



DIGITAL PAYMENT untuk **UMKM**



Debbi Chyntia Ovami, S.Pd., M.Si.
Sari Wulandari, SE, M.Si.
Esa Setiana, SE, M.Si., Ak, CA.

Digital Payment Untuk UMKM

Debbi Chyntia Ovami, S.Pd., M.Si.
Sari Wulandari, SE, M.Si.
Esa Setiana, SE, M.Si., Ak, CA.



Digital Payment Untuk UMKM

Penulis:

Debby Chyntia Ovami, S.Pd., M.Si.

Sari Wulandari, SE, M.Si.

Esa Setiana, SE, M.Si., Ak, CA

Copyright@2024

Desain Sampul

Agus Al Rozi

Editor

Indra Fauzi, SE, M.Si., Ak.

Penata Letak

Mariatul Suhaibah

Diterbitkan dan dicetak pertama kali oleh

Penerbit LPPM UMNAW

Jl. Garu II No. 2, Medan

085270555162

email: penerbit.lppmumnaw@gmail.com

Anggota IKAPI

No.069/Anggota Luar Biasa/SUT/2022

Cetakan pertama...

ISBN: 978-623-8231-83-6

v + 78 hlm, 16 x 24 cm

PRAKATA

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT atas Rahmat, Hidayah dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan buku monografi ini dengan sebaik-baiknya. Shalawat beriring salam tidak lupa penulis sampaikan kepada Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari zaman kegelapan sampai zaman yang terang benerang.

Buku dengan judul *Digital Payment Untuk UMKM*, merupakan telaah *digital payment* bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) melalui identifikasi faktor apa saja yang mempengaruhi niat UMKM menggunakan *digital payment*. Dengan pemanfaatan teknologi yang lebih intens diharapkan dapat meningkatkan transparansi dan akuntabilitas transaksi bisnis. Selain itu, membantu UMKM untuk meningkatkan kinerja.

Buku ini diperuntukkan bagi mahasiswa, pelaku UMKM maupun masyarakat luas yang ingin menambah pengetahuannya terkait dengan *digital payment* dan berperilaku. Selain itu, buku ini membantu pemerintah dalam mengidentifikasi persentase UMKM yang memanfaatkan teknologi digital dan menentukan strategi yang tepat dalam meningkatkan jumlah UMKM yang go digital.

Penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang sudah membantu dalam proses penyelesaian buku ini. Terima kasih kepada Bapak Rektor dan seluruh civitas akademika Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah yang selalu mendukung penulis dalam penyelesaian buku ini. Penulis menyadari bahwa buku ini masih belum menuju sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun sehingga pada akhirnya penulis dapat memperbaiki buku ini menjadi lebih baik. Akhir kata dengan mengucapkan Alhamdulillah semoga buku ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca terutama bagi penulis sendiri. Aamiin.

Medan, Mei 2024

Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA	iii
DAFTAR ISI.....	v
BAB 1 PERKEMBANGAN PENGGUNAAN <i>DIGITAL PAYMENT</i> DI INDONESIA	1
BAB 2 DIGITAL PAYMENT	9
A. Peran <i>Digital Payment</i> bagi UMKM	9
B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat UMKM Menggunakan <i>Digital Payment</i>	12
C. Jenis-Jenis Digital Payment	24
BAB 3 <i>MODEL DELONE AND MCLEAN</i>	43
BAB 4 PENGGUNAAN <i>DIGITAL PAYMENT</i> : STUDI KASUS.....	49
BAB 5 KEBERMANFAATAN PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT BAGI UMKM.....	55
DAFTAR PUSTAKA	62
BIOGRAFI PENULIS	77

BAB 1

PERKEMBANGAN PENGGUNAAN *DIGITAL PAYMENT* DI INDONESIA

Pada Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia, Pasal 1 Ayat 6, juga secara jelas mendefinisikan sistem pembayaran sebagai satu kesatuan yang utuh dari seperangkat ketentuan, lembaga, dan mekanisme guna melangsungkan pemindahan dana untuk memenuhi kewajiban yang muncul dari aktivitas ekonomi. Perihal ini menyangkut instrumen pembayaran, prosedur perbankan yang terlibat dalam pembayaran serta sistem transfer dana antar bank yang digunakan selama proses pembayaran. Berbagai macam hambatan dalam pemakaian uang tunai (kertas dan logam), mendesak munculnya inovasi-inovasi baru dalam penciptaan alat pembayaran selain uang tunai yang berbentuk non tunai (Tarantang et al., 2019).

Disamping itu, industri digital terus memperlihatkan perkembangannya. Imbas dari kemajuan ini membawakan inovasi diranah pembayaran digital (*digital payment*). Di Indonesia sendiri, pemakaian uang tunai fisik masih universal, tetapi pemanfaatan pembayaran digital telah diawali sejak tahun 1980-an dengan kartu kredit dan debit. Setelah itu, di awal tahun 2000-an, Bank Central Asia (BCA) memperkenalkan *e-banking* dan *m-banking* serta menjadi

salah satu institusi pertama yang memperkenalkan metode alternatif dalam menerapkan transaksi keuangan lewat fasilitas online. Karena kepraktisannya, *e-banking* dan *m-banking* mulai menjadi opsi masyarakat untuk melangsungkan transaksi terutama *online* di *platform e-commerce*.

Pembayaran online kemudian mulai populer pada pertengahan 2010-an. Tidak hanya belanja internet dan *e-commerce* yang memperoleh popularitas, peningkatan penetrasi fitur seluler, dan pertumbuhan pesat industri fintech juga berkontribusi terhadap tren ini. Melihat perkembangan tren ini, pada tahun 2013 Pemerintah dan Bank Indonesia telah menggalakkan kampanye *cashless society* ataupun gerakan transaksi non tunai. Bank Negara Indonesia (BNI), salah satu bank paling terkenal di Indonesia, melaporkan peningkatan pesat dalam transaksi *e-banking* pada tahun 2016 dibandingkan tahun sebelumnya. Selama tahun 2016 itu pula, Bank Indonesia mencatat telah terjadi transaksi memakai tipe kartu ATM/Debit sebesar Rp 5.623,91 triliun sedangkan, transaksi menggunakan kartu kredit selama tahun 2016 mencapai Rp 281 triliun. Fungsi uang tunai (*currency*) telah bergeser seiring dengan kemajuan teknologi. Dengan adanya alat pembayaran non tunai dinilai lebih efisien dan ekonomis.

Survei Daily Social (2017), menemukan bahwa dari 1055 orang responden, sebanyak 56,80% memiliki uang elektronik selama satu atau kurang. Adapun 42,43% orang responden merasa bahwa uang elektronik membantu mereka

dalam mengontrol pengeluaran mereka. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia semakin sering dan meningkat yang menggunakan pembayaran non tunai atau *digital payment*. Banyak lembaga finansial baru muncul seiring dengan kemajuan teknologi dan menawarkan sistem pembayaran yang canggih. Di Era *fintech* yang dimulai pada tahun 2017 menjadikan transaksi jual beli jadi lebih praktis dan mudah. Masyarakat saat ini dapat memilih berbagai metode pembayaran secara lebih fleksibel. Semakin canggih teknologi, membuat *fintech* mampu menyediakan layanan pembayaran non tunai (*digital payment*) dengan nyaman.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah memegang peran dalam perekonomian setiap negara. Di Indonesia sendiri, pertumbuhan UMKM terakhir rata-rata berada di angka 2,5%. Memasuki era revolusi industri 4.0, teknologi digital telah menjadi aturan baru dalam dunia bisnis dan keuangan yang menyebabkan semakin pesatnya perluasan aktivitas di kedua industri tersebut (Widowati, 2022). Di era ini, manusia dituntut untuk dapat mengikuti kemajuan perkembangan teknologi. Dengan munculnya bisnis startup membuat para pelaku usaha ini sangat bersemangat untuk mengembangkan inovasi-inovasi dalam produk finansial digitalnya. Tak jarang, banyak waralaba yang mencoba hal-hal baru untuk tetap bersaing dalam mendapatkan hati calon pembelinya seperti memberikan pelayanan yang lebih baik, mengirimkan barang ke rumah pembeli, bahkan melakukan penambahan durasi.

Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, pembeli juga harus memiliki alat transaksi pembayaran yang memadai sehingga dapat digunakan dalam pemenuhan kebutuhan (Tarantang et al., 2019). Dengan kehadiran uang elektronik, masyarakat dapat melakukan transaksi keuangan tanpa menggunakan uang tunai (Tazkiyyaturrohmah, 2018). Salah satu tren dalam pengelolaan keuangan saat ini adalah dengan membangun infrastruktur pasar untuk sistem pembayaran digital. Sistem pembayaran instan menekankan peningkatan keamanan dan inovasi serta kecepatan.

Pembayaran digital dinilai lebih efisien karena transaksi dapat dilakukan selama 24 jam dengan syarat terkoneksi dengan internet sehingga memudahkan calon konsumen dalam memenuhi kebutuhannya tanpa ada batas waktu. Calon konsumen dapat bertransaksi dimanapun dan kapanpun mereka mau hanya dengan menggunakan aplikasi yang dapat diinstal secara gratis baik di smartphone maupun media elektronik lainnya. Dengan adanya fenomena tersebut, data juga menunjukkan bahwa transaksi digital banking di Indonesia telah tumbuh 158% dalam 5 tahun terakhir, mencapai nilai triliunan rupiah. Hal ini sejalan dengan tren global dimana masyarakat semakin terbiasa menggunakan *digital payment sistem* untuk kemudahan, keamanan, dan berbagai insentif belanja online (Widyaningtyas, 2022).

Pada tahun 2020, seluruh dunia termasuk Indonesia terkena dampak pandemi Covid-19 sehingga membuat

masyarakat semakin melek teknologi. Sebelumnya, semua kegiatan dilakukan tatap muka, akan tetapi dikarenakan pandemi, masyarakat menjadi lebih terbiasa melakukan kegiatan melalui daring. Hal ini sontak membuat penggunaan dompet digital semakin populer. Riset Neurosensum Indonesia (dalam Cakti, 2020) menunjukkan bahwa sebelum pandemi, penetrasi dompet digital hanya sekitar 10%, namun sepanjang tahun 2020, penetrasi dompet digital meningkat hingga mencapai 44%, bahkan memungkinkan pertumbuhan jumlah pengguna terus meningkat.

Pada tahun 2015 hanya ada 20 dompet elektronik dan kebanyakan merupakan bank, namun telah berkembang menjadi 55 operator berlisensi e-money pada tahun 2020. Sepanjang tahun 2020, *ShopeePay* berhasil mengungguli dan menempati posisi teratas sebagai dompet digital terpopuler dan paling sering digunakan sebesar 34%, disusul OVO sebesar 28%, GoPay sebesar 17%, Dana sebesar 14%, dan Link Aja sebesar 8% (BI Institute, 2023). Riset terbaru yang juga dilakukan oleh *Insight Asia* bertajuk "*Leading Consistency: E-Wallet Industry Outlook in 2023*" juga menunjukkan bahwa dompet digital semakin menjadi metode pembayaran pilihan masyarakat yang paling banyak dibandingkan dengan uang tunai dan transfer bank. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 74% responden aktif menggunakan dompet digital untuk berbagai jenis transaksi keuangan.

Penggunaan teknologi diyakini dapat meningkatkan kinerja hingga keberlanjutan suatu unit bisnis. Sebagian UMKM telah mengadopsi teknologi informasi untuk meningkatkan daya saing usahanya. Selama ini penggunaan teknologi informasi untuk komunikasi kepada pelanggan dan pemasok serta pemasaran. Namun belakangan beberapa tahun ini, teknologi digital sudah mulai masuk ke UMKM dari segi sistem pembayaran (Ouedraogo, 2012). Perkembangan saat ini menunjukkan adanya perubahan budaya menuju *cashless society* dimana pembayaran digital sedang menjadi tren (Ligon et al., 2019; Sivathanu, 2019). Di Indonesia, pemerintah telah mendorong digitalisasi dengan meluncurkan visi "Go Digital 2020". Bank Indonesia (BI), sebagai otoritas moneter, telah menerbitkan blueprint untuk meningkatkan akses UMKM ke bank dan lembaga keuangan formal lainnya (Najib & Fahma, 2020). BI bermaksud memanfaatkan aliran digitalisasi ini untuk mendorong penerapan sistem keuangan yang inklusif, di mana semakin banyak terlibat dalam sistem keuangan formal, termasuk UMKM. Dengan adanya digitalisasi sistem pembayaran diharapkan inovasi digital akan mampu memberikan akses kepada 83,1 juta populasi terhadap bank dan 62,9 juta UMKM pada ekonomi dan sumber keuangan formal secara berkelanjutan (Bank Indonesia, 2019).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perkembangan penggunaan *digital payment* di Indonesia telah melalui berbagai tahap evolusi, dari munculnya *payment cards*

hingga popularitas dompet digital yang semakin meningkat. Dan saat ini, *digital payment* udah jadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari di Indonesia. Transaksi pembayaran bisa dilakukan dengan cepat dan praktis hanya dengan setuhan jari.

Ada banyak penelitian tentang adopsi teknologi yang dilakukan di negara-negara maju. Sejauh ini, riset-riset tersebut, khususnya terkait adopsi sistem pembayaran digital, masih jarang dilakukan di negara berkembang, seperti Indonesia. Sementara itu, penggunaan teknologi digital dalam bisnis berbeda secara signifikan antara negara berkembang dan negara maju (Alkhowaiter, 2020; Bala Kalyan & Partha Sarathi, 2022; Niken Widowati, 2022; Sivathanu, 2019). Oleh karena itu, sangat penting untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi sistem pembayaran digital pada UMKM di Indonesia. Dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi sistem pembayaran digital, penggunaan pembayaran digital oleh UMKM dapat diprediksi dan pertumbuhannya di masa depan dapat diukur (Al-Ghazali et al., 2015; Tam & Oliveira, 2017).

Permasalahan yang terjadi selama ini adalah UMKM semakin berkembang dan jumlahnya semakin banyak. Namun walaupun seperti itu banyak UMKM yang tidak bertahan lama. Ditambah lagi dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, tentu UMKM harus melek digital. Penggunaan teknologi informasi pada UMKM sangat didukung oleh pemerintah.

Banyak program kerja untuk UMKM terutama dari segi digitalisasi untuk mendukung kegiatan UMKM baik dari operasional maupun pemasaran. Walaupun banyaknya program pelatihan, namun masih sangat sedikit UMKM yang menerapkan digitalisasi dalam kegiatan operasional usahanya. Banyak rasa takut UMKM ketika menggunakan digitalisasi terutama dari keamanan data. UMKM masih kurang percaya terhadap keamanan dan privasi dari data yang sudah dimasukkan kedalam sistem. Hal ini lah membuat UMKM tersebut jauh tertinggal dan kalah bersaing dipasar. Untuk itu perlu ada pendekatan khusus untuk meningkatkan penggunaan digitalisasi dalam operasional usaha tersebut dan menimbulkan rasa percaya yang tinggi terhadap teknologi informasi yang digunakan.

BAB 2 DIGITAL PAYMENT

A. Peran *Digital Payment* bagi UMKM

Teknologi yang berkembang pesat saat ini membawa banyak kemudahan bagi masyarakat yang ingin melakukan aktivitasnya, salah satunya adalah sistem pembayaran. Menurut Pohan (2011) Sistem pembayaran adalah suatu sistem yang mengatur kontrak, fasilitas operasi dan mekanisme teknis yang digunakan untuk mengirim, mengkonfirmasi dan menerima instruksi pembayaran serta memenuhi kewajiban pembayaran yang diperoleh melalui pertukaran “nilai” antara individu, bank dan organisasi lain baik di dalam maupun antar negara. Penyelenggaraan sistem pembayaran pada kenyataannya melibatkan berbagai organisasi yang berperan sebagai penyedia jasa sistem pembayaran dan pendukung penyedia jasa sistem pembayaran, seperti bank, lembaga keuangan non-bank, bahkan perorangan. (Bank Indonesia, 2008).

Alat pembayaran berkembang sangat pesat dan maju. Dari awal mula sistem barter antar barang hingga pembayaran non tunai. Saat ini, pembayaran melalui digital sudah lazim digunakan. Pembayaran digital merupakan salah satu cara untuk melakukan transaksi keuangan dengan menggunakan teknologi digital, seperti komputer, *smartphone*, atau internet.

Dengan menggunakan pembayaran digital, tidak perlu menggunakan uang tunai dan pertemuan secara fisik saat bertransaksi. Saat ini, pembayaran digital turut menyediakan layanan transfer uang bagi masyarakat. Dengan menggunakan layanan pembayaan digital, transaksi transfer uang kini menjadi lebih mudah dan cepat.

Peran *digital payment* bagi UMKM di Indonesia sangat signifikan. Metode pembayaran digital, seperti dompet digital dan *e-money*, sangat membantu dan mempermudah dalam proses transaksi bisnis bagi pelaku UMKM. Hal ini sesuai dengan penelitian Zhang & Dodgson (2014) yang menyatakan bahwa jenis layanan ini menjadi pilihan pembayaran transaksi oleh konsumen. Ada tiga jenis cara penggunaan *digital payment*, antara lain:

1. Pembayaran satu kali

Dalam pembelian atau belanja *online* sering menggunakan transaksi seperti ini. Konsumen akan membayar produk yang mereka inginkan dengan mudah melalui *smartphone* yang dimilikinya. Dengan kata lain, konsumen tidak perlu keluar rumah atau mengantri di ATM terdekat.

2. Sistem transfer berkali-kali

Selain itu, pembayaran digital juga dapat dilakukan berkali-kali sesuai kebutuhan, tidak hanya digunakan untuk membayar barang yang diinginkan saja tetapi dapat digunakan untuk kegiatan yang lainnya.

3. Sistem transfer otomatis

Pengiriman otomatis atau transfer otomatis biasanya disediakan oleh setiap bank. Sehingga kita dapat melakukan pembayaran digital secara otomatis sesuai dengan keinginan pemiliknya.

Bagi kalangan UMKM, sarana pendukung transaksi yang paling sering dilakukan adalah *online payment with smartphone*. *Online with smartphone* merupakan transaksi pembayaran digital yang ditawarkan oleh perusahaan *financial technology* (fintech) (Gomber et al., 2017). Penggunaan *digital payment* memiliki peran yang sangat penting bagi UMKM di Indonesia. Ada beberapa manfaatnya antara lain:

1. Meningkatkan Efisiensi Transaksi

Digital payment memungkinkan UMKM untuk melakukan transaksi secara lebih efisien dan efektif, mengurangi ketergantungan pada uang tunai dan proses administrasi yang rumit (Suryanto et al., 2022).

2. Memperluas Akses Pasar

Dengan adopsi *digital payment*, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar mereka, termasuk ke pasar-pasar yang lebih luas, baik di tingkat nasional maupun internasional (Attalarik, 2023).

3. Meningkatkan Daya Saing

Penggunaan *digital payment* dapat membantu UMKM untuk menjadi lebih kompetitif di era ekonomi digital, karena memungkinkan mereka untuk menawarkan

berbagai metode pembayaran yang lebih menarik bagi konsumen (Handayani & Soeparan, 2022).

Digital payment juga membantu UMKM dalam mengelola keuangan dengan lebih baik. Sebagai contoh, dengan menggunakan aplikasi *digital payment*, UMKM bisa melacak transaksi dan memantau arus kas dengan lebih mudah. Dengan menggunakan *digital payment* pelaku usaha dapat melihat laporan penjualan, mengelola inventaris, dan mengatur pembayaran supplier dengan lebih efisien. Semua ini membantu UMKM dalam mengoptimalkan operasional dan mengambil keputusan bisnis yang lebih baik.

Digital payment memiliki peran yang sangat penting bagi UMKM di Indonesia. Dengan adanya *digital payment*, UMKM bisa menerima pembayaran dengan mudah, memperluas jangkauan pasar, mengelola keuangan dengan lebih baik, dan meningkatkan kepercayaan pelanggan serta dapat mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM di Indonesia.

B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat UMKM Menggunakan *Digital Payment*

Minat menggunakan teknologi informasi merupakan derajat keinginan atau niat seseorang untuk terus menggunakan informasi teknologi dengan asumsi bahwa ia mempunyai akses terhadap informasi teknologi. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Pringgadini (2023)

menyatakan minat penggunaan memiliki hubungan dengan tindakan atau perilaku dari seseorang, penggunaan *e-payment* merupakan suatu keinginan untuk menggunakan layanan tersebut sebagai alat pembayaran. Hasil penelitian Sitinjak (2019) menyatakan bahwa jika seseorang memiliki minat dalam menggunakan sebuah teknologi serta berkeyakinan bahwa teknologi tersebut dapat digunakan dengan mudah dan memerlukan usaha yang sedikit.

Minat penggunaan merupakan dorongan dari psikis individu untuk menggunakan sesuatu atau menggunakan tanpa dorongan dari pihak lain, serta sebagai ketertarikan individu dalam bertransaksi menggunakan Fintech (Rafisar & Prapanca, 2023). Niat penggunaan (*behavioral intention*) didefinisikan sebagai ukuran kekuatan niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu (Meuthia et al., 2020). *Behavior intention* dapat diukur dengan mempertimbangkan kemungkinan konsumen akan bertindak dengan cara tertentu di masa depan, seperti membeli suatu produk lagi atau memberi tahu teman (Hoyer & MacInnis, 2008). Menurut hasil penelitian Marisa et al. (2020) menunjukkan niat penggunaan (*behavioral intention*) berhubungan dengan perilaku dan fenomena yang sedang terjadi, seiring berjalannya waktu minat dapat berubah. Semakin melebar interval waktu, maka dimungkinkan akan membawa perubahan pada minat seseorang.

Model Delone dan McLean adalah kerangka kerja yang

digunakan untuk mengevaluasi keberhasilan sistem informasi berbasis teknologi. Dalam konteks faktor-faktor yang mempengaruhi niat UMKM untuk menggunakan *digital payment*, terdapat beberapa dimensi yang relevan dalam model tersebut. Berikut ini merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi niat UMKM dalam menggunakan *digital payment*, antara lain:

1. Kualitas Informasi

Kualitas informasi adalah suatu fungsi yang menyangkut nilai atas keluaran informasi yang dihasilkan sistem (Jansen et al., 2018). Kualitas informasi adalah hal yang diharapkan oleh pengguna ketika menggunakan sistem (Wara et al., 2021). Kualitas informasi dalam konteks model Delone dan McLean merupakan faktor yang mempengaruhi keberhasilan sistem informasi. Dimensi ini mencakup aspek-aspek yang berkaitan dengan kualitas informasi yang dihasilkan oleh sistem. Ini termasuk keakuratan, kejelasan, dan relevansi informasi yang diberikan oleh sistem. Evaluasi kualitas informasi juga mempertimbangkan apakah informasi yang disediakan dapat diandalkan dan relevan bagi pengguna. Menurut Delone dan Mclean (2003) kualitas informasi mengukur kualitas output dari sistem informasi, yaitu kualitas yang dihasilkan oleh sistem informasi, terutama dalam bentuk laporan-laporan.

Kualitas informasi yang baik, akan meningkatkan kepuasan pengguna. Kualitas informasi yang buruk akan

membuat konsumen melakukan usaha lebih untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Hal ini akan menambah biaya yang akan dikeluarkan oleh pembeli, sehingga akan menurunkan kepuasan konsumen (Jung et al., 2009). Kualitas informasi (*information quality*) adalah karakteristik dari *output* yang disajikan dalam sebuah sistem informasi yaitu meliputi manajemen laporan dan halaman *web* (Petter et al., 2008). Informasi dengan kualitas yang lebih tinggi akan memiliki pengaruh yang lebih besar pada keputusan pengguna (Raminda & Ardini, 2014).

Menurut O'Brien (2006) ada tiga dimensi kualitas informasi yaitu dimensi waktu (*time dimension*), dimensi konten (*content dimension*), dan dimensi bentuk (*form dimension*), sebagai berikut:

1. *Time dimension* (dimensi waktu informasi). Informasi dikatakan berkualitas jika memenuhi kriteria sebagai berikut:
 - a. *Currency*, informasi yang disampaikan tepat waktu. Informasi yang tersaji cepat akan memuaskan pengguna dan mendukung pengambilan keputusan.
 - b. *Timeliness*, informasi tersedia kapan pun *user* menginginkannya.
 - c. *Frequency*, yaitu informasi tersedia dalam periode waktu tertentu atau masuk kategori *up to date*.
2. *Content dimension* (dimensi konten informasi), yaitu sebagai berikut:

- a. *Accuracy*, informasi yang tersedia akurat, bebas dari kesalahan sehingga tidak menjerumuskan *user* dan berakibat salah dalam mengambil keputusan.
 - b. *Relevance*, informasi yang tersedia sesuai dengan *business core* atau kebutuhan *user*.
 - c. *Conciseness*. Dimaksudkan bahwa informasi yang disajikan diperlukan oleh *user*.
3. *Form Dimension* (dimensi bentuk informasi), bentuk informasi adalah cara bagaimana informasi tersebut sampai ke *user*. Media sebaiknya digunakan.

Secara keseluruhan, kualitas informasi memainkan peran kunci dalam mendukung pengambilan keputusan yang efektif, pemecahan masalah, dan kinerja organisasi secara keseluruhan. Memastikan informasi yang disediakan memiliki tingkat keakuratan, kejelasan, kelengkapan, relevansi, dan ketepatan waktu yang tinggi merupakan tantangan penting bagi organisasi dan sistem informasi modern.

2. Kualitas Sistem

Kualitas sistem merupakan performa dalam sistem itu sendiri pengukuran kualitas sistem dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan, kemudahan pembelajaran, fitur sistem, akurasi sistem, fleksibilitas (Petter et al., 2008). Menurut DeLone dan McLean (2003), kualitas sistem adalah karakteristik dari kualitas yang diinginkan dari sistem informasi dan informasi berkualitas yang diinginkan informasi

karakteristik produk. Kualitas sistem yaitu kualitas pada kombinasi *hardware* dan *software* dalam sistem informasi. Menurut Urbanch dan Mueller (Urbanch & Mueller, 2012), kualitas informasi merupakan sebuah karakteristik output sistem informasi. Kemudian, menurut Jogiyanto (2007), kualitas sistem adalah metric yang digunakan untuk menilai kualitas keseluruhan sistem teknologi. Kemampuan sistem informasi untuk memproses data secara efektif adalah cara lain untuk menentukan kualitas sistem (Chen, 2010).

Kualitas sistem merujuk pada evaluasi keseluruhan dari berbagai aspek teknis dan fungsionalita suatu sistem. Ini mencakup sejauh mana sistem tersebut dapat memenuhi kebutuhan pengguna, kinerja yang diharapkan, keandalan, dan kemudahan penggunaan. Ada beberapa dimensi penting dari kualitas sistem menurut Delone dan McLean (2003), sebagai berikut:

1. *Ease of use* (Kemudahan Penggunaan)

Suatu sistem informasi dikatakan berkualitas jika sistem tersebut dirancang untuk memenuhi keputusan pengguna melalui kemudahan dalam menggunakannya.

2. *Reliability* (Keandalan Sistem)

Keandalan sistem adalah ketahanan sistem dari kerusakan dan kesalahan. Keandalan juga dapat diartikan sebagai kemampuan sistem untuk beroperasi dengan konsisten dan tanpa gangguan selama periode waktu tertentu. Sistem yang andal akan memiliki waktu

henti yang minimal dan dapat diandalkan untuk melakukan tugas-tugas kritis secara konsisten. Hal ini penting terutama dalam konteks sistem yang mendukung operasi bisnis atau layanan penting.

3. *Flexibility* (fleksibilitas)

Fleksibilitas merujuk pada kemampuan sistem untuk beradaptasi dengan perubahan kebutuhan atau lingkungan dengan cepat dan efisien. Ini melibatkan desain sistem yang modular dan dapat diubah, serta kemampuan untuk mengintegrasikan teknologi baru atau mengubah persyaratan fungsional tanpa perubahan besar dalam arsitektur sistem.

4. *Response Time* (Kecepatan Akses)

Kinerja sistem mengacu pada kemampuan sistem untuk menangani beban kerja yang diberikan dan memberikan respons dengan waktu yang cepat. Faktor-faktor seperti waktu *respons*, *throughput*, dan waktu tanggap merupakan indikator kinerja yang penting. Kinerja yang baik penting untuk memastikan pengalaman pengguna yang memuaskan dan produktivitas yang tinggi.

5. *Security* (Keamanan)

Kamanan sistem mencakup upaya untuk melindungi sistem dari ancaman internal dan eksternal yang mungkin merusak integritas data, kerahasiaan, atau ketersediaan sistem. Ini melibatkan penerapan kontrol akses, enkripsi data, pemantauan keamanan, dan

tindakan lainnya untuk mengurangi risiko keamanan.

Selain dimensi-dimensi ini, aspek lain dari kualitas sistem meliputi dokumentasi yang baik, dukungan teknis yang memadai, dan biaya total kepemilikan yang terjangkau. Evaluasi kualitas sistem melibatkan pengukuran, pemantauan, dan pengelolaan berbagai faktor yang mempengaruhi kinerja dan kehandalan sistem. Kualitas sistem memainkan peran penting dalam mendukung operasi bisnis yang efisien, inovasi teknologi, dan kepuasan pengguna. Organisasi perlu berinvestasi dalam pengembangan, pengujian, dan pemeliharaan sistem untuk memastikan bahwa mereka memenuhi standar kualitas yang tinggi dan memenuhi kebutuhan pengguna dengan baik.

3. Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah kualitas dukungan yang pengguna sistem terima dari pengembang sistem (DeLone & McLean, 2003). Urbanch & Mueller (2012), mendefinisikan kualitas layanan sebagai standar bantuan yang diperoleh konsumen dari penyedia sistem informasi. Kualitas layanan terutama empati sangat penting dalam praktek dan pengembangan situs *web e-Government* (Scott et al., 2011). Kualitas layanan yang baik adalah kontrol atas tingkat keunggulan yang diperlukan agar sesuai dengan kebutuhan pengguna (Wijaya, 2011). Menurut Mauludin (2013) kualitas layanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan

dan harapan pengguna atas layanan yang mereka terima atau peroleh. Kualitas layanan mengacu pada sejauh mana suatu layanan memenuhi harapan, kebutuhan, dan kepuasan pengguna.

Ini mencakup berbagai aspek yang mempengaruhi pengalaman pengguna menurut Delone dan McLean (2016), sebagai berikut:

1. *Responsiveness* (Responsif) adalah kemampuan layanan untuk memberikan respons yang cepat dan efisien terhadap kebutuhan atau permintaan pengguna. Ini mencakup waktu tanggapan yang cepat terhadap pertanyaan atau masalah, serta kemampuan untuk menyesuaikan layanan sesuai dengan kebutuhan pengguna.
2. *Reliability* (Keandalan) adalah kemampuan layanan untuk memberikan kinerja yang konsisten dan dapat diandalkan selama periode waktu tertentu. Layanan yang andal akan menghindari *downtime* yang tidak terjadwal dan memberikan pengalaman yang konsisten kepada pengguna.
3. *Empathy* (empati) adalah kemampuan layanan untuk memahami dan merespons kebutuhan, kekhawatiran, dan pengalaman pengguna dengan cara yang empatik dan peduli. Ini mencakup pendekatan yang ramah, komunikasi yang baik, dan kesediaan untuk mendengarkan dan merespons secara efektif terhadap

umpan balik pengguna.

4. *Accuracy* (akurasi) merupakan salah satu aspek penting dalam memastikan kepuasan pengguna dan kepercayaan terhadap layanan. Akurasi berkaitan erat dengan kemampuan penyedia layanan untuk memberikan informasi yang benar, hasil yang tepat, dan solusi yang sesuai dengan harapan atau kebutuhan pengguna.
5. *Technical Competence* (Kompetensi teknis) adalah salah satu aspek penting dari kualitas layanan. Kompetensi teknis merujuk pada kemampuan penyedia layanan untuk mengembangkan, mengimplementasikan, dan memelihara sistem informasi atau infrastruktur yang mendukung layanan tersebut. Ini mencakup keterampilan teknis dalam merancang, membangun, dan mengelola sistem, serta pemahaman yang mendalam tentang teknologi yang digunakan.

Selain itu, kualitas layanan juga dipengaruhi oleh aspek-aspek seperti kemudahan penggunaan, personalisasi, dan inovasi. Layanan yang mudah digunakan dan disesuaikan dengan preferensi pengguna akan meningkatkan kepuasan dan adopsi. Evaluasi kualitas layanan melibatkan pengukuran, pemantauan, dan perbaikan berkelanjutan atas berbagai aspek yang memengaruhi pengalaman pengguna. Ini dapat dilakukan melalui survei kepuasan pelanggan, analisis data pengguna,

dan umpan balik langsung dari pengguna. Kualitas layanan memainkan peran kunci dalam membangun hubungan yang kuat antara penyedia layanan dan pengguna. Organisasi perlu berinvestasi dalam pengembangan, pelatihan, dan pemeliharaan layanan mereka untuk memastikan bahwa mereka standar kualitas yang tinggi dan memenuhi kebutuhan pengguna dengan baik.

4. Kepercayaan

Kepercayaan adalah keyakinan seseorang terhadap apa yang diketahui sehingga memunculkan pemikiran positif dan negatif terhadap suatu objek (Sebayang & Rahmawati, 2023). Kepercayaan ialah keyakinan yang tumbuh bahwa masing-masing pihak bergantung dan membutuhkan pihak lain. Menurut Gilbert dan Tang (1998), kepercayaan mengacu pada keyakinan terhadap sesuatu dan keyakinan bahwa pada akhirnya apa yang dilakukan seseorang akan mendatangkan manfaat atau keuntungan.

Theory of Planned Behavior (TPB) dapat menjelaskan bahwa keyakinan dapat mempengaruhi keinginan individu untuk menggunakan teknologi (Ajzen, 1991). Teori yang dikembangkan oleh Ajzen pada tahun 1991 digunakan untuk menjelaskan bahwa minat seseorang dalam menggunakan suatu teknologi dapat dipengaruhi oleh keyakinan atau kepercayaan. Jogiyanto (2007) memperluas teori ini dengan menambahkan konstruk yang tidak termasuk dalam *Theory of*

Reasoned Action (TRA), yaitu kontrol perilaku kognitif (*perceived behavioral control*).

Kepercayaan dapat diartikan sebagai rasa percaya seseorang dalam menggunakan sebuah sistem, setiap user harus memiliki tingkat kepercayaan yang kuat karena dalam penggunaan sistem tersebut harus mempertimbangkan mengenai integritas data, identitas pengguna, dan perilaku masing-masing pengguna (Rafisar & Prapanca, 2023). Penelitian Lestari & Purnomo (2021) menyatakan bahwa hubungan kepercayaan penggunaan suatu sistem atau aplikasi dapat melalui pengalaman secara langsung, apabila dalam pengalaman terkesan baik maka memberi dampak positif berupa kepercayaan terhadap sistem tersebut.

Pringgadini (2023) menyatakan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh terhadap minat pelaku UMKM mengaplikasikan e-payment sebagai metode pembayaran dalam kegiatan usahanya, jika seseorang merasa percaya bahwa sistem berguna maka dia akan menggunakannya serta keyakinan personal terhadap keamanan yang diberikan perusahaan jasa keuangan dalam penggunaan sistem pembayaran elektronik. Kepercayaan terhadap sistem pembayaran digital juga mempengaruhi persepsi kemudahan penggunaan digital payment bagi UMKM (Suryanto et al., 2022). Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan adopsi digital payment di kalangan UMKM perlu memperhatikan

bagaimana untuk meningkatkan kepercayaan terhadap keamanan dan keandalan metode pembayaran digital tersebut.

C. Jenis-Jenis Digital Payment

Kartu Perbankan

Kartu perbankan adalah alat pembayaran non-tunai yang diterbitkan oleh bank. Kartu ini dapat digunakan untuk melakukan berbagai transaksi keuangan, seperti penarikan tunai, transfer dana, pembayaran tagihan dan pembelian barang atau jasa. Terdapat dua jenis kartu perbankan utama, yaitu:

a. Kartu debit

Kartu debit adalah kartu perbankan yang terhubung langsung ke rekening bank pemegang kartu. Kartu debit memungkinkan pemegang kartu untuk melakukan transaksi pembayaran seara langsung melalui rekening bank tanpa harus menggunakan uang tunai. Berikut adalah beberapa jenis kartu debit, yaitu:

- Kartu Debit Reguler

Kartu debit reguler adalah jenis kartu debit standar yang umumnya dikeluarkan oleh bank kepada nasabahnya. Kartu debit reguler biasanya dapat digunakan untuk berbagai transaksi pembayaran di mesin ATM, EDC (*Electronic Data Capture*), dan secara online.

- Kartu Debit Prabayar

Kartu debit prabayar adalah kartu debit yang harus diisi

saldo terlebih dahulu sebelum dapat digunakan. Pemegang kartu dapat mengisi saldo satu debit prabayar sesuai kebutuhan dan menggunakan saldo tersebut untuk berbagai transaksi pembayaran.

- Kartu Debit Virtual

Kartu debit virtual adalah kartu debit yang hanya berupa informasi digital tanpa fisik kartu plastik. Kartu debit virtual biasanya digunakan untuk transaksi online agar lebih aman dan mengurangi risiko penyalahgunaan.

Selain itu, ada beberapa cara kerja kartu debit sebagai berikut:

- Transaksi di ATM

Pemegang kartu debit dapat menggunakan kartu debit untuk melakukan penarikan uang tunai, transfer saldo, dan cek saldo rekening melalui mesin ATM.

- Transaksi di EDC

Kartu debit juga dapat digunakan untuk melakukan pembayaran di merchant atau toko yang memiliki mesin EDC. Pemegang kartu cukup memasukkan kartu debit ke mesin EDC dan memasukkan PIN untuk menyelesaikan transaksi.

- Transaksi *Online*

Kartu debit bisa digunakan untuk berbelanja online di berbagai *platform e-commerce*. Pemegang kartu biasanya diminta untuk memasukkan nomor kartu, tanggal kadaluwarsa, CVV, dan OTP (*One Time*

Password untuk menyelesaikan transaksi.

- Transaksi Internasional

Beberapa kartu debit memungkinkan penggunaan untuk transaksi di luar negeri. Pemegang kartu perlu mengaktifkan fitur internasional dan memperhatikan biaya transaksi yang berlaku.

Kartu debit memberikan kemudahan dan fleksibilitas dalam melakukan transaksi pembayaran tanpa harus membawa uang tunai. Namun, pengguna kartu debit juga perlu menjaga keamanan data dan informasi pribadi agar terhindar dari risiko penipuan.

- b. Kartu Kredit

Kartu kredit adalah alat pembayaran non-tunai yang diterbitkan oleh bank, yang memungkinkan pemiliknya melakukan transaksi tanpa memotong saldo rekening tabungan. Menurut OCBC NISP (2023) ada beberapa jenis kartu berdasarkan kategorinya sebagai berikut.

Jenis Kartu Kredit Berdasarkan Wilayah Berlakunya

1. Kartu kredit internasional merupakan kartu kredit yang banyak digunakan untuk transaksi global karena bekerja sama dengan organisasi asing seperti Visa atau *MasterCard*.
2. Kartu kredit dalam negeri adalah kartu kredit yang digunakan untuk transaksi dalam negeri.

Jenis Kartu Kredit Berdasarkan Limit

Pada umumnya besaran penetapan limit disesuaikan dengan kemampuan finansial pemegang kartu kredit. Oleh karena itu, setiap pemegang kartu kredit melakukan transaksi maka jumlah limit akan terus dipotong, sehingga jika limit habis maka otomatis kartu kredit tidak dapat digunakan lagi.

1. Silver

Kartu silver adalah kartu yang limitnya paling rendah, biasanya sekitar 4 hingga 7 juta rupiah.

2. Gold

Biasanya limit kartu kredit emas berkisar 10 hingga 40 juta rupiah.

3. Titanium atau Spesial

Meskipun platinum memiliki batas lebih tinggi dari kartu sebelumnya, kartu ini jauh lebih tinggi dan lebih eksklusif, sehingga tidak semua orang bisa mendapatkannya.

Jenis-Jenis Kartu Kredit Berdasarkan Fungsinya

1. Kartu Debit Visa atau Master

Visa atau Kartu Debit Master adalah jaringan pembayaran. Mereka tidak menerbitkan atau mendistribusikan kartu kredit tetapi memproses transaksi antara bank dan pedagang untuk pembelian kartu kredit.

2. *Credit Card*

Credit card berfungsi sebagai metode pembayaran barang atau jasa secara nontunai, dimana pembayarannya dapat dilakukan sekaligus pada bulan berikutnya atau dicicil.

3. Kartu Biaya (*Charge Card*)

Kartu jenis ini umumnya memiliki fungsi yang sama dengan alat transaksi non tunai, bedanya pelanggan harus membayar seluruh tagihannya pada akhir bulan atau di kemudian hari.

4. Kartu Tunai (*Cash Card*)

Kartu jenis ini digunakan untuk keperluan penarikan uang tunai secara langsung melalui ATM atau beberapa mesin ATM, sehingga dapat digunakan di banyak cabang bank yang berbeda.

5. Kartu Jaminan (*Cheque Guarantee Card*)

Kartu jenis ini digunakan sebagai jaminan jika nasabah ingin menarik atau mencairkan uang.

Jenis Kartu Kredit Berdasarkan Afiliasi

Jenis-jenis kartu kredit dibedakan berdasarkan afliasinya, artinya kartu kredit tercipta melalui kerjasama dengan suatu instansi tertentu, antara lain:

1. *Co-Branding Credit Card*

Kartu kredit ini diterbitkan atas dasar kerjasama antara bank dan organisasi pengelola, seperti *Mastercard* atau Visa.

2. Kartu Instansi (*Affinity Card*)

Umumnya kartu kredit jenis ini digunakan untuk kepentingan institusi tertentu, misalnya universitas atau dunia usaha.

3. *Private Label Card*

Jenis kartu kredit ini lebih bersifat pribadi karena diterbitkan oleh bank sendiri tanpa koneksi apa pun ke jaringan institusi global, seperti Visa atau *Mastercard*.

***E-Wallet* atau Dompot Digital**

E-Wallet atau dompet digital adalah aplikasi transaksi keuangan yang memungkinkan penggunanya untuk menyimpan uang serta melakukan berbagai transaksi secara mudah dan cepat menggunakan saldo yang tersedia di dalamnya. Beberapa kegunaan dari *e-wallet* meliputi pembayaran tagihan, pembelian pulsa dan pake data, transaksi online, pembayaran TV kabel, investasi, transfer ke bank menerima saldo, dan masih banyak lagi. *E-Wallet* juga memungkinkan penggunanya untuk melakukan transaksi secara *online* maupun *offline*, serta dapat digunakan untuk berbagai keperluan sehari-hari.

Beberapa contoh *e-wallet* atau dompet digital yang populer di Indonesia antara lain:

1. GoPay

E-Wallet yang dimiliki oleh Gojek, memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran di berbagai

layanan Gojek, seperti GoRide, GoRide, GoFood, dan GoSend, serta dapat digunakan untuk berbagai transaksi *online* dan *offline* lainnya. GoPay aktif dalam berbagai inisiatif untuk memperluas akses ke layanan keuangan digital di Indonesia, termasuk program-program untuk inklusi keuangan dan pendidikan keuangan. GoPay juga terus berinovasi dengan meluncurkan fitur-fitur baru, seperti layanan transfer uang ke rekening bank, layanan investasi, dan lain-lain.

2. OVO

OVO adalah sebuah perusahaan teknologi finansial asal Indonesia yang didirikan pada tahun 2017. *E-Wallet* yang dimiliki oleh Lippo Group, memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran di berbagai *merchant* yang bekerja sama dengan OVO, seperti Indomaret, Alfamart, dan *Carrefour*, serta dapat digunakan untuk berbagai transaksi *online* dan *offline* lainnya. OVO juga terus mengembangkan ekosistem layanannya dengan menambahkan fitur-fitur baru seperti layanan investasi, pembelian transportasi, pembelian asuransi, dan lain-lain.

3. DANA

DANA adalah sebuah aplikasi pembayaran digital yang dikembangkan pada tahun 2017. *E-Wallet* yang dimiliki oleh PT Elang Mahkota Teknologi Tbk, memungkinkan pengguna untuk melakukan

pembayaran di berbagai *merchant* yang bekerja sama dengan DANA, seperti McDonald's, KFC, dan Tokopedia, serta dapat digunakan untuk berbagai transaksi *online* dan *offline* lainnya. Setelah meluncurkan aplikasi pada tahun 2017, DANA mulai mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun pertama operasinya.

4. LinkAja

LinkAja adalah sebuah platform pembayaran digital yang didirikan pada tahun 2019 sebagai hasil dari kolaborasi antara bank besar di Indonesia. Tujuan pembentukan LinkAja adalah untuk menciptakan solusi pembayaran digital yang inklusif dan mudah diakses bagi masyarakat Indonesia. *E-Wallet* yang dimiliki oleh PT Fintek Karya Nusantara, memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran diberbagai *merchant* yang bekerja sama dengan LinkAja, seperti Alfamart, Indomaret, dan KFC, serta dapat digunakan untuk berbagai transaksi *online* dan *offline* lainnya.

5. ShopeePay

ShopeePay adalah layanan dompet digital yang dimiliki dan dioperasikan oleh Shopee, sebuah *platform e-commerce* terkemuka di Asia Tenggara. ShopeePay awalnya diluncurkan pada tahun 2015 sebagai bagian dari ekosistem Shopee, dengan tujuan untuk memfasilitasi pembayaran di *platform e-commerce*

tersebut. *E-Wallet* yang dimiliki oleh Shopee, memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran di berbagai *merchant* yang bekerja sama dengan ShopeePay, seperti Shopee, JD.ID, dan Blibli, serta dapat digunakan untuk berbagai transaksi *online* dan *offline* lainnya. Fitur utama ShopeePay adalah kemudahannya dalam melakukan pembayaran di platform Shopee.

E-Wallet ini memiliki berbagai manfaat, seperti mempermudah proses transaksi, menyediakan berbagai promo menarik, serta memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi dengan lebih cepat dan aman.

QRIS (*Quick Response Code Indonesia Standard*)

QRIS (*Quick Response Code Indonesia Standard*) merupakan standar pembayaran menggunakan kode QR yang dikembangkan oleh Bank Indonesia (BI) dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) untuk memudahkan proses transaksi menggunakan kode QR sehingga mudah digunakan, lebih mudah, lebih cepat dan dilakukan dengan cara yang sama (Shaid, 2023). QRIS merupakan standarisasi pembayaran menggunakan metode QR *Code* agar proses transaksi dengan QR *Code* menjadi lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya (Mahardika, 2022). QRIS diluncurkan pada 17 Agustus 2019.

QRIS merupakan sebuah sistem transaksi virtual yang melibatkan penyedia jasa (*merchant*) dengan konsumen. QRIS diluncurkan pada 17 Agustus 2019. Penggunaan QRIS sejalan dengan tema HUT RI ke-74 yaitu unggul dan maju, yang mendukung adanya gerakan *cashless society* atau tanpa uang tunai. QRIS mendukung dua model penggunaan kode QR, yaitu sebagai berikut:

1. *Merchant Presented Mode* (MPM) adalah model di mana pedagang menampilkan kode QR yang dapat dipindai oleh pelanggan menggunakan aplikasi pembayaran.
2. *Customer Presented Mode* (CPM) adalah model di mana pelanggan menampilkan kode QR yang dipindai oleh pedagang menggunakan alat pembayaran.

Dengan menggunakan QRIS, transaksi antara *merchant* dan pelanggan semakin mudah dikarenakan QRIS menggabungkan berbagai kode QR dari berbagai penyedia jasa sistem pembayaran (PJSP), bank dan non-bank serta aplikasi pembayaran yang berbeda lainnya. Dengan QRIS, *merchant* hanya memerlukan satu QR Code untuk semua aplikasi pembayaran seluler. QRIS juga memiliki manfaat lain seperti menyederhanakan proses transaksi, mengurangi biaya transaksi dan meningkatkan keamanan transaksi.

Seperti halnya teknologi apapun, QRIS memiliki kelebihan dan kekurangan yang perlu dipertimbangkan. Kelebihan QRIS, diantaranya:

a. Interopabilitas

QRIS memungkinkan berbagai penyedia layanan pembayaran untuk menggunakan satu standar kode QR. Ini memudahkan pengguna untuk melakukan pembayaran menggunakan dompet digital dari berbagai penyedia layanan tanpa harus khawatir tentang format kode QR yang berbeda-beda.

b. Kemudahan penggunaan

Penggunaan QRIS sangat mudah dan praktis. Pengguna hanya perlu memindai kode QR menggunakan dompet digital mereka untuk melakukan pembayaran. Tidak perlu mengingat nomor rekening atau melakukan transfer manual.

c. Peningkatan efisiensi transaksi

QRIS memungkinkan transaksi yang lebih cepat dan efisien, baik untuk konsumen maupun pedagang. Tidak ada lagi kebutuhan untuk menunggu perhitungan uang tunai atau menunggu verifikasi pembayaran kartu.

d. Peningkatan keamanan

Penggunaan kode QR dapat meningkatkan keamanan pembayaran karena informasi pembayaran tersimpan dalam kode QR yang dienkripsi. Selain itu, penggunaan dompet digital juga dapat meningkatkan keamanan dengan fitur autentifikasi dan enkripsi data.

e. Inklusi keuangan

QRIS dapat membantu meningkatkan inklusi keuangan

dengan memberikan akses ke layanan pembayaran digital kepada masyarakat yang sebelumnya tidak memiliki akses ke layanan keuangan formal.

Selain itu, ada juga kekurangan dari penggunaan QRIS, sebagai berikut:

a. Ketergantungan pada teknologi

QRIS tergantung pada ketersediaan teknologi dan konektivitas internet. Di daerah yang memiliki keterbatasan infrastruktur teknologi atau akses internet yang lambat, QRIS mungkin tidak berfungsi secara optimal.

b. Kecurangan dan kecuraman

Meskipun QRIS meningkatkan keamanan pembayaran, masih ada risiko kecurangan seperti pemalsuan kode QR atau penipuan melalui aplikasi palsu. Oleh karena itu, masih penting untuk menerapkan praktik keamanan yang tepat.

c. Keterbatasan inovasi

Meskipun QRIS memberikan standar yang lebih terpusat, ini juga dapat membatasi inovasi dalam pembayaran digital. Beberapa penyedia layanan mungkin merasa terikat oleh standar yang ada dan sulit untuk memperkenalkan fitur-fitur baru yang unik.

d. Dukungan *merchant*

Keberhasilan QRIS juga tergantung pada dukungan

dan adopsi dari pedagang. Jika pedagang tidak menerima pembayaran melalui QRIS atau tidak memiliki peralatan yang sesuai, maka keberadaan QRIS menjadi tidak efektif.

Mobile Banking

Mobile banking adalah layanan perbankan yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi perbankan melalui telepon genggam atau *smartphone*. Layanan *mobile banking* dapat digunakan untuk berbagai macam transaksi, seperti transfer uang, pembayaran tagihan, pembelian pulsa dan masih banyak lagi. Nasabah dapat mengakses layanan *mobile banking* melalui aplikasi yang disediakan oleh bank, yang dapat diunduh dan diinstal pada telepon seluler atau *smartphone*.

Cara kerja *mobile banking* adalah nasabah harus mengunduh aplikasi *mobile banking* dengan menggunakan jaringan internet. Transaksi pada aplikasi *mobile banking* memerlukan kode akses untuk dapat masuk ke akun yang telah terdaftar sehingga *mobile banking* terjamin keamanannya. Beberapa contoh aplikasi *mobile banking* yang populer di Indonesia antara lain BCA *mobile*, BNI *mobile banking*, BRIMo, dan mandiri *online*.

Mobile banking sering juga dikenal sebagai *M-Banking*, SMS Banking, dan lain sebagainya merupakan sebuah terminal yang digunakan sebagai *performing balance checks*, transaksi

keuangan, pembayaran dan sebagainya (Fitria et al., 2021). *Mobile banking* saat ini kebanyakan ditunjukkan via SMS atau *mobile internet*. Layanan *mobile banking* lebih banyak digunakan untuk mencari informasi. Bahkan jumlah aktivitas pencarian informasi bisa tiga kali lipat dibandingkan dengan kegiatan transaksi (Iriani, 2018). Hal ini dikarenakan karakter masyarakat Indonesia yang masih belum percaya akan transaksi menggunakan *mobile banking*. Selain itu juga kepercayaan nasabah terhadap resiko keamanan dalam *mobile banking* (Maulana et al., 2018). *Mobile banking* sangat menguntungkan bagi nasabah bank, termasuk penghematan biaya, dan waktu serta manfaat yang didapatkan oleh nasabah bank.

Electronic Money

Dalam ketentuan Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*) dalam ketentuan Pasal 1 Ayat 3, “Uang Elektronik (*Electronic Money*) adalah alat pembayaran yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit”. Dengan kata lain, *E-Money* atau uang elektronik adalah uang yang nilainya disimpan pada media elektronik sebagai alat pembayaran. Bentuknya bisa seperti kartu yang didalamnya terdapat chip. Beberapa contoh yang ada di Indonesia antara lain Brizzi (BRI), BNI TapCash (BNI), Flazz (BCA), dan Mandiri *e-Money*. Uang elektronik diterbitkan oleh

bank atau perusahaan teknologi keuangan (fintech) dan saldo dapat diisi melalui ATM bank penerbit, ponsel pintar yang dilengkapi NFC, atau di beberapa supermarket. Risiko penggunaan uang elektronik mencakup hilangnya kartu yang tidak dapat diblokir, kemungkinan pembayaran ganda, dan batasan jumlah uang tunai yang disimpan di kartu *e-money*.

E-Money berbeda dengan *e-wallet* adalah layanan elektronik untuk menyimpan data pemilik dan instrumen pembayaran, termasuk nilai uang. Dompet elektronik hadir dalam bentuk aplikasi atau server di *smartphone*, sedangkan uang elektronik hadir dalam bentuk chip atau kartu. Fungsi uang elektronik terbatas pada instrumen pembayaran, sedangkan fungsi dompet elektronik lebih luas, termasuk transfer dan pembelian produk elektronik.

Tujuan awal penggunaan e-money untuk kepraktisan, hanya sekali tekan transaksi berhasil dilakukan, selain itu tidak perlu membawa tunai jika ingin membeli sesuatu (Abidin, 2015). Namun, pada dasarnya e-money tidak bertujuan untuk mengganti fungsi uang tunai secara total. Pemegang e-money sebaiknya memilih kartu e-money sesuai kebutuhan. Hal ini karena ada banyak kartu e-money yang beredar dipasaran dan menawarkan fasilitas pembayaran yang tidak sama. Selain itu, tidak semua UMKM dapat menerima transaksi pembayaran melalui e-money.

Dengan adanya kebijakan e-money yang dilakukan Bank Indonesia, tentu akan ada dampak bagi sektor

perekonomian khususnya yang akan muncul dikemudian hari. Dengan adanya alat pembayaran non tunai seperti e-money ini yang merupakan bagian dari kebijakan baru dalam sistem pembayaran oleh Bank Indonesia akan mampu mengoptimalkan daya beli masyarakat yang sekaligus berdampak pada meningkatnya perekonomian negara.

Menurut Bank Indonesia (Bank Indonesia, 2009) karakteristik uang elektronik (*electronic money*) yang didefinisikan sebagai alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut:

1. Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit;
2. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau chip;
3. Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penertbit uang elektronik tersebut; dan
4. Nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

Batas nilai uang elektronik yang dapat disimpan di dalam media elektronik dalam surat edaran Bank Indonesia adalah sebesar Rp 2.000.000,- bagi *unregistered* dan Rp 10.000.000,- bagi yang *registered* dan keduanya memiliki

batas transaksi sebesar Rp 20.000.000,- dalam setiap bulannya (Bank Indonesia, 2018).

Selain itu, uang elektronik atau *e-money* memiliki kelebihan dan kekurangan (Firdaus, 2018). Kelebihan uang elektronik diantaranya:

1. Transaksi cepat dan lancar;
2. Tidak perlu terlebih dahulu menabung disuatu bank tertentu;
3. Praktis dan mudah dibawa.

Sedangkan kekurangan uang elektronik diantaranya:

1. Tidak mempunyai sistem pengaman seperti pin;
2. Sulitnya klaim ketika media elektronik hilang atau rusak, sehingga nominal uang yang terdapat didalamnya tidak dapat diganti oleh pihak penerbit;
3. Belum banyak *merchant* yang menerima uang elektronik sebagai media pembayaran, apalagi ditempat-tempat tradisional;
4. Mengakibatkan pengguna uang elektronik cenderung boros.

Jenis-Jenis Transaksi *E-Money*

Menurut Hidayati et al. (2006), jenis-jenis transaksi dengan menggunakan uang elektronik secara umum meliputi:

1. Penerbitan (*issuance*) dan Pengisian Ulang (*Top-up* atau *Loading*)

Pengisian nilai uang ke dalam media uang

elektronik dapat dilakukan terlebih dahulu oleh penerbit sebelum dijual kepada pemegang. Untuk selanjutnya pemegang dapat melakukan pengisian ulang (*top up*) yang dapat dilakukan dengan berbagai cara antara lain melalui penyetoran uang tunai, melalui pendebitan rekening di bank, atau melalui terminal-terminal pengisian ulang yang telah dilengkapi peralatan khusus oleh penerbit.

2. Transaksi Pembayaran

Transaksi pembayaran dengan menggunakan uang elektronik pada prinsipnya dilakukan melalui pertukaran nilai uang dalam bentuk data elektronik dengan barang antara pemegang dan pedagang dengan menggunakan protokol yang telah ditetapkan sebelumnya.

3. Transfer

Transfer dalam transaksi uang elektronik adalah fasilitas pengiriman nilai uang elektronik antar pemegang uang elektronik melalui terminal-terminal yang telah dilengkapi dengan peralatan khusus oleh penerbit.

4. Tarik tunai

Tarik tunai adalah fasilitas penarikan tunai atas nilai uang elektronik yang tercatat pada media uang elektronik yang dimiliki pemegang yang dapat dilakukan setiap saat oleh pemegang.

5. *Refund/Redeem*

Refund/redeem adalah penukaran kembali nilai uang elektronik kepada penerbit, baik yang dilakukan oleh pemegang pada saat nilai uang elektronik tidak terpakai atau masih tersisa pada saat pemegang mengakhiri penggunaan uang elektronik dan atau masa berlaku media uang elektronik telah berakhir, maupun yang dilakukan oleh pedagang pada saat penukaran nilai uang elektronik yang diperoleh pedagang dari pemegang atas transaksi jual beli barang kepada penerbit.

BAB 3

MODEL DELONE AND MCLEAN

Model Sukses IS DeLone dan McLean, juga disebut sebagai Model Sukses IS D&M, adalah kerangka kerja yang banyak digunakan untuk menilai keberhasilan sistem informasi (SI). Ini dikembangkan oleh William H. DeLone dan Ephraim R. McLean pada tahun 1992 dan telah disempurnakan dari waktu ke waktu.

Model ini mengidentifikasi enam dimensi kunci yang mempengaruhi keberhasilan IS:

1. **Kualitas Sistem (SQ):** Ini mengacu pada karakteristik teknis sistem, seperti kemudahan penggunaan, keandalan, dan waktu respons. Sistem dengan kualitas sistem yang tinggi umumnya dianggap ramah pengguna dan efisien.
2. **Kualitas Informasi (IQ):** Ini mengacu pada keakuratan, relevansi, dan ketepatan waktu informasi yang disediakan oleh sistem. Informasi berkualitas tinggi memungkinkan pengguna untuk membuat keputusan berdasarkan informasi.
3. **Penggunaan (U):** Ini mengacu pada sejauh mana pengguna benar-benar menggunakan sistem. Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan dapat

mencakup kualitas sistem, kualitas informasi, dan kepuasan pengguna.

4. **Kepuasan Pengguna (AS):** Ini mengacu pada sejauh mana pengguna senang dengan sistem. Pengguna yang puas lebih mungkin untuk terus menggunakan sistem dan merekomendasikannya kepada orang lain.
5. **Dampak Individu (II):** Ini mengacu pada manfaat yang dirasakan yang dialami pengguna sebagai akibat dari penggunaan sistem. Manfaat ini dapat mencakup peningkatan produktivitas, peningkatan pengambilan keputusan, dan pengurangan kesalahan.
6. **Dampak Organisasi (OI):** Ini mengacu pada dampak keseluruhan sistem pada organisasi. Ini dapat mencakup peningkatan kinerja keuangan, peningkatan kepuasan pelanggan, dan peningkatan keunggulan kompetitif.

Model DeLone dan McLean mengusulkan bahwa keenam dimensi ini saling terkait. Misalnya, kualitas sistem dan kualitas informasi yang tinggi dapat menyebabkan peningkatan penggunaan dan kepuasan pengguna. Pada gilirannya, peningkatan penggunaan dan kepuasan pengguna dapat menyebabkan dampak individu dan organisasi yang positif. Model ini adalah alat yang berharga bagi organisasi yang mengembangkan atau menerapkan sistem informasi baru. Dengan mengukur masing-masing dari enam dimensi,

organisasi dapat mengidentifikasi area untuk perbaikan dan memastikan bahwa sistem mereka memenuhi kebutuhan pengguna dan memberikan hasil yang diinginkan. Berikut adalah beberapa poin tambahan yang perlu dipertimbangkan tentang Model Sukses DeLone dan McLean IS:

1. Model ini telah dikritik karena terlalu berpusat pada pengguna dan tidak cukup mempertimbangkan perspektif pemangku kepentingan lainnya, seperti manajer dan profesional TI.
2. Faktor-faktor spesifik yang mempengaruhi setiap dimensi model dapat bervariasi tergantung pada jenis sistem informasi dan organisasi di mana ia digunakan.
3. Model ini dapat diadaptasi dan diperluas untuk memasukkan dimensi tambahan yang relevan dengan konteks tertentu.

Terlepas dari keterbatasan ini, DeLone dan McLean IS Success Model tetap menjadi kerangka kerja yang berharga untuk memahami dan mengevaluasi keberhasilan sistem informasi. Menurut Azhar Susanto (2004), informasi adalah hasil pengolahan data yang membawa makna dan manfaat. Kualitas informasi dapat dipahami sebagai ukuran kualitas konten suatu sistem informasi (Ong & Day, 2009). Menurut Hitesh Gupta (2011) dalam penelitian Meida (2017) indikator penilaian kualitas informasi adalah:

- a. Akurat. Informasi harus bebas dari kesalahan-kesalahan, dan harus jelas maksudnya. Ketidakakuratan dapat terjadi karena sumber informasi mengalami gangguan atau ketidaksengajaan sehingga merusak atau merubah data-data asli tersebut.
- b. Tepat waktu. Informasi yang dihasilkan atau dibutuhkan tidak boleh terlambat. Informasi yang terlambat tidak mempunyai nilai yang baik, sehingga kalau digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan akan berakibat fatal dalam keputusan dan tindakan. Kondisi ini menyebabkan mahalnyaa nilai suatu informasi, sehingga kecepatan untuk mendapatkan, mengolah dan mengirimkannya memerlukan teknologi-teknologi terbaru.
- c. Relevan. Informasi harus memberikan manfaat bagi pengguna. Relevansi informasi untuk tiap-tiap pengguna berbeda.
- d. Format. Informasi yang diberikan adalah benar baik bentuk maupun nilainya sehingga dapat dipercaya kebenarannya.

Menurut Delone dan McLean dalam Ridiyanto (2014), karakteristik kualitas yang diinginkan dari sistem informasi dikenal sebagai kualitas sistem itu sendiri. *Software* dan *hardware* suatu sistem informasi membentuk kualitas keseluruhan sistem tersebut (Livari, 2005). Menurut Tumarni

(2015), sistem yang efektif adalah sistem yang berfungsi dengan baik, artinya mempunyai kemampuan perangkat keras atau perangkat lunak untuk mendukung sistem dan tidak sulit untuk digunakan.

Adapun indikator penelitian pada variabel kualitas sistem menurut Nelson et al. (2005) dalam penelitian (Meida, 2017):

- a. Reliabilitas. Mengukur keandalan sistem yang dioperasikan.
- b. Fleksibilitas. Sistem dapat menyesuaikan diri dengan berbagai kebutuhan dan kondisi yang berubah-ubah.
- c. Integrasi. Untuk membantu pengambilan keputusan, sistem memungkinkan penggabungan data dari berbagai sumber.
- d. Aksesibilitas Sistem. Mudah mendapatkan atau membuat informasi data dari sistem.
- e. Waktu Respon Sistem. Sistem merespons permintaan informasi dengan cepat atau cepat.

Menurut Kotler (2004), kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk evaluasi konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dibandingkan dengan apa yang mereka harapkan sebelumnya. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dianggap baik dan memuaskan. Dalam Tjiptono & Chandra (2014), indikator kualitas layanan adalah :

- a. *Tangible*. Daya tarik fisik peralatan dan material yang digunakan perusahaan.
- b. *Empathy*. Sikap tulus yang bertujuan untuk memahami keinginan konsumen.
- c. *Reliability*. Kapasitas disediakan untuk melayani seperti yang dijanjikan.
- d. *Responsiveness*. Keinginan karyawan adalah membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat.
- e. *Assurance*. Perilaku karyawan yang diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan.

Minat seseorang atau faktor motivasi seseorang mencerminkan upaya yang bersedia dikeluarkan seseorang untuk melakukan suatu perilaku. Salah satu indikator niat menggunakan aplikasi akuntansi adalah keinginan seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut dan akan terus menggunakannya di masa depan.

Kepercayaan adalah salah satu fondasi bisnis apa pun. Jika masing-masing pihak memiliki kepercayaan satu sama lain, transaksi bisnis antara dua pihak atau lebih akan terjadi. Menurut Mukherjee dan Nath (2003), kepercayaan dapat diukur melalui:

1. Orientasi Teknologi
2. Reputasi
3. Kesadaran akan Risiko.

BAB 4

PENGGUNAAN *DIGITAL PAYMENT*: STUDI KASUS

Banyak contoh studi kasus terkait penggunaan digital payment dalam kehidupan sehari – hari. Di zaman sekarang, kualitas informasi menjadi hal penting menunjukkan bahwa kualitas informasi berpengaruh besar dan niat UMKM perempuan menggunakan sistem pembayaran digital. Pasalnya, tidak semua pengguna termasuk UMKM memahami informasi yang disajikan. Namun informasi yang disediakan sistem pembayaran digital dapat memenuhi kebutuhan pengguna dan memberikan informasi lengkap mengenai bukti transaksi (waktu, tanggal, dan denominasi). Semakin lengkap informasi yang tersedia, semakin mudah memahami fitur dan kesesuaian atau keakuratan suatu sistem pembayaran digital, sehingga semakin banyak UMKM yang berniat menggunakan sistem tersebut. Model yang dikembangkan oleh (DeLone & McLean, 2004), sesuai dengan (Wang & Liang, 2008) dan (Rachmawati et al., 2019) (Mardiana et al., 2015); dan Lidya dan Winanda (2019).

Kualitas sistem berpengaruh signifikan pada niat UMKM wanita dalam menggunakan sistem pembayaran digital. Model ini sejalan dengan penelitian Ahmed Ihsan (2020); Hibah Khalil (2017); Agus Widodo (2016) menunjukkan bahwa dengan mudahnya akses sistem pembayaran digital, dapat diakses

kapan saja dan di banyak tempat, maka akan meningkatkan kemudahan penggunaan sistem pembayaran digital dan dapat dengan mudah mencari informasi yang diperlukan. Suhendro (2017) yang menyatakan bahwa semakin tinggi kualitas sistem yang digunakan akan berpengaruh terhadap semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna sehingga pengguna akan terus menggunakan sistem pembayaran digital. Selain itu, sistem pembayaran digital yang fleksibel, seperti sistem pembayaran digital yang dapat diakses di berbagai perangkat, akan membantu pengguna dalam menggunakan sistem pembayaran digital dengan mudah, karena dapat digunakan di *smartphone* atau komputer pribadi. Dengan adanya *password* pada saat *login* berarti sistem pembayaran digital dapat menjaga keamanan akses setiap pengguna dan data tidak dapat diakses secara bebas oleh pihak lain sehingga meningkatkan kepercayaan pengguna dalam menggunakan sistem pembayaran digital.

Kualitas layanan berpengaruh secara positif dan signifikan pada niat UMKM wanita dalam menggunakan sistem pembayaran digital. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Fandi (2019), menyatakan bahwa kualitas layanan memengaruhi minat pelanggan untuk *mobile banking*. Hal ini dikarenakan kualitas layanan adalah kemampuan untuk merencanakan, menciptakan dan menyerahkan produk dengan cara yang sangat bermanfaat bagi konsumen. Jika kualitas layanan tidak diberikan dengan baik, maka keinginan

seseorang untuk menggunakan sistem pembayaran digital akan berkurang. Hasil temuan Ratmono et al. (2023) yang menyebutkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan berkelanjutan dimana kualitas sebuah aplikasi merupakan setiap jasa yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan dari nasabah untuk memberikan kepuasan yang digunakan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan oleh sebuah aplikasi dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan nasabah. Temuan-temuan tersebut juga sejalan dengan hasil penelitian terdahulu oleh Dewi (2018) dan Filman (2019), yang menyebutkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan *digital payment*.

Kepercayaan merupakan kondisi sikap mental yang tergantung pada situasi dan latar belakang sosial seseorang. Ketika seseorang membuat keputusan, mereka akan lebih suka didasarkan pada memilih orang yang dapat mereka percayai daripada orang lain yang kurang dapat dipercaya. Penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh secara positif dan signifikan pada niat UMKM wanita dalam menggunakan sistem pembayaran digital. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Nazar dan Syahrani (2008) namun bertolak belakang dengan Saifuddin (2013). Hal ini masih rendahnya pengetahuan UMKM wanita mengenai digitalisasi dan adanya rasa takut atau khawatir terhadap penipuan – penipuan yang sering terjadi dalam *cyber*, sehingga UMKM

tersebut kurang bahkan tidak percaya dalam menggunakan sistem pembayaran digital.

Kepercayaan merupakan suatu keyakinan yang memungkinkan individu dengan sukarela untuk menggunakan sistem pembayaran digital setelah mempertimbangkan karakteristik dari penyedia layanan. Kepercayaan adalah kepercayaan pihak tertentu terhadap yang lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan bahwa orang yang percayainya akan memenuhi segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan.

Menurut Aribowo dan Nugroho (2013) menemukan bahwa terdapat pengaruh positif trust terhadap niat untuk menggunakan sistem pembayaran digital. Trust yang semakin tinggi membuat seseorang merasa memiliki rasa niat lebih untuk melakukan transaksi secara online, semakin tinggi trust tentu akan semakin tinggi pula niat untuk melakukan pembayaran secara digital. Hasil menunjukkan bahwasanya kepercayaan hanya dapat memoderasi hubungan kualitas sistem terhadap niat menggunakan sistem pembayaran digital secara lemah. Hal ini dapat dilihat bahwasanya UMKM Wanita hanya percaya menggunakan sistem pembayaran digital, jika sistemnya bagus dan terjamin kualitasnya.

Penggunaan digital payment semakin meningkat seiring dengan perkembangan teknologi. Studi kasus bisa dilakukan untuk melihat tren ini dari berbagai sudut pandang. Berikut beberapa contoh menarik:

Dampak Digital Payment pada Perilaku Konsumen:

- Studi kasus ini bisa meneliti pengaruh penggunaan dompet digital (e-wallet) tertentu, seperti Gopay atau Ovo, terhadap perilaku pembelian online.
- Penelitian bisa menganalisis apakah kemudahan pembayaran digital meningkatkan impulsive buying (pembelian impulsif) atau justru membuat konsumen lebih berhati-hati dalam bertransaksi.
- Sumber data bisa berupa survei pengguna atau data internal perusahaan dompet digital.

Adopsi Digital Payment pada Masyarakat Tertentu:

- Studi kasus ini bisa meneliti tingkat penggunaan digital payment pada masyarakat unbanked (belum memiliki rekening bank) atau underbanked (memiliki rekening bank tapi jarang digunakan).
- Penelitian bisa mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi digital payment, seperti literasi keuangan, akses internet, dan kepercayaan terhadap layanan keuangan digital.
- Sumber data bisa berupa wawancara dengan masyarakat sasaran dan pelaku usaha keuangan digital.

Digital Payment untuk Transaksi Zakat:

- Studi kasus ini bisa meneliti efektivitas penggunaan digital payment dalam pengelolaan zakat oleh lembaga seperti Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS).
- Penelitian bisa menganalisis apakah penggunaan digital payment meningkatkan jumlah penerimaan zakat dan memudahkan masyarakat untuk berzakat.
- Sumber data bisa berupa data pengumpulan zakat BAZNAS sebelum dan sesudah implementasi digital payment, serta wawancara dengan pengurus BAZNAS dan muzaki (orang yang wajib membayar zakat).

Selain contoh di atas, studi kasus penggunaan digital payment bisa diarahkan pada berbagai bidang lain, seperti:

- *Tren penggunaan digital payment pada sektor UMKM.*
- *Pengaruh program reward dan cashback terhadap minat penggunaan digital payment.*
- *Keamanan dan regulasi terkait transaksi digital payment.*

BAB 5

KEBERMANFAATAN PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT BAGI UMKM

Kualitas informasi merujuk pada tingkat keakuratan, keandalan, dan kebermanfaatan suatu informasi. Informasi yang berkualitas tinggi haruslah akurat, relevan, tepat waktu, dan disajikan dalam format yang mudah dipahami. Tetapi tidak semua pengguna termasuk UMKM paham dengan informasi yang disajikan. Oleh karena itu, kualitas informasi tidak mempengaruhi niat untuk menggunakan sistem pembayaran digital.

Kualitas sistem merujuk pada seberapa baik kemampuan suatu sistem informasi dalam menyediakan informasi sesuai dengan kebutuhan pengguna. Kualitas sistem dapat diukur melalui berbagai dimensi, seperti kehandalan, kecepatan akses, kemudahan penggunaan, keamanan, dan fleksibilitas sistem. Semakin mendapat kemudahan dalam akses, fleksibel, dan keamanan dalam sistem dengan menggunakan *password* maka akan semakin meningkat pula niat pengguna dalam penggunaan sistem *digital payment*.

Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada konsumen/pelanggan atau pengguna sistem informasi. Kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan perusahaan yang

memiliki kualitas layanan yang baik akan mempunyai hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Jika tidak diterapkannya kualitas layanan yang maksimal maka akan berpengaruh pada minat seseorang dalam menggunakan sistem pembayaran digital. Kepercayaan merupakan nilai yang paling dihargai dalam hubungan antara manusia. Kepercayaan adalah perasaan percaya yang dimiliki seseorang terhadap orang lain. Menurut Aribowo dan Nugroho (2013), mereka menemukan bahwa kepercayaan berdampak positif terhadap niat menggunakan sistem pembayaran digital. Semakin tinggi kepercayaan maka semakin tinggi niat untuk bertransaksi online. Semakin tinggi kepercayaan maka semakin tinggi pula niat untuk melakukan pembayaran digital.

Penggunaan *digital payment* di masa depan dapat memberikan banyak manfaat bagi UMKM. Beberapa manfaat tersebut antara lain:

1. Mempercepat proses transaksi

Dengan menggunakan *digital payment*, UMKM dapat mempercepat proses transaksi dan mengurangi waktu yang dibutuhkan untuk melakukan pembayaran.

2. Meningkatkan efisiensi

Digital payment dapat meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan keuangan UMKM, karena transaksi dapat dilakukan secara otomatis dan tercatat dengan baik.

3. Meningkatkan keamanan

Digital payment dapat meningkatkan keamanan

transaksi, karena tidak perlu membawa uang tunai yang rentan terhadap pencurian.

4. Meningkatkan aksesibilitas

Digital payment dapat meningkatkan aksesibilitas UMKM terhadap pasar global, karena transaksi dapat dilakukan secara online dan dapat diakses dari mana saja.

5. Meningkatkan kredibilitas

Penggunaan *digital payment* dapat meningkatkan kredibilitas UMKM dimata pelanggan, karena menunjukkan bahwa UMKM tersebut menggunakan teknologi modern dan dapat diandalkan.

Di era Society 5.0, di mana teknologi informasi dan komunikasi semakin terintegrasi dengan kehidupan manusia, penggunaan digital payment bagi UMKM menghadirkan berbagai manfaat krusial yang kian penting untuk keberlangsungan dan perkembangan bisnis mereka. Manfaat-manfaat ini tidak hanya terbatas pada kemudahan dan kecepatan transaksi, namun juga mencakup berbagai aspek penting lainnya, seperti:

1. Peningkatan Peluang Menjangkau Pasar yang Lebih Luas:

- Era 5.0 ditandai dengan konektivitas global yang semakin kuat, membuka peluang bagi UMKM untuk menjangkau pelanggan di seluruh dunia.

- Penerapan digital payment memudahkan transaksi lintas negara, menghilangkan hambatan mata uang dan geografis.
- Platform digital payment seringkali menyediakan fitur pemasaran online yang dapat dimanfaatkan UMKM untuk menjangkau calon pelanggan baru di berbagai penjuru dunia.

2. Peningkatan Efisiensi Operasional dan Manajemen Keuangan:

- Digital payment menyederhanakan proses pencatatan keuangan dan pelaporan pajak, menghemat waktu dan tenaga.
- Transaksi digital meninggalkan jejak data yang jelas, memudahkan UMKM untuk melacak arus kas dan menganalisis performa bisnis.
- Berbagai platform digital payment menawarkan fitur pengelolaan keuangan yang dapat membantu UMKM dalam mengelola keuangan bisnis secara lebih efektif.

3. Peningkatan Keamanan dan Kepercayaan Pelanggan:

- Transaksi digital umumnya lebih aman dibandingkan dengan transaksi tunai, karena menggunakan teknologi enkripsi dan sistem keamanan yang canggih.

- Penggunaan digital payment menunjukkan kepada pelanggan bahwa UMKM mengikuti perkembangan zaman dan berkomitmen untuk memberikan kemudahan dan keamanan dalam bertransaksi.
- Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap kredibilitas dan profesionalisme UMKM.

4. Peluang Akses Modal Usaha yang Lebih Besar:

- Beberapa platform digital payment bekerjasama dengan lembaga keuangan untuk menyediakan layanan pinjaman modal usaha bagi UMKM.
- Akses modal usaha ini dapat membantu UMKM untuk mengembangkan bisnis mereka, membeli persediaan barang, atau memperluas jangkauan pasar.
- Data transaksi digital dapat menjadi salah satu pertimbangan bagi lembaga keuangan dalam memberikan kredit kepada UMKM.

5. Peningkatan Daya Saing dan Kemampuan Beradaptasi:

- Di era 5.0, UMKM yang tidak beradaptasi dengan teknologi, termasuk penggunaan digital payment, dikhawatirkan akan tertinggal dari kompetitor.
- Penggunaan digital payment menunjukkan bahwa UMKM inovatif dan mampu mengikuti perkembangan zaman.

- Hal ini dapat meningkatkan daya saing UMKM dan menarik lebih banyak pelanggan, terutama generasi muda yang terbiasa dengan teknologi digital.

Pembayaran digital juga menawarkan kemudahan yang tiada tandingan untuk pelanggan dan peniaga, membolehkan pelanggan membayar invois dari mana-mana sahaja dan menghapuskan keperluan untuk membawa wang tunai atau menulis cek. Kemudahan ini boleh membawa kepada peningkatan kepuasan dan kesetiaan pelanggan, seterusnya memberi manfaat kepada UMKM. Selain itu, sistem pembayaran digital membolehkan UMKM bersaing di peringkat sama rata dengan perusahaan yang lebih besar, menawarkan penyelesaian pembayaran dalam talian yang menyediakan peluang yang sama kepada perniagaan yang lebih kecil seperti perniagaan yang lebih besar.

UMKM dapat memanfaatkan sistem pembayaran digital dalam proses aktivitas sehari – hari. Dengan UMKM menerapkan sistem pembayaran digital, semua transaksi terekam dengan baik. Akuntabilitas dan transparansi dalam transaksi terjamin sehingga dapat menghasilkan laporan keuangan dengan baik maka akan membantu pelaku usaha untuk mendapatkan akses keuangan dan akses permodalan. Sebagai kesimpulan, penggunaan digital payment bagi UMKM di era 5.0 bukan hanya pilihan, tetapi kebutuhan untuk

memastikan kelangsungan dan perkembangan bisnis di era digital yang penuh dengan peluang dan tantangan. Pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya perlu memberikan dukungan dan edukasi kepada UMKM agar mereka dapat menggunakan digital payment secara optimal dan aman. Dengan kolaborasi dan sinergi dari semua pihak, UMKM di Indonesia dapat berkembang pesat dan menjadi tulang punggung perekonomian nasional di era Society 5.0.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, M. S. (2015). Dampak Kebijakan E-Money Di Indonesia Sebagai Alat Sistem Pembayaran Baru. *Jurnal Akuntansi UNESA*, 3(2), 1–21.
- Aini, N., & Ovami, D. C. (2023). Financial Performance of Micro, Small and Medium Enterprises: A Study of Deli Serdang Regency. *International Journal of Economics Development Research (IJEDR)*, 4(2), 810-820.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organization Behavior and Human Decision Processes Journal*, Vol. 50(No. 2), 179–211.
- Al-Ghazali, B. M., Rasli, A. M., Yusoff, R. M., & Mutahar, A. Y. (2015). Antecedents of continuous usage intention of mobile banking services from the perspective of Delone and Mclean model of information system success. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5, 13–21.
- Alkhowaiter, W. A. (2020). Digital payment and banking adoption research in Gulf countries: A systematic literature review. *International Journal of Information Management*, 53(February), 102102.

<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102102>

Aribowo, D. P. J., & Nugroho, M. A. (2013). Pengaruh Trust Dan Perceived of Risk Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Menggunakan E-Commerce. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 2(1), 11–35. <https://doi.org/10.21831/nominal.v2i1.1646>

Astuti, L., & Wahana, W. D. W. (2019). *Influence Of Information Quality , System Quality, Service Quality And Security On User Satisfaction In Using E-Money Based Paytren Applications*. 3(2), 288–299.

Attalarik, M. R. (2023). *Peran Sistem Pembayaran Digital Dalam Revitalisasi UMKM*.

Azhar, S. (2004). *Sistem Informasi Manajemen*. Linggar Jaya.

Bala Kalyan, N., & Partha Sarathi, S. (2022). A Study on Digital Financial Literacy of Households of Kadapa, Andhra Pradesh. *International Journal of Advances in Engineering and Management (IJAEM)*, 4(February), 1230. <https://doi.org/10.35629/5252-040212301238>

Bank Indonesia. (2008). *Sistem Pembayaran & Pengelolaan Uang Rupiah*. <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/default.aspx>

Bank Indonesia. (2009). *Peraturan Bank Indonesia No.11/12/PBI/2009 Tentang Uang Elektronik (Elektronik Money)*.

Bank Indonesia. (2018). *Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 Tentang Uang Elektronik*.

BI Institute. (2023). *Dompot Digital Naik Daun, Membetot Minat Kala Pandemi*. Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/bi-institute/BI-Epsilon/Pages/Dompot-Digital--Naik-Daun,-Membetot-Minat-Kala-Pandemi.aspx>

Cakti, A. (2020). Studi: Pengguna Dompot Digital Meningkatkan Drastis di Masa Covid-19. *Antaraneews.Com*.

Chen, C.-W. (2010). Impact of Quality Antecedents on Taxpayer Satisfaction with Online Tax-Filling Systems - An Emprical Study. *Information & Management*, 47(5–6), 308–315.

<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.im.2010.06.005>

DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The Delone And Mclean Model Of Information Systems Success: A Ten-Year Update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30.
<https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>

DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2004). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30.
<https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>

DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2016). Information Systems

- Success Measurement. *Foundations and Trends in Information Systems*, 2(1), 1–116.
<https://doi.org/10.1561/29000000005>
- Dewi, K. A. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Dunkin' Donuts di Surabaya dan Sidoarjo). *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 9(1), 43.
<https://doi.org/10.26740/bisma.v9n1.p43-55>
- Fandi, A. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(3), 110–117.
- Filman Joshua. (2019). *APLIKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GO-JEK UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA*).
- Firdaus, M. R. (2018). E-Money Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Tahkim*, 14(1).
<https://doi.org/10.33477/thk.v14i1.613>
- Fitria, A., Munawar, A., & Pratama, P. P. (2021). Pengaruh Penggunaan Internet Banking, Mobile Banking Dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 1(1), 43–52.
<https://doi.org/10.37641/jikes.v1i1.406>
- Gomber, P., Koch, J. A., & Siering, M. (2017). Digital Finance

and FinTech: Current Research and Future Research Directions. *Journal of Business Economics*, 87(5), 537–580.

Gupta, H. (2011). *Management Information System: An Insight*. New Delhi: International Book House Pvt. Ltd.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2013). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications, Inc.

Handayani, N. L. P., & Soeparan, P. F. (2022). Peran Sistem Pembayaran Digital Dalam Revitalisasi UMKM. *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 1(3), 20–32.

Hidayati, S., Nurhayanti, I., Firmansyah, A., Fadly, A., & Darmawaan, I. Y. (2006). *Operasional E-Money*. Bank Indonesia.

Hoyer, W. D., & MacInnis, D. J. (2008). *Consumer Behavior* (Edisi 5). Cengage Learning.

Ihsan, A., Li, S., & Alexis, N. (2020). The Importance of Information, System and Service Quality of E-commerce Website on Customer Satisfaction and Loyalty in Bangladesh. *European Journal of Business and Management*, 113–131. <https://doi.org/10.7176/ejbm/12-14-11>

Iriani, A. F. (2018). Minat Nasabah dalam Penggunaan Mobile

Banking Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo. *DINAMIS- Journal of Islamic Management and Bussines*, 2(2), 100.

Jansen, C. F., Morasa, J., & Wangkar, A. (2018). Pengaruh Penggunaan Teknologi Informasi Dan Keahlian Pemakai Terhadap Kualitas Informasi Akuntansi (Studi Empiris Pada Pemerintah Kabupaten Minahasa Selatan). *Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi*, 13(04), 63–71. <https://doi.org/10.32400/gc.13.03.19994.2018>

Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Penerbit Andi.

Jung, Y., Mira, B. P., & Patton, S. W. (2009). Consumer Adoption of Mobile TV : Examining Psychological Flow And Media Content. *Computers in Human Behavior*, 25(1), 123–129. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2008.07.011>

Khalil, H. (2017). *The Role of the Quality of a Website in Consumer Perception*. 1–82.

Kotler. (2004). *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (Edisi Mile). PT. Prenhalindo.

Lestari, M., & Purnomo, H. D. (2021). *Pengaruh E-Payment Trust Terhadap Minat Transaksi Pada E-Marketplace Menggunakan Framework Technology Acceptance Model (TAM) 3 Effect of E-Payment Trust On Transaction Interest*

On E-Marketplace Using The Framework Technology Acceptance Model (TAM) 3. vol.8(no.5), 977–986.
<https://doi.org/10.25126/jtiik.202185212>

Ligon, E., Malick, B., Sheth, K., & Trachtman, C. (2019). What explains low adoption of digital payment technologies? Evidence from small-scale merchants in Jaipur, India. *PLoS ONE*, 14(7), 1–22.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0219450>

Livari, J. (2005). *An Empirical Test of the DeLone and McLean Model of Information System Success, Database Advances in Information System, Spring.*

Mahardika, A. (2022). *Keputusan Menggunakan QRIS Pada UMKM Selama Masa Pandemi Covid-19.* 3–5.

Mardiana, S., Tjakraatmadja, H. J., & Aprianingsih, A. (2015). Validating the Conceptual Model for Predicting Intention to Use as Part of Information System Success Model: The Case of an Indonesian Government Agency. *Procedia The Third Information Systems International Conference*, 353–360.

Marisa, O. (2020). Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Dan Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology. *Jurnal Administrasi Kantor, Vol. 8(No. 2)*, 139–152.

Maulana, R., Iskandar, I., & Mailany, M. (2018). *Pengaruh*

Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Acceptance Model. 2(2).

Mauludin, H. (2013). *Marketing Research: Panduan Bagi Manajer, Pimpinan Perusahaan Organisasi*. Elex Media Komputindo.

Mccartney, S., Murphy, C., & Mccarthy, J. (2020). *21st century HR: a competency model for the emerging role of HR Analysts model*. <https://doi.org/10.1108/PR-12-2019-0670>

Meida, D. (2017). *Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Layanan, Kualitas Infomasi, Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Manfaat Terhadap Kepuasan Pengguna E-Filling*.

Meuthia, R. F., Ananto, R. P., & Afni, Z. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat UMKM Terhadap Penggunaan Uang Elektronik Di Kota Padang. *Akuntansi Dan Manajemen*, 15(1), 143–155. <https://doi.org/10.30630/jam.v15i1.113>

Mukherjee, A., & Nath, P. (2003). A Model of Trust in Online Relationship Banking. *International Journal of Banking*.

Najib, M., & Fahma, F. (2020). Investigating the adoption of digital payment system through an extended technology acceptance model: An insight from the Indonesian small and medium enterprises. *International Journal on Advanced Science, Engineering and Information*

Technology, 10(4), 1702–1708.
<https://doi.org/10.18517/ijaseit.10.4.11616>

Nazar, M. R., & Syahrani. (2008). *Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan, dan Pengalaman terhadap Niat untuk Bertransaksi secara Online*.

Nelson, R. R., Todd, P. A., & Wixom, B. H. (2005). *Antecedents of Information and System Quality: An Empirical Examination Within The Context of Data Warehousing*.

Niken Widowati, M. K. (2022). *Adopsi Pembayaran Digital Qris Pada Umkm Berdasarkan Technology Acceptance Model*. 1(2), 325–347.

O'Brien, J. A. (2006). *Introduction to Information System Essentials For The eBusiness Enterprise* (Elevent). McGraw Hill Companies, Inc.

OCBC. (2023). *14 Jenis Kartu Kredit Menurut Limit Hingga Fungsinya*. OCBC.
<https://www.ocbc.id/id/article/2023/04/26/jenis-kartu-kredit>

Ong, C. S., & Day, M. Y. (2009). A Measurement of User Satisfaction with Question Answering Systems. *Information and Management*, 46(7), 397–403.

Ouedraogo, A. (2012). IT , SME ' s performance and regional development : an empirical study of insular firms. *Problems and Perspectives in Management*, January 2012.

<https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-84891874919&partnerID=40&md5=bc4766c04eb4b93c653c57359bbb10bd>

- Ovami, D. C., Wulandari, S., Setiana, E., Hairani, K., & Mustika, I. (2023). Trust in Adopting Digital Payment Systems for MSMEs. *International Journal Reglement & Society (IJRS)*, 4(3), 229-237.
- Petter, S., DeLone, W., & McLean, E. (2008). Measuring information systems success: Models, dimensions, measures, and interrelationships. *European Journal of Information Systems*, 17(3), 236–263. <https://doi.org/10.1057/ejis.2008.15>
- Pohan, A. (2011). *Sistem Pembayaran: Strategi dan Implementasi di Indonesia*.
- Pringgadini, S. A. (2023). *Pengaruh Kepercayaan, Perceived Security, Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan E-Payment Pospay (Studi Kasus Pengguna Pospay Kantor Pos Pati) Abstrak*. vol.5(1), 574–584. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1774>
- Rachmawati, I. K., Handoko, Y., Nuryanti, F., Wulan, M., & Hidayatullah, S. (2019). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Pelanggan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Proceeding of Management*, 4(2), 1617–1625.

- Rafisar, A., & Prapanca, D. (2023). *Factor Affecting The Intention of MSMEs in Sidoarjo To Use e- payment as a Payment Method [Faktor Yang Mempengaruhi Niat UMKM di Sidoarjo Menggunakan e-payment Sebagai Metode Pembayaran]*. 1–12.
- Raminda, A. N. A., & Ardini, L. (2014). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi Dan Kepuasan Pengguna Accurate Terhadap Kinerja Individu. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 3(9), 1–15.
- Ratmono, Yateno, & Putri, A. N. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Fitur Terhadap Minat Penggunaan Berkelanjutan Mobile Banking BRI Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Metro Pengguna M-Banking BRI). *International Journal of Research in Science, Commerce, Arts, Management and Technology*, 3(4), 410–421. <https://doi.org/10.48175/ijarsct-13062>
- Ridiyanto, A. (2014). *Pengaruh Informasi, Kualitas Sistem Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Sistem Informasi Klinik*.
- Saifuddin, M. (2013). *Pengaruh Jenis Endorser Dan Brand Name Terhadap Sikap Atas Iklan , Sikap Atas Merk Terhadap Sikap Atas Iklan , Sikap Atas Merk*. 3, 279–293.
- Scott, M., DeLone, W., & Golden, W. (2011). Association for

Information Systems AIS Electronic Library (AISeL) It Quality And Egovernment Net Benefits: A Citizen Perspective Recommended Citation "It Quality And Egovernment Net Benefits: A Citizen Perspective." *European Conference on Information Systems (ECIS)*, 87. <http://aisel.aisnet.org/ecis2011/87>

Sebayang, N. I. T. B., & Rahmawati. (2023). Pengaruh Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Qris Sebagai Alat Pembayaran Digital Umkm Halal Kota Medan. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance, Volume 6*(November), 491–502.

Shaid, N. J. (2023). *Apa Itu QRIS: Pengertian, Manfaat, dan Cara Membuatnya*. Kompas. <https://money.kompas.com/read/2023/04/11/223755726/apa-itu-qr-is-pengertian-manfaat-dan-cara-membuatnya?page=all>

Sholihin, & Ratmono, M. (2013). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 : Untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Penerbit Andi.

Sitinjak, T. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen, vol.5*(no.2), 27–39.

Sivathanu, B. (2019). Adoption of digital payment systems in

the era of demonetization in India: An empirical study. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 10(1), 143–171. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-07-2017-0033>

Suhendro, D. (2016). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Pelayanan Dan Ekspektasi Kinerja Terhadap Kepuasan Pengguna Dalam Penerapan Sistem Teknologi Informasi Pada Koperasi Di Kota Pematangsiantar. *Jurasik (Jurnal Riset Sistem Informasi Dan Teknik Informatika)*, 1(1), 33. <https://doi.org/10.30645/jurasik.v1i1.6>

Suryanto, Muhyi, H. A., & Kurniati, P. S. (2022). Use Of Digital Payment In Micro, Small And Medium Business. *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 7(1), 55–65. <https://doi.org/10.21608/pshj.2022.250026>

Tam, C., & Oliveira, T. (2017). Understanding mobile banking individual performance: The DeLone & McLean model and the moderating effects of individual culture. *Internet Research*, 27(3), 538–562. <https://doi.org/10.1108/IntR-05-2016-0117>

Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M., & Munawaroh, M. (2019). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia. *Jurnal Al-Qardh*, 4(1), 60–75. <https://doi.org/10.23971/jaq.v4i1.1442>

- Tazkiyyaturrohmah, R. (2018). Eksistensi Uang Elektronik Sebagai Alat Transaksi. *Muslim Heritage*, 3(1), 22–23.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Penerbit Andi.
- Tumarni. (2015). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi dan Penggunaan Nyata Terhadap Kepuasan Pemakai Laporan Keuangan (Studi Pada Satuan Kerja Perangkat Daerah Pemerintah Provinsi Jambi). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53.
- Urbanch, N., & Mueller, B. (2012). The Updated DeLone and McLean Model of Information System Success. *Berlin: Springer Science+Business Media*.
- Wang, Y. ., & Liang, Y. . (2008). Assessing e-government systems success: A validation of the DeLone and McLean model of information systems success. *Government Information Quarterly*, 25(4), 717–733.
- Wara, L. S., Kalangi, L., & Gamaliel, H. (2021). Pengujian Model Kesuksesan Sistem Informasi DeLone dan McLean Pada Sistem Aplikasi Pemeriksaan (SIAP) di Badan Pemeriksaan Keuangan Republik Indonesia Perwakilan Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing (GOODWILL)*, 12(1), 1–15.
- Widodo, A., Putranti, H. R. D., & Nurchayati. (2016). Pengaruh Kualitas Sistem Aplikasi dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Aplikasi RTS (Rail Ticketing

- System). *Jurnal Media Ekonomi Dan Manajemen*, 31(2), 160–181.
- Widowati, M. K. N. (2022). *Adopsi Pembayaran Digital QRIS Pada UMKM Berdasarkan Technology Acceptance Model*. 1(2), 325–347.
- Widyaningtyas, D. P. (2022). *Berkembangnya Tren Digital Payment System*. Unkartur.Ac.Id. <https://unkartur.ac.id/blog/2022/03/14/berkembangnya-tren-digital-payment-system/>
- Wijaya, T. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. PT Indeks Kembangan.
- Yuliasuti, D. (2017). 3 Era Perkembangan Digital Payment di Indonesia. *Digitination.Id*. <https://www.digination.id/read/01513/3-era-perkembangan-digital-payment-di-indonesia>
- Zhang, M. Y., & Dodgson, M. (2014). *Hightech Entrepreneurship in Asia: Innovation, Industry and Institutional Dynamics in Mobile Payments*. Edward Elgar Publishing Limited.

BIOGRAFI PENULIS



Debbi Chyntia Ovami, Lahir di Medan 10 Maret 1990. Menempuh Pendidikan tinggi S1 di Universitas Negeri Medan jurusan Pendidikan Akuntansi dan Program S2 di Universitas Sumatera Utara jurusan Akuntansi dan sekarang sedang menempuh perkuliahan S3 jurusan Akuntansi di Universitas Sumatera Utara. Sejak tahun 2015 sampai sekarang menjadi dosen tetap di Fakultas Ekonomi Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah. Saat ini penulis merupakan Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah. Penulis telah menghasilkan banyak karya dalam bentuk jurnal, buku dan lainnya.



Sari Wulandari, lahir di Medan, 21 Juii 1987. Menyelesaikan Pendidikan Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah tahun 2009, kemudian penulis melanjutkan pada Program Pasca Sarjana Jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Negeri Medan dan menyelesaikan S2 pada Tahun 2015. Saat ini penulis bekerja sebagai dosen di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah, dan mengampu matakuliah Pengantar Ekonomi Mikro, Pengantar Ekonomi Makro,

Perekonomian Indonesia serta penulis juga aktif sebagai anggota pengurus Forum Manajemen Indonesia (FMI) Korwil Sumut.

Esa Setiana, lahir di Deli Serdang, 12 April 1979. Menempuh pendidikan tinggi S1 di Universitas Muhammadiyah Sumatera



Utara jurusan Akuntansi dan Program S2 di Universitas Sumatera Utara jurusan Akuntansi. Saat ini penulis sedang menempuh perkuliahan S3 jurusan Akuntansi di Universitas Sumatera Utara.

Sejak tahun 2010 sampai sekarang menjadi dosen PNS di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Penulis pernah bekerja di beberapa Perusahaan Nasional mulai tahun 2002-2007. Penulis juga pernah mejadi staf pengajar di Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara tahun 2007-2010. Penulis sudah menerbitkan buku Akuntansi Keuangan Menengah dan *English For Business*.

DIGITAL PAYMENT UNTUK UMKM

Buku dengan judul Digital Payment Untuk UMKM, merupakan hasil studi yang dilakukan penulis tentang digital payment bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan konsep untuk mengidentifikasi faktor apa saja yang mempengaruhi niat UMKM menggunakan digital payment. Dengan pemanfaatan teknologi yang lebih intens diharapkan dapat meningkatkan transparansi dan akuntabilitas transaksi bisnis. Selain itu, membantu UMKM untuk meningkatkan kinerja.

Buku ini diperuntukkan bagi mahasiswa, pelaku UMKM maupun masyarakat luas yang ingin menambah pengetahuannya terkait dengan digital payment dan keperilakuan. Selain itu, buku ini membantu pemerintah dalam mengidentifikasi persentase UMKM yang memanfaatkan teknologi digital dan menentukan strategi yang tepat dalam meningkatkan jumlah UMKM yang go digital.



ISBN 978-623-8231-83-6 (PDF)

