

Peran Sistem *Digital Payment* Sebagai Strategi Peningkatan Pendapatan pada Usaha

Eka Wulandari Putri^{1*}, Rizkika Auliya Isnaini², Salsabila Putri Tristiana³

Universitas Negeri Malang

*eka.wulandari.1904226@students.um.ac.id

ABSTRACT

In this era, technology is developing rapidly and increasingly sophisticated so that it needs adaptation for its users. In their daily activities, humans cannot be separated from the internet and technology. This technology helps the community in carrying out their activities, especially for business actors, especially in digital payment systems. The existence of digital payments helps business actors in managing finances and transactions. The purpose of this study is to find out how the role of digital payments as a strategy in increasing business income. The method used is a systematic review which is one method that uses a review, study, structured evaluation, classification, and categorization of evidence based that has been produced previously. The results of this study indicate that digital payments have a positive impact on the level of business income. In addition, the majority of businesses have implemented digital payments in their payment systems. In the conceptual discussion, there is a match between the theory and the results of the research used.

Keywords: Digital Payments, Increased revenue, Business strategy, Financial Technology

ABSTRAK

Era ini, teknologi berkembang secara cepat dan semakin canggih sehingga perlu adaptasi bagi para penggunanya. Dalam aktivitas sehari-hari, manusia tidak bisa lepas dari internet dan teknologi. Teknologi tersebut membantu masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya terutama bagi para pelaku usaha khususnya dalam sistem pembayaran digital (*digital payment*). Adanya *digital payment* tersebut membantu para pelaku usaha dalam mengelola keuangan dan transaksi. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana peran *digital payment* sebagai strategi dalam meningkatkan pendapatan usaha. Metode yang digunakan yaitu *systematic review* yang merupakan salah satu metode yang menggunakan *review*, telaah, evaluasi terstruktur, pengklasifikasian, dan pengkategorian dari *evidence based* yang telah dihasilkan sebelumnya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *digital payment* memberikan dampak positif terhadap tingkat pendapatan usaha. Selain itu, mayoritas usaha telah menerapkan digital payment pada sistem pembayarannya. Pada pembahasan konseptual, terdapat kesesuaian antara teori dengan hasil penelitian yang digunakan.

Keywords: Digital Payment, Peningkatan Pendapatan, Strategi Bisnis, Financial Technology

PENDAHULUAN

Saat ini teknologi yang semakin berkembang memiliki peranan penting dalam kehidupan manusia, khususnya bidang bisnis. Dalam dunia bisnis, agar usaha bisa bersaing dipengaruhi oleh kemampuan untuk beradaptasi dengan teknologi (Najib &

Fahma, 2020). Adanya teknologi tersebut tidak lepas dari internet, sehingga masyarakat banyak menggunakan internet dalam menjalankan aktivitasnya sehari-hari karena memudahkan pekerjaan mereka (Wiyono & Kirana, 2021). Melihat kondisi bisnis di sekitar kita, dapat terlihat bahwa mereka yang kurang beradaptasi dengan teknologi tampak tertinggal daripada yang sudah mulai menggunakan teknologi. Teknologi tersebut sangat membantu dalam perkembangan bisnis seperti dari segi pemasaran, penjualan dan distribusi yang tentunya meningkatkan penjualan dan jangkauan pasar yang luas. Maka dari itu, adanya teknologi yang semakin berkembang menghasilkan suatu inovasi baru yaitu *Financial Technology* (Mustapha, 2018) (Kwabena et al., 2019).

Financial technology merupakan penggabungan antara jasa keuangan dan teknologi yang mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat (Azizah et al., 2020). Penggabungan tersebut yaitu layanan keuangan yang bisa diakses dari sebuah perangkat yang terhubung internet dengan mengunakan teknologi berupa *software* aplikasi maupun website. *Financial Technology (Fintech)* menjadikan layanan pada jasa keuangan semakin mudah dan berkembang serta mengubah perilaku konsumen yaitu dalam mengakses informasi dimanapun dan kapanpun (Nasution, 2021). Manfaat tersebut dapat dirasakan secara langsung dengan melihat banyaknya jasa keuangan yang semakin berkembang dalam menerapkan fintech dan penggunaanya yang semakin banyak.

Perkembangan *fintech* saat ini sudah banyak menampilkan inovasi aplikasi dalam layanan jasa keuangan, seperti alat pembayaran, alat pinjaman dan lain-lain (Sugiarti et al., 2019) (Handayani & Rianto, 2021). Salah satu fasilitas yang menonjol yaitu kemudahan dalam transaksi atau pembayaran berupa uang elektronik atau *digital payment* (Yuwana, 2020). Pemilihan digital payment dibandingkan dengan pembayaran tunai karena masyarakat yang ingin serba praktis dan mudah. Adanya penggunaan *digital payment* tersebut juga didorong oleh beberapa faktor seperti perubahan gaya hidup masyarakat yang serba cepat, pertumbuhan ekonomi, dan tingkat pembangunan suatu negara (Widyayanti, 2019). Artinya, manfaat dari adanya *digital payment* berbanding lurus dengan kebutuhan dan perubahan gaya hidup masyarakat.

Beberapa manfaat dari penggunaan *digital payment* yaitu membantu transaksi jual beli dan sistem pembayaran menjadi lebih efektif, efisien dan ekonomis. Selain itu, aktivitas keuangan dapat dilakukan dimana saja dengan mudah, aman, dan terkendali (Daud et al., 2022). Terbukti dari transaksi yang dulunya dilakukan dengan jarak dekat sekarang ini bisa dilakukan dengan jarak jauh (Andari et al., 2020). Pembayaran pun dilakukan dengan uang elektronik (*e-money*) atau pembayaran non tunai yang dapat diakses melalui komputer maupun *handphone* yang tentunya nyaman dan mudah digunakan (Shaury, 2019). Meskipun begitu, akses pembayarannya tetap *real time* sehingga pelaku usaha dapat mengontrol keuangannya. Sistem pembayaran ini tidak hanya berlaku pada *e-commerce*, tetapi juga pada transaksi langsung di tempat usaha. Oleh sebab itu, pemerintah menyarankan bagi pemilik usaha agar dapat bersaing dan mengembangkan bisnisnya dengan mengikuti perkembangan zaman salah satunya mengadopsi teknologi di bidang finansial yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan penjualan dan manajemen keuangan (Ozili, 2018) (Sugiharto et al., 2019). (Saputri, 2021).

Menurut (Sidharta & Sidh, 2014) dalam (Sari, 2020) adanya tuntutan perubahan teknologi dalam memenuhi kebutuhan masyarakat para pelaku usaha harus sadar

karakteristik masyarakat saat ini yaitu menginginkan kemudahan, pelayanan yang baik, kualitas produk, harga yang bersaing, dll. Selain itu, masyarakat ingin sesuatu yang fleksibel. Fleksibel yang dimaksud adalah beragamnya pilihan dalam bertransaksi yang memudahkan pembeli seperti adanya Go-Pay, OVO, Dana, dan masih banyak lagi (Natalina et al., 2021). *Brand-brand* tersebut juga pasti sudah tidak asing bagi masyarakat yang sudah mulai mengenal *digital payment*. Banyak masyarakat yang lebih memilih menggunakan *digital payment* karena mudah digunakan apalagi generasi milenial saat ini (Baraja & Gunawan, 2019) (Andari et al., 2020). Bagi generasi milenial yang selalu memegang *smartphone* juga tentunya *digital payment* menjadi pilihan tepat untuk transaksi.

Data dari Bank Indonesia volume transaksi uang elektronik atau *digital payment* dari tahun 2017 ke tahun 2018 meningkat hingga 3 kali lipat. Hal tersebut terjadi karena sistem pembayaran elektronik (non-tunai) memiliki banyak manfaat baik bagi penjual maupun pembeli. Bagi penjual, pencatatan keuangan lebih tersistem dan rapi tanpa ada yang terlewat. Sedangkan bagi pembeli mendapatkan berbagai macam tawaran dan promo saat membeli suatu produk. Maka dari itu, sistem pembayaran digital (*digital payment*) digunakan sebagai strategi dalam mendorong perekonomian usaha sekaligus mempercepat pencapaian inklusi keuangan di suatu negara (Widyayanti, 2019).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penulis ingin menelisik lebih jauh bagaimana peran *digital payment* sebagai strategi dalam meningkatkan pendapatan usaha. Dengan beragam pilihan sistem pembayaran digital dan kemudahan yang diberikan, apakah mampu meningkatkan pendapatan usaha. Topik ini perlu dikaji secara mendalam karena berkaitan dengan kehidupan masyarakat secara langsung dan sebagai bentuk penyesuaian dalam perubahan adanya teknologi. Tujuan dari penulisan artikel ini diharapkan mampu memberikan gambaran pembaca mengenai penerapan strategi meningkatkan pendapatan melalui *digital payment* pada suatu usaha.

METODE PENELITIAN

Artikel ini menggunakan metode penelitian *systematic review* yang merupakan salah satu metode yang digunakan dengan *mereview*, menelaah, evaluasi terstruktur, pengklasifikasian dan pengkategorian dari *evidence based* yang telah dihasilkan sebelumnya. *Systematic review* dibatasi hanya pada penelitian yang berbentuk artikel. Langkah dalam pelaksanaan *systematic review* sangat terencana dan terstruktur sehingga metode ini berbeda dengan metode yang hanya sekedar untuk menyampaikan studi literatur.

Tahapan dalam penelitian ini merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh E.Triandini,S. Jayanatha, A. Indrawan, G.W. Putra dan B. Iswara pada tahun 2019, yakni :

- a) Objek penelitian, objek penelitian ini adalah *digital payment* sebagai peningkatan pendapatan. Diambilnya objek penelitian ini karena para usahawan yang sudah mulai mengikuti kecanggihan teknologi, serta memudahkan pembayaran yang sering menggunakan uang non tunai.
- b) Metode penelitian, pada artikel ini ada beberapa tahapan dalam metode penelitiannya seperti *planning*, *conducting*, dan *Reporting*.

c) *Research question*, pada tahapan ini penulis menentukan pertanyaan yang sesuai dengan topic yang akan dibahas.

d) *Search process*, tahap pencarian untuk mendapatkan sumber yang sesuai dengan pertanyaan yang sudah dibuat pada tahap sebelumnya. Pada penelitian artikel ini kami mencari sumber pada google scholar.

e) *Inclusion and Exclusion Criteria*, tahapan ini menentukan kriteria dari data yang ditemukan, apakah data tersebut sudah layak digunakan sebagai sumber data untuk penelitian ataukah belum layak.

f) *Quality assessment*, sampai pada tahap ini yaitu pengevaluasian dengan beberapa pertanyaan yang menyangkut kriteria yang sudah ditentukan sebelumnya.

g) *Data Collection*, data-data yang dibutuhkan dalam penelitian dikumpulkan, kemudian dilakukan proses analisis.

h) *Data analyst*, tahapan ini setelah dianalisis, maka hasil yang telah dianalisa akan menjawab semua pertanyaan yang ada pada *research question*.

i) *Documentation*, pada tahap terakhir ni hasil penelitian dituliskan dalam bentuk artikel sesuai dengan format yang telah ditentukan sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Objek dari penelitian ini adalah penggunaan *digital payment* pada usaha yang terdapat di Indonesia dalam kurun waktu lima tahun terakhir ini. Alasan dalam pemilihan dari objek penelitian ini adalah melihat dari seberapa besar pengusaha baik dari kelas atas maupun kelas menengah sudah mulai menyesuaikan diri dengan tingkat perkembangan teknologi yang saat ini sudah semakin pesat, salah satu dalam bidang pembayaran atau transaksi yang sekarang menggunakan sistem digital. Berdasarkan dari topik dan objek penelitian yang telah diambil dari hasil proses perencanaan (*planning*), kemudian dilanjutkan untuk mengembangkan beberapa pertanyaan terkait dengan tujuan dari penelitian ini mengenai pengaruh dari penerapan *digital payment* pada tingkat pendapatan usaha. *Research question* pada penelitian ini meliputi:

1. Bagaimana pengaruh dari *digital payment* pada tingkat pendapatan usaha?
2. Bidang usaha apa saja yang sudah menerapkan sistem *digital payment*?
3. Sistem *digital payment* apa saja yang sudah digunakan oleh pengusaha?
4. Teori apa yang mendukung penggunaan *digital payment*?
5. Faktor apa saja yang mempengaruhi penerapan sistem *digital payment*?

Berdasarkan dari *research question* kami melakukan pencarian artikel penelitian yang terkait dengan topik penelitian ini, yang kemudian setelah diklasifikasikan berdasarkan dengan beberapa kriteria diantaranya merupakan artikel yang terbit dalam kurun waktu lima tahun terakhir dengan memiliki kesesuaian dengan topik penelitian sehingga dipilih 15 artikel dengan rincian pada Tabel 1:

Tabel 1. Hasil Search Process dan inclusion and Exclusion Criteria

No	Tipe Jurnal	Quality	Tahun	Jumlah
1.	Jurnal Sains Dan Seni ITS	S4 (10.12962/j23373520.v8i2.47898)	2019	1
2.	JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)	S2 (https://doi.org/10.31764/jmm.v5i4.5061)	2021	1
3.	Moneter: Jurnal Akuntansi dan Keuangan	S4		1
4.	Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)	S4 (https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i2.1079)	2021	1
5.	SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business	S4 (https://doi.org/10.37481/sjr.v3i3.224)	2020	1
6	Jurnal Riset & Jurnal Akuntansi	https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.553	2022	1
7.	E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana	S3	2020	1
8.	ISTITHMAR: Journal of Islamic Economic Development	https://doi.org/10.30762/itr.v5i2.3376	2021	1
9.	JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan	(https://doi.org/10.20527/jiep.v4i1.3556)	2021	1
10.	Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review	(https://doi.org/10.37195/jtebr.v2i1.58)	2020	1
11.	JESYA :Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah	(https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.299)	2021	1
12	Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Finansial Indonesia	(https://doi.org/10.31629/jiafi.v2i2.1713)	2019	1
13	Jurnal Manajemen Bisnis	(https://doi.org/10.38043/jmb.v17i2.2384)	2020	1
14	Jurnal Kajian Bisnis	(https://doi.org/10.32477/jkb.v27i2.56)	2019	1
15.	Journal of Financial Economics & Investment	(https://doi.org/10.22219/jofei.v1i3.17788)	2021	1

Dari 15 artikel tersebut kami melakukan penelaahan dan evaluasi atas data yang terdapat dalam artikel tersebut. Pengevaluasian ini dilakukan dengan merujuk pada *research question* yang telah ditentukan diatas. Sehingga dihasilkan data-data yang diinginkan yang akan dijadikan sebagai bahan analisis penelitian. Kemudian pada Tabel 2 ini menunjukkan hasil klasifikasi data dari semua artikel yang telah dipilih.

Tabel 2. Hasil Quality assessment

No	Tipe Jurnal	Pengaruh	Jenis usaha	Jenis digital paymeent	Teori	Faktor pendukung
1.	Jurnal Sains Dan Seni ITS	Cukup berpengaruh	UMKM	GO PAY,	Behaviour	Kemudahan penggunaan,

	(Baraja, Yusuf A., Gunawan, Janti, 2019)			OVO		kenyamanan dalam proses transaksi
2.	JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri) (Wijayani, Da hyang. Finanto, hasto., Kusni, Hendra Sanjaya. 2021)	Berpengaruh positif	UMKM	e-transaksi	Tidak ada	Faktor internal dan Ekstenal.
3.	Moneter: Jurnal Akuntansi dan Keuangan Margining sih, Ratnawaty, 2021	Berpengaruh positif pada peningkatan pendapatan	Pedagang	<i>E-Money</i>	Tidak ada	Faktor internal, kemudahan daan keamanan
4.	Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS) (Saputi, N Agus, 2021)	Dapat meningkatkan kegiatan operasional sehingga tingkat pendapatan pun meningkat.	UMKM	<i>E-Money</i>	teori TAM (Technology Acceptance Model)	Kemudahan dalam penggunaan
5.	Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting , Managemnt and Business (Sari, Santy Permata. 2020)	Berpengaruh pada tingkat konsumsi pelanggan	pedagang	Pembayaran digital	Tidak ada	Faktor interbal pedagang, (sifat dan perilakupelayanan yang diberikan)
6.	Jurnal Riset & Jurnal Akuntansi (Namira, Lidya, 2022)	Berpengaruh positif sehingga dapat meningkatkan kinerja keuangan dan produktivitas usaha	UMKM	e-money	Tidak ada	Kemudahan penggunaan
7.	E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis	Berpengaruh positif	UMKM	QRIS	Theory of planed behaviour	Pengaruh pihak eksternal

	Universitas Udayana (Setiawan, I Wayana, Mahyubi. 2020)				dan TAM Theory	
8.	ISTITHMAR: Journal of Islamic Economic Development)Natalina, Sri., Zunaidi, Arif., Risa Rahmah. 2021)	Memperluas jangkauan penjualan, namun tidak menjelaskan manfaat pada peningkatan pendapatan secara Langsung	UMKM	QRIS	Tidak ada teori	Tingkat melek teknologi
9.	JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan (Zada, C. Sopiana, Y, 2021)	70% berpengaruh positif dan 30% tidak berpengaruh	30 UMKM	GOPAY, OVO, DANA	Tidak ada	Adanya cashback dan juga diskon, lebih praktis
10.	Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review (Yuwana, Siti, 2020)	Terdapat kenaikan omset usaha	UMKM	QRIS	Tidak ada	Didukung dengan adanya pemasaran secara online
11.	JESYA : Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah (Suyanto, Umar Yeni., Purwanti, Ika, 2021)	Berpengaruh positif pada kinerja usaha	UMKM	E-Payment secara umum	Tidak ada	Daya saing
12.	Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Finansial Indonesia (Husna, Asmaul. Diki. 2019)	Belum ada pengaruh	Nelayan	<i>E-Fish Pay</i>	Tidak ada	Penghambat (ketergantungan pada tengkulak)
13.	Jurnal Manajemen Bisnis (Sihaloho, J Eva., Ramadan	Peningkatan pendapatan 5-10%	UMKM	E-Walet (QRIS)	Tidak ada	Kemudahan transaksi

	i, Atifah., Rahmayanti, Suci. 2020)					
14.	Jurnal Kajian Bisnis (Sari, Pristin Prima, 2019)	Berpengaruh positif	Pedagang Batik dan souvenir	<i>E-Wallet, e-banking, e-credit</i>	Tidak ada	Tidak ada
15.	Journal of Financial Economics & Investment (Nurvenia. Abdullah, M Faisal, 2021)	Berpengaruh positif	UMKM	Pembayaran digital	Tidak ada	Tidak ada

Pada proses analisis data ini peneliti melakukan analisis yang mana hasil analisis ini akan menjawab *Research Question (RQ)* yang telah ditentukan sebelumnya. Melalui *Research Question (RQ)* ini menjelaskan mengenai topik permasalahan yang peneliti angkat yaitu mengenai strategi usaha dalam meningkatkan pendapatan dengan menggunakan *digital payment*. Hasil penelitian ini lebih berfokus pada kurun waktu 8 tahun terakhir dimulai pada tahun 2015- 2022. Perkembangan metode pembayaran dengan menggunakan *digital payment* semakin berkembang dari tahun ketahun, dan perkembangan ini sangat didukung oleh generasi muda saat ini. Generasi *Z* saat ini dapat dikatakan sebagai generasi yang melek terhadap teknologi dibandingkan dengan generasi-generasi sebelumnya, hal ini terlihat dari persentase pemakai jasa keuangan non tunai terbesar dalam satu dekade adalah dari generasi *Z* (Kemenkeu, 2018).

Penggunaan *E-Money* pun juga sudah didukung oleh pemerintah yang ditandai dengan adanya Peraturan Bank Indonesia Nomor: 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*) yang kini sudah diperbarui menjadi PBI Nomor: 18/ 17/PBI/2016, mengenai *E-Money*. Pada tahun 2015 terlihat bahwa penggunaan *e-money* terus mengalami peningkatan, khususnya pada pemakaian kartu kredit dan kartu ATM. Sesuai dengan data Bank Indonesia jumlah transaksi penggunaan *e-money* pada tahun 2015 mencapai 535.579.528 kali dengan nominalnya mencapai Rp 5,283 triliun dan terus mengalami kenaikan pada tahun-tahun berikutnya. Lalu bagaimana dengan pengaruh penggunaan sistem sistem *digital payment* serta hasil analisis terkait dengan *research question* lainnya. Untuk penjelasan hasil analisis tersebut tersaji dalam point-point dibawah ini.

3.1.1. Pengaruh penerapan sistem *digital payment* pada tingkat pendapatan usaha

Berdasarkan dengan *research question* pertama mengenai pengaruh dari penerapan *digital payment* pada tingkat pendapatan usaha, yang mana berdasarkan artikel penelitian yang telah dilakukan maka diketahui 66% dari artikel penelitian yang dikumpulkan menyatakan bahwa adanya penggunaan digital payment memberikan dampak positif pada tingkat pendapatan usaha (Wijayani, Dahyang. Finanto, hasto., Kusni, Hendra Sanjaya, 2021; Marginingsih, Ratnawaty, 2021; Saputi, N Agus, 2021; Lestari, Meryana. dkk., 2019; Setiawan, I Wayana, Mahyubi, 2020; Zada, C. Sopiana, Y, 2021; Yuwana, Siti, 2020; Sari, Pristin Prima, 2019; Nurvania. Abdullah, M Faisal. 2021). Selain itu juga menurut penelitian dari (Namira, Lindya, 2022) yang menyatakan bahwa dengan adanya digital payment memberikan pengaruh

positif pada tingkat kinerja keuangan serta produktivitas UMKM. Hal ini dikarenakan adanya minat yang tinggi masyarakat terhadap penggunaan dari *digital payment*. Masyarakat berpendapat bahwa dengan memanfaatkan bahwa penerapan digital dapat memberikan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi pembayaran. Namun terdapat juga penelitian yang menyatakan *1 payment* tidak atau belum berpengaruh pada peningkatan pendapatan (Natalina, Sri., Zunaidi, Arif., Risa Rahmah, 2021). Hal ini bisa disebabkan karena adanya faktor lain seperti faktor SDM yang kurang bisa menggunakan teknologi, serta adanya keraguan akan keamanan pada metode pembayaran tersebut.

Melihat dari hasil penelitian terdahulu dapat dikatakan bahwa penggunaan teknologi pada ranah media pembayaran atau transaksi dalam usaha memiliki banyak manfaat bagi pemilik usaha namun juga memberikan manfaat pada pengguna atau disini konsumen yaitu memberikan berbagai kemudahan dalam melakukan pembayaran seperti lebih efektif dan efisien, tidak mengharuskan kita sebagai pembeli untuk keluar rumah, terlebih lagi saat kondisi pandemi COVID-19 seperti saat ini yang mengharuskan kita untuk mengurangi mobilitas diluar rumah. Selain itu juga masih banyak manfaat atau kemudahan yang ditimbulkan dari adanya *digital payment*.

3.1.2. Jenis usaha yang menerapkan sistem digital payment

Berdasarkan dengan hasil analisis terhadap artikel yang telah dikumpulkan, maka untuk Research question 2 jenis usaha yang mayoritas sudah menerapkan *digital payment* adalah jenis usaha UMKM. Hal ini bisa diketahui dari mayoritas sampel penelitian adalah UMKM yang mana memiliki wilayah-wilayah yang berbeda yaitu dalam 10 penelitian, selain itu juga terdapat usaha dagang (Pedagang), pengusaha, nelayan, yang juga telah menggunakan sistem *digital payment*. Penggunaan *digital payment* ini dimaksudkan agar dapat meningkatkan efektifitas dan juga efisiensi dalam kegiatan perdagangan mereka (Abidin, M Sofyan, 2015). Menurut (Bisnis.com 2019) pengguna *digital payment* dirincikan dalam transaksi retail (28%), Transportasi online (27%), pemesanan makanan online (20%), e-commerce (15%), dan pembayaran tagihan (7%).

Selain itu juga yang menjadi pendorong pemakaian *digital payment* ini adalah adanya kondisi pandemi covid-19 yang dalam kurun waktu 2 tahun terakhir yang tinggi, maka hal tersebut memberikan dampak yang berat bagi para usahawan kecil atau UMKM. Salah satunya adanya penurunan omset sampai menurut data ILO hampir 70% UMKM menyatakan berhenti produksi. Maka salah satu solusi atas hal ini penggunaan teknologi dalam pemasaran dan juga pembayaran memberikan manfaat yang cukup signifikan, karena dengan memanfaatkan teknologi dapat memperluas jangkauan pemasaran dan kemudahan pembayaran. Selain itu juga sebagian besar usaha yang sudah besar pun untuk saat ini sudah tidak menerima uang secara cash dan sudah beralih menggunakan sistem pembayaran digital.

3.1.3 Jenis digital payment yang banyak digunakan

Berdasarkan dari hasil analisis terhadap penelitian yang telah dilakukan maka dalam kurun waktu 5 tahun terakhir *digital payment* yang sering digunakan yaitu, OVO, GO-PAY, DANA, QRIS, dan juga e-money. Hal ini dapat dilihat dari hasil pemetaan dari penelitian yang telah dilakukan. Yang mana sesuai dengan (Baraja, Yusuf A., Gunawan, Janti, 2019) menjelaskan bawa minat masyarakat terhadap penggunaan dari berbagai media *digital payment* ini dikarenakan adanya rasa kenyamanan dan keamanan dalam menggunakan media tersebut. Dari jenis *digital payment* di atas menurut (CNN Indonesia, 2019) terdapat dua sistem

pembayaran digital yang memiliki pengguna terbanyak di Indonesia yaitu Go- Pay, dan OVO.

Yang mana tingkat kenyamanan dalam penggunaannya bergantung dari setiap individu masing-masing. Selain itu juga dalam penelitian yang sama juga menyebutkan bahwa dari setiap media tersebut memiliki tingkat risiko yang hampir sama serta memiliki hambatan yang saling berkaitan.

3.1.4 Teori yang Mendukung

Dalam temuan teori yang peneliti telah lakukan terdapat beberapa artikel penelitian yang menggunakan teori Behavioral Reasoning Theory yang mana teori ini digunakan untuk memahami penerapan dari suatu inovasi baru yang mana suatu perilaku tersebut akan dapat mendorong maupun menghambat dari adanya inovasi tersebut (Baraja, Yusuf A., Gunawan, Janti, 2019). Selain teori tersebut juga terdapat penelitian yang menggunakan TAM theory (Technology Acceptance Model) yang dikemukakan oleh Davis (1989), yang mana teori ini mengemukakan bahwa individu dapat menerima suatu teknologi baru karena mereka memiliki persepsi atau merasa dimudahkan dan memiliki manfaat sehingga pekerjaan mereka dapat dilakukan secara efektif dan efisien (Saputi, N Agus, 2021). Serta terdapat penelitian yang menggunakan kedua teori tersebut (Setiawan, I Wayana, Mahyubi. 2020). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa hasil penelitian memiliki kesesuaian dengan teori yang digunakan seperti terlihat dari adanya salah satu hasil kuesioner penelitian yang dilakukan oleh (Setiawan, I Wayana, Mahyubi. 2020) yang menunjukkan bahwa terdapat persepsi yang positif terhadap penggunaan payment digital seperti QRIS.

3.1.5. Faktor lain yang mendukung penggunaan digital payment

Faktor- faktor lain yang mendukung penggunaan digital payment dalam dunia usaha dan juga dari segi konsumen atau masyarakat adalah adanya faktor internal yaitu kemudahan dalam penggunaan, tingkat efektifitas dan efisiensi yang cukup tinggi, tingkat keamanan yang baik, dan kemudahan dalam mengakses media digital payment. Persepsi kemudahan dalam penggunaan ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan *digital payment* hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Marheni, D.K. Melani, Gracia.,2021; Namira, Lidya, 2022; Puteri I.f., Wijayangka, Candra, 2020;) Sedangkan untuk persepsi tingkat keamanan juga memiliki pengaruh positif, karena persepsi ini akan mempengaruhi tingkat kepercayaan pengguna sehingga semakin tinggi tingkat keamanannya maka calon pengguna akan bersedia menggunakan sistem pembayaran tersebut pendapat ini juga didukung oleh penelitian (Marheni, D.K. Melani, Gracia.,2021). Faktor lainnya adalah persepsi kebermanfaatan dari sistem ini yang mana pada penelitian (Namira, Lidya., 2022) menyebutkan bahwa hal ini memiliki andil besar dalam penggunaan *digital payment* bagi dari segi masyarakat maupun pelaku UMKM atau usaha. Bagi pelaku UMKM merasa dengan menggunakan sistem digital dapat memberikan kemudahan dan kecepatan dalam proses pembayaran sehingga berdampak positif juga pada tingkat kinerja dan produktivitasnya.

Untuk persepsi kemudahan sendiri dalam penggunaan dari *digital payment* ini juga dipengaruhi oleh karakteristik dari jenis sistem digital yang diterapkan, pernyataan ini sesuai dengan hasil penelitian dari (Firdaus, Z. Yuniar. dkk, 2022). Untuk karakteristiknya itu dilihat sesuai dengan jenis sistem masing masing. Sedangkan untuk persepsi kepercayaan dalam menggunakan *digital payment* dipengaruhi tingkat penggunaan dari sistem itu sendiri. yang mana tingkat penggunaan sistem ini dipengaruhi oleh tingkat kepuasan atas pelayanan yang diberikan (Lestari, Merryana. dkk, 2021). Selain dari faktor internal terdapat faktor

eksternal yang juga mempengaruhi penggunaan digital payment seperti adanya kondisi covid-19, adanya cashback maupun diskon yang memberikan daya tarik tersendiri bagi masyarakat, dan juga tingkat masyarakat yang melek teknologi yang cukup tinggi.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang sudah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan hasil *Systematic Review* mengatakan bahwa *digital payment* membawa pengaruh terhadap pendapatan usaha dimana dikatakan bahwa 66% dari artikel penelitian yang dikumpulkan menyatakan bahwa adanya penggunaan digital payment memberikan dampak positif pada tingkat pendapatan usaha. Jenis usaha yang mayoritas sudah menerapkan digital payment adalah jenis usaha UMKM. Selain itu, terdapat usaha dagang (Pedagang), pengusaha, nelayan, yang juga telah menggunakan sistem digital payment. Dalam kurun waktu 8 tahun terakhir digital payment yang sering digunakan yaitu, OVO, GO-PAY, DANA, QRIS, dan juga e-money. Pada penerapan *digital payment* ini juga didukung oleh beberapa faktor baik internal maupun eksternal seperti adanya persepsi masyarakat dan juga pengusaha mengenai kemudahan, kenyamanan, dan banyak memberikan dampak positif bagi mereka pribadi serta usaha yang dijalankan.

Keterbatasan

Keterbatasan dalam penelitian ini keterbatasan dalam penggunaan artikel yang belum cukup banyak sehingga data yang diperoleh pun juga terbatas. Selain itu kami memiliki belum optimal untuk mendapatkan artikel ilmiah yang memiliki tingkat kredibilitas yang tinggi serta jangkauan tahun yang luas. Berdasarkan dari keterbatasan dalam penelitian ini kami berharap untuk penelitian selanjutnya dapat lebih meningkatkan lagi untuk merujuk pada artikel ilmiah yang memiliki kredibilitas yang tinggi, dan juga bisa menggunakan beberapa variabel sekaligus sehingga dapat menghasilkan hasil yang lebih kompleks lagi serta bisa lebih memfokuskan pada satu bidang usaha hasilnya lebih terfokus.

Implikasi Praktis

Terlepas dari keterbatasan yang terdapat pada penelitian ini, peneliti berharap dengan adanya hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan sumber ilmu baru bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Serta diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan motivasi atau dorongan untuk para pelaku usaha dan juga bahan pertimbangan untuk bisa menggunakan sistem *digital payment* dalam proses usaha mereka. Sehingga diharapkan dapat mendukung program pemerintah yaitu Gerakan Non Tunai (GTM). Selain itu dapat memberikan kontribusi pada pihak pembuat sistem *digital payment* untuk lebih meningkatkan pelayanan, tingkat keamanan, dan jangkauan konsumen maupun jenis pelayan mereka, mengingat bahwa sistem digital ini memiliki potensi yang sangat baik. Bagi pemerintah sebagai regulator yang diwakili oleh BI dan juga OJK dapat menyusun regulasi terkait dengan tingkat keamanan dan juga perlindungan bagi konsumen dan juga pelaku usaha yang menerapkan sistem digital ini sehingga dapat merasa aman, dan nyaman dalam menggunakan sistem *digital payment*.

DAFTAR RUJUKAN

- Abidin, M. S. (2015). Dampak Kebijakan E-Money Di Indonesia sebagai Alat Sistem Pembayaran Baru. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 3(2), 1–21. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-akuntansi/article/view/13212>.
- Andari, A. T., Aalin, E. R., & Putranti, E. (2020). Implementasi Aplikasi OVO Melalui Grab Untuk Meningkatkan Pendapatan (Studi Pada Merchant Di Kota Kediri). *Seminar Nasional Gabungan Bidang Sosial - Polinema 2020*, 203–212.
- Azizah, F. N., Ilham, I. F., Aqidah, L. P., Firdaus, S. A., Setyani, A. D. A., & Buchori, I. (2020). Strategi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian selama Pandemi Covid-19 pada saat New Normal. *OECOMICUS Journal of Economics*, 5(1), 46–62.
- Asmaul Husna. (2019). E-Fish Pay (Electronic Fish Pay) Kabupaten Bintan Kepulauan Riau. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 2(2), 15 - 26. <https://doi.org/10.31629/jiafi.v2i2.1713>.
- Baraja, Y. A., & Gunawan, J. (2019). Identifikasi Karakteristik Merchant dalam Mengadopsi Layanan Mobile Payment Studi Kasus: Merchant OVO dan Merchant Gopay di Surabaya. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 8(2), 405–410. <https://doi.org/10.12962/j23373520.v8i2.47898>
- Firdaus, Z. Y., Krisbiantoro, D., & Afiana, F. N. (2022). Analsis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan dan Penggunaan Aplikasi Dompot Digital Menggunakan Technology Accetane Model (TAM). *Journal of Information System Management (JOISM)*, 3(2), 56 - 62. <https://doi.org/10.24076/joism.2022v3i2.619>
- Daud, I., Nurjannah, D., Mohyi, A., Ambarwati, T., Cahyono, Y., Haryoko, A. D. E., Handoko, A. L., Putra, R. S., Wijoyo, H., Ari-Yanto, A., & Jihadi, M. (2022). The effect of digital marketing, digital finance and digital payment on finance performance of indonesian smes. *International Journal of Data and Network Science*, 6(1), 37–44. <https://doi.org/10.5267/J.IJDNS.2021.10.006>
- Handayani, M., & Rianto, M. R. (2021). Pengaruh Financial Knowledge , Pendapatan dan Social influence terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Pembayaran Digital pada Generasi Milenial Islam di Kota Bekasi. *Jurnal Ilmial Ekonomi Islam*, 7(03), 1858–1865. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.3620>
- Kwabena, G.-Y., Qiang, M., Wenyan, L., Qalati, S. A., & Erusalkina, D. (2019). Effects of the Digital Payment System on Smes Performance in Developing Countries; a Case of Ghana. *EPRA International Journal of Economic and Business Review*, 7(12), 79–87. <https://doi.org/DOI:10.36713/epra2012>
- Lestari, D., Purnamasari, E., & Setiawan, B. (2020). Pengaruh Payment Gateway terhadap Kinerja Keuangan UMKM. *JASMARK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Pemasaran Dan Keuangan*, 1(1), 9-18. Retrieved from <http://journal.fe-uigm.ac.id/index.php/JASMARK/article/view/14>

- Lestari, Merryana., Purnomo, H.D., Sembiring, Irwan. (2019). Pengaruh E-Payment Trust terhadap Minat Transaksi pada E-Marketplace Menggunakan Framework Technology Acceptance Model (TAM) 3. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 8(5). <http://dx.doi.org/10.25126/jtiik.2021855212>
- Marginingsih, Ratnawaty. (2021). Financial Technology (Fintech) Dalam Inklusi Keuangan Nasional di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 8(1), 56-64. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/moneter>
- Marheni, D., & Melani, G. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat untuk Menggunakan Mobile Payment pada Masyarakat Kota Batam. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 4(2), 804-815. <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v4i2.399>
- Natalina, S. A., Zunaidi, A., & Rahmah, R. (2021). Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Strategi Survive UMKM Di Masa Pandemi di Kota Kediri. *ISTITHMAR : Jurnal Pengembangan Ekonomi Islam*, 5(2), 43–62. <https://doi.org/10.30762/itr.v5i2.3376>
- 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>
- Namira, L. . (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat UMKM di Kota Padang Menggunakan e-Payment sebagai Metode Pembayaran. *Owner : Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 6(1), 212-224. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.553>
- Nasution, E. Y. (2021). The Role of Financial Technology on Income in Small and Medium Enterprises (SMEs). *International Journal of Business Economics (IJBE)*, 3(1), 29–33. <https://doi.org/10.30596/ijbe.v3i1.7897>
- Puteri, I., & Wijayangka, C. (2020). Analisis Penerimaan Teknologi Dompert Digital Pada UMKM Di Kota Bandung. *Journal Of Applied Business Administration*, 4(2), 115-123. <https://doi.org/10.30871/jaba.v4i2.2119>
- Saputri, W. Y. (2021). Finansial teknologi (fintech) dan problematika usaha kreatif batik sebagai upaya peningkatan kesejahteraan di Kabupaten Tulungagung. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan*, 1(12), 1142–1158. <https://doi.org/10.17977/um066v1i122021p1142-1158>
- Saputri, N. (2021). Readiness of SMEs on Digital Payment for Business Sustainability. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(2), 140-144. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i2.1079>
- Sari, S. P. (2020). Strategi Meningkatkan Penjualan Di Era Digital. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(3), 291–300. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3930698>
- Sari, P., & Rinofah, R. (2019). Pengaruh Financial Technology Terhadap Kepuasan Keuangan Dengan Capaian Keuangan Sebagai Variabel Mediasi. *Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha*, 27(2), 134 - 146. <https://doi.org/10.32477/jkb.v27i2.56>
- Shaury, S. (2019). Positioning Analysis of E-Wallet Based on Perceptual Mapping. *SEIKO Journal of Management & Business*, 3(1), 187–198. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v3i1.531>

- Sihaloho, J. E., Ramadani, A., & Rahmayanti, S. (2020). Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Bagi Perkembangan UMKM di Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(2), 287-297. <https://doi.org/10.38043/jmb.v17i2.2384>
- Sugiharto, Umar, A., Sasongko, A. H., & Aguzman, G. (2019). PEMANFAATAN PEMBAYARAN ONLINE BAGI E-COMMERCE USAHA KECIL DAN MENENGAH. *Buletin Bisnis & Manajemen*, 5(1), 77–87.
- Suyanto, U., & Purwanti, I. (2020). Pengembangan Model Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis E-Commerce (Studi Pada UMKM Kabupaten Lamongan). *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 189-198. <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.299>
- Venia, N., & Abdullah, M. F. . (2021). Pengaruh Financial Technology Terhadap Pendapatan Usaha Kecil Dan Menengah Di Desa Landungsari Kecamatan Dau Kabupaten Malang. *Journal of Financial Economics & Investment*, 1(3), 182-195. <https://doi.org/10.22219/jofei.v1i3.17788>
- Widayanti, E. R. (2019). Analisis Pengaruh Kecenderungan Pergeseran Sistem Pembayaran Dari Tunai Ke Non-Tunai/Online Payment Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha (Studi Pada UMKM di Yogyakarta). *Seminar Nasional Dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Era 4.0*, 187–200.
- Wijayani, D.I.L., etc. (2021). Implementasi Manajemen Pemasaran “Toko Lapak Poltekba Graha Poltekba” Melalui Diseminasi Teknologi Digital Sebagai Upaya Pemulihan Ekonomi Di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 5(4), 1514-1525. <https://doi.org/10.31764/jmm.v5i4.5061>.
- Wiyono, G., & Kirana, K. C. (2021). Digital Transformation of SMEs Financial Behavior in the New Normal Era. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 25(1), 191–211. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v25i1.4954>
- Yuwana, S. I. P. (2020). Coronanomics: Strategi Revitalisasi UMKM Menggunakan Teknologi Digital di Tengah Pandemi Covid-19. *Journal of Technopreneurship Economics and Business Review*, 2(1), 47–59. <https://doi.org/10.37195/jtebr.v2i1.58>
- Zada, Chrysilla. Sopiana, Yunita. (2021). Penggunaan E- Wallet atau Dompot Digital sebagai Alat Transaksi Pengganti Uang Tunai Bagi UMKM di Kecamatan Banjarmasin Tengah. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, 4(1), 251-268. <https://doi.org/10.20527/jiep.v4i1.3556>.