

# **PENGGUNAAN SISTEM PEMBAYARAN DIGITAL DALAM PENJUALAN PADA BISNIS UMKM DIKOTA PALOPO**

*Skripsi*

*Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo*

*untuk Melakukan Penelitian Skripsi*

*dalam Rangka Penyelesaian Studi Jenjang Sarjana*

*pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah*



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2023**

# **PENGGUNAAN SISTEM PEMBAYARAN DIGITAL DALAM PENJUALAN PADA BISNIS UMKM DIKOTA PALOPO**

*Skripsi*

*Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo*

*untuk Melakukan Penelitian Skripsi*

*dalam Rangka Penyelesaian Studi Jenjang Sarjana*

*pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah*



*Diajukan Oleh*

**WAHYUDI**  
19 0403 0110

**Pembimbing:**

**Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2023**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Wahyudi

NIM/ : 19 0403 0110

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya

1. Skripsi ini merupakan karya saya sendiri, tidak dipinjam, digiatis atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai sumber atau pikiran saya sendiri;

2. Seluruh bagian skripsi ini adalah karya saya sendiri dan kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggungjawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima sanksi administratif atas pelanggaran tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karena saya dibatalkan. Pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, ..... 2023

Yang membuat pernyataan,



Wahyudi  
19 0403 0110

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Penggunaan Sistem Pembayaran Digital dalam Penjualan pada Produk Bisnis UMKM di Kota Palopo yang ditulis oleh Wahyudi Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 19 0403 0110 mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo yang dimunaqasyahkan pada hari Selasa, tanggal 06 September 2023 Miladiyah bertepatan dengan 20 Safar 1445 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 21 September 2023

- TIM PENGUJI**
1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. Ketua Sidang
  2. Dr. Fasiha, S.E.I. Sekretaris
  3. Muzayyanah, S.T., M.M. Penguji I
  4. Arsyad L, S.Si., M.Si. Penguji II
  5. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M. Pembimbing

**Mengetahui:**

a.n. Rektor IAIN Palopo  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.  
NIP. 19820124 200901 2 006

Ketua Program Studi  
Manajemen Bisnis Syariah

Akbar Sabani, S.E.I., M.E.  
NIDN 200504058501

## PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إِنَّ الْحَمْدَ لِلَّهِ نَحْمَدُهُ وَنَسْتَعِينُهُ وَنَسْتَغْفِرُهُ وَنَعُوذُ بِاللَّهِ مِنْ شُرُورِ أَنْفُسِنَا  
وَمِنْ سَيِّئَاتِ أَعْمَالِنَا، مَنْ يَهْدِهِ اللَّهُ فَلَا مُضِلَّ لَهُ وَمَنْ يَضِلَّ فَلَا هَادِيَ  
لَهُ. أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Swt, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Implementasi Sistem Pembayaran Digital Dalam Penjualan Pada Bisnis Umkm Dikota Palopo.” setelah melalui proses yang panjang.

Sholawat serta Salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad Saw, kepada para keluarga, sahabat dan serta para pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana Manajemen dalam program studi Manajemen Bisnis Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulis tugas akhir skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dan banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan.

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan kepada orang tuaku tercinta Ayahanda Basondeng dan Ibunda Nia yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang sejak kecil, selalu memohon keselamatan dan kesuksesan dunia dan akhirat untuk putrinya dan segala yang telah diberikan kepada anak-anaknya. Terima kasih juga keluarga besar penulis yang selama ini telah membantu dan mendoakan. Mudah-mudahan Allah swt mengumpulkan kita

semua dalam surga-Nya kelak. Selanjutnya, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yaitu:

1. Rektor IAIN Palopo, Dr. Abbas Langaji, M.Ag., Wakil Rektor I, Dr. Munir Yusuf, M.Pd. Wakil Rektor II, Dr. Masruddin, S.S., M.Hum dan Wakil Rektor III, Dr. Mustaming, S.Ag., M.HI. yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi ini, tempat penulis menimba ilmu pengetahuan.
2. Dr. Anita Marwing, S.Hi., M.Hi. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dr. Fasiha, M.E.I. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Muzayyanah Jabari, S.T., M.M. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Muhammad Ilyas, S.Ag., M.A. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama yang telah banyak memberikan motivasi serta mencurahkan perhatiannya dalam membimbing dan memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Akbar Sabani, S.El., M.E., selaku Ketua Prodi Manajemen Bisnis Syariah, Muh. Shadri Kahar Muang, S.E., M.M. selaku sekretaris Prodi Manajemen Bisnis Syariah beserta para dosen, asisten dosen Prodi Manajemen Bisnis Syariah yang selama ini banyak memberikan ilmu pengetahuan khususnya dibidang Manajemen Bisnis Syariah.
4. Edi Indra Setyawan, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan, Motivasi dan semangat kepada

penulis selama melaksanakan perkuliahan di IAIN Palopo dan khususnya pada saat menyusun skripsi ini.

5. Almarhuma Dr. Hj. Rahmlah m., M.M selaku Penasehat Akademik sekaligus dosen pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan, Motivasi dan semangat kepada penulis selama melaksanakan perkuliahan di IAIN Palopo
6. Muzayyanah Jabani, S.T., M.M. selaku penguji I dan Arsyad L, S.Si., M.Si. selaku penguji II yang telah banyak memberikan arahan dan masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Kepada seluruh informan yang telah memberikan izin dan meluangkan waktunya dalam membantu proses penelitian.
8. Kepada semua teman seperjuangan, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2019 (khususnya kelas MBS D) yang selama ini memberikan motivasi dan bersedia membantu serta senantiasa memberikan saran/hubungan dengan penyusunan skripsi ini.
9. Kepada sahabat-sahabatku yang telah banyak memotivasi penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Terkhusus orang tua saya yang selama ini Memberikan saran, dukungan dan Bimbingan kepada saya dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran dari berbagai pihak yang sifatnya membangun sangat diharapkan.

Akhir penulis berharap, semoga skripsi ini bermanfaat dan semoga Allah menuntun kearah yang benar dan lurus.

Palopo, ..... 2022

Yang membuat pernyataan,



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN

### A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

#### 1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	S	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	H	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdan ye
ص	Sad	S	Es dengan titik di bawah
ض	Đad	Đ	De dengan titik di bawah
ط	Ta	T	Te dengan titik di bawah
ظ	Za	Z	Zet dengan titik di bawah
ع	Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gam	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>ḍammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيّ	<i>fathah dan yā'</i>	ay	a dan i
اَوّ	<i>fathah dan wau</i>	aw	a dan u

Contoh:

كَيْفًا : *kaifa*  
 هَوْلًا : *haulā*

## 3. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
مَاتَ ...	<i>fathah dan alif atau yā'</i>	ā	a dan garis di atas
رَمَى	<i>kasrah dan yā'</i>	ī	i dan garis di atas
قَيْلَ يَمُوتُ	<i>ḍammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

: *yamutu*

## 4. Tā marbūtah

Transliterasi untuk *tā' marbūtah* ada dua, yaitu *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t], sedangkan *tā' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha [h].

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	: <i>raudah al-atfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	: <i>al-madīnah al-fādilah</i>
الْحِكْمَةُ	: <i>al-hikmah</i>

#### 5. Syaddah (سُدُودٌ)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* ( ّ ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا	: <i>rabbanā</i>
نَجِينَا	: <i>najjīnā</i>
الْحَقُّ	: <i>al-haqq</i>
نُعْمٍ	: <i>nu'ima</i>
أَدْوُودٌ	: <i>'aduwwun</i>

Jika huruf ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* ( ِ ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ	: <i>Alī</i> (bukan <i>'Alīy</i> atau <i>Al'iy</i> )
عَرَبِيٌّ	: <i>Arabī</i> (bukan <i>'Arabīyy</i> atau <i>'arabiy</i> )

#### 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *alif lam ma'rifah* ( َ ). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-* baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i> )
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalزالah</i> (bukan <i>az-zalزالah</i> )
الْفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

#### 7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	: ta'murūna
النَّوْعُ	: al-nau'
شَيْءٌ	: syai'un
أَمْرٌ	: umirtu

## 8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

*Syarah al-Jalālīn al-Nawāwī*  
*Ri'āyah al-Mas'ūhah*

## 9. Lafz al-Jalāl

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkeludukan sebagai *mudāf ilahī* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:  
دِينِ اللَّهِ *dīnillah* بِاللَّهِ *billāh*

Adapun *tā' marbūṭah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalāl*, diteransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fī rahmatillah*

## 10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

*Wa mā Muhammadun illā rasūl  
Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan  
Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān  
Nasīr al-Dīn al-Tūsī  
Nasr Hāmid Abū Zayd  
Al-Tūfī  
Al-Maslahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī*

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad Ibnu)  
Nasr Hāmid Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Nasr Hāmid (bukan, Zaid Nasr Hāmid Abū)

## B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

- SWT. = Subhanahu Wa Ta'ala
- SAW. = Sallallahu 'Alaihi Wasallam
- AS = 'Alaihi Al-Salam
- H = Hijrah
- HR = Hadis Riwayat
- UMKM = Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
PRAKATA.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN .....	vi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR AYAT.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
ABSTRAK.....	xviii
ABSTRACT.....	xix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II Kajian teori</b>	
A. Penelitian terdahulu yang relevan .....	8
B. Deskripsi teori.....	9
C. Kerangka Pikir.....	31
<b>BAB III Metodologi Penelitian</b>	
A. Jenis Penelitian.....	32
B. Lokasi Penelitian.....	32

C. Definisi Istilah.....	33
D. Sumber data.....	36
E. Subjek Penelitian.....	37
F. Teknik Pengumpulan Data.....	38
G. Keabsahan data.....	40
H. Teknik Analisis data.....	41

**BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISI DATA**

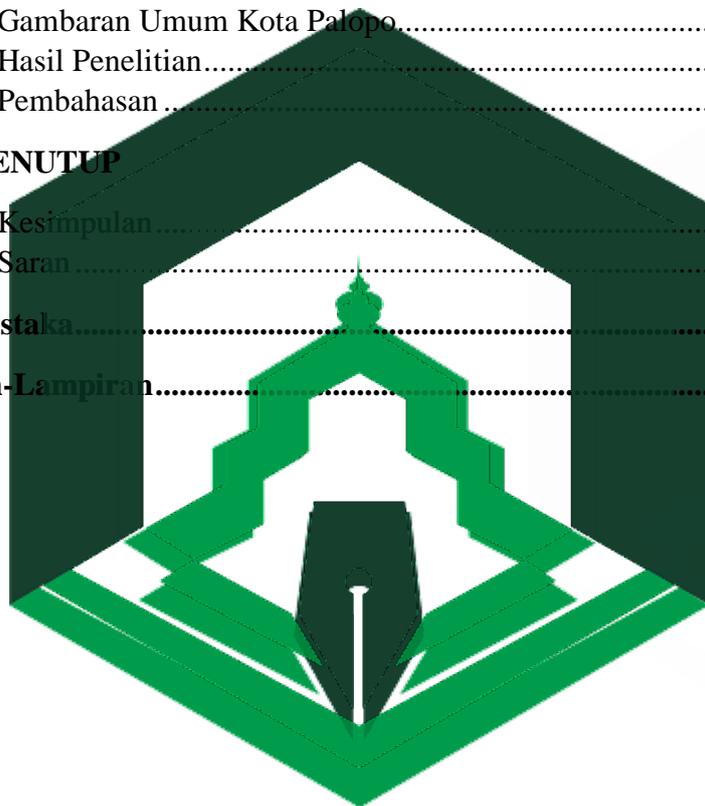
A. Gambaran Umum Kota Palopo.....	43
B. Hasil Penelitian.....	44
C. Pembahasan .....	54

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	72
B. Saran.....	73

<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>75</b>
----------------------------	-----------

<b>Lampiran-Lampiran.....</b>	<b>85</b>
-------------------------------	-----------



## Daftar Tabel

### Tabel

Tabel 1.1 Laporan Data UMKM Kota Palopo Tahun 2022 .....	3
Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu .....	8
Tabel 1.3 Identitas Informan .....	37
Tabel 1.4 Jumlah Kecamatan, Desa dan Kelurahan Tahun 2023 .....	44
Tabel 1.5 Laporan Data Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) .....	45
Tabel 1.6 Jenis Pembayaran Digital UMKM Kota Palopo .....	49



## ABSTRAK

**Wahyudi, 2023.** “Implementasi Sistem Pembayaran Digital Dalam Penjualan Produk Pada Bisnis UMKM Di Kota Palopo”.

Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing Oleh Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan mengetahui, pertama, pengetahuan pelaku UMKM di Palopo menggunakan Pembayaran Digital, kedua, manfaat dalam menggunakan Pembayaran Digital terhadap pelaku UMKM dan ketiga hambatan pelaku UMKM di kota Palopo dalam penggunaan Pembayaran Digital. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data yaitu melakukan observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian kualitatif, jenis penelitian dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yaitu menggambarkan dan menganalisa permasalahan yang ditemukan. Penelitian kualitatif didasarkan pada data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui buku-buku, artikel, dan jurnal yang berkaitan dengan penelitian ini.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa pertama, pelaku UMKM di kota Palopo mayoritas mengetahui QRIS sebagai alat pembayaran digital yang dikeluarkan Bank Indonesia, QRIS ini memberikan kelebihan dibanding sistem pembayaran digital lainnya. Kedua, adanya QRIS membantu merchant (UMKM) untuk melakukan pembayaran lebih praktis, cepat dan aman serta dengan adanya kemudahan transaksi tersebut masyarakat memilih berbelanja dan secara tidak langsung akan meningkatkan pendapatan bagi pelaku UMKM. Ketiga, jaringan internet yang kurang stabil dalam melakukan transaksi sehingga menjadi kendala bagi pelaku UMKM dan juga konsumen dalam melakukan transaksi. Serta adanya biaya merchant discount rate (Mdr) sebesar 0,07% yang di berlakukan kepada para pedagang menjadi hambatan pelaku UMKM di Pematangsiantar.

**Kata Kunci: Fintech, Pembayaran, QRIS, Sistem, UMKM**



## **ABSTRACT**

**Wahyudi, 2023.** "Use of Digital Payment Systems in Product Sales in MSME Businesses in Palopo City".

Thesis for the Sharia Business Management Study Program, Palapo State Islamic Institute. Supervised by Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.

This research aims to find out, first, the knowledge of MSME actors in Palopo using Digital Payments, second, the benefits of using Digital Payments for MSME actors and thirdly the obstacles for MSME actors in the city of Palopo in using Digital Payments. This type of research uses

descriptive qualitative research with data collection methods, namely observation, interviews, documentation and literature study.

In this research, the researcher used qualitative research, the type of research in this research used a qualitative descriptive approach, namely describing and analyzing the problems found. Qualitative research is based on primary and secondary data. Primary data was obtained through observation, interviews and documentation. Meanwhile, secondary data was obtained through books, articles and journals related to this research.

The research results concluded that firstly, the majority of MSME players in the city of Palopo are aware of QRIS as a digital payment tool issued by Bank Indonesia. This QRIS provides advantages compared to other digital payment systems. Second, the existence of QRIS helps merchants (MSMEs) to make payments more practically, quickly and safely and with the ease of transactions, people choose to shop and this will indirectly increase income for MSME players. Third, the internet network is less stable in carrying out transactions, which becomes an obstacle for MSME players and also consumers in carrying out transactions. And the existence of a merchant discount rate (Mdr) fee of 0.07% which is applied to traders is an obstacle for MSMEs in Pematangsiantar.

Keywords: Fintech, MSMeS, Payment, QRIS, System



## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Di era digitalisasi saat ini, masyarakat tidak dapat menghindari kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan. Manusia dipaksa oleh era global untuk terus mengembangkan teknologi yang menyederhanakan dan, dalam beberapa kasus, sepenuhnya menggantikan pekerjaan manusia, termasuk transaksi keuangan.<sup>1</sup> Perkembangan teknologi dalam sistem pembayaran yang begitu cepat membuat alat pembayaran digital juga berkembang dengan pesat. Baik secara lokal maupun global, penggunaan teknologi modern sebagai alat pembayaran nontunai meningkat pesat, disertai dengan beberapa penyempurnaan yang menjadikan penggunaannya lebih efisien, aman, cepat, dan mudah.

Kemajuan teknologi informasi telah menggeser sebagian besar gaya hidup masyarakat Indonesia dari pedesaan ke perkotaan. Dalam kehidupan sehari-hari smartphone lebih sering dimanfaatkan oleh masyarakat, hal ini dibuktikan dengan generasi sekarang lebih cenderung memanfaatkan smartphone dalam kehidupan sehari-hari. Terlihat hampir setiap saat konsumen melakukan kontak dan percakapan dengan ponselnya, baik melalui saluran seluler maupun media sosial. Hampir semua aktivitas sehari-hari terkait erat dengan smartphone, karena semuanya terhubung ke Internet. Masyarakat menggunakan ponsel pintar untuk berbagai aktivitas, termasuk menelepon dan mengirim SMS (layanan pesan

---

<sup>1</sup> Muhammad Ikhsan Harahap, Implementasi Produk Wakaf Uang Melalui Lembaga Keuangan Syariah, Laporan Penelitian (2020), h. 43

singkat), berkomunikasi di media sosial, melakukan bisnis, dan menyelesaikan transaksi keuangan secara online.<sup>2</sup>

Dunia usaha harus mampu beradaptasi dengan perubahan di era revolusi 4.0 agar usaha tersebut dapat bertahan, salah satu upayanya yaitu dengan melakukan pemasaran melalui internet dan mengubah kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian secara online dibandingkan offline. Akan ada banyak perubahan di berbagai sektor sepanjang revolusi industri 4.0, baik yang disiapkan maupun tidak. Dunia usaha merupakan salah satu yang akan terkena dampak dari perkembangan tersebut. Jelas, sektor usaha akan mengalami beberapa perubahan, termasuk yang mempengaruhi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Salah satu faktor yang akan mengubah dan berdampak pada sektor bisnis adalah Internet of Things (IoT), yang menekankan pentingnya penggunaan internet di dalam unit usaha. Berbagai bentuk usaha mikro juga harus mampu beradaptasi dengan perubahan pada masa ini, salah satunya dengan mulai melakukan operasional usaha melalui internet.<sup>3</sup>

Secara ekonomi sebanyak 14.048 usaha mikro kecil yang eksis di kota Palopo sepanjang tahun 2022. Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Palopo terus tumbuh secara pesat dan signifikan. Perkembangan UMKM menurut data BPS (2022) dapat dilihat pada table 1.1 dibawah ini :

---

<sup>2</sup> Muhammad Ikhsan Harahap, Implementasi Produk Wakaf Uang Melalui Lembaga Keuangan Syariah, Laporan Penelitian (2020), h. 43

<sup>3</sup> Wulan Ayodya, UMKM 4.0 (Strategi UMKM Memasuki Era Digital), (Jakarta:PT. Elex Media Komputindo, 2020), h. 1.

Tabel 1.1

**Laporan Data Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Kota  
Palopo Tahun 2022**

No.	Kecamatan	Unit	Tenaga Kerja		Modal Awal (Rp)
			L	P	
1	Wara	2.628	1.039	1.941	33.133.220.000
2	Wara timur	2.957	1.311	2.650	49.212.940.000
3	Wara Utara	1.804	643	1.630	32.728.956.000
4	Wara barat	1.298	434	972	7.887.840.000
5	Wara Selatan	1.013	450	828	21.287.000.000
6	Telluwana	1.252	411	949	12.474.240.000
7	Bara	2.313	772	1.733	39.071.670.000
8	Sendana	374	143	275	5.493.720
9	Mungkajang	409	126	312	6.940.320.000
<b>Total</b>		<b>14.048</b>	<b>5.379</b>	<b>11.290</b>	<b>208.229.906.000</b>

Sumber (Data diolah 2022) Dinas Koperasi dan UMKM Kota Palopo

Munculnya berbagai industri dan usaha seperti sentral pembuatan oleh-oleh serta kafe-kafe menjadi objek yang cukup menarik perhatian. Meskipun begitu, kita tetap masih bisa melihat keberadaan UMKM-UMKM lama yang tetap berjuang

untuk bertahan. Meskipun demikian permasalahan masih saja muncul, terutama bagi usaha-usaha kecil .<sup>4</sup>

Di zaman serba digital tidak mampu untuk kita hindari. Beberapa pakar ahli pemasaran pun banyak menyatakan jika para pelaku UMKM ingin bertahan, maka harus mampu memaksimalkan manfaat perkembangan digital. Baik melalui pemasaran secara digital, pelaku UMKM mampu mencakup kemampuan untuk melakukan banyak hal yang bisa menjangkau konsumen. Pengalaman konsumen tersebut kemudian lantas mengantarkan mereka pada brand maupun produk pemilik usaha. Pelaku UMKM bisa memanfaatkan berbagai fitur penyelenggara jasa sistem pembayaran online, antara lain menggunakan aplikasi Quick Response Code Indonesian Standart (QRIS) yang secara resmi dikeluarkan oleh Bank Indonesia dan berbagai fitur pembayaran digital lainnya.<sup>5</sup>

Apabila dibandingkan dengan transaksi tunai, transaksi non tunai lebih unggul karena bisa menekan resiko kehilangan akibat kelalaian atau tindakan kejahatan yang tidak bisa diprediksi kapan dan dimana terjadi pada diri kita. Semua nominal keuangan anda tetap aman dalam aplikasi selama saldo anda masih mencukupi. Transaksi non-tunai akan mempermudah anda dalam melakukan pembayaran, contohnya jual beli online dan lainnya. Dan jika dibandingkan pembayaran digital cenderung lebih mudah dan praktis karena anda tidak perlu repot-repot menyiapkan banyak uang. Proses pembayaran dikasirpun

---

<sup>4</sup> Darmika, A. P. (2021). *Pengaruh Financial Technology Terhadap Perkembangan Umkm Di Kota Palopo* (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Palopo).

<sup>5</sup> Wijoyo, Hadion, Aris Ariyanto, And Fery Wongso. "Strategi Pemasaran Umkm Di Masa Pandemi." *Insan Cendekia Mandiri* (2021).

lebih cepat. Kemudian, dalam berbagai kesempatan tertentu, anda juga mendapatkan banyak fasilitas dari promo yang ditawarkan. Misalkan saja promo tiket liburan, Promo, Diskon dan sebagainya. <sup>6</sup>

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan di atas, maka penelitian ini membahas permasalahan tersebut dengan judul penelitian **“Implementasi Sistem Pembayaran Digital Dalam Penjualan Pada Umkm Dikota Palopo”**.

### **B. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka peneliti menetapkan beberapa batasan masalah pada penelitian ini, yaitu :

1. Penerapan sistem pembayaran digital dalam penjualan pada bisnis Umkm di Kota Palopo.
2. Penjual produk UMKM dengan adanya penerapan sistem pembayaran digital

### **C. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, maka penulis menggunakan rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana Pengetahuan Pelaku UMKM terhadap sistem pembayaran digital di Kota Palopo?
2. Bagaimana Manfaat yang diperoleh UMKM dengan adanya penerapan system pembayaran digital?
3. Bagaimana kendala UMKM dalam penerapan system pembayaran digital?

---

<sup>6</sup> Sinaga, I. S. A., Yusrizal, Y., & Rahmadani, S. (2023). Analisis Manajemen Resiko Penggunaan Digital Payment:(Studi Kasus Pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Medan S. Parman). *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 3(1), 647-685.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Dalam Penelitian ini tujuan yang akan dicapai ialah untuk sebagai berikut:

1. Mengetahui Bagaimana pengetahuan pelaku UMKM mengenai sistem pembayaran digital di Kota Palopo
2. Mengetahui manfaat bagi UMKM dengan menggunakan system pembayaran digital
3. Mengetahui kendala yang dialami pelaku UMKM dengan diterapkannya system pembayaran digital

#### **E. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat dalam pendidikan baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu:
  - a. Memberikan sumbangan pemikiran bagi pembaharuan kurikulum di Taman Kanak-kanak yang terus berkembang sesuai dengan tuntutan masyarakat dan sesuai dengan kebutuhan perkembangan anak.
  - b. Sebagai pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan peningkatan kemampuan sains pada anak usia dini serta menjadi bahan kajian lebih lanjut.
2. Manfaat praktis Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:
  - a. Bagi penulis, Dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung tentang cara meningkatkan kemampuan sains anak melalui metode eksperimen.

- b. Bagi pembaca, Dapat menambah pengetahuan dan sumbangan pemikiran tentang implementasi *system* pembayaran digital dalam usaha UMKM yang dijalankan
- c. Bagi pelaku Bisnis UMKM, Pembisnis UMKM sebagai subyek penelitian, sehingga mampu memperoleh pengetahuan mengenai sistem pembayaran digital.
- d. Bagi Universitas, Sebagai bahan masukan bagi Perguruan Tinggi untuk memperbaiki praktik-praktik pembelajaran agar dosen agar menjadi lebih kreatif, efektif dan efisien sehingga kualitas pembelajaran dan hasil belajar siswa meningkat.



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Kajian Terdahulu Yang Relevan

Dilakukan penelusuran terkait penelitian-penelitian terdahulu untuk memberikan posisi pada penelitian sekaligus memberikan kontribusi dalam penelitian ini. Adapun referensi yang berkaitan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	Rifqy Tazkiyyaturrohman h.	Eksistensi Uang Elektronik Sebagai Alat Transaksi Keuangan Modern. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif. <sup>7</sup>	Hasil penelitian ini bertujuan mengkaji mengenai transformasi uang sebagai alat transaksi keuangan modern. Dalam konsep keuangan, uang elektronik sudah mencakup sebagai suatu benda yang dapat difungsikan menjadi uang. Seperti mudah disimpan, mudah dibawa, tidak mudah rusak dan lain-lain.	Variable yang diteliti sama yaitu pembayaran digital.	Perbedaan penelitian penulis dengan penelitian diatas adalah terletak pada objek penelitiannya. Penelitian diatas berfokus pada dua startup jasa transportasi dibidang payment, kemudian penelitian yang coba diteliti penulis ini berfokus pada system pembayaran digital dalam penjualan produk UMKM.
2	Suci Rahmayanti, Josef Evan,	Implementasi Sistem Pembayaran Quick	Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa adanya Quick Response Indonesia Standard dapat membantu	Objek Peneliti dalam ini sama-sama mengenai UMKM.	Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu penelitian sebelumnya

<sup>7</sup> Rifqy Tazkiyyaturrohman, 'Eksistensi Uang Elektronik Sebagai Alat Transaksi Keuangan Modern', *Muslim Heritage*, 3.1 (2018), 23.

Dan Response para pedagang UMKM  
Atifah Indonesia untuk mengalami  
Ramadani Standard Bagi perkembangan. Penerapan  
i Perkembangan sistem pembayaran QRIS  
UMKM di untuk instrumen pembayaran  
Medan.<sup>8</sup> berbasis server yang  
menggunakan QR Code  
telah dilakukan oleh  
beberapa pedagang UMKM  
di Medan.

hanya berfokus mengkaji  
mengenai implementasi  
sistem pembayaran  
*Quick Response*  
Indonesia Standard Bagi  
Perkembangan UMKM  
di Medan sedangkan  
penelitian ini berfokus  
pada Implementasi  
*system* pembayaran  
digital pada UMKM di  
Palopo.

3	Muhammad Al Faridho Awwal	Pengaruh Persepsi dan Religiusitas Masyarakat Terhadap Sikap dan Minat Sedekah Menggunakan Pembayaran Non Tunai	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh variabel persepsi masyarakat tentang kemudahan ataupun pengembangan dan variabel religiusitas terhadap sikap yang memunculkan minat untuk bersedekah menggunakan pembayaran non tunai.	Kedua Penelitian ini memiliki persamaan yakni membahas mengenai pembayaran digital.	Perbedaan penelitian Muhammad Al dan Dewi dengan penelitian ini yaitu penelitian Muhammad Al dan Dewi menggunakan variabel independent lain yaitu variabel persepsi, variabel religiusitas. Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel pemasaran.
4	Mokhammad Iqbal Hardiky, Devina Kristanti Nova,	OPTIMALISASI DIGITAL PAYMENT SEBAGAI SOLUSI PEMBAYAR	Berdasarkan hasil penelitian ini customer yang lebih memilih pembayaran melalui media elektronik baik transfer atau menggunakan QRIS untuk	Menggunakan variabel yang sama yaitu UMKM dan Pembayaran	Perbedaan kedua penelitian ini yaitu peneliti sebelumnya hanya berfokus kepada UMKM Penjual Roti Kasur sedangkan

<sup>8</sup> Suci Rahmayanti Sihalo, Josef Evan, Atifah Ramadani, 'Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Bagi Perkembangan Umkm Di Medan', *Jurnal Manajemen*, 17.2 (2020), 287-97.

<sup>9</sup> Muhammad Al Faridho Awwal Dan Dewi Wahyu Setyo Rini, Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Masyarakat Terhadap Sikap Dan Minat Sedekah Menggunakan Pembayaran Non Tunai, *Jpis*, Vol. 6, No. 1, (2019): 44

Amelia Rahmade wi, dan Nanik Kustinin gsih	AN UMKM ROTI KASUR. <sup>10</sup>	transaksi antar bank yang memiliki fitur QRIS pada mobile banking dan pengguna uang elektronik. Penggunaan transaksi antar bank memiliki perbedaan beban admin yang sangat signifikan dibanding dengan penggunaan QRIS. Jika pembayaran antar bank customer akan di bebani biaya admin sebesar Rp 6.500,00 sedangkan dengan penggunaan QRIS penjual dibebani biaya admin sebesar 0,7 % dan pembeli tidak dibebani biaya admin. Hal ini sangat menguntungkan terutama pada pihak customer.	Digital	penelitian ini berfokus kepada seluruh UMKM yang tersebar di Kota Palopo
5	Maria TreciaDayan Pengaruh Persepsi Konsumen, Gaya Hidup Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital. <sup>11</sup>	Gaya hidup dan persepsi konsumen adalah faktor-faktor yang memiliki nilai signifikansi dalam mempengaruhi keputusan penggunaan aplikasi layanan pembayaran digital di Jabodetabek. Sedangkan, variabel	Persamaan penelitian ini yaitu kedua peneliti memiliki objek .	Perbedaan penelitian ini terletak pada metode yang digunakan, penelitian sebelumnya menggunakan metode kuantitatif sedangkan penelitian ini menggunakan metode kualitatif.

<sup>10</sup> Mokhamad Iqbal Hardiky And Others, 'Optimalisasi Digital Payment Sebagai Solusi Pembayaran Umkm Roti Kasur', *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 4.1 (2021), 44.

<sup>11</sup> Maria Trecia Dayan, 'Pengaruh Persepsi Konsumen, Gaya Hidup Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital', *Jurnal Transaksi*, 12.1 (2020), 40–50.

kepercayaan konsumen tidak  
berpengaruh positif.  
Penggunaan aplikasi  
pembayaran digital  
memberikan kemudahan dan  
trend bagi konsumen dalam  
melakukan transaksi

pembelian, namun demikian  
risiko percaya dan keamanan  
aplikasi masih menjadi  
alasan bagi konsumen untuk  
memutuskan menggunakan  
aplikasi ini. Pemberi layanan  
dapat mementingkan aspek  
brand image yang  
disuguhkan kepada  
pelanggan serta fitur yang  
sebanding dengan pemenuhan  
gaya hidup.

---

## **B. Deskripsi Teori**

### **1) Sistem Pembayaran Digital**

#### **a. Definisi Sistem Pembayaran Digital**

Transaksi adalah sebuah kegiatan yang menimbulkan perubahan terhadap suatu nilai, yang dapat berupa uang maupun harta benda. Selain itu, transaksi

adalah sebuah penanda terjadinya proses pemindahan untuk sebuah barang atau jasa yang dapat dipisahkan dari antarmuka teknologi.<sup>12</sup> Sebuah transaksi berhasil dilakukan jika suatu nilai tersebut berpindah ke pihak lain dengan konsekuensi mendapatkan bentuk nilai yang lainnya.

Menurut Williamson, suatu transaksi pada suatu teknologi belum dapat terjadi jika belum ada kesepakatan antara pihak yang bersangkutan untuk menggunakan teknologi tersebut.<sup>13</sup> Artinya, jika menggunakan teknologi untuk bertransaksi secara sepihak, maka transaksi tersebut belum sah, dan dapat disangkal oleh pihak lain yang bersangkutan.

Pembayaran secara umum dapat diartikan sebagai pemindahan sejumlah uang dari si pembayar ke penerima. Pembayaran digital adalah pembayaran yang berbasis teknologi. Di dalam pembayaran digital uang disimpan, diproses, dan diterima dalam bentuk informasi digital dan proses pemindahannya diinisialisasi melalui alat pembayaran elektronik.

Pembayaran secara tradisional dilakukan melalui uang tunai, cek, atau kartu kredit sedangkan pembayaran digital dilakukan menggunakan software tertentu, kartu pembayaran, dan uang elektronik.<sup>14</sup> Komponen-komponen utama dari system pembayaran digital antara lain: aplikasi pemindahan uang, infrastruktur jaringan, peraturan dan prosedur kegunaan dari sistem tersebut.

<sup>12</sup> Riordan, M. H., & Williamson, O. E. "Asset Specificity And Economic Organization. *International Journal Of Industrial Organization*", Vol.3.No.4 (1985), 365-378.

<sup>13</sup> Robert G. Eccles And Oliver E. Williamson, 'The Economic Institutions Of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting.', *Administrative Science Quarterly*, Vol.32.No.4 (1987), Hal. 602.

<sup>14</sup> Mm Suba'i And Irma Yunita Ruhiawati, 'Pengembangan Sistem E-Payment Untuk Membantu Pengambilan Keputusan Studi Kasus: Universitas Banten Jaya', *Icit Journal*, 3.2 (2019), 219-40.

Sistem pembayaran secara digital menyediakan cara pembayaran untuk pembelian barang ataupun jasa melalui internet. Berbeda dengan sistem pembayaran biasanya, pelanggan mengirimkan seluruh data yang berkaitan dengan pembayaran kepada penjual melalui internet, tidak ada interaksi eksternal yang jauh antara pelanggan dan penjual (dengan mengirimkan faktur melalui email atau konfirmasi melalui fax).<sup>15</sup> Sekarang ini, sudah lebih dari 100 macam sistem pembayaran secara elektronik.

*Digital payment* merupakan salah satu bentuk transaksi elektronik yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik, Pasal 1 Ayat 6a,<sup>16</sup> yang berbunyi penyelenggara sistem elektronik adalah setiap orang, penyelenggara negara, badan usaha, dan masyarakat yang menyediakan, mengelola, dan/atau mengoperasikan sistem elektronik, baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama kepada pengguna sistem elektronik untuk keperluan dirinya dan/atau keperluan pihak lain.

Dalam peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor/Pojk.03/2017 Tentang, Penyelenggaraan Layanan Perbankan *Digital* Oleh Bank Umum Pasal 1 Ayat 4 menyebutkan bahwa Layanan Perbankan *Digital* adalah Layanan Perbankan Elektronik yang mengoptimalkan pemanfaatan data nasabah dalam rangka melayani transaksi keuangan nasabah secara nyaman, cepat, dan mudah sesuai dengan kebutuhan nasabah (*customer experience*) dengan pengamanan yang baik, dan dapat dilakukan secara mandiri

---

<sup>15</sup> Sitti Hajerah Jasri, Indah Rahayu, Andi Muhammad Aidil, 'Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Dompot Digital Pada Transaksi Jual Beli', *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1.1 (2021), 110–15.

<sup>16</sup> Uu No.19 Tahun 2016

oleh nasabah yang berarti bahwa OJK sangat mendukung sistem pembayaran dengan menggunakan *digital payment*.<sup>17</sup>

## **b. Kelebihan dan Kekurangan Pembayaran Digital**

Adapun beberapa kelebihan dan kekurangan dari *digital payment* adalah sebagai berikut:<sup>18</sup>

### 1). Kekurangan

- (a). Meningkatkan efisiensi waktu dan tenaga dalam melakukan transaksi pembayaran sebuah produk pada saat belanja online ataupun pada saat membayar tagihan lainnya.
- (b). Memberikan akses kemudahan pembayaran karena tersedianya berbagai merchant pendukung aplikasi *digital payment*.
- (c). Meningkatkan customer loyalty karena dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja.
- (d). Komisi cenderung rendah. Hal ini biasanya berkaitan dengan biaya admin yang dibebankan pada saat melakukan transaksi pembayaran. Dengan menggunakan aplikasi *digital payment* biaya operasional yang dibebankan biasanya hanya berkisar sebesar 1% dari jumlah total bahkan tidak dikenakan biaya sama sekali apabila dipergunakan untuk melakukan transfer kepada sesama pengguna.

### 2). Kekurangan

<sup>17</sup> Irwan Moridu And Others, 'Pengaruh Digital Banking Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan ( Studi Pada Pt . Bank Negara Indonesia ( Persero ) Tbk )', 3.2 (2020), 67–73.

<sup>18</sup> Jefry Tarantang And Others, 'Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia', *Jurnal Al-Qardh*, 4.1 (2019), 60–75.

Digital payment juga memiliki beberapa kekurangan, yakni sebagai berikut:

(a). Kemungkinan bisa terkena serangan hacker.

Hal ini berkaitan dengan semakin canggihnya perkembangan digital maka pola kejahatan pun semakin beragam jenisnya, salah satunya adalah kejahatan yang menyerang sistem digital. Jika aplikasi yang digunakan tidak menggunakan sistem keamanan yang baik maka risiko terjadinya peretasan data juga dapat terjadi. Oleh karena itu keamanan menjadi hal yang harus menjadi prioritas utama dari setiap aplikasi digital payment.

(b). Kurangnya privasi data pengguna.

Pada saat melakukan pendaftaran maka sistem aplikasi akan meminta pengguna untuk memenuhi persyaratan data yang dibutuhkan aplikasi mulai dari data identitas, izin untuk mengetahui semua informasi mengenai transaksi seperti siapa penerima, jumlah dana serta waktu pembayaran yang nantinya akan disimpan di database. Hal ini tentunya berakibat pada kurangnya privasi pada sistem digital payment.

(c). Selalu membutuhkan akses internet.

Pada saat pengguna melakukan transaksi, maka dibutuhkan koneksi internet untuk melakukan pembayaran online. Tanpa koneksi internet transaksi pembayaran online tidak bisa dilakukan oleh pengguna.

(d). Seringnya terjadi error pada sistem aplikasi yang digunakan pada saat transaksi berlangsung.

## 2. Usaha Mikro Kecil Menengah

### a. Definisi UMKM

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha disemua sektor ekonomi.<sup>19</sup> Bentuk usaha ini adalah bentuk yang paling populer di Indonesia, serta menjadi roda ekonomi Indonesia karena 99,99% bentuk usaha di Indonesia adalah UMKM<sup>20</sup>.

Definisi tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) disebutkan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 adalah “Sebuah perusahaan yang digolongkan sebagai UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu”. Pengusaha kecil pada umumnya kurang memperhatikan strategi bisnis bahkan tidak memiliki rencana pengembangan usaha. Mereka berfokus bagaimana menjual barang tanpa memikirkan bagaimana melakukan perbaikan kepada produk yang mereka pasarkan supaya lebih baik. Kebanyakan pengusaha UMKM berfokus hanya pada penjualan barangnya dan hasil usaha yang mereka dapatkan biasanya akan dihabiskan untuk konsumsi pribadi dan keluarganya. Dapat kita bayangkan, jika semua pelaku UMKM menghabiskan seluruh keuntungannya hanya untuk konsumsi pribadi tentu tidak

<sup>19</sup> Abdul Halim, ‘Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju’, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1.2 (2020), 157–72.

<sup>20</sup> Depkop. (2012). Perkembangan Data Usaha Mikro , Kecil , Menengah ( Umkm ) Dan Usaha Besar ( Ub ) Perkembangan Data Usaha Mikro , Kecil , Menengah ( Umkm ) Dan Usaha Besar ( Ub ). *Www.Depkop.Go.Id*, (1), 2011–2012.

akan ada perkembangan usahanya. Usaha yang dijalankan hanya jalan ditempat, tidak mandiri dan hanya menunggu bantuan suntikan dana.<sup>21</sup>

Usaha mikro adalah salah satu pilar utama ekonomi nasional yang mendapatkan kesempatan utama, dukungan, perlindungan serta pengembangan yang secara luas sebagai wujud pihak yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat, tanpa harus mengabaikan peranan usaha besar dan badan usaha milik pemerintah. Menurut Departemen Tenaga Kerja, usaha mikro adalah usaha yang memiliki kurang dari 5 orang tenaga kerja.<sup>22</sup>

#### **b. Tujuan UMKM**

Secara umum terdapat tiga peran UMKM terhadap tiga peran UMKM atau kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi:

##### 1) Sarana Pemerataan Tingkat Ekonomi Rakyat Kecil.

UMKM berperan dalam pemerataan tingkat perekonomian rakyat sebab berada di berbagai tempat. UMKM bahkan menjangkau daerah yang pelosok sehingga masyarakat tidak perlu ke kota untuk memperoleh penghidupan yang layak.

##### 2) Sarana Mengentaskan Kemiskinan

UMKM berperan untuk mengentaskan masyarakat dari kemiskinan sebab angka penyerapan tenaga kerja terhitung tinggi.

##### 3) Sarana Anggaran Pendapatan Belanja Daerah

<sup>21</sup> Putu Sanjaya and Putu Nuratama, *Tata Kelola Manajemen & Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah*, Penerbit CV. Cahaya Bintang Cemerlang., 2021.

<sup>22</sup> Hasmita Putri E, 'Efektivitas Pelaksanaan Program Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kota Samarinda ( Studi Pada Dinas Koperasi Dan Umkm Kota Samarinda )', *E-Journal Administrasi Negara*, 5.1 (2017), 5431-45.

Sarana atau alat untuk menjalankan otonomi daerah yang nyata dan bertanggung jawab serta memberi isi dan arti tanggung jawab pemerintah daerah karena APBD itu menggambarkan seluruh kebijaksanaan pemerintah daerah.<sup>23</sup>

### c. Kelebihan UMKM

UMKM memiliki beberapa kelebihan yang spesifik. Adapun kelebihan UMKM yaitu :<sup>24</sup>

- 1) Inovasi dalam teknologi yang dengan mudah terjadi dalam pengembangan produk.
- 2) Hubungan kemanusiaan yang akrab di dalam perusahaan kecil.
- 3) Fleksibilitas dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat dibandingkan dengan perusahaan yang berskala besar yang pada umumnya birokratis.
- 4) Terdapat dinamisme manajerial dan peranan kewirausahaan.

### d. Kekurangan UMKM

Setiap usaha yang memiliki kelebihan, tentu saja memiliki kekurangan. Adapun kekurangan UMKM yaitu :

- 1) Keterbatasan teknologi.

UMKM masih menggunakan teknologi dalam bentuk mesin-mesin tua (manual). Keterbelakangan teknologi ini tidak hanya menyebabkan rendahnya total faktor produktivitas dan efisiensi di dalam proses produksi, tetapi juga rendahnya mutu produk yang dibuat. Keterbatasan teknologi UMKM disebabkan oleh

<sup>23</sup> Dabella Yunia And Others, 'Penyusunan Laporan Keuangan Umkm Berbasis Sak Emkm', *Jurnal Warta Desa (Jwd)*, 3.2 (2021), 102–8.

<sup>24</sup> Triwara Buddhi Satyarini, 'Karakter Wirausaha Pada Industri Mikro Pangan Olahan Di D.I.Y Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi', *Agraris: Journal Of Agribusiness And Rural Development Research*, 2.1 (2016), 28–35.

banyak faktor, di antaranya keterbatasan modal investasi untuk membeli mesin-mesin baru guna menyempurnakan proses produksi, keterbatasan informasi mengenai perkembangan teknologi (mesin-mesin dan alat-alat produksi baru), serta keterbatasan SDM yang dapat mengoperasikan mesinmesin baru dan melakukan inovasi-inovasi dalam produk maupun proses produksi;

#### 2) Keterbatasan Finansial.

UMKM dalam menghadapi dua masalah utama dalam aspek finansial, yaitu mobilisasi modal awal dan akses ke modal kerja investasi, serta finansial jangka panjang akibat skala ekonomi yang kecil. Modal yang dimiliki oleh pengusaha kecil sering kali tidak mencukupi untuk kegiatan produksinya, terutama investasi (perluasan kapasitas produksi atau penggantian mesin-mesin tua) walaupun pada umumnya modal awal bersumber dari modal sendiri atau sumber-sumber informal.

#### 3) Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM).

Keterbatasan SDM merupakan salah satu kendala serius UMKM, terutama dalam aspek-aspek kewirausahaan, manajemen, teknik produksi, pengembangan produk, perancangan teknik, akuntansi, pengolahan data, penelitian, dan teknik pemasaran. Semua keahlian ini sangat dibutuhkan untuk mempertahankan dan/atau memperbaiki mutu produk, meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam produksi, memperluas pangsa pasar dan menembus pasar baru;

#### 4) Masalah Bahan Baku.

Keterbatasan bahan baku dan masukan lainnya sering menjadi salah satu kendala serius bagi pertumbuhan dan kelangsungan produksi bagi banyak UMKM

atau sentra-sentra UMKM di sejumlah subsektor industri manufaktur, seperti sepatu dan produksi tekstil yang mengalami kesulitan untuk mendapatkan bahan baku atau masukan, akibat depresiasi nilai tukar mata uang rupiah terhadap mata uang asing (misalnya dolar, euro atau yuen).

#### 5) Kesulitan pemasaran.

Salah satu aspek yang terkait dengan masalah pemasaran yang umum dihadapi oleh UMKM adalah tekanan-tekanan persaingan, baik di pasar domestik dari produk-produk serupa buatan usaha besar, maupun produk impor dan di pasar ekspor.

#### 6) Kemitraan.

Kemitraan mengacu pada pengertian bekerja sama antar-pengusaha dengan tingkatan yang berbeda, yaitu antara pengusaha kecil dengan pengusaha besar. Istilah kemitraan sendiri mengandung arti bahwa meskipun tingkatannya berbeda, hubungan yang terjadi merupakan hubungan yang setara (sebagai mitra), bukan bentuk hubungan yang merupakan manifestasi hubungan patron-klien.<sup>25</sup>

#### e. Kekuatan UMKM

UMKM memiliki beberapa kekuatan potensial andalan yang menjadi basis pengembangan pada masa yang akan datang adalah sebagai berikut :

- 1) Penyediaan lapangan kerja peran industri kecil dalam penyerapan tenaga kerja patut diperhitungkan, diperkirakan maupun menyerap sampai dengan 50% tenaga kerja yang tersedia.

---

<sup>25</sup> Muhamad Turmudi, 'Pembiayaan Mikro Bri Syariah: Upaya Pemberdayaan Dan Peningkatan Umkm Oleh Bri Syariah Cabang Kendari', *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2.2 (2017), 20.

- 2) Sumber wirausaha baru keberadaan usaha kecil dan menengah selama ini terbukti dapat mendukung tumbuh kembangnya wirausaha baru.
- 3) Memiliki segmen usaha pasar yang unik, melaksanakan manajemen sederhana dan fleksibel terhadap perubahan pasar.
- 4) Memanfaatkan sumber daya alam sekitar, industri kecil sebagian besar memanfaatkan limbah atau hasil sampai dari industri besar atau industri yang lainnya.
- 5) Memiliki potensi untuk berkembang. Berbagai upaya pembinaan yang dilaksanakan menunjukkan hasil yang menggambarkan bahwa industri kecil mampu untuk dikembangkan lebih lanjut dan mampu untuk mengembangkan sektor lain yang terkait.<sup>26</sup>

#### f. Kelemahan UMKM

UMKM memiliki beberapa kelemahan diantaranya sebagai berikut :<sup>27</sup>

- 1) Manajemen yang belum rapi. Dengan hasil penjualan dan nota-nota pembelian bahan baku, belum adanya catatan dan arsip-arsip yang berkaitan selain itu administrasi yang menyangkut keuangan, belum pernah sama sekali di catat dalam laporan keuangan.
- 2) Saluran distribusi yang masih kurang efisien. Dalam menyalurkan produk ke konsumen kurang efisien karena masih menggunakan saluran langsung.
- 3) Promosi. Dalam melakukan promosi yang dilakukan dengan mengadakan pameran.

---

<sup>26</sup> Aryadi, Rizwan, And Siti Hajati Hoesin. "Kewirausahaan Dan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Sebagai Salah Satu Solusi Untuk Mengatasi Masalah Ketenagakerjaan Di Indonesia." *Jurnal Hukum Dan Bisnis (Selisik)* 8.1 (2022): 57-72.

<sup>27</sup> Jamil Rifani, 'Jurnal Inovatif', *Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Dalam Penyerapan Tenaga Kerja Di Kota Amuntai Kab. Hsu*, 4.1 (2022), 27–34.

- 4) Permodalan. Permodalan ini adalah masalah yang sangat besar yang dihadapi oleh UMKM, masalah permodalan yang masih terbatas dan belum cukup untuk mengembangkan usaha
- 5) Sumber daya manusia. Kesulitan mencari tenaga kerja yang dibutuhkan sesuai dengan keahlian yang dibutuhkan.

#### **g. Karakteristik UMKM**

Karakteristik Usaha Mikro Kecil Menengah diterangkan secara umum, sektor usaha mikro kecil menengah memiliki beberapa karakteristik Antara lain sebagai berikut :

- 1) Sistem pembukuan yang relatif administrasi pembukuan sederhana dan cenderung tidak mengikuti kaidah administrasi pembukuan standar. Kadang kala pembukuan tidak di up to date sehingga sulit untuk menilai kerja usahanya.
- 2) Margin usaha yang cenderung tipis mengingat persaingan yang sangat tinggi.
- 3) Modal terbatas
- 4) Pengalaman menejerial dalam mengelola perusahaan perusahaan masih sangat terbatas
- 5) Skala ekonomi yang terlalu kecil sehingga sulit mengharapkan untuk mampu menekan biaya mencapai titik efisiensi jangka panjang.
- 6) Kemampuan pemasaran dan negosiasi serta diverifikasi pasar sangat terbatas.
- 7) Kemampuan untuk sumber dana dari pasar modal rendah, mengingat keterbatasan dalam sistem administrasinya. Untuk mendapatkan dana di pasar

modal, sebuah perusahaan harus mengikuti sistem administrasi standar dan harus transparan.<sup>28</sup>

#### **h. Kriteria UMKM**

Ketentuan tentang usaha kecil yang berlaku selama ini perlu disesuaikan dengan kondisi masa kini, antara lain terkait dengan Badan usaha yang menjadi jati diri dari pelaku usaha. Undang-Undang UMKM secara normatif memberikan rumusan tentang:<sup>29</sup>

- 1) Usaha Mikro (UM), Usaha Mikro adalah usaha dengan jumlah pekerja tetap hingga 4 orang. Jumlah modal dari Usaha Mikro ialah paling banyak 1 Miliar dengan jumlah omset terbesar dalam tiap tahun 2 Miliar.
- 2) Usaha Kecil (UK), Usaha Kecil adalah usaha dengan jumlah pekerja tetap antara 5 hingga 19 orang. Jumlah modal dari Usaha Kecil ialah berada dikisaran antara diatas 1 Miliar sampai dengan 3 Miliar dengan jumlah omset berada antara 2 Miliar sampai dengan 15 Miliar.
- 3) Usaha Menengah, Usaha Menengah adalah dengan jumlah pekerja tetap antara 20 hingga 99 orang. . Jumlah modal dari Usaha Kecil ialah berada dikisaran antara diatas 1 Miliar sampai dengan 3 Miliar dengan jumlah omset berada antara 2 Miliar sampai dengan 15 Miliar.

### **3. Produk**

#### **a. Definisi Produk**

<sup>28</sup> Aldila Dinanti&Ginangar Adi Nugraha, 'Sistem Informasi Pada Administrasi Umkm', *Jurnal Administrasi Dan Kesekretariatan*, 4.2 (2019), 159–71.

<sup>29</sup> Latifah Hanim, *UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & Bentuk-Bentuk Usaha*, Unissula Press, 2018.

Menurut Kotler dan Armstrong, produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar.<sup>30</sup>

Selain itu produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya.<sup>31</sup> Produk jasa hanya dapat dirasakan (*intangible*), sedangkan produk barang bisa dilihat dan dirasakan (*tangible*).<sup>32</sup>

Berdasarkan beberapa definisi diatas, maka produk didefinisikan sebagai kumpulan dari atribut-atribut yang nyata maupun tidak nyata, termasuk di dalamnya kemasan, warna, harga, kualitas dan merek ditambah dengan jasa dan reputasi penjualannya.

Ada beberapa atribut yang menterai dan melengkapi produk (karakteristik atribut produk) menurut Kotler dan Armstrong yaitu :<sup>33</sup>

(1)Merek (*branding*)

<sup>30</sup> Zhishen Ge And Others, 'Facile Synthesis Of Dumbbell-Shaped Dendritic-Linear-Dendritic Triblock Copolymer Via Reversible Addition-Fragmentation Chain Transfer Polymerization', *Journal Of Polymer Science, Part A: Polymer Chemistry*, 45.8 (2007), 1432-45.

<sup>31</sup> Algrina Ulus And Others, 'Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Dan Minat Beli Mahasiswa', *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1.2 (2009), 193-98

<sup>32</sup> Arief Rakhman Kurniawan, *Total Marketing*, (Yogyakarta:Kobis, 2014), hlm. 18.

<sup>33</sup> N. Dewi And M. Jatra, 'Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Di Kota Denpasar', *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 2.2 (2013), 254168.

Merek (*brand*) adalah nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan, atau kombinasi dari semua ini yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi produk atau jasa dari satu atau kelompok penjual dan membedakannya dari produk pesaing. Pemberian merek merupakan masalah pokok dalam strategi produk. Pemberian merek itu mahal dan memakan waktu, serta dapat membuat produk itu berhasil atau gagal. Nama merek yang baik dapat menambah keberhasilan yang besar pada produk.

b) Pengemasan (*Packing*)

Pengemasan (*packing*) adalah kegiatan merancang dan membuat wadah atau pembungkus suatu produk. Pengemasan melibatkan merancang dan membuat wadah atau pembungkus suatu produk.

c) Kualitas Produk (*Product Quality*)

Kualitas Produk (*Product Quality*) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya. Untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan dapat menerapkan program "Total Quality Manajemen (TQM)". Selain mengurangi kerusakan produk, tujuan pokok kualitas total adalah untuk meningkatkan nilai konsumen.

## b. Tingkatan Produk

Pada dasarnya tingkatan produk dapat dibagi menjadi beberapa jenis<sup>34</sup>, yaitu:

---

<sup>34</sup> Prieteedjo, A. Studi Deskriptif Tentang Atribut Produk Dan Tingkatan Produk Pada Desain Kemasan Pasta Gigi (Studi Kasus Pasta Gigi Pepsodent). *Jurnal Dimensi Seni Rupa Dan Desain*, Vol.12. No. 2(2016), 193-210.

- 1) Produk Inti (*Core Product*) Produk inti terdiri dari manfaat inti untuk pemecahan masalah yang dicari konsumen ketika mereka membeli produk atau jasa.
- 2) Produk Aktual (*Actual Product*) Seorang perencana produk harus menciptakan produk aktual (*actual product*) disekitar produk inti. Karakteristik dari produk aktual diantaranya, tingkat kualitas, nama merek, kemasan yang dikombinasikan dengan cermat untuk menyampaikan manfaat inti.
- 3) Produk Tambahan Produk tambahan harus diwujudkan dengan menawarkan jasa pelayanan tambahan untuk memuaskan konsumen, misalnya dengan menanggapi dengan baik claim dari konsumen dan melayani konsumen lewat telepon jika konsumen mempunyai masalah atau pertanyaan.

### c. Aspek daya tahan Produk

Menurut Tjiptono, klasifikasi produk bisa dilakukan atas berbagai macam sudut pandang. Berdasarkan berwujud tidaknya, produk dapat diklasifikasikan menjadi dua kelompok utama yaitu barang dan jasa.

Ditinjau dari aspek daya tahan, terdapat dua macam barang, yaitu:<sup>35</sup>

- 1) Barang Tidak Tahan Lama (*Nondurable Goods*) Barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Contohnya adalah sabun, minuman dan makanan ringan, kapur tulis, gula dan garam.
- 2) Barang Tahan Lama (*Durable Goods*) Barang tahan lama merupakan barang berwujud yang biasanya bisa bertahan lama dengan banyak pemakaian (umur

<sup>35</sup> Irdha Yusra And Rio Nanda, 'Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Kinol Bistro N'poll Di Kota Padang', *Jurnal Pundi*, 3.3 (2020), 161.

ekonomisnya untuk pemakaian normal adalah satu tahun atau lebih).

Contohnya antara lain TV, lemari es, mobil, dan computer.

#### 4. Penjualan

##### a. Pengertian Penjualan

Kemajuan suatu usaha merupakan sesuatu yang luar biasa yang diperoleh perusahaan atau usaha tersebut. Adanya pemilihan promosi yang tepat dan diversifikasi produk saat siklus produk merupakan hal yang amat krusial untuk menentukan maju atau mundurnya suatu usaha. Tidak lepas dari itu semua, tingkat penjualan yang terjadi merupakan titik kunci atau indikator suatu usaha tersebut dapat bertahan atau tidaknya dalam dunia usaha. Menurut Swastha<sup>36</sup>, penjualan dapat diartikan sebagai ilmu dan seni yang mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjualan untuk mengajak orang lain agar membeli barang atau jasa yang ditawarkan.

##### b. Faktor-faktor yang mempengaruhi Penjualan

Aktifitas penjualan banyak dipengaruhi oleh faktor tertentu yang dapat meningkatkan aktifitas perusahaan. Baik faktor secara internal maupun external. Maka dari itu manager penjualan perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan. Menurut Basu Swastha Faktor - faktor yang mempengaruhi penjualan antara lain sebagai berikut :<sup>37</sup>

###### 1) Kondisi dan Kemampuan Penjual (sales skill)

<sup>36</sup> Putra, A. D. (2020). Rancang Bangun Aplikasi E-Commerce Untuk Usaha Penjualan Helm. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 1(1), 17-24.

<sup>37</sup> Rogi Gusrizaldi And Eka Komalasari, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan Di Indrako Swalayan Teluk Kuantan', *Valuta*, 2.2 (2016), 293-95.

Sales Skill (keahlian menjual) adalah suatu keahlian yang harus dikuasai oleh salesman untuk menciptakan proses penjualan yang berhasil. Ada yang berpendapat keahlian ini merupakan bakat yang dibawa sejak lahir dan ada pula yang berpendapat semua orang dapat menjadi ahli dalam penjualan jika berusaha keras belajar dan memperaktekkannya dalam kehidupan sehari-hari.

Salesman skill merupakan salah satu modal penting yang harus dimiliki oleh seseorang yang bekerja atau bertugas sebagai marketer. Orang yang melakukan pemasaran memang membutuhkan skill yang baik, hal ini tentunya agar mereka tidak cepat putus asa, lemah mental dan sebagainya saat mendapatkan berbagai respon dan konsumen.

Indikator dari Kondisi dan Kemampuan Penjual untuk penyusunan spesifikasi tenaga penjualan (Sales Skill) antara lain :<sup>38</sup>

- a) Kemampuan Intelektual; dilihat dari sudut kecerdasan umum, daya menilai dan daya kreasi yang perlu untuk mengenal, memperkenalkan dan menerapkan gagasan-gagasan baru.
- b) Keterampilan bergaul, dalam pekerjaan menjual, sifat terpenting adalah kemampuan bergaul dengan orang banyak dan dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan mereka.
- c) Kedewasaan, sales skill harus dapat menyesuaikan diri pada pekerjaannya, kemampuan untuk melaksanakan rencana jangka panjang, berhubungan dan sikapnya terhadap wewenang, mengerti dengan objektif kelemahan dan

---

<sup>38</sup> Zulfajriani Nur, 'Analisa Dampak Demurrage Terhadap Supply Chain Dalam Meningkatkan Penjualan Ekspor Di Pt Semen Tonasa', 2022.

kekuatan sendiri dan cukup stabil menghadapi peran dalam pekerjaan menjual.

- d) Etos kerja, memiliki etos kerja yang tinggi dalam pekerjaan dan mandiri.
- e) Kemampuan spesifik, memiliki kemampuan teknik dan professional spesifik serta memiliki pengalaman, memiliki kondisi kerja yang baik.

Transaksi jual beli atau pemindahan hak milik secara komersil atas barang dan jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua.

## 2) Kondisi pasar

Pasar adalah suatu tempat fisik di mana pembeli dan penjual berkumpul untuk mempertukarkan barang dan jasa. Sedangkan pendapat lain mengatakan bahwa pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja, dan kemauan untuk membelanjakannya.

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualannya. Adapun faktor – faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah

- a) Jenis pasar,
  - b) Kelompok pembeli atau segmen pasar
  - c) Daya belinya
  - d) Frekuensi pembeli
  - e) Keinginan dan kebutuhan
- ## 3) Modal

Menurut Bambang Riyanto pengertian modal usaha sebagai ikhtisar neraca suatu perusahaan yang menggunakan modal konkrit dan modal abstrak. Modal konkrit dimaksudkan sebagai modal aktif sedangkan modal abstrak dimaksudkan sebagai modal pasif.

Modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya; harta benda (uang, barang, dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan.

## 5. Marketing Communication

Kegiatan pemasaran banyak melibatkan aktivitas komunikasi. Komunikasi merupakan aktivitas yang dilakukan oleh antar individu atau organisasi yang saling bertukar pikiran. Komunikasi juga merupakan aktivitas dimana manusia yang saling bertukar pikiran baik melalui percakapan, menulis, dan menggambar. Komunikasi sebagai proses pertukaran makna yang dilakukan antara dua pihak atau lebih dengan menggunakan simbol.

Pemasaran dan komunikasi apabila digabungkan menjadi kajian baru yang disebut *marketing communication* yang memuat bauran pemasaran merek, kemudian akan terjadi pertukaran makna dan pada akhirnya makna tersebut disebarluaskan kepada konsumen. *Marketing communication* yaitu sarana yang digunakan perusahaan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung dan tidak langsung.<sup>39</sup>

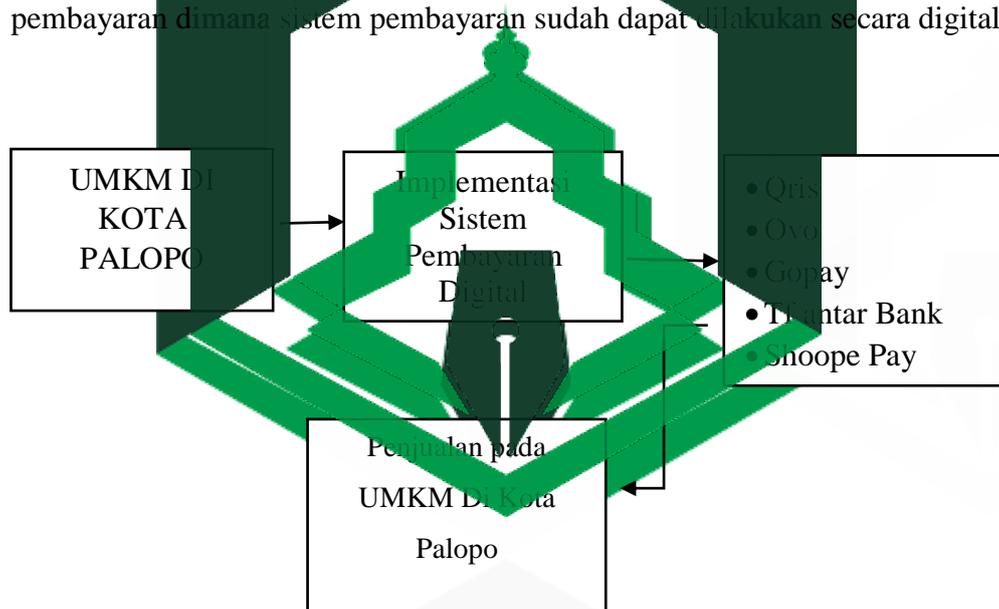
---

<sup>39</sup> Gumilar, A. D. (2022). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PATTRUN INDUSTRIES DI MASA PANDEMI COVID-19* (Doctoral Dissertation, FISIP UNPAS).

Marketing communication mix berbentuk komunikasi yang dapat dikategorikan dalam delapan bentuk yaitu iklan, promosi penjualan, kegiatan dan pengalaman, public relation dan publicity, pemasaran secara langsung, pemasaran interaktif, pemasaran dari mulut ke mulut dan promosi diri.

### I. Kerangka Pikir

Perkembangan teknologi telah mempengaruhi kehidupan manusia, kehidupan manusia saat ini sangat dimudahkan oleh teknologi sehingga teknologi sudah menjadi hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Salah satu hal yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi adalah sistem pembayaran dimana sistem pembayaran sudah dapat dilakukan secara digital.



Gambar 1.1. Kerangka Fikir

Keterangan: Bagan diatas menunjukkan bahwa alur penelitian ini adalah sebagai berikut: Penelitian ini pada Usaha Mikro Kecil Menengah yang ada di kota Palopo dengan Sistem Pembayaran digital atau non tunai dalam penjualan usaha mereka.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Metode penelitian diartikan sebagai metode pengumpulan dan analisis data untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Metode ini bermakna sebagai strategi-strategi yang dilakukan oleh para peneliti untuk mengumpulkan dan menganalisis data guna menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitiannya<sup>40</sup>.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Penelitian kualitatif secara umum dapat digunakan untuk penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, aktivitas sosial, dan lain-lain.<sup>41</sup>

#### **B. Lokasi penelitian**

Lokasi penelitian diperlukan dalam penelitian untuk membatasi wilayah penelitian. Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian dan kegiatan penelitian memperoleh data-data yang diperlukan dan menjawab pertanyaan yang telah ditetapkan. Adapun lokasi yang dijadikan objek penelitian oleh peneliti adalah Usaha Mikro Kecil Menengah Se Kota Palopo, Prov. Sulawesi Selatan.

---

<sup>40</sup> Afrizal, Metode Penelitian Kualitatif, (Jakarta: Rajawali Press, 2015), 12.

<sup>41</sup> V. Wiratna Sujarweni, Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi, (Yogyakarta: Pt. Pustaka Baru, 2015), 21.

## C. Definisi Istilah

### 1) Implementasi

Secara umum istilah Implementasi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti pelaksanaan atau penerapan. Istilah implementasi biasanya dikaitkan dengan suatu kegiatan yang dilaksanakan untuk mencapai tujuan tertentu. Salah satu upaya mewujudkan dalam suatu system adalah implementasi. Kebijakan yang telah ditentukan, karena tanpa implementasi, sebuah konsep tidak akan pernah terwujudkan.<sup>42</sup>

Implementasi sebagai tindakan-tindakan yang dilakukan oleh baik individu-individu/pejabat-pejabat atau kelompok-kelompok pemerintah atau swasta yang diarahkan pada pencapaian tujuan-tujuan yang telah digariskan dalam kebijakan.<sup>43</sup> Implementasi sebagai tindakan-tindakan yang dilakukan oleh baik individu-individu/pejabat-pejabat atau kelompok-kelompok pemerintah atau swasta yang diarahkan pada pencapaian tujuan-tujuan yang telah digariskan dalam kebijakan.<sup>44</sup>

### 2) Pembayaran Digital

Digital payment merupakan sebuah inovasi transaksi pembayaran yang saat ini sedang marak digunakan. Perkembangan digital payment dimulai pada

<sup>42</sup> Saskia Dewantari And Others, 'Implementasi Kebijakan Perbup Nomor 18 Tahun 2021 Dari Aspek Komunikasi Dalam Penerapan Protokol Kesehatan Covid19 Di Pt Adaro Indonesia Kabupaten Tabalong (Studi Kasus Pada Departemen Mining)', *Jurnal Mahasiswa Administrasi Publik Dan Administrasi Bisnis*, 4.2 (2021), 1183–93.

<sup>43</sup> Nizaruddin, M. (2019). *Implementasi Sistem Pemesanan Online Berbasis Website Untuk Percetakan (Studi Kasus: Bolocetak Yogyakarta)* (Doctoral Dissertation, University Of Technology Yogyakarta).

<sup>44</sup> Apriandi, I. (2015). *Implementasi Qanun Nomor 11 Tahun Tahun 2002 Tentang Syariat Islam Di Kota Langsa*. 11–35.

tahun 1887. Pada saat itu, digital payment hanya berupa gagasan transaksi dengan menggunakan kartu kredit.

Pembayaran Digital adalah pembayaran yang dilakukan secara elektronik, dimana dalam pembayaran secara elektronik tersebut uang disimpan, diproses, dan diterima dalam bentuk informasi digital dan proses pemindahannya di inisialisasi melalui alat pembayaran elektronik <sup>45</sup>.

### 3) UMKM

Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM.<sup>46</sup> Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

### 4) Transaksi

---

<sup>45</sup> Irfan Prapmayoga Saputra, "Analisis Efektivitas Pemasaran Digital Payment Pada Mahasiswa Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya."Skripsi, ( Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung, 2019) H.13

<sup>46</sup> Mab Mandasari, Nirmala; Widiartanto, S.Sos, 'Annisa Hidayati, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro Agus Hermani D. Seno, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro', *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol.5, No. (2015), 11.

Transaksi<sup>47</sup> adalah kejadian ekonomi/keuangan yang melibatkan paling tidak 2 pihak (seseorang dengan seseorang atau beberapa orang lainnya) yang saling melakukan pertukaran, melibatkan diri dalam perserikatan usaha, pinjam meminjam atas dasar sama-sama suka ataupun atas dasar suatu ketetapan hukum atau syariah yang berlaku.

Dalam sistem ekonomi yang paradigma Islami, transaksi harus dilandasi oleh aturan hukum-hukum Islam (syariah) karena transaksi adalah manifestasi amal manusia yang bernilai ibadah dihadapan Allah, yang dapat dikategoriakan menjadi 2 yaitu transaksi halal dan haram.

#### 5) **Penjualan**

Definisi penjualan sangat luas. Beberapa ahli menyebutkan sebagai ilmu dan beberapa yang lain menyebut sebagai seni, adapula yang memasukkan masalah etika dalam penjualan. Pada pokoknya istilah menjual dapat diartikan sebagai berikut : Menjual adalah Ilmu dan Seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk meyakinkan orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkannya.<sup>48</sup>

Berikut pengertian penjualan menurut beberapa ahli :

<sup>47</sup> Robinson, R. (2014). Dekonstruksi Makna Transaksi Dalam Akuntansi: Suatu Pendekatan Idealisme Syariah Islam. *Bisnis: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 2(2), 27-39.

<sup>48</sup> Risca Oktari Intan, 'Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Penjualan Dan Profitabilitas Perusahaan', 2012, 45.

- a) Pengertian penjualan menurut Henry Simamora, Menyatakan bahwa penjualan adalah lazim dalam perusahaan dan merupakan jumlah kotor yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dan jasa.<sup>49</sup>
- b) Penjualan menurut Chairul Marom, Penjualan artinya Penjualan barang dengan sebagai usaha pokok perusahaan yang biasa dilakukan secara teratur.<sup>50</sup>
- c) Penjualan Menurut Winardi, Mengatakan bahwa Penjualan merupakan sebuah proses dimana kebutuhan pembeli dan kebutuhan penjual dipenuhi, melalui antar pertukaran dan kepentingan.<sup>51</sup>

#### D. Sumber data

##### 1). Sumber Data

Sumber Data Beberapa langkah yang dilakukan oleh peneliti untuk menemukan informasi atau jawaban atas objek yang diteliti adalah mengumpulkan data dari lokasi atau instansi yang hendak diteliti, karena data merupakan faktor penting yang akan mempengaruhi jawab atas apa yang diteliti, pada penelitian ini penulis menemukan setidaknya dua jenis data, yaitu:

##### a) Data Primer

Yaitu data yang diperoleh secara langsung dari pemilik dan atau karyawan perusahaan. Data primer pada penelitian ini adalah informasi yang didapat secara langsung dari narasumber yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi dengan objek penelitian, pada penelitian ini penulis melakukan wawancara

<sup>49</sup> Prihatiningsih, R. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Online Dalam Peningkatan Penjualan Dan Laba Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm). *Segmen Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 13(1).

<sup>50</sup> Leli Suwita, S. E. (2018). Metode Least Square Dalam Mengukur Trend Penjualan Pada Home Industry Bengkel Sendal Thostee Bukittinggi. *Menara Ilmu*, 12(1).

<sup>51</sup> husna lelila yusran, *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*, KENCANA, 2017.

dengan pimpinan atau HRD (Human Resource Development) pihak perusahaan terkait.<sup>52</sup>

#### b) Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh dari dokumentasi, baik berupa teks maupun dokumen lainnya yang memiliki hubungan dengan penelitian.<sup>53</sup> Data sekunder dalam penelitian adalah suatu informasi dari instansi atau perorangan yang sudah dalam bentuk jadi dan dipublikasi secara umum, pada data ini penulis memperoleh dari buku, jurnal ilmiah, data laporan kegiatan perusahaan serta dari sumber lainnya yang dapat dijadikan bahan penunjang penelitian ini.

#### E. Subjek Penelitian

Dalam penelitian yang bersifat kualitatif tidak dikenal dengan adanya populasi, melainkan hanya sampel yang menjadi informan yaitu pelaku usaha UMKM di kota Pematangsiantar pengguna QRIS dan akan ditentukan secara purposive sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi informan hanya narasumber yang dapat memberikan informasi relevan dengan tujuan penelitian, juga memiliki pemahaman yang berkaitan secara langsung dengan masalah penelitian. Berikut informan dalam penelitian ini yaitu:

**Tabel 1.3**

#### **Identitas Informan**

No.	Nama	Nama Usaha	Jenis Produk	Jenis pembayaran
-----	------	------------	--------------	------------------

<sup>52</sup> Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting Ud. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 83-88.

<sup>53</sup> Khoiruzzadi, M., Barokah, M., & Kamila, A. (2020). Upaya Guru Dalam Memaksimalkan Perkembangan Kognitif, Sosial Dan Motorik Anak Usia Dini. *Jeced: Journal Of Early Childhood Education And Development*, 2(1), 40-51.

1	Akbar	Penjual Minuman Soft Drink	Soft Drink	Qris
2	Syaiful	Penjual Minuman Boba	Minuman Boba	Qris
3	Andri	Roti Bakar Bandung	Roti Bakar Bandung	Qris, Shoopepay.
4	Iryan	Penjual Minuman Boba	Minuman Boba	Qris
5	Arfan	Warkop Kopsum	Minuman	Qris, TF antar Bank
6	Zulfikar	Zona ternak	Makanan Dan Minuman	Qris, Ovo, M- Banking
7	Fika	Pelaku Usaha UMKM	Makanan dan Minuman	Qris, dana dan Gopay

## F. Teknik Pengumpulan data

Untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik atau metode sebagai berikut:

### 1). Observasi

Observasi Observasi merupakan sebuah proses penggalian data yang dilakukan secara langsung oleh peneliti sendiri (tidak boleh diwakilkan) dengan cara mendetail dan teliti terhadap objek observasi dan lingkungan yang masuk dalam ranah penelitian.<sup>54</sup> Pengertian lain dari observasi ialah cara menghimpun bahan-bahan keterangan yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang menjadi objek penelitian.<sup>55</sup>

## 2). Interview (Wawancara)

Interview (wawancara) Wawancara sebenarnya memiliki banyak makna, tergantung dari kondisi dan konteksnya. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) orang yang mengajukan pertanyaan dan narasumber (Interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan dari pewawancara. Penjelasan lain terkait pengertian dari wawancara adalah suatu interaksi yang didalamnya terdapat pertukaran aturan, tanggung jawab, perasaan, kepercayaan, motif, dan informasi.<sup>56</sup>

## 3). Dokumentasi

Metode dokumentasi berarti mengumpulkan data dengan mencatat data-data yang sudah ada. Berdasarkan penjelasan ahli maka dapat disimpulkan bahwa

<sup>54</sup> Siddiq, U., & Choiri, M. M. (2019). Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan. In U. Siddiq, Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan (Pp. 1-228). Ponorogo: Cv: Nata Karya.

<sup>55</sup> Dachliyani, L. (2019). Instrumen Yang Sahih : Sebagai Alat Ukur Keberhasilan Suatu Evaluasi Program Diklat (Evaluasi Pembelajaran). Madika, 57-64.

<sup>56</sup> Siddiq, U., & Choiri, M. M. (2019). Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan. In U. Siddiq, Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan (Pp. 1-228). Ponorogo: Cv: Nata Karya.

metode dokumentasi merupakan mengumpulkan data yang dilakukan dengan menyelidiki benda-benda tertulis dan mencatat hasil temuannya.<sup>57</sup>

#### 4). Studi Pustaka

Data yang dikumpulkan langsung dari berbagai sumber atau referensi kepustakaan yang berkaitan dengan informasi yang akan diteliti disebut sebagai studi kepustakaan. Laporan, jurnal, majalah, buku dan karya ilmiah merupakan beberapa contoh dari sumber studi kepustakaan yang dapat digunakan oleh peneliti dalam menambah kajian Pustaka penelitian.

#### G. Keabsahan data

Uji keabsahan data dalam penelitian ini meliputi uji confirmability. Menguji confirmability berarti menguji hasil penelitian dikaitkan dengan proses yang dilakukan.<sup>58</sup> Bila hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standar confirmability. Sering terjadi peneliti tidak melakukan proses penelitian ke lapangan, tetapi bisa memberikan data. Peneliti seperti ini perlu diuji dependability-nya. Untuk itulah perlu dilakukan uji dependability dengan cara melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian. Caranya dilakukan oleh auditor yang independen, atau pembimbing untuk mengaudit keseluruhan aktivitas peneliti dalam melakukan penelitian.

<sup>57</sup> Febriaty, Hastina, And Winda Tria Ariska Winda. "Pelestarian Lingkungan Dengan Penanaman Tumbuhan Dan Pembuatan Tempat Sampah Dari Bahan Daur Ulang Di Desa Medang Kabupaten Batu Bara." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol.3.No.1 (2022): 124-135.

<sup>58</sup> Ongkorahardjo, Evan Pramono. "Formulasi Strategi Usaha Makanan Ringan Tradisional Ny. Gan Di Surabaya." *Agora* 3.2 (2015): 665-674.

## H. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Proses analisis data yang dilakukan penelitian ini menggunakan tiga langkah yaitu :

1. Reduksi Data (*Data Reduction*), Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Reduksi data dalam penelitian ini yaitu data yang telah diperoleh dilapangan mengenai kesiapan implementasi pembayaran digital pada UMKM di kota Palopo, dengan wawancara, observasi dan dokumentasi akan dipilih dan fokuskan pada hal-hal yang berkaitan dengan penerapan implementasi system pembayaran digital pada UMKM di kota Palopo.
2. Penyajian Data (*Display Data*) Setelah data direduksi kemudian tahap selanjutnya adalah display data atau penyajian data. Penyajian data dalam penelitian kualitatif dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya dalam hal ini Miles dan Huberman menyatakan "*the most frequent form of display data for 63 qualitative trsearch data in the past has ben narrative text*" yang paling sering di gunakan untuk menyajikan data dalm penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif dengan mendisplaykan data. maka akan memudahkan untuk memahami

apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan yang dipahami tersebut. Penyajian data dalam penelitian ini berfungsi untuk lebih memudahkan peneliti memahami data yang diperoleh di lapangan. Dengan demikian dapat dilihat penerapan implementasi sistem pembayaran digital pada UMKM di Kota Palopo.

3. Penarikan kesimpulan (*Concluding Drawing Verification*) Langkah ketiga dalam proses analisis data adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Kesimpulan data dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal dan kesimpulan berupa deskripsi atau gambaran mengenai objek yang diteliti.



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum UMKM Kota Palopo

Secara Geografis Kota Palopo terletak antara 2o53'15" – 3o04'08"

Lintang Selatan dan 120o03'10"– 120o14'34" Bujur Timur, yang berbatasan dengan Kecamatan Walenrang Kabupaten Luwu di sebelah utara dan Kecamatan Bua Kabupaten Luwu di sebelah selatan.<sup>59</sup> Batas sebelah barat dan timur masing-masing adalah Kecamatan Tondon Nanggala Kabupaten Toraja Utara dan Teluk Bone. Luas wilayah Kota Palopo tercatat 247,52 km persegi yang meliputi 9 kecamatan dan 48 kelurahan. Jarak antara Kota Palopo ke Ibukota Provinsi Sulawesi Selatan, Kota Makassar, adalah 390 km. Jarak seluruh ibukota kecamatan ke ibukota Kota Palopo semua relatif dekat, berkisar antara 1 – 5 km, yang terjauh adalah ibukota Kecamatan Telluwanua dengan jarak tercatat sekitar 12,00 km.

Iklm di Kota Palopo pada umumnya sama dengan daerah lainnya di Indonesia yang memiliki dua musim yaitu musim kemarau yang terjadi pada bulan Juni hingga September dan musim penghujan yang terjadi pada bulan Desember sampai dengan Maret. Pada tahun 2018 bulan Desember menjadi bulan dengan curah hujan tertinggi yaitu 333 mm<sup>3</sup>. Sebagai catatan, karena tidak terdapat perwakilan Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika di Kota

---

<sup>59</sup> Utami, R. R., Wahyuni, W., Pratama, A., & Tangkin, W. P. (2020). Identifikasi Permasalahan Dan Pengelolaan Ikm Pengolahan Kakao Kota Palopo. *Jmm (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 4(5), 694-702.

Palopo, maka sumber data curah hujan mengacu pada data dari Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika (BMKG) Kelas I Maros.<sup>60</sup>

Wilayah administrasi Kota Palopo terbagi 9 kecamatan dan 48 kelurahan dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 1.4 Jumlah Kecamatan, Desa dan Kelurahan Tahun 2023

No.	Kecamatan	Desa	Kelurahan	Jumlah
1	Wara Selatan	-	4	4
2	Sendana	-	4	4
3	Wara	-	6	6
4	Wara Timur	-	7	7
5	Mungkajang	-	4	4
6	Wara Utara	-	6	6
7	Bara	-	5	5
8	Telluwana	-	7	7
9	Wara Barat	-	5	5

Kecamatan terluas di Kota Palopo adalah Kecamatan Wara Barat dengan luas 54,13 km persegi atau mencakup 21,87 persen dari luas Kota Palopo secara keseluruhan. Sedangkan, kecamatan dengan luas terkecil adalah Kecamatan Wara Utara dengan luas 10,58 km persegi atau hanya sebesar 4,27 persen dari luas Kota Palopo.

## B. Hasil Penelitian

<sup>60</sup> Putra, A. E. P. (2022). Analisis Hukum Tindak Pidana Penipuan Jual Beli Masker Di Kota Palopo (*Doctoral Dissertation*, Universitas Bosowa).

### 1) Data UMKM di Kota Palopo

Secara ekonomi sebanyak 14.048 usaha mikro kecil yang eksis di kota Palopo sepanjang tahun 2022. Selain menjadi penggerak ekonomi nasional, UMKM juga efektif dalam menyerap tenaga kerja dengan jumlah diserapan mencapai 97,22 persen. Sehingga mampu mengurangi jumlah angka pengangguran yang ada. Di sisi investasi, peran UMKM juga begitu tinggi yaitu sebesar 50 persen dari nilai total investasi langsung.

Pelaku usaha di Kota Palopo terdiri dari 9 kecamatan yaitu Wara, Wara Timur, Wara Barat, Wara Utara, Wara Selatan, Telluwana, Bara, Sendana, dan Mungkajang. Jumlah UMKM di Kota Palopo disajikan dalam table berikut :

**Tabel 1.5**  
**Laporan Data Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**  
**Kota Palopo 2022**

No.	Kecamatan	Unit
1.	Wara	2.628
2.	Wara Timur	2.957
3.	Wara Utara	1.804
4.	Wara Barat	1.298
5.	Wara Selatan	1.013
6.	Telluwana	1.252

7.	Bara	2.313
8.	Sendana	374
9.	Mungkajang	409
Total		14.048

Sumber: Data Primer Din Koperasi dan UMKM Kota Palopo  
(Diolah Tahun 2023)

Berdasarkan tabel 1.5 dapat diketahui bahwa jumlah UMKM Kota Palopo paling banyak berada di Kec. Wara Timur dengan jumlah 2.957 sedangkan Jumlah UMKM Kota Palopo paling sedikit berada di Kec. Sendana dengan jumlah 374.

Dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa Wanita menjadi mayoritas pelaku usaha UMKM di Kota Palopo, hal tersebut sesuai dengann data yang ditemukan oleh peneliti.

## 2) Pengetahuan UMKM mengenai pembayaran digital

Para pelaku usaha UMKM mengetahui mengenai pembayaran digital melalui beberapa cara, baik itu secara otodidak maupun melalui sosialisasi-sosialisasi. Para Pelaku usaha menyediakan pembayaran digital sebagai alternartif pembayaran ketika *customer* tidak mempunyai uang cash dan tidak perlu lagi repot-repot menyiapkan uang kembalian sehingga transaksi berjalan dengan efektif dan efisien.

Hal ini perjelas oleh saudara Andri selaku informan dalam wawancara sebagai berikut :

“Bagi saya pribadi pembayaran digital Sangat Menguntungkan, pembayaran digital ini selain simple dalam penggunaannya dan juga lebih aman dibandingkan dalam pembayara tunai, dan menurut saya sistem pembayaran digital ini dapat membantu dalam bertransaksi lebih praktis. Jadi konsumen tidak perlu membawa uang tunai lagi dan tidak perlu repot dalam melakukan pembayaran. Konsumer hanya tinggal melakukan scan pada QRIS yang telah disediakan oleh pihak UMKM. Dan kita sebagai UMKM juga bisa memaksimalkan pelayanan serta tidak perlu lagi kerepotan ketika pelaku usaha mikro kecil dan menengah tidak mempunyai uang kembaliannya bagi konsumer.”<sup>61</sup>

Dengan adanya pembayaran digital tersebut pelaku usaha harus mampu memahami bagaimana konsep dari pembayaran digital itu sendiri sehingga mampu diterapkan dalam bisnisnya.

Hal ini ditambahkan juga oleh saudara Fika selaku informan dalam wawancara sebagai berikut :

“Dari beberapa pembayaran digital yang saya tau, pembayaran digital itu seperti Qriss, Gopay, transfer antarbank dan Shoope Pay tetapi untuk saat ini yang saya gunakan dalam bisnis saya hanya Qriss dan Shoope Pay aja.”<sup>62</sup>

Selain dari pemahaman dari pelaku usaha, Pihak Bank juga melakukan sosialisasi terhadap para nasabah mengenai system pembayaran digital. Hal ini perjelas kembali oleh saudara Akbar selaku informan dalam wawancara sebagai berikut :

“Saya mengetahui QRIS karena sebagai pelaku UMKM saya diberitahukan oleh pihak Bank Kota Palopo ketika menabung dan mengetahui saya selaku pedagang UMKM kemudian melakukan sosialisasi QRIS yang pertama kali ini. Jadi QRIS itu QR Code yang dibuat Bank Indonesia (BI) untuk memudahkan transaksi dan saya juga mengetahui tentang QRIS sejenis barcode berbentuk pola persegi. Dengan

---

<sup>61</sup> Andri, Penjual roti bakar Bandung, wawancara di Kota Palopo, tanggal 21 Februari 2023

<sup>62</sup> Fika, Pelaku Usaha UMKM, wawancara di Kota Palopo, tanggal 26 April 2023

menggunakan QRIS, tidak perlu lagi punya banyak kode QR di usaha saya, karena semua pembayaran satu kode QR”.<sup>63</sup>

Hal ini juga ditambahkan kembali oleh saudara Zulfikar selaku informan dalam wawancara sebagai berikut :

“Sudah seharusnya para pelaku UMKM menggunakan pembayaran digital, selain membuat konsumen menjadi nyaman, hal tersebut juga membantu para pelaku usaha UMKM. Selain menyediakan pembayaran alternative, Pembayaran digital seperti shoope pay juga memberikan dampak positif dalam penjualan. Hal ini disebabkan terkadang masyarakat jarang membawa uang cash, dengan adanya pembayaran digital ini akan membantu mereka dalam bertransaksi tanpa harus ke ATM terlebih dahulu.”<sup>64</sup>

Di observasi awal, peneliti berasumsi Gopay merupakan pembayaran digital yang menjadi pilihan utama bagi pelaku UMKM. Di antara berbagai pembayaran digital seperti Qris, Gopay, Ovo, Dana, Transfer Antar Bank dan Shoope Pay, Shoope Pay merupakan pembayaran digital yang paling banyak diminati dalam pembayaran digital untuk kalangan kaum milenial. Selain mampu melakukan transaksi digital didalamnya, penggunaannya juga bisa melakukan pembelian produk pada platform didalamnya.

Dengan adanya *cashback* ketika selesai transaksi dan promosi yang diadakan menjadi salah satu daya tarik tersendiri dalam platform sehingga menjadikan shoope pay menjadi pembayaran digital yang banyak di minati dalam pelaku usaha UMKM.

Hal ini perjelas oleh saudara Saiful selaku informan dalam wawancara sebagai berikut :

---

<sup>63</sup> Akbar, penjual Soft Drink, wawancara di Kota Palopo, tanggal 05 Maret 2023

<sup>64</sup> Zulfikar, Pengusaha Cafe Zona, wawancara di Kota Palopo, tanggal 12 Maret 2023

“Biasanya customer akan mendapatkan berbagai promosi seperti voucher gratis ongkir bahkan terkadang juga voucher cashback yang didapatkan. Hal ini membuat para pengguna pembayaran digital akan semakin betah, dan konsisten dalam penggunaan pembayaran digital.”<sup>65</sup>

Hal ini diperjelas oleh saudara Irvan selaku informan dalam wawancara sebagai berikut :

“Salah satu alasan mengapa penggunaan pembayaran digital semakin meningkat, hal tersebut disebabkan oleh banyaknya promosi-promosi yang ditawarkan bagi pengguna baru. Promosi tersebut sukses menjadi alasan untuk orang-orang menggunakan pembayaran digital.”

Hal ini juga dipertegas kembali oleh saudara Arfan selaku informan dalam wawancara sebagai berikut :

“ Dengan adanya promosi, cashback dll mampu menarik para konsumen untuk berbelanja. Biasanya saya kasih diskon dengan minimum order tertentu. Sehingga konsumen tersebut mengingat dan akan datang kembali untuk berbelanja lagi.”

**Tabel 1.6 Jenis Pembayaran Digital UMKM Kota Palopo**

No	Responden	Jenis Pembayaran				
		Ovo	Gopay	Dana	Shopee Pay	Qris
1.	Andri	-	✓	-	✓	✓
2.	Fika	-	✓	-	✓	✓
3.	Saiful	✓	-	-	✓	✓
4.	Akbar	✓	-	✓	-	-

<sup>65</sup> Saiful, penjual Minuman Boba, wawancara di Kota Palopo, tanggal 27 Februari 2023

5.	Irvan	-	✓	✓	-	-
6.	Arfan	-	✓	-	✓	✓
7.	Zulfikar	✓	-	✓	✓	-

### 3) Manfaat pembayaran digital bagi UMKM

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Marisa menyatakan kemudahan yang dirasakan dalam penggunaan pembayaran digital akan mengalami efektivitas dan efisien dalam kehidupan manusia sehari-hari dalam bertransaksi.<sup>66</sup> Dan memang sudah seharusnya para pelaku UMKM mulai mengabungkan teknologi dalam bisnis mereka, sehingga mereka bisa lebih mudah dalam mengontrol usaha yang mereka rintis. Sehingga memudahkan pelaku usaha dalam mengelola keuangan secara sistematis

Hal ini diperelas oleh saudara Akbar selaku informan dalam wawancara sebagai berikut :

”Dengan adanya pembayaran digital sangat membantu menjaga kestabilan laju bisnis. Jadi kita tidak perlu repot-repot lagi mencatat jumlah pemasukan tiap harinya karena sudah tercatat otomatis dalam platform yang tersedia dalam fitur aplikasi sistem pembayaran digital”.<sup>67</sup>

Menurut narasumber lainnya yang telah di wawancara, selain lebih mudah dalam penggunaannya, pembayaran digital juga lebih praktis dalam pemakainnya.

Hal ini perjelas kembali oleh saudara Arfan selaku informan dalam wawancara sebagai berikut :

<sup>66</sup> Marisa, O. (2020). Persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas, dan risiko berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan *financial technology*. Jurnal Administrasi Kantor, 8(2), 139-152.

<sup>67</sup> Akbar, penjual Soft Drink, wawancara di Kota Palopo, tanggal 05 Maret 2023

“Banyak customer yang lebih memilih menggunakan pembayaran digital melalui Qris. Karena penggunaannya mudah, mereka tinggal scan, saya cek mutasinya baru saya buat pesananya. Jadi gak perlu lagi repot-repot menyediakan uang kembalian nya lagi”.<sup>68</sup>

Menurut saudara Irvan yang telah diwawancarai, pembayaran digital mampu membuat jangkauan bisnis lebih luas lagi, yaitu sebagai berikut :

“ Dengan adanya pembayaran digital, saat ini bisnis saya mampu menjangkau konsumen secara lebih luas lagi. Hal ini dikarenakan, dengan adanya sistem pembayaran digital mampu memberikan fitur deal pada dalam aplikasi. Sehingga membantu konsumen menemukan toko kita”.<sup>69</sup>

Selain hal tersebut, pembayaran digital juga memberikan manfaat dalam segi pembayaran yang menjadi lebih variatif. Dalam pembayaran digital mempunyai berbagai sistem pembayaran digital yang sangat variatif, seperti ; QRIS, OVO, Shoope Pay, Go-Pay, Dana, Transfer antar bank dan lain sebagainya. Sehingga konsumen menjadi lebih tertarik dalam memilih metode pembayaran yang dia gunakan.

Hal tersebut juga sesuai dengan apa yang disampaikan oleh saudari Fika dalam wawancara yakni, sebagai berikut :

“Tidak jarang konsumen lupa membawa uang cash, atau uang yang dia bawa tidak sesuai harga. Sehingga konsumen harus balik terlebih dahulu atau setidaknya ke ATM terdekat untuk menarik dari rekening yang dia bawa. Dengan adanya pembayaran digital ini, hal tersebut membantu konsumen ketika hal tersebut terjadi. Konsumen hanya melakukan scan barcode dari kami untuk melakukan aktivitas transaksi yang sedang dilakukan”.<sup>70</sup>

<sup>68</sup> Arfan, Owner Kopusum, wawancara di Kota Palopo, tanggal 27 Februari 2023

<sup>69</sup> Irvan, penjual Minuman Boba, wawancara di Kota Palopo, tanggal 08 Maret 2023

<sup>70</sup> Fika, Pelaku Usaha UMKM, wawancara di Kota Palopo, tanggal 26 April 2023

Manfaat pembayaran digital tidak hanya sampai disitu, dengan adanya pembayaran digital berguna juga sebagai strategi untuk mempertahankan bisnis para pelaku usaha UMKM. Hal tersebut diperjelas kembali oleh saudara Saiful sebagai narasumber pelaku usaha UMKM di Kota Palopo, sebagai berikut:

“ Dengan dikombinasikan teknologi dalam pengembangan usaha yang sedang dirintis, saya dapat memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia melalui berbagai aplikasi e-wallet.”<sup>71</sup>

#### 4) Hambatan pembayaran digital bagi UMKM

Namun, dari berbagai manfaat yang dirasakan pasti ada saja kendala yang terjadi seperti jaringan yang tidak stabil sehingga transaksi pun akan terhambat serta rawannya kejahatan dunia internet yang selalu menjadi titik waspada bagi para pengguna pembayaran aplikasi digital. Hal tersebut berbanding lurus dengan opini narasumber yang diwawancarai.

Hal ini juga diperjelas oleh saudara Saiful selaku informan dalam wawancara sebagai berikut:

“Yang namanya kejahatan pasti ada dimana saja seperti *cyber crime*. Ini yang perlu kita waspadai dalam bertransaksi digital karena tipe kejahatan ini juga sudah lazim di Indonesia yang dimana korban nya mengalami kerugian yang sangat besar.”<sup>72</sup>

Dengan adanya ketakutan masyarakat awam, sehingga banyak masyarakat merasa khawatir dalam penggunaan pembayaran digital. Sehingga banyak

<sup>71</sup> Saiful, penjual Minuman Boba, wawancara di Kota Palopo, tanggal 27 Februari 2023

<sup>72</sup> Saiful, penjual Minuman Boba, wawancara di Kota Palopo, tanggal 27 Februari 2023

diantara mereka masih menggunakan pembayaran cash dibandingkan pembayaran digital. Seperti apa yang disampaikan oleh narasumber dalam proses wawancara.

Hal ini perjas kembali oleh saudari Fika selaku informan dalam wawancara sebagai berikut :

“Jika dibandingkan jumlah penggunaan pembayaran digital dengan pembayaran cash, masih banyak yang menggunakan pembayaran cash dengan berbagai alasan. Misalkan, belum paham akan pembayaran digital, nominal transaksi yang kecil dan berbagai alasan lainnya.”<sup>73</sup>

Hal ini perkuat kembali oleh Saudara Andri selaku narasumber dalam wawancara, sebagai berikut “Sebagian besar masyarakat Kota Palopo masih kurang paham akan mengenai pembayaran digital dalam bertransaksi dalam sehari-hari. Kurangnya pemahaman masyarakat Kota Palopo disebabkan berbagai faktor sehingga masyarakat umum seakan asing dengan pembayaran digital.

Hal ini perjas oleh saudara Irvan selaku informan dalam wawancara sebagai berikut :

“Masih banyak masyarakat umum yang kurang paham akan menggunakan pembayaran digital, hal tersebut diperkuat karena jaringan yang terkadang tidak stabil. Sehingga banyak consumer lebih memilih menggunakan pembayaran tunai”.<sup>74</sup>

Selain tindakan cyber crime, banyaknya kasus penipuan juga menjadi ancaman dalam bertransaksi digital terutama bagi pelaku usaha mikro kecil dan menengah. Meskipun tidak ada yang mengalami dari pihak narasumber namun hal tersebut harus selalu diwaspadai, Seharusnya pemerintah ikut andil dalam

<sup>73</sup> Fika, Pelaku Usaha UMKM, wawancara di Kota Palopo, tanggal 26 April 2023

<sup>74</sup> Irvan, penjual Minuman Boba, wawancara di Kota Palopo, tanggal 08 Maret 2023

melakukan sosialisasi mengenai ancaman-ancaman dan memberikan pemahaman kepada para pelaku usaha UMKM mengenai solusi untuk mengatasi ancaman tersebut.

### **C. Pembahasan**

Hasil penelitian ini bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang implementasi sistem pembayaran digital di Kota Palopo. Data yang diberikan adalah data mentah yang telah diolah secara kualitatif, penelitian ini juga menggunakan beberapa pendekatan analisis tambahan. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan para pelaku UMKM, khususnya yang menggunakan Pembayaran Digital. Selain itu, jurnal dan data lain yang berkaitan dengan pembayaran di Kota Palopo sebagai sumber data sekunder untuk peneliti. Penyajian ini akan membahas mengenai topik penelitian yang muncul selama di lapangan.

Deskripsi sistematis dari data penelitian secara keseluruhan tergantung pada ungkapan masalah. Topik kajian difokuskan pada (1) pemahaman pelaku UMKM terhadap QRIS, (2) manfaat pembayaran digital bagi pelaku UMKM, dan (3) hambatan penggunaan pembayaran digital yang dialami pelaku UMKM.

#### **1. Pengetahuan Pelaku UMKM Di Kota Palopo Terhadap Pembayaran Digital**

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara terhadap pelaku UMKM di Kota Palopo dapat diketahui bahwa di dalam penggunaan pembayaran digital ini terdapat beberapa pelaku UMKM yang mengetahui mengenai sistem pembayaran digital.

Pemahaman para pelaku usaha UMKM di Kota Palopo terhadap pembayaran digital ini terdapat 5 yaitu:

a) Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)

QRIS adalah standarisasi pembayaran menggunakan metode QR Code dari Bank Indonesia agar proses transaksi dengan QR Code menjadi lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya.

Dalam penelitian I Wayan Arta Setiawan and Luh Putu Mahyuni, menjelaskan QRIS merupakan opsi pembayaran digital yang efisien dalam penggunaannya. QRIS memberikan alternatif metode pembayaran non-tunai secara lebih efisien. Melalui penggunaan satu standar QR Code, penyedia barang dan jasa (*merchant*) tidak perlu memiliki berbagai jenis QR Code dari penerbit yang berbeda. Penggunaan QRIS menjadi trend positif belakangan ini bagi pelaku usaha dan juga konsumen. Mengingat manfaatnya dalam membantu proses transaksi non-tunai secara lebih efisien, penggunaan QRIS oleh UMKM akan dapat membantu meningkatkan kinerja usahanya.<sup>75</sup>

Hal ini dapat sesuai dengan pernyataan dari Bapak Andri, berikut hasil wawancara dengan bapak Andri selaku UMKM penjual Roti Bakar Bandung pengetahuan QRIS, menyatakan bahwa QRIS merupakan sejenis barcode yakni:

“Saya mengetahui Qris melalui sosialisasi dari pihak bank. Pihak bank mengetahui saya pelaku UMKM kemudian saya ditawarkan oleh mereka untuk menggunakan Qris sebagai alat pembayaran digital. Pada awalnya saya sendiri kurang paham mengenai pembayaran digital tersebut. Namun, setelah pihak bank memberikan penjelasan mengenai hal tersebut

---

<sup>75</sup> I Wayan Arta Setiawan and Luh Putu Mahyuni, 'Qris Di Mata Umkm: Eksplorasi Persepsi Dan Intensi Umkm Menggunakan Qris', *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10 (2020), 921.

ditambah saya sering searching di google sekarang saya mengetahui mengenai pembayaran QRIS tersebut. Dan Setelah memakainya banyak manfaat-manfaat yang saya peroleh dalam pemakaian QRIS tersebut sehingga bisnis saya berjalan secara efisien.”<sup>76</sup>

Dalam wawancara tersebut, peneliti berasumsi dengan adanya pembayaran digital dalam hal ini QRIS, itu sangat berperan penting dalam suatu bisnis yang sedang dibangun. Selain mampu menjadi suatu pembayaran alternative, QRIS juga berperan penting dalam menjaga efisiensi suatu bisnis.

b) OVO.

Pada dasarnya, UMKM di Kota Palopo memahami OVO sebagai alat pembayaran digital yang dapat dilakukan melalui handphone. Aplikasi ini mencoba mengakomodasi berbagai kebutuhan terkait dengan *Cashless* dan mobile payment. Aplikasi OVO saat ini tersedia untuk platform Android dan iOS. OVO menggunakan sistem poin reward yang disebut dengan OVO Point, untuk menjaga dan meningkatkan transaksi pengguna. Menurut Tanessa 2018 salah satu brand yang menyediakan layanan pembayaran dengan *sistem mobile money* adalah OVO.<sup>77</sup>

Hal ini juga diperjelas oleh Saudara Arfan dalam wawancara, sebagai berikut :

“Seperti pembayaran digital lainnya, penjual juga bisa memakai barcode untuk melakukan transaksi. Dalam aplikasi OVO tersendiri juga terdapat fitur scan untuk mendukung scan barcode guna pembayaran masa kini. Dan sedikit saya jelaskan bahwa awalnya saya menggunakan OVO dalam bentuk Barcode QRIS yang saya ketahui alat pembayaran non tunai atau

<sup>76</sup> Andri, penjual roti bakar Bandung, wawancara di Kota Palopo, tanggal 21 Februari

<sup>77</sup> Deka Anggun Lestari, Endah Dewi Purnamasari, and Budi Setiawan, ‘Pengaruh Payment Gateway Terhadap Kinerja Keuangan UMKM’, *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 1.1 (2020), 1–10.

alat pembayaran digital. Penggunaannya juga bisa dikatakan mudah dalam diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.”<sup>78</sup>

Dari hasil wawancara tersebut, peneliti mampu memahami OVO ialah sebuah aplikasi yang mendukung aktivasi pembayaran melalui scan barcode dengan dua dimensi yang mengandung informasi dan bisa dibaca dari berbagai arah horizontal.

c) Go-Pay

Go-Pay sendiri merupakan sebuah perusahaan teknologi asal Indonesia yang melayani angkutan melalui jasa ojek seperti Go-Ride, Go-Car, Go-Send, dan Go-Mart dll. Go-Pay adalah uang elektronik atau dompet virtual berupa saldo digital dan dapat digunakan untuk membayar berbagai layanan Go-Jek.<sup>79</sup> Dengan adanya fitur scan barcode pada aplikasi Go-Pay, menjadi daya tarik sehingga diminati oleh para UMKM sebagai alternatif pembayaran.

Hal ini juga diperjelas oleh Saudara Zulfikar selaku narasumber, sebagai berikut :

“Go-Pay merupakan salah satu opsi bagi pelanggan jika ingin melakukan pembayaran digital. Penggunaannya yang fleksibel dan mudah menjadi nilai tambah bagi aplikasi Go-Pay itu sendiri.”<sup>80</sup>

Dalam wawancara tersebut, Peneliti mampu menarik kesimpulan bahwa dengan adanya Go-Pay dalam bisnis UMKM mampu mendongkrak efisiensi didalamnya. Selain saldo digital bisa digunakan untuk fitur Go-Jek, Saldo

<sup>78</sup> Arfan, Owner Kopsum, wawancara di Kota Palopo, tanggal 27 Februari 2023

<sup>79</sup> Deka Anggun Lestari, Endah Dewi Purnamasari, and Budi Setiawan, ‘Pengaruh Payment Gateway Terhadap Kinerja Keuangan UMKM’, *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 1.1 (2020), 1–10 .

<sup>80</sup> Zulfikar, Pengusaha Cafe Zona, wawancara di Kota Palopo, tanggal 12 Maret 2023

tersebut juga bisa digunakan untuk berbagai kebutuhan sehari-hari lainnya, seperti top-up pulsa, beli voucher token listrik bahkan bisa juga untuk memakainya dalam fitur go-food.

d) Link aja

Link Aja merupakan aplikasi layanan keuangan berbentuk e-money dan dompet digital. LinkAja meluncurkan Layanan Syariah, LinkAja dengan fitur layanan e-money yang dikelola sesuai kaidah - kaidah syariat Islam berdasarkan Fatwa DSN MUI No.116/DSN - MUI/IX/2017. Layanan syariah ini dimunculkan dengan menggunakan skema Syariah melalui akad Qard antara PT Fintek Karya Nusantara sebagai pemilik aplikasi dengan pelanggan.<sup>81</sup>

Hal ini kemudian diperegas kembali oleh saudara Akbar selaku narasumber yaitu sebagai berikut:

“Link Aja merupakan salah satu payment gateway yang saya pakai saat ini. Link Aja mempunyai kelebihan unik dibandingkan dengan pembayaran digital lainnya. Hal tersebut karena terdapat layanan syariah pada Link Aja Syariah yang dimana prosedur yang sesuai ajaran agama Islam. Selain kita mendapatkan keuntungan dunia, kita juga mendapatkan ridho dari Allah Swt.”<sup>82</sup>

Dari wawancara tersebut, peneliti berpendapat bahwa dengan adanya Link Aja sebagai pembayaran digital, para pelaku UMKM selain mampu menjadi alternative pembayaran, Link Aja mempunyai kelebihan tersendiri baik bagi pelaku UMKM maupun penggunaanya. Selain menjadi dompet e-money, Link

<sup>81</sup> Lola Malihah and others, ‘Analisis SWOT Terhadap Motivasi Penggunaan Transaksi Non Tunai (E-Money Syariah) Oleh Pelaku UMKM (Studi Pada Pelaku UMKM Di Sekitar Lingkungan Kampus IAI Darussalam Martapura)’, *MUSYARAKAH: Journal of Sharia Economics (MJSE)*, 1.2 (2021), 89–99.

<sup>82</sup> Akbar, penjual Soft Drink, wawancara di Kota Palopo, tanggal 05 Maret 2023

Aja juga mempunyai fitur Scan barcode didalam aplikasinya. Dan yang menjadi daya tarik tersendiri ialah Link Aja mempunyai prosedur yang sesuai syariat ajaran agama Islam yang telah diatur berdasarkan Fatwa DSN MUI No.116/DSN - MUI/IX/2017

e) Shopee Pay

Shopee Pay merupakan fitur yang dikemabang oleh Shopee untuk memudahkan konsumen dalam melakukan pembayaran. Selain itu hal yang menarik dari Shopee pay ini adalah konsumen bisa mendapatkan harga yang lebih murah dibandingkan harga pasaran. Sebagai contoh Kopi Kenangan memberikan potongan harga sebesar 50% dengan syarat pembayaran order dilakukan dengan Shopee pay. Adanya fitur Shopee pay sangat menguntungkan untuk penjual dan pembeli

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fitriani dkk, Promosi, kepercayaan, kemudahan penggunaan dan pengalaman berpengaruh terhadap minat penggunaan Shopeepay. Hal tersebut di dukung juga oleh Saudara Irvan selaku narasumber, yaitu :

“Dengan adanya promosi seperti diskon, cashback serta kemudahan dalam penggunaannya membuat para konsumen konsisten dalam menggunakannya. Para konsumen terkadang mendapatkan potongan harga ketika membeli suatu produk dengan jumlah harga minimum yang telah ditentukan.”<sup>83</sup>

Dari hasil wawancara tersebut, peneliti berkesimpulan bahwa promosi serta kemudahan dalam penggunaannya menjadi kunci utama mengapa shoope pay sukses dalam kalangan UMKM di Kota Palopo.

<sup>83</sup> Irvan, penjual Minuman Boba, wawancara di Kota Palopo, tanggal 08 Maret 2023

Dari hasil pembahasan di atas, sehingga dapat disimpulkan bahwasanya pelaku UMKM di Palopo cukup paham dan mengetahui tentang pembayaran digital sebagai pembayaran alternative. Adapun diantara pembayaran digital yang telah dibahas sebelumnya antara lain ; QRIS, Dana, Ovo, Go-Pay dan Shoope Pay

Selanjutnya pelaku UMKM di Palopo menganggap pembayaran digital sebagai metode pembayaran yang fleksibel serta efisiensi yang sangat tinggi. Fasilitas yang diberikan pembayaran digital sangat memudahkan untuk melihat kecocokan antara pemasukan dan pengeluaran karena tidak perlu mencatat setiap transaksi secara manual, karena semua data transaksi terekam secara otomatis.

## **2. Manfaat dalam menggunakan pembayaran digital terhadap pelaku UMKM**

Masyarakat diharapkan dapat beradaptasi di era digitalisasi saat ini agar dapat mengikuti kemajuan teknologi, terkhususnya pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berada di Kota Palopo itu sendiri. Lingkungan bisnis yang lebih inovatif dan kompetitif saat ini memerlukan penggabungan dan kolaborasi dengan teknologi.

Orang Indonesia pasti banyak melakukan pembayaran nontunai. Setiap smartphone individu memiliki potensi memiliki banyak program dompet digital yang diinstal didalamnya. Teknik transaksi ini memungkinkan kita untuk melakukan berbagai transaksi dari lokasi manapun dan kapanpun. Di antara kemajuan tersebut adalah pembentukan sistem pembayaran digital yang manfaatnya mampu dirasakan baik bagi produsen maupun konsumen itu sendiri..

Para pelaku usaha UMKM di Kota Palopo merasakan manfaat dari pembayara digital sebagai berikut:

a) Efisien Waktu dan Tenaga

Dalam penggunaan sistem pembayaran digital membantu para pelaku usaha UMKM dalam mengefisienkan waktu dan tenaga mereka dalam bertransaksi dengan konsumen. Dengan adanya pembayaran digital mampu meningkatkan efisiensi waktu dan tenaga dalam melakukan transaksi pembayaran sebuah produk pada saat belanja online ataupun pada saat membayar tagihan lainnya<sup>84</sup>.

Selain dari pihak pelaku usaha, manfaat tersebut dirasakan juga oleh konsumen. Pembeli tidak perlu lagi keluar rumah untuk ke pasar atau shopping center dalam rangka membeli barang yang ia inginkan. Melainkan penjual dan pembeli dapat bertransaksi dengan mudah menggunakan komputer atau gadget melalui internet di dalam maupun di luar rumah.<sup>85</sup>

Sebagaimana dinyatakan oleh Bapak Andri selaku penjual roti bakar Bandung, UMKM pengguna QRIS sebagai berikut:

“Menguntungkan, QRIS ini sangat menguntungkan selain simple dan juga lebih aman, Dan menurut saya sistem pembayaran digital ini dapat membantu dalam bertransaksi secara praktis, jadi konsumen tidak perlu membawa uang tunai dan tidak perlu repot dalam melakukan pembayaran. Tinggal melakukan scan pada QRIS yang telah disediakan. Dan kita juga bisa memaksimalkan pelayanan serta tidak perlu lagi kerepotan ketika tidak tersedia uang kembaliannya lagi.”<sup>86</sup>

<sup>84</sup> Saffanah, N., & Amir, W. (2022). Implementasi Fintech (E-Wallet) Dalam Mengembangkan Bisnis Bagi Pelaku Umkm Di Kota Makassar. *JEMBA: Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen dan Bisnis, Akuntansi*, 2(1), 1-8.

<sup>85</sup> Muhammad Nur Salim, ‘Penerapan E-C Ommerce Dalam Meningkatkan Daya Saing’, *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Akuntansi*, 1 (2020), 42–46.

<sup>86</sup> Andri, penjual roti bakar Bandung, wawancara di Kota Palopo, tanggal 21 Februari 2023

Berdasarkan wawancara tersebut, dengan adanya pembayaran digital berpengaruh penting terhadap efisiensi waktu dan tenaga baik bagi pelaku usaha UMKM maupun bagi konsumen itu sendiri ketika melakukan aktivitas transaksi. Sehingga pelaku usaha mampu mengelola waktu dan tenaga secara lebih maksimal lagi untuk kedepannya.

a) Mendapatkan Laporan Keuangan sistematis.

Salah satu solusi, untuk menggerakkan dan meningkatkan ketahanan usaha UMKM, yaitu melalui inklusi keuangan digital. Inklusi keuangan digital memberikan manfaat yang banyak sekali bagi UMKM, terutama untuk menghilangkan barrier akibat dari diberlakukannya PSBB dan Work from Home, antara lain: Transaksi dan pencatatan laporan keuangan menjadi lebih mudah, sehingga dapat dimonitor secara langsung, ketimbang menggunakan cash yang harus dilakukan pencatatan ulang. Mempermudah akses pendanaan, karena perbankan dan lembaga keuangan membutuhkan pencatatan transaksi yang sistematis, sebagai salah satu syarat pendanaan; Memiliki akses penjualan yang lebih luas, karena dapat menjangkau kalangan yang adaptif dengan teknologi; Kemudahan transaksi dari sistem pembayaran digital lebih terintegrasi, sehingga dapat memicu digitalisasi UMKM.<sup>87</sup>

Bagi para pelaku usaha UMKM, ikut dalam penggunaan digital financial bisa membantu baik dalam menyusun laporan keuangan bisnis atau rencana usaha. Hal ini disebabkan pembayaran digital, efektivitas dan sirkulasi keuangan bisnis

---

<sup>87</sup> Syahril Djaddang And Others, 'Inklusi Keuangan Digital Pada Masa Pandemi Covid-19 Dan Normal', *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Pancasila*, 2 (2022), 79–89.

menjadi lebih stabil lewat laporan transaksi yang lebih sistematis dan dapat diterima secara real time.<sup>88</sup>

Hal tersebut kemudian di perjelas kembali oleh saudara Zulfikar selaku pengusaha UMKM, yakni :

“Dalam Pembayaran digital, selain berfungsi sebagai media transfer pembayaran digital juga berfungsi sebagai alat pembuat buku kas otomatis. Hal ini dikarenakan dengan memakainya sistem pembayaran digital, para pelaku usaha UMKM tidak perlu repot lagi membuat buku kas manual. Semua transaksi baik pemasukan maupun pengeluaran sudah tercatat oleh sistem aplikasi.”

Dari wawancara diatas, maka bisa dimaknai bahwa dengan adanya pembayaran digital sangat membantu para pelaku usaha UMKM dalam mencatat seluruh kegiatan transaksi pada bisnis mereka. Sehingga laporan keuangan yang diperoleh mampu akurat dan sistematis.

b) Memberikan beragam pilihan metode pembayaran

Dengan memanfaatkan digitalisasi finansial, bagi para pemilik UMKM dapat memberikan beragam pilihan metode pembayaran kepada konsumen. Selain hal tersebut, para pelaku UMKM lebih mudah memberikan berbagai promosi menarik yang bakal meningkatkan minat belanja para konsumen. Tentu saja hal ini bisa meningkatkan pengalaman konsumen dalam berbelanja.<sup>89</sup>

Transaksi online semakin diminati, bahkan sudah menjadi tren di kalangan masyarakat luas. Selain dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun tanpa ada batasan waktu atau jarak. E-payment menawarkan berbagai macam kemudahan

<sup>88</sup> Saffanah, N., & Amir, W. (2022). Implementasi Fintech (E-Wallet) Dalam Mengembangkan Bisnis Bagi Pelaku Umkm Di Kota Makassar. *JEMBA: Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen dan Bisnis, Akuntansi*, 2(1), 1-8.

<sup>89</sup> Rahardjo, B., Ikhwan, K., & Siharis, A. K. (2019). Pengaruh financial technology (fintech) terhadap perkembangan UMKM di Kota Magelang. In *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Untidar 2019*.

dan kepraktisan dalam melakukan pembayaran. Berbagai macam metode pembayaran dapat diintegrasikan kedalam sistem sehingga memudahkan pelanggan yang akan melakukan pembayaran sesuai pemesanan yang dilakukan.<sup>90</sup>

Hal tersebut juga diperjelas kembali oleh saudara Akbar dalam wawancara, yakni :

“Dengan adanya pembayaran digital itu mampu memberikan berbagai alternatif pembayaran pada konsumen. Terkadang konsumen lupa membawa uang cash, sehingga dengan adanya pembayaran digital tersebut membantu para konsumen untuk melakukan transaksi.”<sup>91</sup>

Dari hasil wawancara tersebut, peneliti berasumsi bahwa dengan adanya sistem pembayaran digital membuat pilihan metode pembayaran semakin bervariasi. Hal ini juga membantu konsumen yang ingin melakukan transaksi secara cepat tanpa melakukan perhitungan jumlah uang yang dia harus bayar dan menunggu uang recek untuk kembalinya ketika mereka sedang melakukan transaksi.

c) Memperluas jangkauan bisnis

Digitalisasi sistem pembayaran dapat memperluas jangkauan bisnis. Misalkan saja pelaku usaha UMKM bergabung dengan sistem pembayaran digital Shoope Pay. Maka keuntungan yang didapat dengan bergabung ke sistem pembayaran digital ini adalah jangkauan took yang diperluas. Hal tersebut disebabkan, Shoope Pay memiliki fitur deals sekitarmu yang membantu konsumen menemukan promosi maupun informasi merchant yang terdekat dari

<sup>90</sup> I G P Fajar Pranadi Sudhana and others, ‘Pengembangan Sistem Pembayaran Untuk Desa Wisata Tri Eka Buana Dengan Online Payment Pendahuluan’, *Jurnal Aplikasi IPTEKS*, 7.1 (2021), 17–23.

<sup>91</sup> Akbar, penjual Soft Drink, wawancara di Kota Palopo, tanggal 05 Maret 2023

lokasinya dengan mudah. Selain hal itu, para pelaku usaha UMKM dapat memperluas pasar yang lebih luas berkat sistem pemasaran Shoope Pay yang telah terintegrasi dengan layanan QRIS.<sup>92</sup>

Hal tersebut juga diperjelas kembali oleh saudari Fika dalam wawancara, yakni :

“Dalam penggunaan sistem pembayaran digital, selain mampu membuat membantu konsumen dalam bertransaksi sehingga lebih mudah. Pembayaran digital mampu mengembangkan bisnis saya. Dengan adanya pembayaran digital, saya bisa menjangkau pasar yang lebih luas di dalam dunia digital.”<sup>93</sup>

Dari teori dan wawancara tersebut, peneliti berkesimpulan bahwa pembayaran digital mampu mengembangkan bisnis dan memperluas jangkauan usaha yang sedang sedang dirintis. Dengan adanya pembayaran digital mampu menjadi salah satu opsi ketika para pelaku usaha ketika ingin mengembangkan usaha mereka. Dengan adanya berbagai fitur di dalam aplikasi membuat para pelaku usaha UMKM mampu memperluas jaringan pemasaran produk mereka.

d) Kemudahan dalam penggunaan

Penelitian yang dilakukan Noviyanti and Erawati menyatakan bahwa kemudahan pemakaian berpengaruh terhadap minat penggunaan pembayaran digital. Fintech menawarkan kemudahan layanan keuangan bagi penggunanya. Sebelum teknologi canggih seperti saat ini, apabila masyarakat

<sup>92</sup> Saffanah, N., & Amir, W. (2022). Implementasi Fintech (E-Wallet) Dalam Mengembangkan Bisnis Bagi Pelaku Umkm Di Kota Makassar. *JEMBA: Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen dan Bisnis, Akuntansi*, 2(1), 1-8.

<sup>93</sup> Fika, Pelaku Usaha UMKM, wawancara di Kota Palopo, tanggal 26 April 2023

hendak melakukan transfer dana, mereka diperlukan untuk mendatangi tellerbank atau mesin ATM secara langsung.<sup>94</sup>

Hal tersebut kemudian dipertegas kembali oleh saudara Irvan dalam wawancara sebagai berikut :

“Dengan adanya pembayaran digital, kini tidak perlu lagi repot-repot pergi ke bank untuk melakukan transfer dalam pembayaran. Pembayaran digital ini menjadi salah satu kemudahan dalam teknologi sistem pembayaran. Penggunaannya yang mudah menjadikan pembayaran digital ini disukai oleh berbagai golongan masyarakat termasuk pelaku UMKM.”<sup>95</sup>

Dari teori dan hasil wawancara diatas, maka peneliti berasumsi bahwa dengan adanya kemudahan dalam pembayaran digital sehingga keberadaanya sukses menjadi kebutuhan dalam kegiatan transaksi. Kemudahan dalam penggunaannya menjadi alasan mengapa pembayaran digital tetap diminati oleh kaum milenial.

#### e) Strategi Untuk Mempertahankan Usaha

Pembayaran digital mampu dijadikan sebagai strategi untuk mempertahankan usaha, pelaku UMKM dapat memanfaatkan penggunaan fintech. Pembayaran fintech dapat diakses melalui beberapa aplikasi e-wallet, seperti Gopay, ShopeePay, OVO, dan transaksi melalui penggunaan mobile banking. Hasil dari penelitian terdahulu menunjukkan bahwa bagi pelaku UMKM yang menggunakan pembayaran digital pada usahanya

<sup>94</sup> Noviyanti, A., & Erawati, T. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Efektivitas terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech)(Studi Kasus: UMKM di Kabupaten Bantul). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 4(2), 65-74.

<sup>95</sup> Irvan, penjual Minuman Boba, wawancara di Kota Palopo, tanggal 08 Maret 2023

memberikan dampak yang positif berupa kemudahan transaksi dengan konsumen.<sup>96</sup>

Hal tersebut diperjelas kembali oleh saudara Arfan selaku narasumber dalam wawancara yaitu sebagai berikut :

“Di tengah zaman modern ini para pelaku usaha UMKM harus mampu mengikuti perkembangan zaman untuk mempertahankan usaha mereka. Ketika mereka tidak mampu berjalan seiringan dengan perkembangan teknologi, bukan hal yang mustahil mereka akan mengalami gulung tikar dalam usaha mereka.”

Dari teori dan hasil wawancara tersebut, peneliti berpendapat bahwa dengan mengabungkan perkembangan teknologi dalam usaha mereka, pelaku usaha UMKM mampu bertahan dan bersaing dengan pelaku usaha UMKM lainnya. Hal tersebut dikarenakan dengan memakai pembayaran digital yang merupakan hasil dari teknologi itu sendiri mampu menjadi strategi untuk mempertahankan usaha yang sedang diinis.

### **3. Hambatan Pelaku UMKM dalam Penerapan Sistem Pembayaran Digital**

Dalam penggunaan QRIS Bank Indonesia (BI) telah memperkenalkan standar Quick Response Code (QR) untuk transaksi uang elektronik menggunakan aplikasi uang elektronik berbasis server, dompet elektronik, atau mobile banking. Kehadiran QRIS mendapat respon yang baik dari berbagai pemangku kepentingan. QRIS diproyeksikan dapat membantu perkembangan ekonomi

<sup>96</sup> Sugiarti, E. N., Diana, N., Cholid Mawardi, M., Studi,P., & Program, A. (2019). Peran Fintech Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Di Malang.

<sup>97</sup> Arfan, Owner Kopsum, wawancara di Kota Palopo, tanggal 27 Februari 2023

digital Indonesia. Namun, ternyata penerapan QRIS masih menghadapi sejumlah kendala.

Hambatan untuk menumbuhkan transaksi QRIS adalah budaya misalnya, individu yang masih berpikiran apa-apa dalam melihat transaksi menggunakan QRIS sebagai hal baru, yang membuat orang enggan untuk mencoba. Inilah sebabnya mengapa banyak orang saat ini ragu-ragu untuk mencoba, dan mungkin salah satu dari mereka takut akan keamanannya.

Oleh karena itu, individu tetap merasa takut saat bertransaksi menggunakan QRIS, karena mereka terbiasa terus-menerus berdagang dengan uang tunai. Adapun kendala UMKM dalam menggunakan QRIS adalah:

a. Koneksi internet yang tidak stabil

Koneksi internet yang tidak stabil biasa juga menjadi hambatan dalam bertransaksi digital. Hal ini dikarenakan dalam bertransaksi pembayaran digital dibutuhkan akses jaringan yang memadai. Dan apabila jaringan internet tidak memadai proses pembayaran digital akan terpending bahkan bisa saja tercancel dengan sendirinya.<sup>98</sup>

Kendala yang dikeluhkan oleh pelaku UMKM di Kota Palopo dan dirasakan masyarakat adalah jaringan yang tidak konsisten. Padahal jaringan sangat penting dalam transaksi QRIS. Jadi, jika jaringan tidak tersedia atau tidak dapat diandalkan, pembayaran mungkin terganggu, dan pada akhirnya, konsumen akan beralih ke transaksi tunai.

---

<sup>98</sup> Eris Tri Kurniawati, Idah Zuhroh, and Nazaruddin Malik, 'Literasi Dan Edukasi Pembayaran Non Tunai Melalui Aplikasi QR Code Indonesian Standard ( QRIS ) Pada Kelompok Milenial', *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 05.01 (2021), 23–30.

Hal ini juga diperkuat oleh pernyataan saudara Zulfikar dalam wawancara. Seperti dinyatakan oleh Saudara Zulfikar pengusaha UMKM berbasis *digital payment* di Café Zona Temu sebagai berikut:

“Mungkin pada saat mati lampu itu sinyal tidak tersedia, pada saat kehabisan kuota begitu, itu penghambatnya salah satunya. Dan mungkin koneksi internet juga. Ketika ada masalah dengan koneksi jaringan, transaksi QRIS tidak dapat diselesaikan. Dan Pernah juga Transaksi bermasalah karena pembayaran terpending dari system pembayarannya.”<sup>99</sup>

Berdasarkan teori diatas, maka peneliti berasumsi bahwa jaringan yang tidak stabil merupakan kendala yang lebih sering dialami. Dengan lokasi yang jauh dari kota membuat berbagai pihak pelaku UMKM sulit melakukan transaksi dikarenakan jaringan yang tidak memadai. Padahal peran akses internet sangatlah penting dalam melakukan transaksi digital. Tanpanya seluruh kegiatan transaksi digital tidak mungkin dapat dilaksanakan oleh pihak UMKM.

b. Pengenaan biaya penggunaan QRIS

Selain faktor internet yang tidak stabil, kendala yang di hadapi pedagang UMKM menggunakan QRIS yaitu biaya merchant discount rate (Mdr). Dalam penggunaan sistem pembayaran menggunakan QRIS, yang menjadi kendala selanjutnya yaitu para pedagang UMKM mengalami ketidakpuasan atas adanya biaya merchant discount rate (Mdr) sebesar 0,7% yang diberlakukan kepada para pedagang per transaksi terhadap penjualan.

Hal ini akan menyebabkan pendapatan harian pedagang akan berkurang dan juga akan menyebabkan QRIS kurang diminati oleh pelaku UMKM di Kota

<sup>99</sup> Zulfikar, Pengusaha Cafe Zona, wawancara di Kota Palopo, tanggal 12 Maret 2023

Palopo. Hal ini juga dipertegas kembali oleh saudara Irvan dalam wawancara sebagai pelaku usaha UMKM di Kota Palopo, sebagai berikut :

“Dengan adanya biaya merchant discount rate sebesar 0,7% yang diberlakukan kepada para pedagang menurut saya rada memberatkan buat saya dan para pelaku usaha yang lain. Jadi pendapatan harian kami berkurang karena adanya potongan tersebut.”<sup>100</sup>

Berdasarkan teori dan hasil wawancara tersebut, peneliti berpendapat bahwa dengan adanya MDR sebesar 0,7% sangatlah membebani para pelaku usaha UMKM. Dengan untung yang tidak besar dalam transaksi ditambah dengan biaya MDR banyak para pelaku usaha UMKM yang cukup mengeluhkan hal ini. Hal tersebut menyebabkan penurunan pendapatan harian para pelaku usaha UMKM di Kota Palopo yang melakukan transaksi digital.

c. Pola Pikir Masyarakat

Beberapa kendala yang di hadapi saat penerapan digitalisasi pembayaran. Diantaranya adalah dari sisi pola pikir konsumen, dimana konsumen tertentu masih belum dapat melakukan transaksi melalui internet, terutama budaya atau pola pikir masyarakat yang terbiasa melakukan pembayaran melalui uang tunai, lebih memilih uang tunai daripada QRIS dalam bertransaksi sehari-hari. Untuk meningkatkan transaksi QRIS maka perlu adanya sosialisasi dan edukasi QRIS kepada masyarakat dan pelaku usaha UMKM.

Hal ini perjas kembali oleh Saudara Akbar dalam wawancara sebagai pelaku usaha UMKM, sebagai berikut :

---

<sup>100</sup> Irvan, penjual Minuman Boba, wawancara di Kota Palopo, tanggal 08 Maret 2023

“ Jika dibandingkan antara pembayaran tunai dengan pembayaran tunai, pembayaran tunai yang lebih sering digunakan. Hal ini dikarenakan masih banyak masyarakat yang lebih memilih pembayaran tunai dibandingkan pembayaran tunai dengan berbagai alasan.”<sup>101</sup>

Berdasarkan teori dan hasil wawancara diatas, maka peneliti beranggapan bahwa pola pikir masyarakat di Kota Palopo masih menjadikan pembayaran digital merupakan pembayaran yang masih asing bagi mereka. Padahal, sudah saat inilah masyarakat harus mampu menjadikan pembayaran digital menjadi pilihan utama dalam bertransaksi. Bukan tanpa alasan, dengan memasuki era 5.0 semua kegiatan manusia sudah melibatkan teknologi termasuk transaksi dalam kehidupan sehari-hari.



---

<sup>101</sup> Akbar, penjual Soft Drink, wawancara di Kota Palopo, tanggal 05 Maret 2023

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah penulis uraikan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengetahuan pelaku UMKM di kota Palopo terhadap alat pembayaran digital QRIS yaitu pedagang mayoritas mengetahui QRIS sebagai alat pembayaran digital yang dikeluarkan Bank Indonesia, dimana QRIS ini memberikan kelebihan dibanding sistem pembayaran digital lainnya, seperti OVO, Gopay, Dana dll, transaksinya tercatat otomatis, dan memudahkan mereka dalam melakukan pembayaran karena tidak perlu menyediakan uang kembalian lagi dan uang receh.
2. QRIS memiliki manfaat bagi pelaku UMKM di kota Palopo, yaitu kemudahan transaksi. Memudahkan konsumen untuk bertransaksi secara non tunai menggunakan QR Code, masa sekarang masyarakat selalu membawa handphone jadi cukup dengan membawa handphone konsumen bisa bayar cepat dan belanja di tempat pelaku UMKM yang menggunakan QRIS, dengan kemudahan transaksi itu masyarakat memilih berbelanja dan secara tidak langsung akan meningkatkan pendapatan bagi pelaku UMKM.
3. Hambatan pelaku UMKM menggunakan QRIS yaitu terkendalanya jaringan internet yang kurang stabil dalam melakukan transaksi sehingga menjadi kendala bagi pelaku UMKM dan juga konsumen dalam melakukan transaksi. Serta adanya biaya merchant discount rate (Mdr) sebesar 0,07% yang di

berlakukan kepada para pedagang. Dan akibat dari hambatan tersebut terkadang sebagian juga masyarakat melakukan pembayaran secara tunai.

## B. Saran

1. Bagi Pemerintah QRIS adalah sebuah inovasi pembayaran digital melalui QR Code yang dibuat oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) yang memungkinkan transaksi lebih cepat, sederhana, murah, aman, dan andal. Oleh karena itu, pemerintah harus meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap QRIS, guna menumbuhkan pembayaran digital menggunakan QR Code berbasis QRIS ini, yang akan berdampak positif terhadap pendapatan UMKM yang telah memanfaatkan pembayaran digital QR Code dengan logo QRIS dan juga Pemerintah perlu membenahi infrastruktur komunikasi dan jaringan internet agar semua masyarakat dapat memanfaatkan fasilitas pembayaran non tunai.
2. Bagi Merchant QRIS (UMKM) UMKM sangat penting dalam mendorong pengembangan gerakan masyarakat tanpa uang tunai cashless society dan QRIS ini turut andil dalam mewujudkannya. Oleh karena itu, UMKM yang menerima pembayaran non tunai melalui QR Code berbasis QRIS diharapkan dapat mendorong pembeli untuk menggunakan pembayaran non tunai untuk membantu Indonesia bertransisi ke cashless society dan mempercepat pembayaran, karena pembayaran QRIS lebih cepat, lebih mudah, lebih murah, lebih aman, dan lebih dapat diandalkan.
3. Bagi Masyarakat Perlu meningkatkan rasa keingintahuan, rasa kepercayaan diri dan kepercayaan terhadap teknologi zaman kini khususnya

tentang alat pembayaran non tunai, sehingga dapat menggunakan dalam pelaksanaan jual beli dan masyarakat harus dapat membantu dalam mendukungnya dengan memanfaatkan pembayaran digital berbasis QR Code, yang akan mempercepat sistem pembayaran di Indonesia dan membantu UMKM dalam meningkatkan pendapatannya.



## DAFTAR PUSTAKA

Abdul Halim, 'Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1.2 (2020), 157–72.

Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rajawali Press, 2015), 12.

Akbar, Penjual Soft Drink, Wawancara Di Kota Palopo, Tanggal 05 Maret 2023

Aldila Dinanti & Ginanjar Adi Nugraha, 'Sistem Informasi Pada Administrasi Umkm', *Jurnal Administrasi Dan Kesekretariatan*, 4.2 (2019), 159–71.

Algrina Ulus And Others, 'Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Dan Minat Beli Mahasiswa', *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1.2 (2009), 193–98

Andri, Penjual Roti Bakar Bandung, Wawancara Di Kota Palopo, Tanggal 21 Februari 2023

Apriandi, I. (2015). Implementasi Qanun Nomor 11 Tahun Tahun 2002 Tentang Syariat Islam Di Kota Langsa, 11–35.

Arfan, Owner Kopsum, Wawancara Di Kota Palopo, Tanggal 27 Februari 2023

Arief Rakhman Kurniawan, *Total Marketing*, (Yogyakarta: Kobis, 2014), Hlm. 18.

Aryadi, Rizwan, And Siti Hajati Hoesin. "Kewirausahaan Dan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Sebagai Salah Satu Solusi Untuk Mengatasi Masalah

Ketenagakerjaan Di Indonesia." *Jurnal Hukum Dan Bisnis (Selisik)* 8.1 (2022): 57-72.

Dabella Yunia And Others, 'Penyusunan Laporan Keuangan Umkm Berbasis Sak Emkm', *Jurnal Warta Desa (Jwd)*, 3.2 (2021), 102–8.

Dachliyani, L. (2019). Instrumen Yang Sahih : Sebagai Alat Ukur Keberhasilan Suatu Evaluasi Program Diklat (Evaluasi Pembelajaran). *Madika*, 57-64.

Deka Anggun Lestari, Endah Dewi Purnamasari, And Budi Setiawan, 'Pengaruh Payment Gateway Terhadap Kinerja Keuangan Umkm', *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 1.1 (2020), 1–10.

Depkop. (2012). Perkembangan Data Usaha Mikro , Kecil , Menengah ( Umkm ) Dan Usaha Besar ( Ub ) Perkembangan Data Usaha Mikro , Kecil , Menengah ( Umkm ) Dan Usaha Besar ( Ub ). *www.Depkop.Go.Id.*, (1), 2011–2012.

Eris Tri Karniawati, Idah Zuhroh, And Nazaruddin Malik, 'Literasi Dan Edukasi Pembayaran Non Tunai Melalui Aplikasi Qr Code Indonesian Standard ( Qris ) Pada Kelompok Milenial', *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 05.01 (2021), 23–30.

Febriaty, Hastina, And Winda Tria Ariska Winda. "Pelestarian Lingkungan Dengan Penanaman Tumbuhan Dan Pembuatan Tempat Sampah Dari Bahan Daur Ulang Di Desa Medang Kabupaten Batu Bara." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol.3.No.1 (2022): 124-135.

Fika, Pelaku Usaha Umkm, Wawancara Di Kota Palopo, Tanggal 26 Arpil 2023

Gumilar, A. D. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Patrun Industries Di Masa Pandemi Covid-19* (Doctoral Dissertation, Fisip Unpas).

Hasmita Putri E, 'Efektivitas Pelaksanaan Program Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kota Samarinda ( Studi Pada Dinas Koperasi Dan Umkm Kota Samarinda )', *E-Journal Administrasi Negara*, 5.1 (2017), 5431-45.

Husna Lelila Yusran, *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kencana*, 2017.

I G P Fajar Pranadi Sudhana And Others, 'Pengembangan Sistem Pembayaran Untuk Desa Wisata Tri Loka Buana Dengan Online Payment Pendahuluan', *Jurnal Aplikasi Ipteks*, 7.1 (2021), 17-23.

I Wayan Arta Setiawan And Luh Putu Mahyani, 'Qris Di Mata Umkm: Eksplorasi Persepsi Dan Intensi Umkm Menggunakan Qris', *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10 (2020), 921.

Irda Yusra And Rio Nanda, 'Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Kinol Bistro N'poll Di Kota Padang', *Jurnal Pundi*, 3.3 (2020), 161.

Irfan Prapmayoga Saputra, "Analisis Efektivitas Pemasaran Digital Payment Pada Mahasiswa Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya."Skripsi, ( Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung, 2019) H.13

Irvan, Penjual Minuman Boba, Wawancara Di Kota Palopo, Tanggal 08 Maret 2023

Irwan Moridu And Others, 'Pengaruh Digital Banking Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan ( Studi Pada Pt . Bank Negara Indonesia ( Persero ) Tbk )', 3.2 (2020), 67–73.

Jamil Rifani, 'Jurnal Inovatif', *Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Dalam Penyerapan Tenaga Kerja Di Kota Amuntai Kab. Hsu*, 4.1 (2022), 27–34.

Jeffry Tarantang And Others, 'Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia', *Jurnal Al-Qardh*, 4.1 (2019), 60–75.

Khoiruzzadi, M., Barokah, M., & Kamila, A. (2020). Upaya Guru Dalam Memaksimalkan Perkembangan Kognitif, Sosial, Dan Motorik Anak Usia Dini. *Jeced: Journal Of Early Childhood Education And Development*, 2(1), 40-51.

Latifah Hanim, *Umkm (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & Bentuk-Bentuk Usaha*, Unissula Press, 2018.

Lb Ruth Florida Wm Hutabarat, 'Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Di Kota Malang Berbasis Ekonomi Kreatif', *Jurnal Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 7.1 (2015), 12–20.

Leli Suwita, S. E. (2018). Metode Least Square Dalam Mengukur Trend Penjualan Pada Home Industry Bengkel Sendal Thostee Bukittinggi. *Menara Ilmu*, 12(1).

Lola Malihah And Others, 'Analisis Swot Terhadap Motivasi Penggunaan Transaksi Non Tunai (E-Money Syariah) Oleh Pelaku Umkm (Studi Pada Pelaku Umkm Di Sekitar Lingkungan Kampus Iai Darussalam Martapura)', *Musyarakah: Journal Of Sharia Economics (Mjse)*, 1.2 (2021), 89–99.

Mab Mandasari, Nirmala; Widiartanto, S.Sos, 'Annisa Hidayati, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro Agus Hermani D. Seno, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro', *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol.5, No. (2015), 11.

Maria Trecia Dayan, 'Pengaruh Persepsi Konsumen, Gaya Hidup Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital', *Jurnal Transaksi*, 12.1 (2020), 40–50.

Marisa, O. (2020). Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Dan Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Financial Technology*. *Jurnal Administrasi Kantor*, 8(2), 139-152.

Mm Suba'i And Irma Yunita Rubiawati, 'Pengembangan Sistem E-Payment Untuk Membantu Pengambilan Keputusan Studi Kasus: Universitas Banten Jaya', *Icit Journal*, 3.2 (2019), 219–40.

Mokhammad Iqbal Hardiky And Others, 'Optimalisasi Digital Payment Sebagai Solusi Pembayaran Umkm Roli Kasus', *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 4.1 (2021), 44.

Muhamad Turmudi, 'Pembiayaan Mikro Bri Syariah: Upaya Pemberdayaan Dan Peningkatan Umkm Oleh Bri Syariah Cabang Kendari', *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2.2 (2017), 20.

Muhammad Al Faridho Awwal Dan Dewi Wahyu Setyo Rini, Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Masyarakat Terhadap Sikap Dan Minat Sedekah Menggunakan Pembayaran Non Tunai, *Jpis*, Vol. 6, No. 1, (2019): 44

Muhammad Nur Salim, 'Penerapan E-C Ommerce Dalam Meningkatkan Daya Saing', *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Akuntansi*, 1 (2020), 42–46.

N. Dewi And M. Jatra, 'Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Di Kota Denpasar', *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 2.2 (2013), 254168.

Nizaruddin, M. (2019). *Implementasi Sistem Pemesanan Online Berbasis Website Untuk Percetakan (Studi Kasus: Bolocetak Yogyakarta)* (Doctoral Dissertation, University Of Technology Yogyakarta).

Noviyanti, A. C. Dwi, T. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Efektivitas Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech)(Studi Kasus Umkm Di Kabupaten Bantul). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 2), 65-74

Ongkorahayu, Evan Pramono. "Formulasi Strategi Usaha Makanan Ringan Tradisional Ny. Di Surabaya." *Aspek* 2 (2015): 665-67

Prietedjo, A. Studi Deskriptif Tentang Atribut Produk Dan Tingkatan Produk Pada Desain Kemasan Pasta Gigi (Studi Kasus Pasta Gigi Pepsodent). *Jurnal Dimensi Seni Rupa Dan Desain*, Vol.12. No. 2(2016), 193-210.

Prihatiningsih, R. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Online Dalam Peningkatan Penjualan Dan Laba Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm). *Segmen Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 13(1).

Prisilia Monika Polandos, Daisy S.M Engka, And Krest D Tolosang, 'Analisis Pengaruh Modal, Lama Usaha, Dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan

Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kecamatan Langowan Timur’, *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19.4 (2019), 36–47.

Putra, A. D. (2020). Rancang Bangun Aplikasi E-Commerce Untuk Usaha Penjualan Helm. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 1(1), 17-24.

Putra, A. E. P. (2022). Analisis Hukum Tindak Pidana Penipuan Jual Beli Masker Di Kota Palopo (*Doctoral Dissertation*, Universitas Bosowa).

Putu Sanjaya And Putu Nuratama, *Tata Kelola Manajemen & Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah*, Penerbit Cv. Cahaya Bintang Cemerlang., 2021.

Rahardjo, B., Ikhwani, K., & Sihans, A. K. (2019). Pengaruh Financial Technology (Fintech) Terhadap Perkembangan Ukm Di Kota Magelang. In *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Untidar 2019*.

Rahmawati And Andika Rusli, ‘Pelatihan Dan Pembimbingan Pembuatan Sistem Laporan Keuangan Sederhana Pada Ukm Di Kota Palopo’, *Jurnal Akuntansi*, 3.1 (2017), 35–38.

Rifqy Tazkriyaturohmah, ‘Efisiensi Uang Elektronik Sebagai Alat Transaksi Keuangan Modern’, *Muslim Heritage*, 3.1 (2018), 23.

Riordan, M. H., & Williamson, O. E. “Asset Specificity And Economic Organization. *International Journal Of Industrial Organization*”, Vol.3.No.4 (1985), 365-378.

Risca Oktari Intan, ‘Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Penjualan Dan Profitabilitas Perusahaan’, 2012, 45.

Robert G. Eccles And Oliver E. Williamson, 'The Economic Institutions Of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting.', *Administrative Science Quarterly*, Vol.32.No.4 (1987), Hal. 602.

Robinson, R. (2014). Dekonstruksi Makna Transaksi Dalam Akuntansi: Suatu Pendekatan Idealisme Syariah Islam. *Bisnis: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 2(2), 27-39.

Rogi Gusrizaldi And Eka Komalasari, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan Di Indrako Swalayan Teluk Kuantan', *Valuta*, 2.2 (2016), 293-95.

Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genteng Ulu Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 83-88.

Saffanah, N., & Amir, W. (2022). Implementasi Fintech (E-Wallet) Dalam Mengembangkan Bisnis Bagi Pelaku Umkm Di Kota Makassar. *Jemba: Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen Dan Bisnis, Akuntansi*, 2(1), 1-8.

Saffanah, N., & Amir, W. (2022). Implementasi Fintech (E-Wallet) Dalam Mengembangkan Bisnis Bagi Pelaku Umkm Di Kota Makassar. *Jemba: Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen Dan Bisnis, Akuntansi*, 2(1), 1-8.

Saffanah, N., & Amir, W. (2022). Implementasi Fintech (E-Wallet) Dalam Mengembangkan Bisnis Bagi Pelaku Umkm Di Kota Makassar. *Jemba: Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen Dan Bisnis, Akuntansi*, 2(1), 1-8.

Saiful, Penjual Minuman Boba, Wawancara Di Kota Palopo, Tanggal 27 Februari 2023

Saskia Dewantari And Others, ‘Implementasi Kebijakan Perbup Nomor 18 Tahun 2021 Dari Aspek Komunikasi Dalam Penerapan Protokol Kesehatan Covid19 Di Pt Adaro Indonesia Kabupaten Tabalong (Studi Kasus Pada Departemen Mining)’, *Jurnal Mahasiswa Administrasi Publik Dan Administrasi Bisnis*, 4.2 (2021), 1183–93.

Siddiq, U., & Choiri, M. M. (2019). Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan. In U. Siddiq, *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan* (Pp. 1-228). Ponorogo: Cv: Nata Karya.

Siddiq, U., & Choiri, M. M. (2019). Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan. In U. Siddiq, *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan* (Pp. 1-228). Ponorogo: Cv: Nata Karya.

Sitti Hajerah Jasri, Indah Rahayu, Andi Muhammad Aidil, ‘Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Dompot Digital Pada Transaksi Jual Beli’, *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1.1 (2021), 110–15.

Suci Rahmayanti Sihalohe, Josef Eyan, Atifah Ramadani, ‘Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Bagi Perkembangan Umkm Di Medan’, *Jurnal Manajemen*, 17.2 (2020), 287–97.

Sugiarti, E. N., Diana, N., Cholid Mawardi, M., Studi,P., & Program, A. (2019). Peran Fintech Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Di Malang.

Sugiyono (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Syahril Djaddang And Others, 'Inklusi Keuangan Digital Pada Masa Pandemi Covid-19 Dan Normal', *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Pancasila*, 2 (2022), 79–89.

Triwara Buddhi Satyarini, 'Karakter Wirausaha Pada Industri Mikro Pangan Olahan Di D.I.Y Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi', *Agraris: Journal Of Agribusiness And Rural Development Research*, 2.1 (2016), 28–35.

Utami, R. R., Wahyuni, W., Pratama, A., & Tangkin, W. P. (2020). Identifikasi Permasalahan Dan Penyelesaian Ikm Pengolahan Kakao Kota Palopo. *Jmm (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 1(5), 694–702.

Uu No.19 Tahun 2016

V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pt. Pustaka Baru, 2015), 21.

Zhishen Ge And Others, 'Facile Synthesis Of Dumbbell-Shaped Dendritic-Linear-Dendritic Triblock Copolymer Via Reversible Addition-Fragmentation Chain Transfer Polymerization', *Journal Of Polymer Science, Part A: Polymer Chemistry*, 45.8 (2007), 1432–45.

Zulfikar, Pengusaha Cafe Zona, Wawancara Di Kota Palopo, Tanggal 12 Maret 2023

Zulhajriani Nur, 'Analisa Dampak Demurrage Terhadap Supply Chain Dalam Meningkatkan Penjualan Ekspor Di Pt Semen Tonasa', 2022.

## LAMPIRAN

Lampiran 1 :

### PEDOMAN WAWANCARA PENELITIAN

#### A. Data Responden

Nama/Inisial :

Usia :

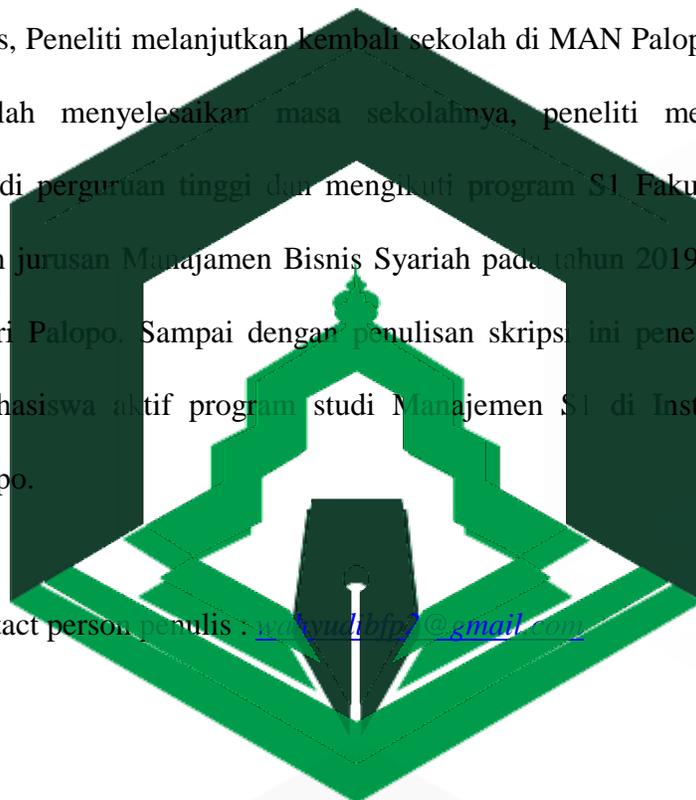
Nama Usaha :

#### B. Pedoman Wawancara

1. Apakah Bapak/Ibu mengetahui tentang pembayaran digital?
2. Apakah pembayaran digital berguna dalam mendukung bisnis Bapak/Ibu?
3. Apakah ada faktor yang menjadi kendala dalam menggunakan pembayaran digital?
4. Apakah pembeli pada saat melakukan pembayaran lebih dominan menggunakan pembayaran non tunai yaitu penggunaan pembayaran digital Bapak/Ibu? Atau lebih dominan melakukan pembayaran tunai?
5. Dengan adanya pembayaran digital ini apakah Bapak/Ibu merasakan manfaat dalam menggunakan pembayaran digital ini?
6. Apakah ada peningkatan penjualan sejak Bapak/Ibu menggunakan pembayaran digital ini? Jika ada mohon disebutkan, jika tidak mengapa?

BIOGRAFI PENELITI nama Wahyudi yang lebih akrab dipanggil dengan nama Yudi lahir di Kota Palopo, Sulawesi Selatan, pada tanggal 05 September 2001 dari pasangan suami istri, Bapak Basondeng dan Ibu Nia . Peneliti merupakan anak Kedua dari 4 bersaudara. Peneliti sekarang bertempat tinggal di Jln. Mungkajang. Pendidikan yang telah ditempuh oleh peneliti yaitu SD 5 Salamae lulus pada tahun 2013, kemudian melanjutkan sekolah di SMPN 7 Palopo lulus pada tahun 2016. Setelah lulus, Peneliti melanjutkan kembali sekolah di MAN Palopo lulus pada tahun 2019. Setelah menyelesaikan masa sekolahnya, peneliti melanjutkan jenjang pendidikan di perguruan tinggi dan mengikuti program S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam jurusan Manajemen Bisnis Syariah pada tahun 2019 di Institut Agama Islam Negeri Palopo. Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa aktif program studi Manajemen S1 di Institut Agama Islam Negeri Palopo.

Contact person penulis : [wahyudi1977@gmail.com](mailto:wahyudi1977@gmail.com)



Lampiran 1 :

## **PEDOMAN WAWANCARA PENELITIAN**

### **A. Data Responden**

Nama/Inisial :

Usia :

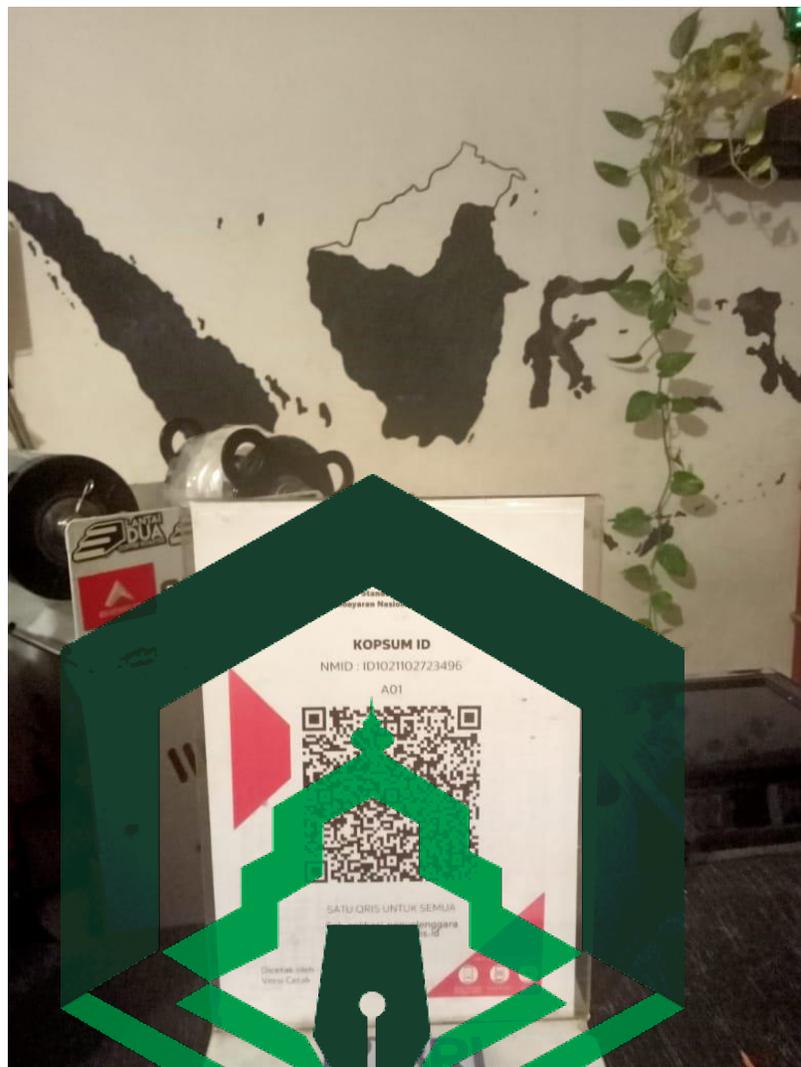
Nama Usaha :

### **B. Pedoman Wawancara**

1. Apakah Bapak/Ibu mengetahui tentang pembayaran digital?
2. Apakah pembayaran digital berguna dalam mendukung bisnis Bapak/Ibu?
3. Apakah ada faktor yang menjadi kendala dalam menggunakan pembayaran digital?
4. Apakah pembeli pada saat melakukan pembayaran lebih dominan menggunakan pembayaran non-tunai yaitu penggunaan pembayaran digital Bapak/Ibu? Atau lebih dominan melakukan pembayaran tunai?
5. Dengan adanya pembayaran digital ini apakah Bapak/Ibu merasakan manfaat dalam menggunakan pembayaran digital ini?
6. Apakah ada peningkatan penjualan sejak Bapak/Ibu menggunakan pembayaran digital ini? Jika ada mohon disebutkan, jika tidak mengapa?

Lampiran 2 : Dokumentasi











BIOGRAFI PENELITI nama Wahyudi yang lebih akrab dipanggil dengan nama Yudi lahir di Kota Palopo, Sulawesi Selatan, pada tanggal 05 September 2001 dari pasangan suami istri, Bapak Basondeng dan Ibu Nia . Peneliti merupakan anak Kedua dari 4 bersaudara. Peneliti sekarang bertempat tinggal di Jln. Mungkajang.

Pendidikan yang telah ditempuh oleh peneliti yaitu SD 5 Salamae lulus pada tahun 2013, kemudian melanjutkan sekolah di SMPN 7 Palopo lulus pada tahun 2016. Setelah lulus, Peneliti melanjutkan kembali sekolah di MAN Palopo lulus pada tahun 2019. Setelah menyelesaikan masa sekolahnya, peneliti melanjutkan jenjang pendidikan di perguruan tinggi dan mengikuti program S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam jurusan Manajemen Bisnis Syariah pada tahun 2019 di Institut Agama Islam Negeri Palopo. Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa aktif program studi Manajemen S1 di Institut Agama Islam Negeri Palopo.

Contact person penulis : [wahyudibfp2@gmail.com](mailto:wahyudibfp2@gmail.com)