

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENERAPAN METODE PEMBAYARAN DIGITAL PADA USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI SURAKARTA DALAM MENGHADAPI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0

Iga Destya Putri¹, Aniek Hindrayani², Salman Alfarisy Totalia³

¹Universitas Sebelas Maret, igadestya123@gmail.com

²Universitas Sebelas Maret, aniek_h@staff.uns.ac.id

³Universitas Sebelas Maret, salmantotal@fkip.uns.ac.id

DOI

<https://doi.org/10.26740/jupe.v11n2.p202-211>

Article history

Received

21 January 2023

Revised

24 April 2023

Accepted

28 April 2023

How to cite

Putri, I.D., Hindrayani, A., & Totalia, S. A. (2023). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penerapan Metode Pembayaran Digital Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Surakarta Dalam Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 11(2), 201-211.

<https://doi.org/10.26740/jupe.v11n2.p202-211>

Kata Kunci: pembayaran digital, UMKM, *technology acceptance model* (TAM)

Keywords: digital payment, MSMEs, *technology acceptance model* (TAM)

Corresponding author

Iga Destya Putri

igadestya123@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis factor-faktor yang memengaruhi sikap dan niat UMKM Kota Surakarta dalam menerapkan sistem pembayaran digital. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan subjek penelitian UMKM Kota Surakarta yang telah menerapkan sistem pembayaran digital berjumlah 384 responden. Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan *purposive sampling* yaitu UMKM yang telah menerapkan pembayaran digital. Teknik analisis data menggunakan SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap persepsi kemanfaatan dan sikap UMKM Kota Surakarta dalam menerapkan pembayaran. Berikutnya, persepsi kemanfaatan berpengaruh terhadap sikap dan niat UMKM Kota Surakarta dalam menerapkan pembayaran digital. Selain itu, kepercayaan berpengaruh terhadap sikap dan niat UMKM Kota Surakarta dalam menerapkan pembayaran digital. Terakhir, sikap berpengaruh terhadap niat UMKM Kota Surakarta dalam menerapkan pembayaran digital.

Abstract

This study aims to analyze the determinants of the attitudes and intentions of UMKM in Surakarta City in implementing the digital payment system. This research is a quantitative descriptive research with 384 respondents as subjects of UMKM in Surakarta City who have implemented a digital payment system. The sampling technique was carried out using purposive sampling, namely MSMEs that have implemented digital payments. Data analysis technique using SEM-PLS. The results of the study show that perceived convenience influences perceptions of usefulness and attitudes of UMKM in Surakarta City in implementing payments. Next, the perception of expediency influences the attitudes and intentions of UMKM in Surakarta City in implementing digital payments. In addition, trust influences the attitudes and intentions of UMKM in Surakarta City in implementing digital payments. Finally, attitudes influence the intention of UMKM in Surakarta City to implement digital payments.

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).



PENDAHULUAN

Salah satu sektor yang memegang peranan penting dalam perekonomian di Negara Indonesia adalah UMKM. Hal ini dikarenakan jumlah UMKM cukup besar yaitu 99,9% dari seluruh pelaku usaha di Indonesia yang berjumlah 56,54 juta unit. Selain itu, UMKM juga dikenal sebagai usaha yang mampu berdiri ketika terdapat suatu tantangan atau krisis yang menimpa seperti pada tahun 1997-1998 yaitu hanya UMKM yang berhasil menghadapi krisis tersebut (Gunawan et al., 2019). Saat ini tantangan yang dihadapi oleh UMKM di Indonesia adalah munculnya era revolusi industri yang mana perkembangan teknologi mulai berkembang pesat, sehingga hal tersebut menjadikan tantangan bagi UMKM untuk mengikuti perkembangan zaman agar masih tetap dapat berdiri kokoh. Semakin bertambahnya tahun dalam dunia bisnis persaingan antar usaha semakin kompetitif, menjadikan daya saing UMKM semakin ketat. Hal tersebut dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam beradaptasi dengan teknologi, oleh sebab itu penting untuk mengetahui perilaku pelaku usaha dalam proses adopsi suatu teknologi.

Proses pengadopsian suatu teknologi baru dapat dianalisis menggunakan teori *technology acceptance model* (TAM) yang diusulkan oleh Davis (Davis, 1989). Model TAM dikembangkan dengan tujuan untuk mengamati dan menganalisis faktor-faktor yang dapat memengaruhi niat pengguna untuk mengadopsi teknologi baru. Secara keseluruhan, model dengan kerangka teori TAM sudah teruji 40% efektif untuk digunakan dalam penelitian yang memprediksi terkait sistem yang akan digunakan (Legris et al., 2003). Oleh karena itu, penelitian ini akan menggunakan dasar teori dari *Technology Acceptance Model* (TAM) yang digunakan untuk membuktikan faktor mana saja yang dapat memengaruhi UMKM mengadopsi adanya instrumen pembayaran digital.

Saat ini, telah banyak pelaku usaha yang memanfaatkan adanya teknologi. Umumnya teknologi hanya digunakan untuk komunikasi antara *customer* dan *supplier*; tetapi akhir-akhir ini pelaku usaha memanfaatkan teknologi sebagai sistem pembayaran. Berkembangnya internet yang pesat muncullah berbagai macam inovasi-inovasi salah satunya di bidang layanan finansial serta pemrosesan transaksi (Rahma, 2018). Dengan semakin berkembangnya *fintech* khususnya pada layanan pemrosesan transaksi, maka instrumen-instrumen pembayaran non tunai juga ikut

berkembang dan dapat menjadi pilihan alternatif untuk dimanfaatkan oleh UMKM untuk meningkatkan aspek kemudahan dalam bertransaksi sehingga dapat membantu peningkatan dalam hasil penjualannya (Rustanto & Kartini, 2019). Instrumen pembayaran non tunai di Indonesia sudah memiliki dua jenis instrumen yaitu Uang Elektronik (*Server* dan *Chip*) dan Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (ATM, Debit, dan Kredit).

Fenomena *cashless* sudah berkembang cepat selama 5-6 tahun terakhir, mengakibatkan masyarakat mulai terbiasa hidup dengan uang digital. Kebiasaan dalam melakukan transaksi secara digital mulai diperkenalkan ke konsumen pedesaan dan usaha kecil menengah (Anjelina, 2018). Menurut riset yang dilakukan oleh Ipsos Media Conference - Strategi Menang Tanpa Bakar Uang | Ipsos, 2020 menyatakan bahwa pemakaian dompet digital minimal sudah sebesar 68% seminggu sekali. Mereka memilih menggunakan dompet digital karena adanya rasa kenyamanan, yang berarti masyarakat tidak harus membawa uang berlebih, tidak risau terhadap uang kembalian, dan tidak perlu membawa kartu debit/kredit. Hal ini dibuktikan pada data statistik Bank Indonesia yang menunjukkan bahwa peredaran uang elektronik dan dompet digital terus mengalami kenaikan, yaitu jumlah uang elektronik yang beredar pada tahun 2021 telah mencapai 79,58 juta sedangkan jumlah peredaran dompet digital pada tahun 2021 mencapai 495,75 juta. Sehingga, dengan melihat data tersebut dimana peredaran jumlah uang elektronik dan dompet digital terus mengalami kenaikan maka dapat mencerminkan bahwa konsumen Indonesia mulai memiliki sikap *cashless society*.

Berdasarkan penjelasan diatas, dengan adanya fenomena *cashless society* di Indonesia peluang UMKM untuk menerapkan metode pembayaran digital lebih besar, tetapi disini UMKM justru merasa dengan menerapkan metode pembayaran digital tidak akan mendapatkan keuntungan dan akan menimbulkan biaya tambahan. Hal tersebut disebabkan karena masing-masing penyedia dompet digital memberlakukan scan QR untuk melakukan transaksi, sehingga UMKM harus menyediakan masing-masing QR dari setiap dompet digital. Menanggapi masalah tersebut, Bank Indonesia kemudian menerbitkan sistem pembayaran dengan menggunakan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) yang dapat diakses oleh semua dompet digital maupun *m-banking*, sehingga dengan adanya QRIS dapat membantu UMKM untuk

menerapkan adanya metode pembayaran digital dengan hanya menyediakan satu QR saja.

Solusi yang diberikan oleh Bank Indonesia dengan menerbitkan QRIS mampu meningkatkan jumlah UMKM dalam menerapkan sistem pembayaran digital, hal tersebut dikarenakan adanya kemudahan dan fleksibilitas yang diberikan oleh QRIS. Tingginya aktifitas ekonomi dapat mendorong peningkatan pengguna layanan pembayaran digital pada UMKM, sehingga akan mempermudah pembayaran transaksi ritel. Berdasarkan data Bank Indonesia khususnya pada provinsi Jawa Tengah jumlah UMKM tiap tahunnya meningkat dan pada Triwulan II tahun 2021 jumlah UMKM di Jawa Tengah mengalami peningkatan yang substansial serta tercatat sudah terdapat 673.705 UMKM yang sudah menyediakan layanan pembayaran digital dalam bentuk QRIS atau sudah tumbuh sebesar 116,53% (yoy) dan 15,50% (qtq). Selain itu, berdasarkan data statistik Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) adanya fenomena *cashless society* di Indonesia, salah satu volume transaksi yang dihabiskan oleh konsumen didominasi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa konsumen yang mulai hidup dengan *cashless* dan meningkatnya penjual dengan menggunakan instrumen pembayaran digital, mampu membantu meningkatkan volume transaksi penjualan terutama pada sektor UMKM.

Menurut data Bank Indonesia, antara lima kota yang menyediakan layanan pembayaran digital terbanyak, saat ini Kota Surakarta mempunyai pertumbuhan tertinggi di Triwulan II 2021 yaitu sebesar 20% (qtq) dan menjadi kota kedua yang menyediakan layanan pembayaran digital terbanyak. Kantor Perwakilan Bank Indonesia (KPw BI) Solo menyatakan bahwa sistem pembayaran digital mengalami peningkatan disebabkan karena Bank Indonesia saat ini sedang melakukan akselerasi peningkatan transaksi dan perluasan *merchant* QRIS melalui sosialisasi dan edukasi yang secara terus menerus diperluas baik dari sisi *demand* (penggunaan QRIS di sisi pengguna) maupun *suplai* (*merchant*).

Semakin meningkatnya pengguna *digital payment* dikalangan masyarakat, pelaku usaha semakin sadar bahwa dengan menerapkan *digital payment* pada usaha mereka akan mendapatkan beberapa manfaat. Dengan kemudahan dan manfaat yang diberikan oleh penyedia jasa dapat memicu UMKM untuk menerapkan teknologi tersebut,

karena adanya teknologi ini dapat mengurangi beban UMKM dalam berbagai hal seperti adanya efisiensi waktu, kegiatan transaksi jauh lebih cepat, tidak bingung akan uang kembalian, tidak menimbulkan antrian panjang, dll. Adanya beberapa keunggulan yang terdapat pada sistem pembayaran digital dapat meningkatkan sikap dan niat pelaku UMKM untuk menyediakan sistem pembayaran digital (Gunawan et al., 2019; Najib & Fahma, 2020; Xena & Rahadi, 2019).

Mengacu kepada penjelasan dan kondisi yang telah diuraikan diatas, penelitian terkait faktor-faktor yang dapat memengaruhi penerapan pembayaran digital pada UMKM di Kota Surakarta menarik peneliti untuk melakukan penelitian dengan topik tersebut. Tujuannya untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat menentukan keputusan UMKM dalam menerapkan adanya sistem pembayaran digital yaitu dari persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, dan kepercayaan.

Penelitian ini memberikan manfaat teoritis yaitu mengenai upaya meningkatkan pandangan dan wawasan terkait beberapa faktor yang dapat memengaruhi UMKM di Kota Surakarta dalam menerapkan sistem pembayaran digital didalam bisnis mereka, sehingga penelitian ini dapat berkontribusi dalam memajukan penyelenggara pemrosesan transaksi pembayaran dan menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya khususnya bagi UMKM di Kota Surakarta untuk meningkatkan literasi keuangan terhadap penerapan sistem pembayaran digital. Selain itu, penelitian ini juga mempunyai manfaat praktis yaitu diharapkan mampu memberikan pengetahuan dan wawasan baru kepada UMKM yang belum dapat menerapkan adanya sistem pembayaran digital pada usaha mereka, sehingga dengan adanya penelitian ini mampu dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk menerapkan adanya sistem pembayaran digital. Bagi Instansi Program Studi Pendidikan Ekonomi dapat menjadikan referensi dan informasi terkait dengan sistem pembayaran digital yang mulai berkembang pesat dan pengetahuan akan strategi marketing dengan sistem pembayaran digital, sehingga dengan hal tersebut dapat dijadikan sebagai bahan pengembangan kurikulum pada Prodi Pendidikan Ekonomi pada beberapa mata kuliah, seperti Kewirausahaan, Digital Marketing, dll.

METODE

Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM di Kota Surakarta yang telah menerapkan pembayaran digital dengan mengambil sampel berjumlah 384 UMKM menggunakan teknik *unknown population*. *Purposive sampling* digunakan sebagai teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan menetapkan kriteria sebagai bahan pertimbangan pengambilan sampel yaitu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam berbagai sektor di Surakarta yang telah menerapkan instrumen pembayaran digital dan pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan secara *offline* yaitu mendatangi setiap UMKM yang telah menerapkan sistem pembayaran digital. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan SEM-PLS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

1. Outer Model

Dalam model ini terdapat 2 model pengukuran yang digunakan yakni:

a. Uji Validitas

Convergent validity, pengukuran ini dianggap cukup apabila nilai *outer loading* diantara 0,5-0,6 (Chin, 1998) dan nilai rekomendasi *Average Variance Extract* (AVE) adalah lebih dari 0,5 tetapi apabila nilai AVE masih menunjukkan 0,4 hal ini dapat diterima karena jika nilai AVE < 0,5 tetapi nilai *composite reliability* lebih tinggi dari 0,6 dan validitas konvergen memenuhi syarat maka nilai AVE ini masih dapat diterima (Huang, 2013), dengan tabel sebagai berikut:

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Indikator	Outer loading	AVE	Keterangan
Persepsi Kemudahan (X1)	X1.1	0,664	0,477	VALID
	X1.2	0,657		VALID
	X1.3	0,714		VALID
	X1.4	0,649		VALID
	X1.5	0,668		VALID
	X1.6	0,553		VALID
	X1.7	0,562		VALID
	X1.8	0,657		VALID
Persepsi Kemanfaatan (X2)	X2.1	0,735	0,413	VALID
	X2.2	0,694		VALID
	X2.3	0,649		VALID
	X2.4	0,702		VALID
	X2.5	0,697		VALID
	X2.6	0,676		VALID
	X2.7	0,721		VALID

Kepercayaan (X3)	X2.8	0,648	0,543	VALID
	X3.1	0,804		VALID
	X3.2	0,779		VALID
	X3.3	0,773		VALID
	X3.4	0,630		VALID
	X3.5	0,684		VALID
Sikap (Y1)	Y1.1	0,661	0,488	VALID
	Y1.2	0,721		VALID
	Y1.3	0,759		VALID
	Y1.4	0,620		VALID
	Y1.5	0,725		VALID
Niat (Y2)	Y2.1	0,656	0,478	VALID
	Y2.2	0,665		VALID
	Y2.3	0,688		VALID
	Y2.4	0,719		VALID
	Y2.5	0,728		VALID

(Sumber: Data Primer Diolah, 2023)

Pada pengujian validitas *converget validity* dapat disimpulkan bahwa indikator dari variabel persepsi kemudahan (X1), persepsi kemanfaatan (X2), kepercayaan (X3), sikap (Y1), dan niat (Y2) memperoleh nilai diatas 0,5 dan nilai AVE kurang dari 0,5 dengan syarat *composite reliability* lebih tinggi dari 0,6 dapat diterima.

b. Uji Reliabilitas

Composite reliability dan *cronbach's alpha* dapat dikatakan reliabel apabila nilainya lebih dari 0,7 (Ghozali, 2013). Dengan tabel sebagai berikut:

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Composite Reliability	Cronbach's Alpha	Keterangan
Persepsi Kemudahan	0,848	0,796	RELIABEL
Persepsi Kemanfaatan	0,879	0,843	RELIABEL
Kepercayaan	0,855	0,788	RELIABEL
Sikap	0,826	0,737	RELIABEL
Niat	0,821	0,728	RELIABEL

(Sumber: Data Primer Diolah, 2023)

Pada uji reliabilitas *composite reliability* dan *cronbach's alpha* dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan (X1), persepsi kemanfaatan (X2), kepercayaan (X3), sikap (Y1), dan niat (Y2) memperoleh nilai diatas 0,7 maka dinyatakan reliabel.

2. Inner Model

Inner model digunakan untuk memprediksi hubungan sebab akibat antara variabel laten dan variabel yang tidak dapat diukur secara langsung dengan melihat nilai *R-Square*.

Nilai *R-Square* adalah nilai yang digunakan untuk menunjukkan seberapa besar variabel X memengaruhi variabel Y. Nilai *R-Square* 0,19-0,33 dikatakan lemah, 0,33-0,67 dikatakan moderat, lebih dari 0,67 dikatakan kuat (Ghozali, 2013).

Tabel 3. Uji Inner Model

Variabel	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>
Niat	0,452	0,448
Sikap	0,485	0,481
Persepsi Kemanfaatan	0,449	0,448

(Sumber: Data Primer Diolah, 2023)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa *R-Square* variabel niat memiliki nilai sebesar 0,452, hal ini berarti bahwa 45% variasi niat dapat dijelaskan oleh persepsi kemanfaatan, kepercayaan, dan sikap. Sisanya (100%-45=55%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan. Kemudian variabel sikap memiliki nilai sebesar 0,485, hal ini berarti bahwa 48% variasi sikap dapat dijelaskan oleh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan kepercayaan. Sisanya 52% dijelaskan oleh variabel diluar model penelitian. Serta 44% variabel kemanfaatan dapat dijelaskan oleh persepsi kemudahan, sisanya 56% dijelaskan oleh variabel diluar model. Berdasarkan hasil dari *R-Square* diatas maka hasil penelitian ini masuk dalam kategori moderat.

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dapat dilihat dari tabel *t-statistic* dan *p-value*. Hipotesis dapat dikatakan diterima apabila *p-value* < 0,05 dan *t-statistic* > 1,96. Hasil uji hipotesis ini dapat dilihat melalui *path coefficient* pada program *SmartPLS*, dengan tabel sebagai berikut:

Tabel 4. Uji Hipotesis

Hipotesis	<i>Original Sample Mean (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation</i>	<i>T Statistics</i>	<i>P Values</i>
H1	0,670	0,673	0,031	21,373	0,000
H2	0,322	0,322	0,060	5,373	0,000
H3	0,188	0,188	0,049	3,837	0,000
H4	0,116	0,115	0,048	2,425	0,015
H5	0,307	0,310	0,053	5,819	0,000
H6	0,241	0,241	0,047	5,083	0,000
H7	0,424	0,427	0,051	8,300	0,000

(Sumber: Data Primer Diolah, 2023)

PEMBAHASAN

Persepsi kemudahan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap persepsi kemanfaatan pada UMKM di Kota Surakarta

Hasil pengujian hipotesis pertama diterima, berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan metode SEM-PLS diperoleh hasil *t-statistic* variabel kemudahan terhadap kemanfaatan sebesar 21.373 > 1,96 dan *p-values* 0,000 < 0,05. Hal ini diartikan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap persepsi kemanfaatan.

Pada hasil penelitian yang dilaksanakan, menyatakan bahwa UMKM menganggap dengan adanya rasa kemudahan penggunaan dalam mengadopsi layanan pembayaran digital pada usaha yang didirikan mampu meningkatkan persepsi kemanfaatan pada UMKM itu sendiri, sehingga dapat dikatakan kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang positif dengan kata lain semakin tinggi tingkat persepsi kemudahan yang dirasakan oleh UMKM maka akan diikuti oleh persepsi kemanfaatan. Dapat dilihat ketika seorang pengguna merasa mudah belajar mengoperasikan suatu teknologi dan dalam penggunaannya lebih sederhana maka secara tidak langsung pengguna tersebut akan mendapatkan manfaat dari teknologi yang digunakan, tanpa adanya kemudahan untuk mengakses teknologi tersebut maka tidak ada manfaat yang dirasakan oleh penggunanya.

Dengan demikian hasil pengujian hipotesis pertama ini diterima karena sejalan dengan hasil penelitian (Najib & Fahma, 2020) dan (Davis, 1989) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan menggambarkan sejauh mana tingkat kemudahan penggunaan layanan pembayaran digital yang dirasakan oleh UMKM akan membawa dampak kemanfaatan terhadap usahanya, seperti aktivitas transaksi dapat dilakukan secara cepat dan akurat sehingga UMKM akan memiliki rasa kepuasan dan kenyamanan ketika mengadopsi layanan pembayaran digital pada usahanya.

Persepsi kemudahan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap sikap UMKM di Kota Surakarta dalam menerapkan layanan pembayaran digital

Hasil pengujian hipotesis kedua diterima, berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan metode SEM-PLS diperoleh hasil *t-statistic* variabel kemudahan terhadap sikap sebesar 5.373 > 1,96 dan *p-values* 0,000 < 0,05 yang berarti bahwa persepsi

kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap UMKM di Kota Surakarta dalam menerapkan pembayaran digital.

Pada hasil penelitian ini salah satu faktor yang mendorong UMKM untuk mengadopsi adanya metode pembayaran digital pada usaha yang didirikan adalah dari aspek kemudahan penggunaan yang diberikan oleh teknologi tersebut. UMKM merasa tidak ada kesulitan dalam mengoperasikan teknologi tersebut, dalam artian mereka dapat dengan mudah beradaptasi dengan teknologi baru secara cepat karena didukung oleh fitur-fitur yang ramah pengguna. Seperti bahasa yang mudah dimengerti, layout pada aplikasi tersusun dengan baik, sampai pada cara pendaftaran yang lebih mudah. UMKM menganggap bahwa hadirnya teknologi baru khususnya dalam sistem pembayaran digital menumbuhkan pola pikir bahwa dengan adanya metode pembayaran digital maka akan mempermudah transaksi penjualan. Keputusan yang diambil untuk mengadopsi adanya sistem pembayaran digital pada usaha karena mereka menemukan adanya kemudahan yang diberikan oleh teknologi tersebut sehingga akan menimbulkan efisiensi waktu maksimal. Oleh karena itu, dengan adanya kemudahan yang dirasakan oleh UMKM mampu menggerakkan respon yang positif terhadap sistem pembayaran digital.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian dari (Najib & Fahma, 2020) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan memiliki hubungan yang signifikan terhadap sikap UMKM dalam menerapkan pembayaran digital. Dalam penelitian tersebut menjelaskan bahwa dalam menggunakan layanan pembayaran digital pengguna merasakan adanya kemudahan dalam menggunakan teknologi maka akan menimbulkan sikap positif terhadap pembayaran digital, sehingga penting bagi penyedia teknologi tersebut untuk mengembangkan produk yang mudah untuk digunakan agar pengelola UMKM dapat memanfaatkan teknologi tersebut sebagai salah satu metode pembayaran digital. Selain itu penelitian (Aslam et al., 2017) menyatakan bahwa dengan adanya tingkat kemudahan dari segi pengunduhan dan pendaftaran aplikasi sampai dengan tata cara pengoperasian, dapat meningkatkan sikap positif terhadap layanan pembayaran digital.

Persepsi kemanfaatan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap sikap UMKM di Kota Surakarta dalam menerapkan layanan pembayaran digital

Hasil pengujian hipotesis ketiga diterima, berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan metode SEM-PLS diperoleh hasil *t-statistic* variabel kemanfaatan terhadap sikap sebesar $3.837 > 1,96$ dan *p-values* $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa persepsi kemanfaatan secara positif memengaruhi sikap UMKM di Kota Surakarta dalam menerapkan layanan pembayaran digital.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, UMKM mengetahui secara baik manfaat yang diberikan oleh suatu teknologi. UMKM berpendapat bahwa dengan hadirnya sistem pembayaran digital akan menambah nilai manfaat dalam menggunakan teknologi tersebut, sehingga dapat menunjang pekerjaan menjadi lebih efektif dan efisien serta usaha yang selama ini didirikan tidak akan tertinggal dengan perkembangan zaman. UMKM cenderung mengidentifikasi bahwa hadirnya sistem pembayaran digital dirasa lebih menguntungkan yaitu lebih simple dan juga aman. Selain itu, proses transaksi akan jauh lebih cepat dan pencatatan omzet penjual juga otomatis tercatat di aplikasi yang dapat dilihat secara *realtime*. Persepsi kemanfaatan merupakan suatu pandangan yang subjektif mengenai manfaat yang diterima oleh UMKM dalam peningkatan kinerja karena menggunakan sistem pembayaran digital. UMKM mengetahui manfaat yang diperoleh dapat memengaruhi sikap pengguna baik itu perasaan senang, puas, nyaman, dan menerima adanya teknologi tersebut karena dapat meningkatkan kinerja, produktivitas, dan efektifitas kinerja. Maka dapat disimpulkan dengan adanya nilai manfaat dari teknologi tersebut dapat meningkatkan sikap positif UMKM terhadap sistem pembayaran digital.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian (Alkhowaiter, W. A) dan (Najib & Fahma, 2020) yang menyatakan bahwa pemilik UMKM akan merasa bahwa teknologi yang digunakan akan bermanfaat bagi usahanya, baik dalam hal peningkatan kualitas transaksi maupun dalam akurasi transaksi maka mereka akan senang dengan sistem pembayaran digital.

Persepsi kemanfaatan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat UMKM di Kota Surakarta dalam menerapkan layanan pembayaran digital

Hasil pengujian hipotesis keempat diterima. Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan metode SEM-PLS diperoleh hasil *t-statistic* variabel kemanfaatan terhadap sikap sebesar $2.425 > 1,96$ dan *p-values* $0,015 < 0,05$ yang berarti bahwa persepsi kemanfaatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat UMKM di Kota Surakarta dalam menerapkan pembayaran digital.

Dalam penelitian ini, adanya hubungan yang positif antara persepsi kemanfaatan dengan sikap UMKM dalam menerapkan sistem pembayaran digital mampu menjembatani dengan baik antara hubungan persepsi kemanfaatan dengan niat UMKM dalam mengadopsi sistem pembayaran digital. Disini UMKM telah mendapatkan sikap positif terhadap sistem pembayaran digital karena mengetahui secara langsung manfaat yang diberikan oleh teknologi tersebut. Oleh karena itu, UMKM telah mempercayai hadirnya sistem pembayaran digital di dalam usahanya akan membawa dampak yang positif pada peningkatan kinerja saat menggunakan sistem pembayaran digital. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat manfaat yang didapatkan oleh UMKM dalam menerapkan adanya sistem pembayaran digital dan mereka mendapatkan respon positif terhadap teknologi tersebut maka hal tersebut dapat menggerakkan niat UMKM untuk mengadopsi adanya sistem pembayaran digital pada usaha yang didirikannya.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian (Wiradinata, 2018) dan (Gunawan et al., 2019) yang menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan memiliki hubungan yang signifikan terhadap niat UMKM dalam mengadopsi adanya sistem pembayaran digital pada usahanya dan UMKM percaya dengan menerapkan adanya sistem pembayaran digital dapat meningkatkan performa kinerja mereka.

Kepercayaan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap sikap UMKM di Kota Surakarta dalam menerapkan layanan pembayaran digital

Hasil pengujian hipotesis kelima diterima. Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan metode SEM-PLS diperoleh hasil *t-statistic* variabel kepercayaan terhadap sikap sebesar $5.819 > 1,96$ dan *p-values* $0,000 < 0,05$ yang menyatakan bahwa kepercayaan memiliki hubungan yang positif dan

signifikan terhadap sikap UMKM di Kota Surakarta dalam menerapkan layanan pembayaran digital.

Kepercayaan merupakan hal yang sangat krusial yang harus dimiliki oleh calon pengguna dari suatu teknologi, untuk menghindari adanya kemungkinan yang tidak diinginkan saat menggunakan teknologi tersebut. Oleh karena itu, persepsi kepercayaan sangat dibutuhkan oleh UMKM untuk bahan pertimbangan mereka sebelum mengadopsi adanya sistem pembayaran digital, karena pada teknologi tersebut berhubungan dengan uang dan informasi pribadi UMKM. Oleh karena itu, UMKM memastikan terlebih dahulu apakah teknologi tersebut memberikan keamanan maupun keterjaminan, mengingat bahwa dengan berlangsungnya transaksi secara digital rentan akan kejahatan. Dalam hasil pengkajian data menyatakan bahwa, UMKM memiliki rasa kepercayaan terhadap sistem pembayaran digital dan meyakini bahwa teknologi tersebut memberikan keamanan untuk menghindari adanya kejahatan teknologi dan transaksi dapat lebih dipercaya. Semakin tinggi tingkat kepercayaan UMKM dalam hal keamanan transaksi dan privasi, maka tingkat kekhawatiran terhadap kejahatan digital akan menurun. Sehingga dapat disimpulkan bahwa UMKM di Kota Surakarta menaruh kepercayaan yang tinggi terhadap sistem pembayaran digital yang mengakibatkan adanya sikap positif yang dirasakan oleh UMKM.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Najib & Fahma, 2020) yang menyatakan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh secara positif terhadap sikap UMKM dalam menerapkan adanya sistem pembayaran digital. Selain itu, penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian dari (Putri et al., 2022) yang menyatakan bahwa persepsi kepercayaan memiliki hubungan yang signifikan terhadap sikap dalam menggunakan sistem pembayaran digital.

Kepercayaan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat UMKM di Kota Surakarta dalam menerapkan pembayaran digital

Hasil pengujian hipotesis ke enam diterima. Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan metode SEM-PLS diperoleh hasil *t-statistic* variabel kepercayaan terhadap niat sebesar $5.083 > 1,96$ dan *p-values* $0,000 < 0,05$ yang berarti kepercayaan memiliki hubungan yang signifikan dan positif dalam memengaruhi niat UMKM di Kota Surakarta

untuk menerapkan adanya sistem pembayaran digital.

Dari hasil pengujian sebelumnya, yang menunjukkan bahwa UMKM menaruh kepercayaan terhadap suatu teknologi akan memengaruhi sikap positif UMKM terhadap teknologi tersebut, sehingga mampu menjembatani UMKM untuk akhirnya memiliki niat dalam menggunakan sistem pembayaran digital. Dalam penelitian ini UMKM menganggap bahwa dengan adanya layanan pengaduan kendala yang disediakan oleh penyedia jasa teknologi, mengakibatkan UMKM merasa bahwa teknologi tersebut dapat dipercaya dalam hal melakukan transaksi secara digital. Maka dapat dikatakan semakin tinggi tingkat kepercayaan UMKM dengan menerapkan adanya pembayaran digital dan semakin besar pula keamanan yang diberikan oleh penyedia jasa, dapat memengaruhi niat UMKM dalam mengadopsi sistem pembayaran digital yang dapat mempermudah dalam hal transaksi pembayaran. Hasil hipotesis ini diterima dan sesuai dengan hasil penelitian (Najib & Fahma, 2020) dan (Sijabat et al., 2019) yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh secara positif dan signifikan kepercayaan terhadap niat UMKM dalam menerapkan sistem pembayaran digital.

Sikap memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat UMKM di Kota Surakarta dalam menerapkan layanan pembayaran digital

Hasil pengujian hipotesis ke tujuh diterima. Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan metode SEM-PLS diperoleh hasil *t-statistic* variabel sikap terhadap niat sebesar $8,300 > 1,96$ dan *p-values* $0,000 < 0,05$ bahwa dalam penelitian ini adanya sikap positif yang dimiliki oleh UMKM memengaruhi niat dalam menerapkan adanya layanan pembayaran digital.

UMKM menganggap bahwa dengan menerapkannya sistem pembayaran digital dapat membagikan perasaan positif terhadap usahanya, yaitu dapat memperlancar proses transaksi pembayaran dan memberikan kemudahan bagi kedua belah pihak yaitu dari pembeli maupun penjual. Persepsi UMKM terhadap penggunaan teknologi dapat dirasakan oleh UMKM yang mana mereka mendapatkan manfaat positif terhadap penggunaan teknologi tersebut, sehingga ide untuk menerapkan adanya sistem pembayaran digital merupakan ide yang bagus dan diperlukan dalam sebuah usaha. Selain itu dalam menerapkan adanya sistem pembayaran digital, UMKM memiliki

kepercayaan bahwa sistem pembayaran tersebut memberikan tingkat keamanan dan *privasi*. Hal tersebut perlu dimiliki oleh UMKM karena mengingat bahwa data-data berupa keuangan dan informasi pribadi tersimpan secara digital maka UMKM perlu memastikan bahwa teknologi yang digunakan memiliki tingkat keamanan yang baik. Adanya persepsi kemudahan, kemanfaatan, dan kepercayaan yang dimiliki oleh UMKM berhasil memberikan sikap positif terhadap sistem pembayaran digital dan hal tersebut tentunya juga menggerakkan niat UMKM dalam menerapkan sistem pembayaran digital. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa UMKM yang telah mempunyai respon atau sikap positif maka hal tersebut mampu memengaruhi niat UMKM mengadopsi adanya sistem pembayaran digital dalam usaha mereka.

Hasil hipotesis ini diterima dan sesuai dengan hasil penelitian (Citradika et al., 2019) dan (Najib & Fahma, 2020) yang menyatakan bahwa sikap seorang pengguna terhadap suatu teknologi dapat ditentukan oleh dua persepsi yaitu persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan, adanya kedua faktor tersebut didalam teknologi maka dapat menumbuhkan niat UMKM dalam menerapkan adanya sistem pembayaran digital. Untuk mempercepat pertumbuhan minat UMKM dalam mengadopsi adanya sistem pembayaran digital, maka penyedia jasa teknologi dapat melaksanakan pelatihan sekaligus meyakinkan UMKM bahwa dengan menyediakan sistem pembayaran digital pada usaha mereka dapat mempermudah dan berguna bagi UMKM sendiri.

SIMPULAN

Berdasarkan pengujian hipotesis dapat dibuat kesimpulan yaitu: (1) persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap persepsi kemanfaatan dalam menerapkan sistem pembayaran digital pada UMKM di Kota Surakarta. (2) Persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dalam memengaruhi sikap UMKM di Kota Surakarta dalam menerapkan sistem pembayaran digital. (3) Persepsi kemanfaatan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dalam memengaruhi sikap UMKM di Kota Surakarta dalam menerapkan sistem pembayaran digital. (4) Persepsi kemanfaatan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dalam memengaruhi niat UMKM di Kota Surakarta dalam menerapkan sistem pembayaran digital. (5) Kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dalam memengaruhi sikap UMKM di

Kota Surakarta dalam menerapkan sistem pembayaran digital. (6) Kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dalam memengaruhi niat UMKM di Kota Surakarta dalam menerapkan sistem pembayaran digital. (7) Sikap memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dalam memengaruhi niat UMKM di Kota Surakarta dalam menerapkan sistem pembayaran digital.

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan sebuah informasi dan pengetahuan terkait faktor apa saja yang dapat memengaruhi UMKM di Kota Surakarta dalam menerapkan adanya sistem pembayaran digital. Pengetahuan yang dimiliki oleh pengguna berasal dari segi kemudahan dan kemanfaatan, adanya pengetahuan tersebut dapat dijadikan pemicu untuk mengadopsi layanan pembayaran digital pada usaha mereka dan dipengaruhi oleh literasi keuangan yang dimiliki oleh pengguna. Pengguna harus mengetahui manfaat yang didapat dan usaha yang dikeluarkan ketika menggunakan teknologi tersebut. Pengetahuan mengenai kepercayaan juga dijadikan sebagai salah satu latar belakang pengguna menggunakan teknologi tersebut, karena mengingat negara berkembang yang salah satunya adalah Indonesia tingkat kriminalitas teknologinya masih tinggi sehingga pengguna harus menumbuhkan sikap kepercayaan terhadap teknologi tersebut. Pengetahuan ini dapat digunakan oleh UMKM untuk mengambil keputusan dalam menggunakan suatu teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alkhowaiter, W. A. (2020). Digital payment and banking adoption research in Gulf countries: A systematic literature review. *International Journal of Information Management*, 53.
- Anjelina. (2018). Persepsi Konsumen Pada Penggunaan E-Money. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 2(2).
- Aslam, W., Ham, M., & Arif, I. (2017). Consumer Behavioral Intentions Toward Mobile Payment Service: An Empirical Analysis in Pakistan. *Trziste*, 29(2), 161–176.
- ASPI. Berita Statistik Sistem Pembayaran Indonesia Triwulan II-2021. <https://www.aspi-indonesia.or.id/assets/pdf/2021-2nd-q-report.pdf>
- Bank Indonesia. (2021). Statistik Sistem Pembayaran. <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/ssp/Default.aspx>
- Bank Indonesia. (2021). Laporan Perekonomian Provinsi Jawa Tengah <https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/lpp/Pages/Laporan-Perekonomian-Provinsi-Jawa-Tengah-Agt-2021.aspx>
- Chin, W. W. (1998). The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling. *Modern Methods for Business Research*.
- Citradika, D. K., Atahau, A. D. R., & Satrio, D. (2019). The Use of Non Cash Transactions Among Batik SMES: An Empirical Review From Indonesia. *International Journal of Business and Society*, 20, 397–416.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 319–339.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, H., Sinaga, B. L., & Sigit Purnomo, W. P. (2019). Assessment of the readiness of micro, small and medium enterprises in using E-money using the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) method. *Procedia Computer Science*, 161, 316–323.
- Huang, C. C. et al. (2013). An Empirical Analysis of the Antecedents and Performance Consequences of Using the Moodle Platform. *Journal of Information and Education Technology*.
- Ipsos Media Conference - Strategi Menang Tanpa Bakar Uang | Ipsos. (2020). <https://www.ipsos.com/en-id/ipsos-media-conference-strategi-menang-tanpa-bakar-uang>
- Legris, P., Ingham, J., & Collette, P. (2003). Why Do People Use Information Technology? A Critical Review Of The Technology Acceptance Model. *Journal of Information and Management*, 40(3), 191–204.
- 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. 10(4).
- Putri, E. W., Isnaini, R. A., & Tristiana, S. P. (2022). Peran Sistem Digital Payment Sebagai Strategi Peningkatan Pendapatan Pada Usaha. *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics*, 2(2), 17–30.
- Rahma. (2018). Persepsi Masyarakat Kota Medan Terhadap Penggunaan Financial Technology (Fintech). *At-Tawassuth*, III, 642–661.

Putri, I.D., Hindrayani, A., & Totalia, S. A. (2023). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penerapan Metode Pembayaran Digital...

Rustanto, A. E., & Kartini, I. (2019). Efektivitas Pembayaran Non Tunai Pada Umkm Daerah Aliran Sungai Citarum. *Jurnal Lentera Bisnis*.

Sijabat, Y. P., Hutajulu, D. M., & Sihombing, P. (2019). Determinasi Technology Acceptance Model Terhadap Niat Penggunaan Fintech Sebagai Alat Pembayaran (Paymnet). *Seminar Nasional Dan Call for Paper*.

Wiradinata, T. (2018). Mobile Payment Service Adoption: The Role of Perceived Technology Risk. *International Conference on Orange Technology*.

Xena, P., & Rahadi, R. A. (2019). Adoption Of EPayment To Support Small Medium Enterprise Payment System: A Conceptualised Model. *International Journal of Accounting, Finance, and Business*, 4(18), 32–41.