
KESIAPAN UMKM DI INDONESIA DALAM MENGGUNAKAN DIGITAL PAYMENT DALAM BERTRANSAKSI: A SCOPING REVIEW**M. Sholihun¹, Mochamad Sirodjudin², M. Faishol Amrulloh³**¹Institut Agama Islam Sunan Kalijaga Malang, ²Universitas Negeri Malang,³Universitas Yudharta Pasuruan¹sholihunsmkdt1978@gmail.com

Abstrak. Studi literatur sebelumnya telah menginvestigasi tingkat implementasi digital payment di kalangan UMKM di Indonesia. Namun, fokus eksplisit pada implementasi digital payment masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk memetakan pengetahuan yang ada tentang digital payment untuk mendukung implementasinya. Metode peninjauan pelingkupan mengikuti pendekatan yang ditetapkan oleh Arksey dan O'Malley dengan lima tahap utama: (1) mengidentifikasi pertanyaan penelitian; (2) mengidentifikasi studi yang relevan; (3) pemilihan studi; (4) pengumpulan dan penyusunan data, dan (5) menyusun, meringkas, dan melaporkan temuan. Pemilihan jurnal dilakukan melalui basis data Google Scholar dalam rentang waktu tiga tahun (2020-2023). Hasil dari peninjauan pelingkupan ini adalah untuk mengeksplorasi pemahaman dan implementasi digital payment di kalangan UMKM. Dari sepuluh jurnal yang paling banyak dikutip, dua diterbitkan pada tahun 2020, empat pada tahun 2021, dan empat pada tahun 2022, menunjukkan peningkatan minat peneliti terhadap integrasi digital payment di UMKM. Metode survei digunakan untuk mengevaluasi pemahaman dan implementasi digital payment di kalangan UMKM. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa digital payment, terutama melalui Payment Gateway dan QRIS, memberikan dampak positif terhadap kinerja keuangan UMKM. Meskipun terdapat beberapa kendala, seperti kepercayaan dan faktor risiko, UMKM cenderung memandang positif penggunaan metode pembayaran digital. Penelitian ini memberikan wawasan berharga tentang pemanfaatan digital payment dalam meningkatkan efisiensi transaksi UMKM dan memberikan saran untuk pengembangan lebih lanjut dalam mendukung penetrasi keuangan digital di sektor UMKM.

Kata Kunci: SLR, *Scoping Review*, Digital payment, UMKM

Abstract. Previous literature studies have investigated the level of digital payment implementation among Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia. However, there is still a limited explicit focus on the implementation of digital payment. This study aims to map the existing knowledge about digital payment to support its implementation. The scoping review method follows the approach outlined by Arksey and O'Malley¹ with five main stages: (1) identifying research questions; (2)

¹ Arksey, H., & O'Malley, L. (2005). Scoping studies: Towards a methodological framework. *International Journal of Social Research Methodology: Theory and Practice*, 8(1), 19-32. <https://doi.org/10.1080/1364557032000119616>

identifying relevant studies; (3) study selection; (4) data collection and organization, and (5) compiling, summarizing, and reporting findings. Journal selection was conducted through the Google Scholar database over a three-year period (2020-2023). The results of this scoping review are to explore the understanding and implementation of digital payment among MSMEs. Among the ten most cited journals, two were published in 2020, four in 2021, and four in 2022, indicating an increasing research interest in integrating digital payment in MSMEs. Survey methods were employed to assess the understanding and implementation of digital payment among MSMEs. The findings of this research indicate that digital payment, particularly through Payment Gateway and QRIS, has a positive impact on the financial performance of MSMEs. Although there are some obstacles, such as trust and risk factors, MSMEs tend to view the use of digital payment methods positively. This study provides valuable insights into the utilization of digital payment in enhancing transaction efficiency for MSMEs and offers recommendations for further development to support the digital financial penetration in the MSME sector.

Keywords: SLR, Scoping Review, Digital Payment, SMEs

PENDAHULUAN

Perekonomian Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa dekade terakhir. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menyediakan lapangan kerja, dan meningkatkan distribusi pendapatan. Namun, dalam era digital yang semakin berkembang, adaptasi terhadap teknologi baru menjadi sebuah keniscayaan.

Salah satu pergeseran signifikan dalam ekosistem bisnis adalah adopsi digital payment. Digital payment, atau pembayaran digital, merupakan metode transaksi elektronik yang semakin mendominasi dunia keuangan global. Kemampuan untuk melakukan transaksi secara elektronik telah membawa efisiensi dan fleksibilitas yang tidak dapat diabaikan, terutama bagi UMKM yang bertujuan untuk memperluas cakupan dan meningkatkan daya saing.

Di era digital yang semakin mengubah wajah bisnis, kesiapan UMKM dalam mengadopsi digital payment menjadi suatu keharusan yang mendesak. Penjelasanannya adalah sebagai berikut:

- a. Efisiensi Operasional dan Produktivitas: Digital payment memungkinkan UMKM untuk mengotomatisasi proses transaksi keuangan, mengurangi keterlambatan dan potensi kesalahan yang sering terjadi dalam metode pembayaran konvensional. Hal

ini memungkinkan pengelolaan keuangan yang lebih efisien dan meningkatkan produktivitas dalam operasi sehari-hari.

- b. Pengembangan Jangkauan Pasar: Dengan digital payment, UMKM dapat memperluas cakupan pasar mereka tanpa terbatas oleh batasan geografis. Dengan menyediakan sarana pembayaran elektronik, UMKM dapat menjangkau pelanggan di seluruh wilayah Indonesia bahkan hingga ke tingkat internasional.
- c. Peningkatan Keamanan Transaksi: Digital payment seringkali dilengkapi dengan fitur keamanan tinggi, termasuk enkripsi data dan otentikasi ganda. Ini membantu melindungi UMKM dan pelanggan dari potensi risiko keamanan terkait dengan transaksi keuangan.
- d. Mengikuti Tren dan Standar Global: Adopsi digital payment memungkinkan UMKM untuk tetap selaras dengan tren global dalam bisnis dan teknologi. Ini memungkinkan mereka untuk memanfaatkan inovasi terbaru dan memenuhi harapan pelanggan yang semakin terkoneksi secara digital.
- e. Peningkatan Keunggulan Bersaing: UMKM yang siap menggunakan digital payment memiliki keunggulan kompetitif dalam lingkungan bisnis yang semakin terhubung. Kemampuan untuk memberikan opsi pembayaran elektronik dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dan membedakan UMKM dari pesaingnya.

Dalam rangka memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM di Indonesia, kesiapan dalam mengadopsi digital payment menjadi sebuah strategi bisnis yang tidak dapat diabaikan. Dengan memanfaatkan potensi dari teknologi pembayaran digital ini, UMKM dapat memperluas pangsa pasar mereka, meningkatkan efisiensi operasional, dan memasuki era ekonomi digital yang semakin terintegrasi.

Oleh karena itu, analisis menyeluruh melalui scoping review adalah langkah penting dalam memahami sejauh mana UMKM telah memanfaatkan potensi dari teknologi pembayaran digital ini. Dengan menggunakan scoping review, artikel ini bertujuan untuk:

- a. Mengevaluasi Tingkat Adopsi Digital Payment oleh UMKM di Indonesia: Tujuan pertama dari penelitian ini adalah untuk menilai sejauh mana UMKM di Indonesia telah mengadopsi digital payment sebagai metode transaksi dalam operasi bisnis mereka. Dengan memahami tingkat adopsi ini, akan terungkap sejauh mana UMKM telah memanfaatkan teknologi pembayaran digital.

- b. Menganalisis Manfaat dan Tantangan dari Penggunaan Digital Payment oleh UMKM: Tujuan kedua adalah untuk menganalisis manfaat yang diperoleh oleh UMKM dalam menggunakan digital payment, serta mengidentifikasi tantangan atau hambatan yang mungkin dihadapi dalam proses adopsi teknologi ini. Hal ini akan memberikan wawasan tentang kontribusi positif dan area yang perlu diperbaiki.
- c. Menilai Dampak Penggunaan Digital Payment terhadap Pertumbuhan Ekonomi UMKM: Tujuan ketiga adalah untuk menilai dampak dari penggunaan digital payment terhadap pertumbuhan dan daya saing UMKM di Indonesia. Dengan memahami bagaimana teknologi pembayaran digital memengaruhi performa ekonomi UMKM, kita dapat menilai kontribusi signifikan dari adopsi teknologi ini.

METODE PENELITIAN

Metode scoping review berdasarkan pendekatan yang dikemukakan oleh Arksey dan O'Malley. Metode ini terdiri dari lima langkah utama, yaitu (1) mengidentifikasi pertanyaan penelitian; (2) mencari dan mengidentifikasi studi yang relevan; (3) memilih studi yang sesuai; (4) mengorganisir data yang terkumpul, dan (5) menyusun, merangkum, dan melaporkan temuan penelitian.

- a. Mengidentifikasi Pertanyaan Penelitian

Penting untuk mengidentifikasi pertanyaan penelitian pada tahap awal tinjauan pelingkupan. Dengan menetapkan pertanyaan penelitian, peneliti dapat merancang strategi untuk melakukan pencarian literatur sambil memastikan bahwa area substantif tercakup. Pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah: (1). Sejauh Mana UMKM di Indonesia Telah Mengadopsi Digital Payment dalam Operasi Bisnis Mereka? (2). Apa Manfaat Konkret yang Diperoleh UMKM dari Penggunaan Digital Payment dalam Transaksi Bisnis? (3). Apa Saja Tantangan Utama yang Dihadapi oleh UMKM dalam Memanfaatkan Digital Payment, dan Bagaimana Tantangan-tantangan Ini Dapat Dihadapi atau Diperbaiki?

- b. Mengidentifikasi studi yang relevan

Dalam upaya untuk mengidentifikasi literatur yang relevan dengan pertanyaan penelitian, istilah pencarian kunci dibuat. Istilah pencarian utama yang terkait erat dengan digital payment untuk UMKM di Indonesia adalah: "digital payment" AND

"Indonesia" AND "SME". Operator Boolean digunakan untuk mempersempit area pencarian dan menggabungkan istilah yang diperlukan.

Arksey dan O'Malley menjelaskan bahwa pencarian dapat melalui sumber yang berbeda, seperti "database elektronik, daftar referensi, pencarian jurnal kunci, jaringan yang ada, organisasi dan konferensi yang relevan". Dalam penelitian ini sumber yang digunakan adalah database elektronik dengan pertimbangan database tersebut merangkum banyak jurnal bereputasi sehingga pencarian literatur melalui database elektronik lebih efektif dan efisien. Basis data elektronik yang dipilih adalah Google Scholar dengan batasan 200 artikel.

Kriteria yang digunakan dalam proses pencarian literatur digambarkan pada Tabel 1. Jangka waktu yang digunakan adalah 3 tahun, dari tahun 2020 hingga 2023. Rentang waktu 3 tahun dianggap cukup untuk menelusuri relevansi riset digital payment. Jenis publikasi yang dipilih adalah artikel empiris jurnal peer-review yang telah diterbitkan dalam bahasa Indonesia. Wilayah geografis hanya terbatas di Indonesia. Semua studi empiris dimasukkan dalam kriteria sepanjang memenuhi kriteria lain yang disebutkan sebelumnya.

Tabel 1
Kriteria Inklusi

Kriteria	Inklusi	Keterangan
Periode	2020-2023	Observasi 3 tahun
Bahasa	Indonesia	Artikel peer-review yang diterbitkan menggunakan Bahasa Indonesia
Tipe Publikasi	Artikel Jurnal	Hanya artikel peer-review yang disertakan dalam studi
Geografis	Indonesia	Temuan di Indonesia

c. Pemilihan studi

Hasil pencarian dua database elektronik menggunakan key search term ditemukan 200 artikel dari Google Scholar. Artikel-artikel ini kemudian diperiksa untuk menentukan kesesuaiannya dengan pertanyaan penelitian. Artikel-artikel tersebut juga diperiksa untuk menemukan kemungkinan duplikat artikel dalam database yang berbeda.

Pada tahap pemilihan studi ini, 68 artikel dibuang. Sebagian besar artikel yang tidak sesuai karena: (1) tidak membahas digital payment di Indonesia; (2) Artikel tersebut bukan penelitian empiris; (3) Belum disitasi oleh peneliti lain dan (4) Artikel

tersebut tidak bisa diakses karena keterbatasan hak akses. Sehingga jumlah artikel yang dipilih adalah 132 artikel dimana kesesuaian kata kunci digital payment adalah 104 artikel dan pembayaran digital sebanyak 28.

d. Memetakan data

Pada tahap pemetaan data, artikel yang dipilih adalah 10 teratas dengan jumlah sitasi terbanyak yang kemudian diekstraksi untuk meringkas data yang paling substansial. Data yang dicatat adalah data tentang jumlah sitasi, judul, penulis, tahun penelitian, lokasi penelitian, tujuan, objek, dan temuan, dan sumber artikel.

e. Menyusun, meringkas, dan melaporkan hasilnya

Tahap terakhir dari scoping review adalah menyusun, meringkas, dan melaporkan hasil penelitian. Collating menghasilkan tabel yang didalamnya berisi ekstraksi artikel yang dilakukan pada tahap charting data. Meringkas menghasilkan tema atau pola utama dari temuan utama, dan pelaporan menghasilkan format laporan, yang dalam hal ini adalah untuk tujuan publikasi. Tabel 2 menunjukkan hasil pengumpulan data.

Tabel 2
Penyusunan Data

No	Sitasi	Judul	Penulis	Tahun	Tujuan	Objek	Hasil	DOI
1	70	Exploring Digital Marketing Strategies during the New Normal Era in Enhancing the Use of Digital Payment	I Putu, Teddy Noviana, Gede Sri Darma	2020	bagaimana Bank Indonesia memanfaatkan Digital Marketing dan Digital Payment sebagai alat untuk meningkatkan pemasaran produk UMKM dan mendukung percepatan transformasi keuangan digital di Indonesia	Agung Bali Collection,	strategi Bank Indonesia dalam mempercepat penetrasi keuangan digital di Indonesia melalui bantuan pelatihan dan layanan kepada UMKM telah dianggap efektif dalam meningkatkan penjualan	https://www.ejournal.iocscience.org/index.php/mantik/article/view/1084
2	62	Pengaruh Payment Gateway terhadap Kinerja Keuangan UMKM	Deka Anggun Lestari, Endah Dewi Purnamasari, Budi Setiawan	2020	menilai sejauh mana penggunaan Payment Gateway, seperti OVO dan Go-Pay, mempengaruhi kinerja keuangan UMKM, yang diukur dengan pendapatan penjualan	53 UMKM di Palembang Indah Mall	penelitian ini mengindikasikan bahwa penggunaan Payment Gateway, seperti OVO dan Go-Pay, memiliki dampak positif pada kinerja keuangan UKM di lokasi tersebut. Fintech, khususnya Payment Gateway, telah mendorong masyarakat untuk beralih ke transaksi nontunai, mendukung perkembangan masyarakat tanpa uang tunai	https://doi.org/10.47747/jbme.v1i1.20
3	57	Optimalisasi Digital Payment Sebagai Solusi Pembayaran	Mokhamad Iqbal Hardiky, Devina Kristanti Nova,	2021	apakah solusi pembayaran dengan optimalisasi digital payment dapat diterima oleh pelanggan dan	20 konsumen, karyawan	optimalisasi digital payment membawa kemudahan dalam proses pembayaran bagi pelanggan, serta mempermudah	https://doi.org/10.30587/jre.v4i1.2193

		Umkm Roti Kasur	Amelia Rahmadewi, Nanik Kustiningsih		memberikan manfaat bagi pihak penjual, terutama pada UMKM Roti Kasur	dan 3 pemilik UMKM Roti Kasur	pencatatan transaksi bagi penjual. Meskipun terdapat biaya tambahan beban admin yang harus ditanggung oleh penjual, penggunaan digital payment dianggap menguntungkan bagi kedua belah pihak	
4	36	Dampak Penggunaan QRIS Terhadap Kepuasan Konsumen Sebagai Alat Transaksi	Purnama Ramadani Silalahi, Khairina Tambunan, Tryana Ramadhany Batubara	2022	menginvestigasi penggunaan instrumen pembayaran digital, khususnya QRIS (Indonesian Quick Response Code Standard) sebagai metode pembayaran yang efektif dan membantu meminimalkan kontak fisik dalam mengurangi penyebaran virus Covid-19		penggunaan instrumen pembayaran digital, terutama QRIS, membawa kemudahan, efektivitas, dan efisiensi dalam proses pembayaran. Penggunaan E-Wallet yang dapat digunakan untuk bertransaksi dengan beberapa pedagang berbeda juga dianggap sangat membantu	https://journal-nusantara.com/index.php/IIM/article/view/18/39
5	30	Adaptation of Digital Marketing of Coffee MSME Products to Digital Transformation in the Era of the Covid-19 Pandemic	Sri Watini, Haznah Latifah, Dudi Rudianto, Nesti Anggraini Santoso	2022	mendapatkan informasi tentang bagaimana UMKM kopi memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran produk mereka, serta dampaknya terhadap pelaku UMKM dan konsumen. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan	UMKM di bawah naungan Alphabet Incubator	UMKM kopi telah berhasil beradaptasi dengan digitalisasi dalam pemasaran produk mereka. Mereka telah memanfaatkan berbagai platform digital seperti Instagram, blog, toko online, dan metode pembayaran baru. Penggunaan teknologi ini memberikan dampak positif bagi	https://doi.org/10.34306/sabda.v1i1.73

					untuk mengembangkan marketplace online dan menilai tingkat kepuasan konsumen terhadap penggunaan media digital pada produk kopi UMKM tersebut		pelaku UMKM dan memudahkan konsumen	
6	28	Community perception of using qr code payment in era new normal	Ni Putu Ani Karniawati, Gede Sri Darma, Luh Putu Mahyuni, I Gede Sanica	2021	menggali persepsi masyarakat dan faktor-faktor yang memengaruhi niatan mereka untuk menggunakan QRIS dalam transaksi di era new normal	2 kategori UMKM di Jembrana dan Denpasar	pembayaran berbasis QR Code, belum sepenuhnya dimanfaatkan untuk transaksi di pedagang. Minat masyarakat untuk menggunakan QRIS dipengaruhi oleh promosi/cashback, undangan dari penyelenggara, teman, pemimpin komunitas, dan pemerintah. Faktor-faktor yang menghambat orang dari menggunakan QRIS adalah pengisian saldo, kegagalan teknologi, kurangnya pemahaman, kendala jaringan, kepercayaan, dan ketersediaan QRIS di pedagang.	https://archive.s.palarch.nl/index.php/jae/article/view/6225
7	23	Behavior Intention Penggunaan Digital Payment QRIS Berdasarkan Model UTAUT	Mira Gustiana Pangestu	2022	mengidentifikasi pengaruh faktor-faktor seperti harapan kinerja (performance expectancy), harapan usaha (effort expectancy), pengaruh sosial (social influence), dan	4634 UMKM di Kota Jambi	harapan kinerja dan harapan usaha secara parsial berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku penggunaan QRIS. Sementara itu, pengaruh sosial dan kondisi memfasilitasi tidak berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku	https://doi.org/10.33998/ju.manage.2022.1.1.23

		(Studi pada UMKM Sektor Industri Makanan & Minuman di Kota Jambi)			kondisi memfasilitasi (facilitating conditions) terhadap niat perilaku individu dalam mengadopsi dan menggunakan teknologi pembayaran digital QRIS pada UMKM sektor Industri Makanan dan Minuman di Kota Jambi		penggunaan QRIS	
8	13	Persuasive and Educative Advertising Content of Quick Response Code Indonesian Standard in Pandemic Era	Evelyn Kristanti, Rustono Farady Marta	2021	menganalisis konten dari iklan Bank Indonesia (BI) berjudul "Menggunakan QRIS Kontakless dengan Praktis" di saluran YouTube BI	Iklan QRIS di channel youtube BI	berdasarkan analisis konten, iklan ini bersifat persuasif dan edukatif. Iklan tersebut bertujuan untuk meyakinkan dan memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang penggunaan QRIS kontakless dalam transaksi, khususnya selama pandemi COVID-19. Melalui iklan ini, Bank Indonesia berusaha mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat terhadap teknologi pembayaran digital.	https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v10i2.34474
9	9	Preferences of Using Quick Response Code Indonesian Standard (Qris) Among Students	Yudistira Andi Permadi, Angestika Wilandari	2021	menentukan preferensi mahasiswa di wilayah Jabodetabek dalam menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital. Preferensi atau minat dalam	154 konsumen	mayoritas responden merasakan kemudahan dan manfaat dari penggunaan QRIS. Namun, meskipun dianggap mudah dan bermanfaat, responden tetap berhati-hati dan menunjukkan	https://doi.org/10.20414/jed.v3i01.3285

		As a Means of Digital Payment			menggunakan QRIS diukur menggunakan empat karakteristik berikut: 1) Karakteristik Kemudahan; 2) Karakteristik Kebermanfaatan; 3) Karakteristik Risiko, dan 4) Karakteristik Kepercayaan		kurangnya kepercayaan dalam menggunakan QRIS karena dianggap cukup berisiko	
10	8	Persepsi Dan Intensi Pelaku Ukm Terhadap Penggunaan Qris Sebagai Sistem Pembayaran Digital Di Kota Tasikmalaya	Alis Santika, Ranti Aliyani, Ria Mintarsih	2022	persepsi dan niat UMKM terhadap penggunaan QRIS sebagai sistem pembayaran berbasis digital di Kota Tasikmalaya	10 UMKM	Indikator digunakan untuk melihat persepsi UMKM dalam hal persepsi manfaat, persepsi kenyamanan, dan persepsi risiko. Niat pelaku UMKM terhadap QRIS juga terbentuk dari tiga persepsi tersebut beserta hambatan atau faktor eksternal yang mempengaruhinya. Penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM memiliki persepsi positif terhadap QRIS sehingga mereka memiliki niat yang kuat untuk menerapkan sistem pembayaran digital melalui QRIS	https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i4.142

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Dengan rentang waktu 3 tahun dari 2020-2023, 10 studi empiris yang paling sesuai untuk pertanyaan penelitian dipilih berdasarkan kesesuaian kriteria. Dua publikasi studi tahun 2020, empat publikasi studi tahun 2021 dan empat publikasi studi tahun 2022. Hal ini menjadi indikasi bahwa tahun 2021 dan 2022 memicu peneliti untuk mencari gap antara pengetahuan digital payment dan implementasinya. Pendekatan yang dilakukan untuk mengetahui relevansi digital payment dari penelitian tersebut adalah dengan melakukan survei terhadap UMKM tentang pengetahuan digital payment dan implementasi digital payment.

Gede Sri Darma dan I Putu Teddy Noviana² berusaha untuk mengungkap bagaimana upaya dan strategi yang dilakukan oleh Bank Indonesia untuk mempercepat penetrasi keuangan digital di Indonesia sehingga bisa meningkatkan tingkat penjualan dengan efektif selama masa pandemi. Upaya yang dilakukan yaitu dengan digital marketing dan digital payment sehingga memudahkan UMKM dan konsumen dalam bertransaksi secara aman dalam masa pandemi.

Deka Anggun Lestari³ melakukan studi tentang sejauh mana penggunaan Payment Gateway, seperti OVO dan Go-Pay, mempengaruhi kinerja keuangan UMKM, yang diukur dengan pendapatan penjualan. Dan penelitian ini mengindikasikan bahwa penggunaan Payment Gateway, seperti OVO dan Go-Pay, memiliki dampak positif pada kinerja keuangan UKM di lokasi tersebut. Fintech, khususnya Payment Gateway, telah mendorong masyarakat untuk beralih ke transaksi nontunai, mendukung perkembangan masyarakat tanpa uang tunai.

Hardiky⁴ melakukan studi tentang apakah digital payment dapat diterima oleh pelanggan dan memberikan manfaat bagi UMKM. Dan studi ini menunjukkan bahwa

² Putu, I., Noviana, T., & Darma, G. S. (2020). Exploring Digital Marketing Strategies during the New Normal Era in Enhancing the Use of Digital Payment. *Jurnal Mantik*, 4(3), 2257-2262. <https://ejournal.iocscience.org/index.php/mantik/article/view/1084>

³ Lestari, D. A., Purnamasari, E. D., & Setiawan, B. (2020). Pengaruh Payment Gateway terhadap Kinerja Keuangan UMKM. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 1(1), 1-10. <https://doi.org/10.47747/jbme.v1i1.20>

⁴ Hardiky, M. I., Nova, D. K., Rahmadewi, A., & Kustiningsih, N. (2021). Optimalisasi Digital Payment Sebagai Solusi Pembayaran Umkm Roti Kasur. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 4(1), 44. <https://doi.org/10.30587/jre.v4i1.2193>

meskipun terdapat biaya tambahan beban admin yang harus ditanggung oleh penjual, penggunaan digital payment dianggap menguntungkan bagi kedua belah pihak.

Ni Putu Ani Karniawati⁵ melakukan studi tentang persepsi masyarakat dan faktor-faktor yang memengaruhi niatan mereka untuk menggunakan QRIS dalam transaksi di era new normal. Dan studi ini menjelaskan bahwa pembayaran berbasis QR Code, belum sepenuhnya dimanfaatkan untuk transaksi di pedagang. Minat masyarakat untuk menggunakan QRIS dipengaruhi oleh promosi/cashback, undangan dari penyelenggara, teman, pemimpin komunitas, dan pemerintah. Faktor-faktor yang menghambat orang dari menggunakan QRIS adalah pengisian saldo, kegagalan teknologi, kurangnya pemahaman, kendala jaringan, kepercayaan, dan ketersediaan QRIS di pedagang.

Evelyn Kristanti dan Rustono Farady Marta⁶ melakukan studi tentang analisa konten dari iklan Bank Indonesia (BI) berjudul "Menggunakan QRIS Kontakless dengan Praktis" di saluran YouTube BI. Berdasarkan analisis konten, iklan ini bersifat persuasif dan edukatif. Iklan tersebut bertujuan untuk meyakinkan dan memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang penggunaan QRIS kontakless dalam transaksi, khususnya selama pandemi COVID-19. Melalui iklan ini, Bank Indonesia berusaha mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat terhadap teknologi pembayaran digital.

Yudistira Andi Permadi dan Angestika Wilandari⁷ melakukan studi tentang penentuan preferensi mahasiswa di wilayah Jabodetabek dalam menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital. Preferensi atau minat dalam menggunakan QRIS diukur menggunakan empat karakteristik berikut: 1) Karakteristik Kemudahan; 2) Karakteristik Kebermanfaatan; 3) Karakteristik Risiko, dan 4) Karakteristik Kepercayaan. Dan hasilnya adalah mayoritas responden merasakan kemudahan dan manfaat dari penggunaan QRIS. Namun, meskipun dianggap mudah dan bermanfaat, responden tetap berhati-hati dan menunjukkan kurangnya kepercayaan dalam menggunakan QRIS karena dianggap cukup berisiko.

⁵ Karniawati, N. P. A., Darma, G. S., Mahyuni, L. P., & Sanica, I. G. (2021). Community perception of using qr code payment in era new normal. *Palarch's Journal Of Archaeology Of Egypt/Egyptology*, 18(1), 3986–3999. <https://archives.palarch.nl/index.php/jae/article/view/6225>

⁶ Kristanti, E., & Marta, R. F. (2021). Persuasive and Educative Advertising Content of Quick Response Code Indonesian Standard in Pandemic Era. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 10(2), 301. <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v10i2.34474>

⁷ Permadi, Y. A., & Wilandari, A. (2021). Preferences of Using Quick Response Code Indonesian Standard (Qris) Among Students As a Means of Digital Payment. *Journal of Enterprise and Development*, 3(1), 31–41. <https://doi.org/10.20414/jed.v3i01.3285>

Silalahi⁸ menginvestigasi penggunaan instrumen pembayaran digital, khususnya QRIS (Indonesian Quick Response Code Standard) sebagai metode pembayaran yang efektif dan membantu meminimalkan kontak fisik dalam mengurangi penyebaran virus Covid-19. Dan hasilnya menunjukkan bahwa penggunaan instrumen pembayaran digital, terutama QRIS, membawa kemudahan, efektivitas, dan efisiensi dalam proses pembayaran. Penggunaan E-Wallet yang dapat digunakan untuk bertransaksi dengan beberapa pedagang berbeda juga dianggap sangat membantu (Ramadani Silalahi et al., 2022).

Watini⁹ melakukan studi tentang bagaimana UMKM kopi memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran produk mereka, serta dampaknya terhadap pelaku UMKM dan konsumen. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengembangkan marketplace online dan menilai tingkat kepuasan konsumen terhadap penggunaan media digital pada produk kopi UMKM tersebut. Dan hasilnya menunjukkan bahwa UMKM kopi telah berhasil beradaptasi dengan digitalisasi dalam pemasaran produk mereka. Mereka telah memanfaatkan berbagai platform digital seperti Instagram, blog, toko online, dan metode pembayaran baru. Penggunaan teknologi ini memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM dan memudahkan konsumen.

Mira Gustiana Pangestu¹⁰ mengidentifikasi pengaruh faktor-faktor seperti harapan kinerja (performance expectancy), harapan usaha (effort expectancy), pengaruh sosial (social influence), dan kondisi memfasilitasi (facilitating conditions) terhadap niat perilaku individu dalam mengadopsi dan menggunakan teknologi pembayaran digital QRIS pada UMKM sektor Industri Makanan dan Minuman di Kota Jambi. Dan studi ini menunjukkan bahwa harapan kinerja dan harapan usaha secara parsial berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku penggunaan QRIS. Sementara itu, pengaruh sosial dan kondisi memfasilitasi tidak berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku penggunaan QRIS.

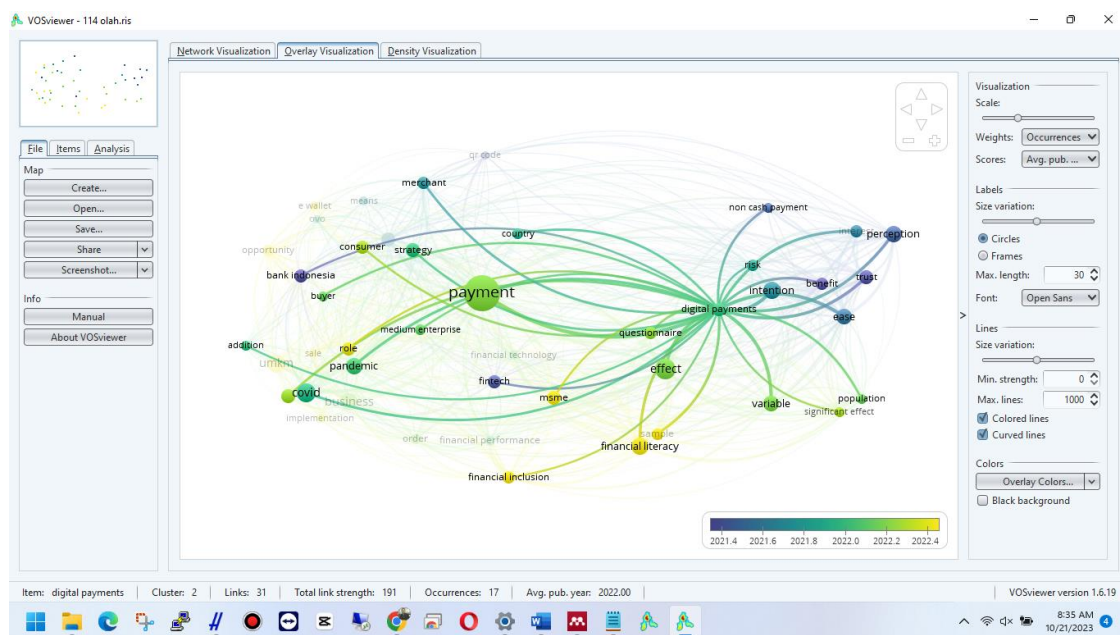
⁸ Ramadani Silalahi, P., Tambunan, K., & Ramadhany Batubara, T. (2022). Dampak Penggunaan QRIS Terhadap Kepuasan Konsumen Sebagai Alat Transaksi. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(2), 122–128. <https://journal-nusantara.com/index.php/JIM/article/view/18>

⁹ Watini, S., Latifah, H., Rudianto, D., & Santoso, N. A. (2022). Adaptation of Digital Marketing of Coffee MSME Products to Digital Transformation in the Era of the Covid-19 Pandemic. *Startupreneur Business Digital (SABDA Journal)*, 1(1), 23–32. <https://doi.org/10.34306/sabda.v1i1.7>

¹⁰ Pangestu, M. G. (2022). Behavior Intention Penggunaan Digital Payment QRIS Berdasarkan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) (Studi pada UMKM Sektor Industri Makanan & Minuman di Kota Jambi). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 1(1). <https://doi.org/10.33998/jumanage.2022.1.1.23>

Santika¹¹ melakukan studi tentang persepsi dan niat UMKM terhadap penggunaan QRIS sebagai sistem pembayaran berbasis digital di Kota Tasikmalaya. Dan studi ini menunjukkan bahwa Indikator digunakan untuk melihat persepsi UMKM dalam hal persepsi manfaat, persepsi kenyamanan, dan persepsi risiko. Niat pelaku UMKM terhadap QRIS juga terbentuk dari tiga persepsi tersebut beserta hambatan atau faktor eksternal yang mempengaruhinya. Penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM memiliki persepsi positif terhadap QRIS sehingga mereka memiliki niat yang kuat untuk menerapkan sistem pembayaran digital melalui QRIS.

Dari hasil ekstraksi database google scholar, hasil visualisasi data menunjukkan bahwa digital payment memiliki hubungan dengan berbagai macam topik penelitian. Yang mana yang bisa menjadi acuan adalah topik yang berwarna kuning yang merupakan penelitian terbaru. Kaitan antar topik bisa menjadi pilihan bagi peneliti selanjutnya untuk menggali lebih dalam tentang digital payment dalam konteks UMKM.



Gambar 1
Visualisasi Digital Payment

Sumber : Olah data menggunakan VOS Viewer

¹¹ Santika, A., Aliyani, R., & Mintarsih, R. (2022). Persepsi Dan Intensi Pelaku Umkm Terhadap Penggunaan Qris Sebagai Sistem Pembayaran Digital Di Kota Tasikmalaya. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(4), 61-70. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i4.142>

Pembahasan

Gagasan utama survei yang tercakup dalam scoping review ini berpusat pada dua hal. Pertama, relevansi digital marketing dari aspek pengetahuan dan kedua, relevansi digital marketing dari praktis. Konten terkait dengan topik apa yang harus dilakukan agar digital marketing dari aspek pengetahuan dan keterampilan dapat diterapkan oleh UMKM agar bisa bertahan dan berkembang.

a. Relevansi digital payment dari aspek pengetahuan

Penggunaan metode pembayaran digital, atau yang sering dikenal dengan istilah "digital payment," telah menjadi aspek penting dalam kegiatan ekonomi, terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Seiring dengan kemajuan teknologi, adaptasi terhadap sistem pembayaran elektronik telah menjadi suatu kebutuhan yang tak terelakkan. Namun, bagaimana sebenarnya pengetahuan UMKM terkait dengan digital payment dan mengapa hal ini menjadi begitu penting?

Digital payment mengacu pada penggunaan platform elektronik untuk melakukan transaksi keuangan, menggantikan metode pembayaran tradisional seperti uang tunai atau cek. Keuntungan dari penggunaan digital payment ini tak dapat dipandang sebelah mata. Pertama-tama, hal ini membuka jalan bagi UMKM untuk memasuki era digital yang semakin mendominasi. Dalam dunia yang semakin terhubung ini, kemampuan untuk mengelola transaksi secara elektronik memungkinkan UMKM untuk memperluas jangkauan pasar mereka tanpa terbatas oleh batas geografis.

Selain itu, digital payment memberikan keuntungan besar dalam hal efisiensi dan keamanan transaksi. Dengan hanya memerlukan akses ke perangkat berbasis internet, UMKM dapat melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja. Hal ini tidak hanya mempercepat proses transaksi tetapi juga mengurangi risiko kehilangan atau pencurian uang fisik.

Dengan adopsi digital payment, UMKM juga dapat memperkuat pengelolaan keuangan mereka. Melalui platform digital, mereka dapat dengan mudah memantau arus kas, melacak transaksi, dan memahami pola pengeluaran dan pemasukan. Ini memberikan wawasan berharga yang memungkinkan pengambilan keputusan finansial yang lebih baik.

Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa masih ada tantangan terkait dengan penggunaan digital payment di kalangan UMKM. Faktor seperti tingkat literasi digital dan keamanan transaksi menjadi hal yang perlu diperhatikan. Namun, dengan adanya inisiatif pendidikan dan pelatihan, UMKM dapat mengatasi hambatan ini dan memanfaatkan penuh potensi digital payment.

Secara keseluruhan, pengetahuan UMKM tentang digital payment adalah fondasi penting dalam mempersiapkan mereka untuk menghadapi masa depan bisnis yang lebih terkoneksi dan digital. Melalui integrasi digital payment, UMKM tidak hanya memperluas jangkauan pasar mereka, tetapi juga meningkatkan efisiensi operasional dan mengoptimalkan pengelolaan keuangan mereka. Dengan mengambil langkah ini, UMKM dapat bergerak maju dalam menghadapi tantangan dan peluang dalam era digital yang terus berkembang.

b. Relevansi digital payment dari aspek praktis

Penggunaan teknologi dalam berbagai aspek kehidupan telah membawa perubahan signifikan, terutama dalam dunia bisnis. Salah satu hal yang menjadi perhatian adalah implementasi pembayaran digital di kalangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia.

Seiring berjalannya waktu, UMKM di Indonesia mulai memahami pentingnya memanfaatkan teknologi, terutama dalam hal pembayaran. Dalam era digital ini, pembayaran melalui metode konvensional seperti uang tunai atau cek mulai ditinggalkan, dan digantikan oleh pembayaran digital. Fenomena ini bukanlah sekadar tren, melainkan sebuah kebutuhan yang mendasar bagi kelangsungan UMKM.

Penting untuk dicatat bahwa keberlangsungan UMKM sangat terkait dengan efisiensi operasional dan kenyamanan transaksi. Dengan adopsi pembayaran digital, UMKM dapat menghindari keterbatasan uang tunai dan mempercepat proses transaksi, yang pada akhirnya dapat meningkatkan produktivitas.

Selain itu, metode pembayaran digital juga memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan adanya Payment Gateway, misalnya, UMKM dapat melakukan transaksi secara online, membuka akses bagi konsumen dari berbagai lokasi untuk melakukan pembelian. Hal ini tentu saja membuka peluang bisnis baru dan meningkatkan omset UMKM.

Keamanan dan keakuratan dalam transaksi juga menjadi pertimbangan penting. Dalam hal ini, digital payment menawarkan sistem yang lebih terjamin dan terotomatisasi. Transaksi digital dapat dilacak dengan lebih mudah dan tepat, mengurangi risiko kesalahan atau kehilangan dana.

Namun, tentu saja, ada tantangan dan hambatan yang perlu diatasi. Salah satunya adalah memastikan bahwa semua pihak terlibat, baik pelaku UMKM maupun konsumen, memiliki pemahaman yang memadai tentang penggunaan pembayaran digital. Edukasi dan pelatihan menjadi kunci untuk mengoptimalkan manfaat dari teknologi ini.

Kesimpulannya, implementasi pembayaran digital memiliki relevansi praktis yang sangat besar bagi UMKM di Indonesia. Ini bukan hanya sekadar kebutuhan, tetapi juga sebuah langkah strategis menuju efisiensi dan keberlanjutan bisnis. Dengan pendekatan yang tepat dan pemahaman yang cukup, UMKM dapat memaksimalkan potensi dari digital payment untuk pertumbuhan dan keberhasilan mereka.

KESIMPULAN

Dalam rentang 3 tahun, penggunaan digital payment oleh UMKM semakin meningkat. Secara keseluruhan, integrasi digital payment memiliki implikasi positif yang signifikan bagi UMKM. Dari segi pengetahuan, UMKM perlu memahami betapa pentingnya mengadopsi pembayaran digital dalam operasional mereka. Dengan digital payment, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar mereka, meningkatkan efisiensi transaksi, dan memantau keuangan dengan lebih baik. Meskipun tantangan seperti tingkat literasi digital masih ada, inisiatif pendidikan dan pelatihan dapat membantu UMKM mengatasi hal ini.

Dari perspektif praktis, digital payment menjadi kebutuhan yang mendasar bagi UMKM untuk memastikan kelangsungan bisnis mereka. Selain dari efisiensi operasional, penggunaan metode pembayaran digital juga membuka peluang baru bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas, terutama melalui platform online dan Payment Gateway. Keamanan transaksi juga terjamin, mengurangi risiko kehilangan atau pencurian dana.

Meskipun ada tantangan yang perlu diatasi, seperti edukasi dan pelatihan, kesimpulannya jelas: digital payment adalah langkah strategis bagi UMKM untuk berkembang dan bertahan dalam era digital ini. Dengan memanfaatkan teknologi ini dengan bijak, UMKM dapat memaksimalkan potensi dan menghadapi masa depan dengan keyakinan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arksey, H., & O'Malley, L. (2005). Scoping studies: Towards a methodological framework. *International Journal of Social Research Methodology: Theory and Practice*, 8(1), 19–32. <https://doi.org/10.1080/1364557032000119616>
- Hardiky, M. I., Nova, D. K., Rahmadewi, A., & Kustiningsih, N. (2021). Optimalisasi Digital Payment Sebagai Solusi Pembayaran Umkm Roti Kasur. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 4(1), 44. <https://doi.org/10.30587/jre.v4i1.2193>
- Karniawati, N. P. A., Darma, G. S., Mahyuni, L. P., & Sanica, I. G. (2021). Community perception of using qr code payment in era new normal. *Palarch's Journal Of Archaeology Of Egypt/Egyptology*, 18(1), 3986–3999. <https://archives.palarch.nl/index.php/jae/article/view/6225>
- Kristanti, E., & Marta, R. F. (2021). Persuasive and Educative Advertising Content of Quick Response Code Indonesian Standard in Pandemic Era. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 10(2), 301. <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v10i2.34474>
- Lestari, D. A., Purnamasari, E. D., & Setiawan, B. (2020). Pengaruh Payment Gateway terhadap Kinerja Keuangan UMKM. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.47747/jbme.v1i1.20>
- Pangestu, M. G. (2022). Behavior Intention Penggunaan Digital Payment QRIS Berdasarkan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) (Studi pada UMKM Sektor Industri Makanan & Minuman di Kota Jambi). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 1(1). <https://doi.org/10.33998/jumanage.2022.1.1.23>
- Permadi, Y. A., & Wilandari, A. (2021). Preferences of Using Quick Response Code Indonesian Standard (Qris) Among Students As a Means of Digital Payment. *Journal of Enterprise and Development*, 3(1), 31–41. <https://doi.org/10.20414/jed.v3i01.3285>
- Putu, I., Noviana, T., & Darma, G. S. (2020). Exploring Digital Marketing Strategies during the New Normal Era in Enhancing the Use of Digital Payment. *Jurnal Mantik*, 4(3), 2257–2262. <https://ejournal.iocscience.org/index.php/mantik/article/view/1084>
- Ramadani Silalahi, P., Tambunan, K., & Ramadhany Batubara, T. (2022). Dampak Penggunaan QRIS Terhadap Kepuasan Konsumen Sebagai Alat Transaksi. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(2), 122–128. <https://journal-nusantara.com/index.php/JIM/article/view/18>
- Santika, A., Aliyani, R., & Mintarsih, R. (2022). Persepsi Dan Intensi Pelaku Umkm Terhadap Penggunaan Qris Sebagai Sistem Pembayaran Digital Di Kota Tasikmalaya. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(4), 61–70. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i4.142>
- Watini, S., Latifah, H., Rudianto, D., & Santoso, N. A. (2022). Adaptation of Digital Marketing of Coffee MSME Products to Digital Transformation in the Era of the Covid-19 Pandemic. *Startuppreneur Business Digital (SABDA Journal)*, 1(1), 23–32. <https://doi.org/10.34306/sabda.v1i1.73>