi pelanggan bisnis memerlukan informasi penyewa pada setiap pesanan; informasi tersebut belum lengkap pada seluruh periode.

Pemeriksaan angka dan analisis deskriptif

Pemeriksaan dilakukan dengan menjumlahkan unit, pemasukan, dan pengeluaran antarrekap; mencocokkan total kategori produk dengan total bulanan; serta menghitung ulang persentase. Rekap September mencatat 100 unit, sehingga total periode penelitian menjadi 864 unit. Seluruh

perbedaan antartabel dipertahankan dalam catatan rekonsiliasi dan tidak dialokasikan ke varian tertentu tanpa dokumen pesanan.

Ringkasan bulanan dan rekap tiga kategori sama-sama menghasilkan pemasukan Rp92.905.000. Namun, rincian 13 varian berjumlah Rp92.890.000, lebih rendah Rp15.000 atau sekitar 0,016% dari ringkasan. Perbedaannya terdapat pada kelompok premium: jumlah rincian Rp18.915.000, sedangkan rekap kategori Rp18.930.000. Analisis utama mengikuti ringkasan bulanan dan rekap kategori yang saling konsisten. Rincian varian disajikan pada Lampiran A1 untuk menunjukkan bagian yang masih perlu dicocokkan dengan bukti pesanan.

Statistik mencakup total, rata-rata, median, simpangan baku sampel dengan pembagi $n - 1$, koefisien variasi, pangsa lini, dan nilai pemasukan rata-rata per unit. Nilai $n = 9$ menunjukkan sembilan rekap periode, termasuk September yang belum mencakup akhir bulan. Surplus dihitung sebagai pemasukan dikurangi pengeluaran tercatat. Persentase perubahan volume dihitung dari selisih unit antara dua rekap berurutan dibagi unit rekap sebelumnya. Januari tidak memiliki pembanding dalam seri. Seluruh hasil bersifat deskriptif, tanpa pengujian kausal atau estimasi pola musiman tahunan.

Analisis kualitatif dan perlindungan informan

Keterangan wawancara dan pengamatan ditata menurut empat pokok penelitian: penggunaan kanal digital, dinamika permintaan, variasi produk, dan pengaturan tenaga kerja. Ucapan informan dibedakan dari hasil hitung rekap. Penataan bahan memperhatikan keterlacakan hubungan antara kategori dan bukti, sesuai pembahasan analisis tematik serta kecukupan informasi dalam penelitian kualitatif. Tiga informan digunakan untuk memberi konteks operasional, tanpa klaim kejenuhan data atau keterwakilan mayoritas pelanggan (Byrne, 2022; Hennink & Kaiser, 2022).

Partisipasi wawancara didasarkan pada persetujuan yang diinformasikan. Pemilik memberikan izin lisan pencantuman nama usaha pada 30 September 2026. Penelitian tidak melalui penelaahan komisi etik institusional formal. Identitas pelanggan dan pekerja dijaga dengan penyajian agregat serta kode informan. Penulis menyatakan tidak memiliki hubungan kepemilikan atau afiliasi finansial dengan usaha yang diteliti.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan unit sewa dan keuangan tercatat

Rekap penelitian mencatat 864 unit sewa dengan pemasukan Rp92.905.000 dan pengeluaran Rp16.908.000. Selisih aritmetis sebesar Rp75.997.000 setara 81,80% dari pemasukan. Rasio tersebut menunjukkan proporsi surplus atas biaya yang telah dibukukan dan belum menunjukkan profitabilitas setelah seluruh biaya. Tabel 2 mempertahankan nominal rupiah agar pembaca dapat menelusuri perhitungan setiap periode.

Tabel 2. Unit sewa dan keuangan tercatat pada Januari–September 2026

Periode	Unit sewa	Pemasukan (Rp)	Pengeluaran (Rp)	Surplus tercatat (Rp)
Januari	53	5.275.000	800.000	4.475.000
Februari	50	5.155.000	790.000	4.365.000
Maret	52	5.135.000	1.507.000	3.628.000
April	77	7.705.000	2.396.000	5.309.000
Mei	104	10.655.000	1.905.000	8.750.000
Juni	116	12.375.000	1.523.000	10.852.000
Juli	241	25.940.000	5.919.000	20.021.000
Agustus	71	8.070.000	1.198.000	6.872.000
September*	100	12.595.000	870.000	11.725.000
Total	**864**	**92.905.000**	**16.908.000**	**75.997.000**

*Sumber: rekap laporan usaha (2026); penjumlahan dan selisih dihitung ulang. *September mencakup catatan sampai 28 September. Surplus = pemasukan − pengeluaran tercatat; kelengkapan seluruh biaya belum dipastikan.*

Rata-rata volume per rekap adalah 96 unit, median 77 unit, dan simpangan baku sampel 59,57 unit. Koefisien variasi sebesar 62,06% menunjukkan penyebaran yang besar dibandingkan rata-rata. Volume terendah adalah 50 unit pada Februari dan tertinggi 241 unit pada Juli. Jika Juli dikeluarkan hanya sebagai pembanding deskriptif, rata-rata delapan rekap lainnya menjadi 77,88 unit. Dengan demikian, rata-rata keseluruhan dipengaruhi oleh konsentrasi sewa pada Juli; perhitungan utama tetap memuat seluruh rekap.

Pada Januari–Maret, volume bergerak antara 50 dan 53 unit dengan pemasukan sekitar Rp5,1–Rp5,3 juta per bulan. April–Juli mencatat 538 unit atau 62,27% dari total unit dan pemasukan Rp56.675.000 atau 61,00% dari keseluruhan pemasukan. Volume Juli meningkat 125 unit atau 107,76% dibandingkan Juni, dan pengeluaran tercatatnya mencapai Rp5.919.000. Jumlah unit dan pengeluaran sama-sama tinggi pada periode tersebut, tetapi rincian biaya belum memungkinkan penghitungan biaya marjinal satu unit tambahan.

Agustus mencatat 71 unit, turun 170 unit atau 70,54% dari Juli. Pemasukan turun menjadi Rp8.070.000. Rekap September sampai tanggal 28 mencatat 100 unit dan pemasukan Rp12.595.000, masing-masing lebih tinggi 29 unit dan Rp4.525.000 daripada rekap Agustus. Perubahan unit sebesar 40,85% dan pemasukan sebesar 56,07% dibaca dengan memperhatikan perbedaan cakupan hari. Nilai September tidak disesuaikan dengan perkiraan pesanan pada dua hari terakhir bulan itu.

Perubahan komposisi lini produk

Rekap kategori menunjukkan 409 unit papan bulat, 354 unit flower box, dan 101 unit papan premium. Ketiganya berjumlah 864 unit. Papan premium mencakup 11,69% unit, tetapi menghasilkan 20,38% pemasukan menurut rekap kategori. Perbedaan pangsa tersebut menunjukkan perbedaan nilai pemasukan per unit antarlini, tanpa menunjukkan marjin laba masing-masing. Tabel 3 dan Tabel 4 menyajikan unit serta pemasukan secara terpisah agar klasifikasi fisik dan nilai rupiah tidak tercampur.

Tabel 3. Volume unit sewa menurut lini produk

Periode	Papan bulat	Flower box	Papan premium	Total unit
Januari	25	28	0	53
Februari	24	26	0	50
Maret	23	29	0	52
April	35	39	3	77
Mei	54	44	6	104
Juni	53	51	12	116
Juli	119	90	32	241
Agustus	35	21	15	71
September*	41	26	33	100
Total	**409**	**354**	**101**	**864**

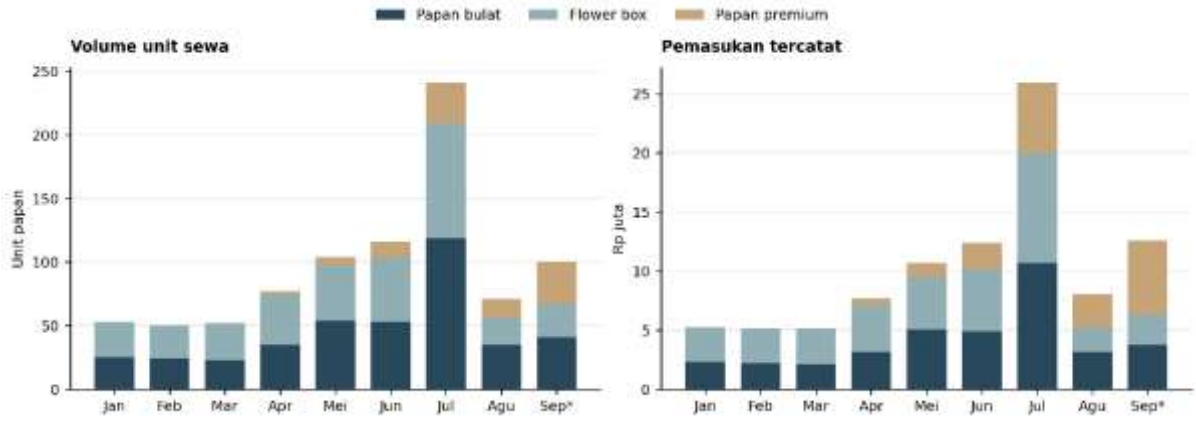
*Sumber: rekap kategori produk (2026). *September sampai 28 September. Lini produk tidak menunjukkan status pelanggan B2C atau B2B.*

Tabel 4. Pemasukan tercatat menurut lini produk dalam rupiah

Periode	Papan bulat	Flower box	Papan premium	Total (Rp)
Januari	2.330.000	2.945.000	0	5.275.000
Februari	2.200.000	2.955.000	0	5.155.000
Maret	2.125.000	3.010.000	0	5.135.000
April	3.155.000	3.975.000	575.000	7.705.000
Mei	5.035.000	4.490.000	1.130.000	10.655.000
Juni	4.935.000	5.195.000	2.245.000	12.375.000
Juli	10.680.000	9.320.000	5.940.000	25.940.000

Periode	Papan bulat	Flower box	Papan premium	Total (Rp)
Agustus	3.150.000	2.120.000	2.800.000	8.070.000
September*	3.740.000	2.615.000	6.240.000	12.595.000
Total	**37.350.000**	**36.625.000**	**18.930.000**	**92.905.000**

*Sumber: rekap kategori produk (2026). *September sampai 28 September. Total kategori konsisten dengan ringkasan bulanan; rincian varian premium pada Lampiran A1 masih berbeda Rp15.000.*



Gambar 1. Unit sewa dan pemasukan menurut lini produk

Sumber: perhitungan dari Tabel 3–4. Sep adalah rekap sampai 28 September. Warna menunjukkan jenis produk, bukan kelompok identitas pelanggan.*

Lini premium tidak tercatat pada Januari–Maret, mulai muncul pada April dengan tiga unit, dan mencapai 32 unit pada Juli. Pada Agustus, jumlahnya turun menjadi 15 unit, sehingga lini tersebut juga mengalami penurunan. Namun, porsinya dalam pemasukan mencapai 34,70% pada Agustus dan 49,54% pada September. Peningkatan pangsa tidak diartikan sebagai kestabilan mutlak karena jumlah dan nilai premium sendiri tetap berfluktuasi.

Rata-rata pemasukan seluruh periode adalah Rp107.529 per unit. Pada Januari nilainya sekitar Rp99.528 per unit, sedangkan pada September Rp125.950. Pada rekap September, gabungan papan bulat dan flower box menghasilkan Rp6.355.000 dari 67 unit, atau sekitar Rp94.851 per unit; premium menghasilkan Rp6.240.000 dari 33 unit, atau sekitar Rp189.091 per unit. Perbandingan ini menunjukkan pentingnya komposisi lini untuk membaca nilai rata-rata agregat. Nilai per unit tetap dapat dipengaruhi durasi sewa dan tarif aktual, sehingga tidak diperlakukan sebagai ukuran kenaikan tarif harian.

Kenaikan pemasukan Agustus–September sebesar Rp4.525.000 terdiri atas tambahan Rp590.000 dari papan bulat, Rp495.000 dari flower box, dan Rp3.440.000 dari premium. Tambahan premium setara 76,02% dari perubahan total yang tercatat. Ini merupakan dekomposisi aritmetis menurut lini, bukan taksiran dampak kausal diversifikasi. Selain batas waktu September, selisih rincian varian premium juga tetap menjadi batas ketelitian data yang perlu ditelusuri.

Katalog digital, pembayaran, dan pengalaman informan

Katalog WhatsApp Business digunakan untuk menampilkan foto model, ukuran, dan harga sewa. Konsumen kemudian mengonfirmasi pilihan dan jadwal, sedangkan pembayaran dilakukan melalui QRIS atau transfer. Pemilik menyampaikan, “Kalau pakai katalog, pelanggan bisa memilih modelnya sendiri, jadi saya tidak perlu membalas pertanyaan harga satu per satu” (I1, 3 September 2026). Kutipan tersebut menggambarkan pengalaman pelayanan pemilik dan belum mengukur jumlah menit yang dihemat atau perubahan biaya layanan.

Pemilik dan dua konsumen melaporkan kemudahan akses informasi dan pembayaran. Mereka juga menyebut perlunya konfirmasi manual atas ketersediaan jadwal dan bukti bayar. Pengalaman tersebut dapat dibaca bersama penelitian motivasi penggunaan pembayaran bergerak, dompet elektronik berbasis QR, dan perkembangan riset pembayaran. Literatur mendukung penelaahan pengalaman serta kepercayaan pengguna, tetapi tidak menggantikan pengukuran efisiensi pada usaha ini (Behera & Kumra, 2024; Hameed et al., 2024; Hamzah et al., 2023).

Ringkasan pembayaran dalam bahan penelitian menyebut 567 catatan yang dikaitkan dengan QRIS dan 297 dengan kanal non-QRIS. Pembagian 567 dengan 864 menghasilkan 65,63% setelah pembulatan. Karena pembaginya sama dengan total unit sewa, penafsiran sebagai pangsa unit menurut kanal mensyaratkan pencocokan satuan pada catatan sumber. Angka ini belum digunakan sebagai pangsa nilai rupiah atau jumlah pembayaran unik. Satu pembayaran dapat mencakup beberapa papan maupun lebih dari satu tahap pelunasan, sehingga identifikasi pesanan dan pembayaran perlu dipertahankan dalam rekonsiliasi.

Pengaturan tenaga kerja lepas

Usaha melaporkan penggunaan dua pekerja lepas untuk merangkai bunga, menyiapkan papan, serta membersihkan produk sesudah sewa. Tarif yang disebutkan adalah Rp55.000 per giliran empat jam. Pemanggilan menyesuaikan kebutuhan dan dilaporkan dapat mencapai empat hari per minggu atau 16 hari per bulan. Angka tersebut merupakan batas pola pemanggilan yang diceritakan pemilik, bukan jumlah giliran aktual seluruh periode.

Biaya upah digabungkan dalam pengeluaran bulanan tanpa rincian menurut pekerja atau jumlah giliran. Oleh karena itu, biaya upah bulanan, total jam kerja, produktivitas per jam, dan pendapatan masing-masing pekerja belum dapat dihitung. Tidak diasumsikan bahwa dua pekerja selalu mendapat 16 giliran setiap bulan. Pencatatan pemanggilan dan pembayaran diperlukan untuk memeriksa keterkaitan antara kenaikan pesanan, kapasitas layanan, dan kesinambungan kesempatan kerja.

Adaptasi bauran produk dan batas penjelasan permintaan

Temuan memperlihatkan perbedaan antara perubahan unit dan perubahan nilai sewa. Setelah puncak Juli, pemasukan kedua lini standar dan premium sama-sama turun pada Agustus. Penurunan premium sebesar 52,86% lebih kecil daripada penurunan gabungan dua lini standar sebesar 73,65%. Perannya pada periode ini dapat dipahami sebagai penyangga relatif terhadap perubahan komposisi pemasukan, tanpa menyebutnya sebagai segmen yang stabil. Pada September, tambahan nilai premium mendominasi perubahan pemasukan yang tercatat, tetapi bukti dua periode belum menetapkan strategi jangka panjang.

Pemilik mengaitkan permintaan pertengahan tahun dengan kegiatan sidang dan kelulusan mahasiswa. Nama afiliasi perguruan tinggi pada daftar pelanggan Juni–Agustus memberi konteks terhadap penjelasan tersebut. Namun, informasi tersebut tidak menetapkan bahwa permintaan seluruh kampus menurun pada Agustus atau bahwa preferensi mayoritas pelanggan beralih. Penjelasan musiman memerlukan beberapa tahun data, kalender acara yang sesuai dengan pelanggan yang dilayani, serta pencatatan tujuan sewa per pesanan.

Literatur pemasaran media sosial, penciptaan nilai bersama, dan pengalaman lintas kanal memberi landasan untuk menyesuaikan informasi layanan dengan kebutuhan pelanggan. Pada kasus ini, katalog memungkinkan penawaran beberapa model dalam satu kanal komunikasi. Namun, komposisi produk belum mengungkap identitas pembeli atau loyalitasnya. Evaluasi perluasan pasar sebaiknya menghubungkan model, tujuan penggunaan, pelanggan individu atau organisasi, dan nilai transaksi agar peran komunikasi serta variasi produk dapat diperiksa secara terpisah (So et al., 2024; Sohaib & Han, 2023; Zhang et al., 2024).

Kualitas pencatatan dan makna surplus

Rasio surplus tercatat 81,80% menunjukkan perlunya memperhatikan cakupan biaya sebelum menilai profitabilitas. Pada usaha persewaan, aset papan dan komponen bunga dapat digunakan berulang, sementara pengeluaran pembelian dan manfaat pemakaian terjadi pada waktu berbeda. Informasi yang tersedia belum memastikan pengakuan seluruh beban pemakaian, perawatan, transportasi, tenaga kerja pemilik, dan biaya tetap. Karena itu, surplus tidak digunakan untuk membandingkan tingkat keuntungan dengan usaha lain atau memperkirakan laba tahunan.

Kajian modal kerja dan kinerja perusahaan serta literasi keuangan usaha kecil mengarahkan perhatian pada kualitas keputusan dan informasi keuangan. Pada tingkat kasus, prioritasnya ialah mencocokkan unit sewa dengan pembayaran, memisahkan pengeluaran menurut fungsi, dan mencatat piutang serta uang muka. Penerimaan dari kanal digital dapat membantu penelusuran, tetapi kualitas catatan tetap bergantung pada cara pengelola menghubungkan transaksi dengan pesanan dan biaya yang sesuai (Basha et al., 2023; Kiymaz et al., 2024; Molina-García et al., 2023).

Baris berulang untuk varian yang sama tidak otomatis merupakan pesanan ganda. Sebagai contoh, dua baris Circle Blue pada Juni dapat dijumlahkan apabila masing-masing mewakili catatan sewa yang berbeda. Pemeriksaan perlu dilakukan melalui identitas pesanan, jumlah unit, dan nilai pembayaran. Demikian pula, selisih Rp15.000 antara rincian varian dan ringkasan tidak diperlakukan sebagai pembulatan persentase, karena keduanya adalah nilai rupiah. Penetapan varian yang perlu dikoreksi memerlukan dokumen sumber.

Kesempatan kerja mikro dan pendampingan usaha

Penggunaan pekerja berdasarkan panggilan menghubungkan kapasitas usaha dengan permintaan jangka pendek. Bagi pelaku usaha, pola ini memberi keluwesan pengaturan layanan; bagi pekerja, kesinambungan giliran dan pembayaran menjadi bagian penting dari hasil ekonomi. Kajian pasar tenaga kerja di negara berkembang menempatkan kualitas kesempatan kerja dan dinamika perpindahan pekerjaan dalam proses pembangunan. Bukti tersebut memberi konteks untuk menilai pencatatan kerja, tanpa menyatakan bahwa dua pekerja dalam kasus ini telah mengurangi pengangguran daerah (Bandiera et al., 2022; Donovan et al., 2023).

Pendampingan perlu berangkat dari kebutuhan yang terlihat dalam data, yakni rekonsiliasi antarrekap, klasifikasi produk dan pelanggan, kelengkapan biaya, serta pencatatan giliran kerja. Eksperimen pelatihan mikroentrepreneur, kombinasi pelatihan dan pembiayaan, serta meta-analisis pendidikan keuangan menyediakan pembanding untuk merancang dukungan yang dapat dievaluasi. Pada kasus ini, hasil pendampingan dapat dipantau melalui berkurangnya selisih pembukuan, tersedianya biaya per lini, dan ketepatan pembayaran pekerja; efektivitas program tersebut tetap perlu diuji (Ashraf & Lyons, 2026; Davies et al., 2024; Kaiser et al., 2022).

Keterbatasan penelitian

Cakupan satu usaha dan tiga informan membatasi generalisasi. Sembilan rekap belum mencakup satu tahun penuh, dan September berakhir pada tanggal 28. Karena itu, variasi antarrekap tidak digunakan untuk menetapkan pola musiman tahunan atau mengekstrapolasi hasil ke populasi UMKM. Dokumentasi identitas pelanggan juga belum lengkap pada seluruh periode, sehingga kategori produk tidak dapat digunakan sebagai ukuran jumlah pelanggan B2B dan B2C.

Pengeluaran belum terurai menurut jenis biaya dan kelengkapan penyusutan belum dipastikan. Penerimaan uang muka, pelunasan, dan waktu layanan belum dipisahkan untuk membentuk arus kas yang rinci. Selisih Rp15.000 dalam rincian varian premium dan basis satuan catatan QRIS masih membutuhkan pencocokan sumber. Keterbatasan ini memengaruhi ketelitian hasil keuangan dan menjadi alasan mempertahankan istilah surplus tercatat.

Tidak tersedia pembanding sebelum penggunaan kanal digital atau kelompok usaha yang sebanding. Perubahan unit dan pemasukan dapat berkaitan dengan kalender acara, komposisi produk, durasi sewa, tarif, dan faktor lain. Penelitian lanjutan perlu memperpanjang pengamatan, menggunakan identitas pesanan yang konsisten, serta menghubungkan data pelanggan, produk, pembayaran, dan biaya apabila ingin menilai mekanisme atau pengaruh yang lebih luas.

4. KESIMPULAN

Sora Akrilik Jogja mencatat 864 unit sewa dengan pemasukan Rp92.905.000 dan pengeluaran Rp16.908.000 pada rekap Januari–September 2026, dengan batas September sampai tanggal 28. Selisih Rp75.997.000 merupakan surplus pembukuan atas pengeluaran yang tercatat. Unit sewa berfluktuasi tajam, memuncak pada Juli, turun pada Agustus, dan meningkat pada rekap September. Kontribusi lini premium lebih besar dalam pemasukan daripada dalam unit, serta menyumbang 76,02% dari tambahan pemasukan Agustus–September menurut rekap kategori. Katalog WhatsApp Business, QRIS, variasi produk, dan pekerja lepas merupakan unsur adaptasi operasional yang dilaporkan pada kasus ini. Bukti belum mengidentifikasi pengaruh kausal digitalisasi, stabilitas laba, ataupun keberhasilan diversifikasi pelanggan bisnis. Peran pembangunan yang paling dekat dengan temuan adalah penguatan kemampuan pengelolaan usaha dan keterlacakan kesempatan kerja mikro. Usaha disarankan menyelesaikan rekonsiliasi selisih varian, menetapkan batas waktu rekap secara konsisten, memisahkan unit dari pembayaran unik, dan melengkapi pencatatan biaya serta giliran kerja. Pengembangan produk perlu dievaluasi berdasarkan pemasukan dan biaya per lini, disertai identitas jenis pelanggan yang dicatat secara proporsional. Langkah ini membantu pengelola menilai keputusan layanan melalui hasil ekonomi yang dapat ditelusuri.

KETERSEDIAAN DATA DAN PERNYATAAN

Rekap agregat unit, keuangan, dan kategori produk disajikan dalam artikel, sedangkan rincian varian dicantumkan pada Lampiran A1. Dokumen laporan usaha dan catatan wawancara teranonimkan dapat dimintakan kepada penulis korespondensi sesuai izin pemilik dan perlindungan kerahasiaan pelanggan serta pekerja. Penulis menyatakan penelitian dilaksanakan secara mandiri tanpa pendanaan hibah eksternal dan tidak memiliki konflik kepentingan. Persetujuan informan serta izin pencantuman nama usaha mengikuti uraian pada metode penelitian.

REFERENSI

Aracil, E., Gómez-Bengoechea, G., & Moreno-de-Tejada, O. (2022). Institutional quality and the financial inclusion-poverty alleviation link: Empirical evidence across countries. *Borsa Istanbul Review, 22*(1), 179–188. https://doi.org/10.1016/j.bir.2021.03.006

Ashraf, A., & Lyons, E. (2026). Complementing business training with access to finance: Evidence from SMEs in Kenya. *Journal of Development Economics, 179*, Article 103645. https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2025.103645

Bandiera, O., Elsayed, A., Smurra, A., & Zipfel, C. (2022). Young adults and labor markets in Africa. *Journal of Economic Perspectives, 36*(1), 81–100. https://doi.org/10.1257/jep.36.1.81

Bank Indonesia. (2026, 21 Agustus). *Karya Kreatif Indonesia 2026: Inovasi digital kunci UMKM naik kelas*. https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2816726.aspx

Basha, S. A., Bennasr, H., & Goaied, M. (2023). Financial literacy, financial development, and leverage of small firms. *International Review of Financial Analysis, 86*, Article 102510. https://doi.org/10.1016/j.irfa.2023.102510

Behera, C. K., & Kumra, R. (2024). Two decades of mobile payment research: A systematic review using the TCCM approach. *International Journal of Consumer Studies, 48*(1), Article e13003. https://doi.org/10.1111/ijcs.13003

Byrne, D. (2022). A worked example of Braun and Clarke's approach to reflexive thematic analysis. *Quality & Quantity, 56*(3), 1391–1412. https://doi.org/10.1007/s11135-021-01182-y

Chakraborty, D., Siddiqui, A., Siddiqui, M., Rana, N. P., & Dash, G. (2022). Mobile payment apps filling value gaps: Integrating consumption values with initial trust and customer involvement. *Journal of Retailing and Consumer Services, 66*, Article 102946. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.102946

Dash, G., Sharma, K., & Yadav, N. (2023). The diffusion of mobile payments: Profiling the adopters and non-adopters, Roger's way. *Journal of Retailing and Consumer Services, 71*, Article 103219. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.103219

Davies, E., Deffebach, P., Iacovone, L., & McKenzie, D. (2024). Training microentrepreneurs over Zoom: Experimental evidence from Mexico. *Journal of Development Economics, 167*, Article 103244. https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2023.103244

Donovan, K., Lu, W. J., & Schoellman, T. (2023). Labor market dynamics and development. *The Quarterly Journal of Economics, 138*(4), 2287–2325. https://doi.org/10.1093/qje/qjad019

Feliciano-Cestero, M. M., Ameen, N., Kotabe, M., Paul, J., & Signoret, M. (2023). Is digital transformation threatened? A systematic literature review of the factors influencing firms' digital transformation and internationalization. *Journal of Business Research, 157*, Article 113546. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113546

Hameed, I., Akram, U., Khan, Y., Khan, N. R., & Hameed, I. (2024). Exploring consumer mobile payment innovations: An investigation into the relationship between coping theory factors, individual motivations, social influence and word of mouth. *Journal of Retailing and Consumer Services, 77*, Article 103687. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103687

Hamzah, M. I., Ramli, F. A. A., & Shaw, N. (2023). The moderating influence of brand image on consumers' adoption of QR-code e-wallets. *Journal of Retailing and Consumer Services, 73*, Article 103326. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103326

Hennink, M., & Kaiser, B. N. (2022). Sample sizes for saturation in qualitative research: A systematic review of empirical tests. *Social Science & Medicine, 292*, Article 114523. https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2021.114523

Kaiser, T., Lusardi, A., Menkhoff, L., & Urban, C. (2022). Financial education affects financial knowledge and downstream behaviors. *Journal of Financial Economics, 145*(2), 255–272. https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2021.09.022

Khurana, I., Dutta, D. K., & Singh Ghura, A. (2022). SMEs and digital transformation during a crisis: The emergence of resilience as a second-order dynamic capability in an entrepreneurial ecosystem. *Journal of Business Research, 150*, 623–641. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.06.048

Kiymaz, H., Haque, S., & Choudhury, A. A. (2024). Working capital management and firm performance: A comparative analysis of developed and emerging economies. *Borsa Istanbul Review, 24*(3), 634–642. https://doi.org/10.1016/j.bir.2024.03.004

Koskelainen, T., Kalmi, P., Scornavacca, E., & Vartiainen, T. (2023). Financial literacy in the digital age—A research agenda. *Journal of Consumer Affairs, 57*(1), 507–528. https://doi.org/10.1111/joca.12510

Kumar, P., Pillai, R., Kumar, N., & Tabash, M. I. (2023). The interplay of skills, digital financial literacy, capability, and autonomy in financial decision making and well-being. *Borsa Istanbul Review, 23*(1), 169–183. https://doi.org/10.1016/j.bir.2022.09.012

Molina-García, A., Diéguez-Soto, J., Galache-Laza, M. T., & Campos-Valenzuela, M. (2023). Financial literacy in SMEs: A bibliometric analysis and a systematic literature review of an emerging research field. *Review of Managerial Science, 17*(3), 787–826. https://doi.org/10.1007/s11846-022-00556-2

Pasirayi, S., & Fennell, P. B. (2023). The effect of mobile payments on retailer firm value: The moderating role of promotions, customer segment, and rollout strategy. *Journal of Interactive Marketing, 58*(1), 90–107. https://doi.org/10.1177/10949968221134805

Saeedikiya, M., Salunke, S., & Kowalkiewicz, M. (2024). Toward a dynamic capability perspective of digital transformation in SMEs: A study of the mobility sector. *Journal of Cleaner Production, 439*, Article 140718. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2024.140718

Schomburgk, L., Belli, A., & Hoffmann, A. O. I. (2024). Less cash, more splash? A meta-analysis on the cashless effect. *Journal of Retailing, 100*(3), 382–403. https://doi.org/10.1016/j.jretai.2024.05.003

So, K. K. F., Li, J., King, C., & Hollebeek, L. D. (2024). Social media marketing activities, customer engagement, and customer stickiness: A longitudinal investigation. *Psychology & Marketing, 41*(7), 1597–1613. https://doi.org/10.1002/mar.21999

Sohaib, M., & Han, H. (2023). Building value co-creation with social media marketing, brand trust, and brand loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services, 74*, Article 103442. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103442

Wulandhari, N. B. I., Gölgeci, I., Mishra, N., Sivarajah, U., & Gupta, S. (2022). Exploring the role of social capital mechanisms in cooperative resilience. *Journal of Business Research, 143*, 375–386. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.01.026

Yi, J., Kim, J., & Oh, Y. K. (2024). Uncovering the quality factors driving the success of mobile payment apps. *Journal of Retailing and Consumer Services, 77*, Article 103641. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103641

Zahoor, N., Zopiatis, A., Adomako, S., & Lamprinakos, G. (2023). The micro-foundations of digitally transforming SMEs: How digital literacy and technology interact with managerial attributes. *Journal of Business Research, 159*, Article 113755. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113755

Zhang, X., Park, Y., Park, J., & Zhang, H. (2024). Demonstrating the influencing factors and outcomes of customer experience in omnichannel retail. *Journal of Retailing and Consumer Services, 77*, Article 103622. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103622

Zhong, J., & Chen, T. (2023). Antecedents of mobile payment loyalty: An extended perspective of perceived value and information system success model. *Journal of Retailing and Consumer Services, 72*, Article 103267. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103267