



Peluang dan Tantangan Implementasi Sistem Pembayaran Digital bagi Produktivitas UMKM di Era Ekonomi Digital

Herwin Ardianto

Universitas Hayam Wuruk Perbanas

Korespondensi penulis: herwin.ardianto@perbanas.ac.id

Abstract. *This study analyzes the opportunities and challenges in implementing digital payment systems to enhance the productivity of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). In the era of growing digital transformation, the adoption of cashless transactions has become a crucial innovation to improve efficiency and competitiveness among MSME players. The findings indicate that the use of digital payment platforms such as QRIS, bank transfers, e-wallets, and card-based e-money offers several advantages, including faster payment processing, reduced risk of calculation errors, and the minimization of counterfeit money usage, which remains an issue in some regions. However, the implementation of digital payments still faces various obstacles on the ground. Certain sectors of MSMEs continue to rely heavily on cash transactions, especially in remote areas where internet connectivity is limited. Furthermore, many business owners still prefer conventional payment methods due to concerns over trust, security, and deeply rooted habits. Demographic factors also influence the level of digital payment adoption. Younger generations tend to be more adaptive to digital technologies, whereas older business owners are generally less familiar and comfortable with using digital devices. These findings suggest that in order to fully leverage the benefits of payment digitalization among MSMEs, strategic efforts are needed. These should include the improvement of digital infrastructure, widespread education and awareness programs, and the development of applications tailored to the specific needs and characteristics of each business sector. Collaboration between the government, financial institutions, and digital service providers is essential in creating an inclusive and user-friendly digital payment ecosystem. By addressing technical barriers and bridging digital literacy gaps, the implementation of digital payments holds significant potential to drive operational efficiency and sustainably boost the productivity of MSMEs.*

Keywords: Digital, MSMEs, Payment, Payment System, Productivity

Abstrak. Penelitian ini menganalisis peluang dan tantangan dalam implementasi pembayaran digital dalam meningkatkan produktivitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dalam era transformasi digital yang semakin berkembang, penggunaan metode pembayaran non-tunai menjadi salah satu inovasi penting untuk mendorong efisiensi dan daya saing pelaku UMKM. Hasil studi menunjukkan bahwa adopsi transaksi non-tunai seperti penggunaan platform QRIS, transfer bank, dompet digital (E-Wallet), dan uang elektronik berbasis kartu (E-money) dapat memberikan sejumlah manfaat, antara lain mempercepat proses pembayaran, mengurangi risiko kesalahan dalam penghitungan transaksi, serta meminimalisir penggunaan uang palsu yang masih menjadi masalah di beberapa wilayah. Meskipun demikian, implementasi pembayaran digital masih menghadapi berbagai kendala di lapangan. Beberapa sektor UMKM masih sangat bergantung pada transaksi tunai, terutama di daerah terpencil yang memiliki keterbatasan jaringan internet. Selain itu, masih banyak pelaku usaha yang lebih memilih metode pembayaran konvensional karena alasan kepercayaan, keamanan, serta kebiasaan yang telah mengakar. Faktor demografi juga memengaruhi tingkat adopsi teknologi ini. Generasi muda cenderung lebih adaptif terhadap penggunaan teknologi digital dibandingkan dengan kelompok usia yang lebih tua, yang umumnya kurang terbiasa dengan perangkat digital. Temuan ini mengindikasikan bahwa untuk memperluas manfaat digitalisasi sistem pembayaran di kalangan UMKM, diperlukan langkah strategis yang meliputi peningkatan infrastruktur digital, edukasi dan sosialisasi yang merata, serta pengembangan aplikasi yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik masing-masing sektor usaha. Pemerintah, lembaga keuangan, serta penyedia layanan digital perlu bekerja sama dalam menciptakan ekosistem pembayaran digital yang inklusif dan ramah pengguna. Dengan mengatasi tantangan teknis dan kesenjangan literasi digital, implementasi pembayaran digital memiliki potensi besar dalam mendorong efisiensi operasional dan peningkatan produktivitas UMKM secara berkelanjutan.

Kata kunci: Digital, UMKM, Pembayaran, Sistem Pembayaran, Produktivitas

1. LATAR BELAKANG

Penggunaan platform digital semakin pesat dan luas jangkauannya dalam mempermudah dan menjadikan setiap aktifitas menjadi semakin efektif dan efisien. Adopsi layanan digital pada alat pembayaran menjadi semakin penting seiring dengan meningkatnya daya beli masyarakat dan kebutuhan akan kecepatan akses terhadap produk dan jasa, hal ini linier dengan kebutuhan akan penggunaan alat pembayaran yang mempermudah dan mempercepat transaksi guna meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam pengelolaan keuangan. Menurut data yang dirilis oleh Bank Indonesia bahwa per April 2024 transaksi bank digital tercatat tumbuh pada nominal Rp 5.300 trilyun atau 19,08% dengan pertumbuhan transaksi Uang Elektronik (UE) meningkat sebesar 34% atau senilai Rp 90,44 trilyun, begitu juga dengan peningkatan jumlah pelaku transaksi bank digital mencapai 3.700 pelaku atau meningkat sebesar 57,41% dari periode sebelumnya (keuangan.kontan.co.id). Menurut Ogbari et al (2024) Sistem pembayaran digital telah membawa perubahan yang sangat signifikan bagi kehidupan ekonomi masyarakat. Digitalisasi telah mengubah budaya dan metode dalam menjalankan transaksi bisnis. Hadirnya platform e-commerce pembayaran online seperti QRIS, GoPay, OVO dan dompet digital lainnya telah menciptakan banyak peluang, jangkauan pasar, operasional yang lebih sederhana, dan efisiensi biaya.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah kelompok perusahaan berskala kecil hingga menengah, dikelola secara individu maupun kelompok dengan rentang modal yang terbatas serta omset yang rendah namun memiliki peran vital pada pertumbuhan ekonomi (Purba et al., 2024). Tingkat daya beli dan konsumsi barang dan jasa mengindikasikan tingkat pertumbuhan ekonomi yang juga ditentukan oleh peran besar UMKM.

Tabel 1. Jumlah UMKM di Indonesia

Tahun	Jumlah UMKM (juta)	Pertumbuhan (%)
2019	65,5	2%
2020	64	-2,2%
2021	65,5	2,3%
2022	65	-0,7%
2023	66	1,5%

Sumber: kadin.id

Secara statistik jumlah pelaku UMKM terus mengalami peningkatan, hal ini dibuktikan dengan data UMKM pada rentang tahun 2019-2023 (kadin.id). Pada tahun 2023 jumlah usaha dengan kategori UMKM ada pada angka 66 juta dengan kontribusi mencapai 61% atau Rp 9,5 triliun pada Pendapatan Domestik Bruto (PDB).

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan memberikan gambaran yang komprehensif mengenai bagaimana digitalisasi alat pembayaran berkontribusi terhadap produktivitas usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di wilayah Jawa Timur. Fokus Penelitian ini mencakup persepsi terhadap kemudahan transaksi, efisiensi operasional dan peningkatan pendapatan. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini menggali pengalaman langsung pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi pembayaran digital serta bagaimana hambatan yang dihadapi dalam implementasinya.

2. KAJIAN TEORITIS

Digitalisasi pada Alat Pembayaran

Aplikasi teknologi digital dalam proses pengelolaan keuangan mencakup penggunaan aplikasi perbankan, sistem pembayaran digital, dan platform investasi online. Digitalisasi yang diterapkan dengan tepat guna memungkinkan akses yang lebih mudah dan cepat terhadap informasi serta meningkatkan transparansi dan akuntabilitas keuangan. Pembayaran digital sendiri dapat didefinisikan sebagai metode dalam pembayaran dengan melibatkan berbagai platform atau aplikasi digital (Ghosh, 2021). Dengan adanya digitalisasi dapat terciptanya model bisnis yang lebih terkini dengan mengurangi hambatan jarak dan konektivitas serta meningkatnya pengembangan bisnis dengan penciptaan value menuju peningkatan produktivitas ekonomi (Neamtu et al., 2019). Menurut Kusnawan et al (2020) Perkembangan teknologi yang bertumbuh dengan sangat cepat memberi dampak yang signifikan dengan bertambahnya media pembayaran pada sistem transaksi non-tunai perbankan, yaitu:

- a) *Internet banking*, merupakan layanan bank yang terdiri dari jasa transfer, pembayaran, serta layanan lainnya yang disediakan oleh bank melalui media internet
- b) *Mobile banking*, adalah layanan bank yang tersedia melalui media perangkat telephon seluler atau *hand phone*.

Kemajuan Teknologi yang masif telah mengubah pengalaman dalam bertransaksi secara elektronik yang memberikan pilihan yang beragam bagi pengguna dalam pembayaran non tunai (Rithmaya et al., 2024). Metode pembayaran pada perbankan digital terdiri dari *mobile payment*, *mobile banking*, *mobile wallets*, *elektronik banking*,

internet banking, dan virtual payment. Metode pembayaran secara digital telah menjadi opsi sarana dalam bertransaksi, hal ini juga turut mempengaruhi UMKM dalam menjalankan transaksi menggunakan ragam platform online melalui *smartphone* (Rani & Desiyanti, 2024).

Menurut Noviana & Darma (2020) Pembayaran dapat diartikan sebagai perpindahan dana yang berasal dari pembeli barang atau jasa kepada penjual sedangkan pembayaran digital dapat didefinisikan sebagai pembayaran melalui perantara perangkat elektronik berteknologi melalui suatu rangkaian penyimpanan dana, proses terima dan pembayaran dana, serta transfer dana kepada sesama pengguna melalui platform digital. Hal ini tentunya sangat berbeda dengan metode pembayaran tradisional yang dilakukan melalui serah terima uang tunai maupun secara cash less dengan perantara warkat cek atau bilyet giro maupun kartu kredit dan debit. Kemudahan transaksi pembayaran secara digital ini menyajikan kemudahan dalam prosedur dan juga memiliki fleksibilitas yang tinggi yang memungkinkan transaksi dapat dilakukan tanpa tatap muka dan dapat dilakukan dimana saja selama perangkat digital dapat terhubung dengan jaringan internet. Berikut media digital yang digunakan pada transaksi pembayaran (Noviana & Darma, 2020)

a) *Mobile Banking (M-Banking)*

Merupakan platform digital yang disediakan oleh perbankan yang memudahkan transaksi keuangan melalui perangkat handphone tanpa harus hadir ke teller bank maupun mesin ATM. Layanan yang tersedia meliputi cek saldo tabungan, transfer dana, penarikan dana tanpa kartu, pembayaran tagihan, top up pulsa, *e-money* dan lain sebagainya

b) *Electronic Money (E-Money)*

E-money adalah perangkat berbasis kartu yang dilengkapi dengan chip yang dapat menyimpan saldo uang secara elektronik. Penggunaan e-money dapat dimanfaatkan pada pembayaran tol dan pembayaran pada toko retail yang memiliki perangkat mesin tap kartu. Kemudahan penggunaan kartu e-money ini adalah tanpa memerlukan otentifikasi *Personal Identification Number* (PIN) sehingga pemegang kartu dapat langsung memanfaatkan e-money ini.

c) **Electronic Wallet (E-Wallet)**

Layanan penyimpanan uang secara digital berbasis *server* yang cukup dikenal karena penggunaannya yang praktis menggunakan aplikasi pada perangkat *handphone*. Contoh aplikasi e-wallet diantaranya adalah OVO, Gopay, Shopeepay, Link Aja, Dana dan lain sebagainya.

Produktivitas dalam Konteks Keuangan

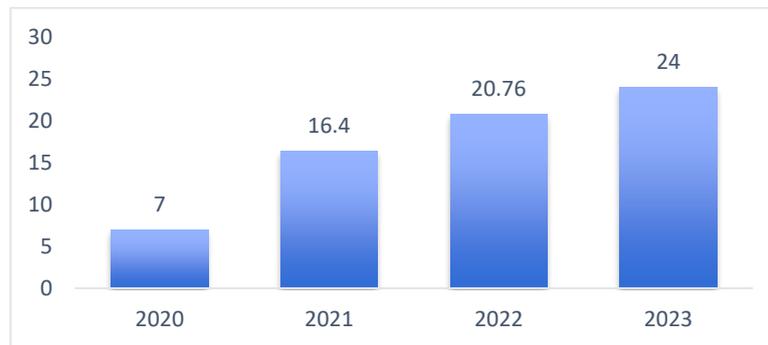
Menurut Puspitadewi (2019) Produktivitas sebagai parameter efisiensi dalam penggunaan sumber daya termasuk peran manusia dalam suatu kegiatan produksi. Pada sumber yang berbeda produktivitas diartikan juga sebagai suatu model dalam menghasilkan barang dan jasa dalam jumlah besar dengan penggunaan sumber daya yang terbatas (Anoraga, 2004). Produktivitas merupakan kapasitas sumber daya manusia (SDM) dalam suatu organisasi dalam melakukan suatu produksi, SDM yang produktif adalah yang dapat memproduksi barang dan atau jasa sesuai target kuantitas dan waktu yang ditetapkan (Hazni & Ali, 2024).

Faktor yang dapat mempengaruhi tingkat produktivitas menurut Darmadi (2012) terdiri dari:

- a) Pengetahuan dan keterampilan, yaitu wawasan ilmu pengetahuan serta kemampuan teknis pada suatu bidang yang didapatkan melalui proses pendidikan serta pelatihan guna mendukung proses produksi dalam suatu tingkatan tertentu.
- b) Kapabilitas, adalah kompetensi yang terbentuk dari proses panjang tidak hanya pada aspek teori namun juga dengan pengalaman praktis sehingga akan menunjang produktivitas kerja.
- c) Kultur budaya, merupakan suatu kelaziman yang dibangun dari rutinitas positif dalam membangun peningkatan produktivitas pada lingkungan kerja.

Produktivitas merupakan suatu konsep dengan pendekatan multidisiplin dalam memformulasikan rancangan serta langkah-langkah pengorganisasian untuk mencapai suatu tujuan dengan memanfaatkan sumber daya seminimal mungkin untuk menghasilkan produksi semaksimal mungkin (Puspitadewi, 2019). Dalam konteks keuangan, produktivitas dapat diukur melalui kemampuan individu dan organisasi dalam mengelola keuangan secara efektif dan efisien.

Pemerintah Indonesia hingga saat ini terus mengupayakan agar pelaku UMKM dapat mengimplementasikan digitalisasi dalam ekosistem digital guna kesinambungan dan meningkatkan daya saing UMKM terhadap persaingan usaha di pasar global yang semakin terbuka dengan adanya akses digital.



Sumber : kadin.id

Gambar 1. UMKM dalam Ekosistem Digital di Indonesia

Manfaat yang diharapkan dengan adanya Digitalisasi alat pembayaran dalam meningkatkan produktivitas tercermin pada suatu kondisi yang memungkinkan pengguna dapat memaksimalkan fungsi *smartphone* dengan mempercepat prosedur yang panjang dan rumit serta memudahkan pengguna untuk melakukan suatu aktifitas secara bersamaan (*multitasking*) sehingga tercipta peningkatan produktivitas bagi penggunanya (Putu Emy Trimisyantari Putri & Hascaryani, 2022). Fenomena digitalisasi juga membawa dampak yang kontradiktif dimana kemajuan yang signifikan serta peningkatan efisiensi menimbulkan suatu kondisi hilangnya beberapa bagian pekerjaan yang disebabkan oleh tergantinya peran manusia oleh teknologi digital (Rovshan et al., 2024).

3. METODE PENELITIAN

Proses pengumpulan data pada riset dilakukan dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dalam mengkaji secara mendalam mengenai peluang dan tantangan Digitalisasi alat pembayaran dalam meningkatkan produktivitas UMKM. Data diperoleh dalam dua kategori yaitu data primer dan data sekunder, data primer didapatkan secara langsung melalui metode observasi partisipatif dan wawancara secara formal dan non formal dengan narasumber yaitu pelaku UMKM. Melalui wawancara peneliti mendapatkan respon interaktif dari narasumber secara alami dan mendalam. Metode yang juga digunakan adalah observasi sebagai bagian dari aktifitas pengumpulan data secara visual (Hasanah, 2017). Dalam hal ini Peneliti juga terlibat langsung melalui observasi untuk mengetahui kontribusi dari digitalisasi alat pembayaran terhadap produktivitas

UMKM (Purba et al., 2024). Sedangkan data sekunder diperoleh melalui telaah pustaka atau studi dokumen yang bersumber dari dokumen tertulis, laporan, catatan, buku, artikel ilmiah dan sumber-sumber relevan lainnya yang mendukung analisa pada topik yang dikaji. Ukuran produktifitas pada penelitian ini adalah pada pernyataan pelaku UMKM pada aspek peningkatan produktivitas, peningkatan kecepatan dalam pekerjaan, peningkatan dalam hal efisiensi dan kebermanfaatan alat pembayaran digital. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai apa saja yang menjadi peluang dan tantangan dalam implementasi pembayaran digital pada Produktivitas UMKM.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini berpusat pada fakta berdasarkan informasi mengenai manfaat dan hambatan penggunaan digitalisasi pembayaran oleh pelaku UMKM. Observasi dilakukan langsung oleh peneliti dengan melakukan pengamatan baik secara langsung maupun tidak langsung bagaimana transaksi pembayaran dilakukan antara pembeli dan penjual pada beberapa lokasi dalam rentang waktu yang sama untuk kemudian Peneliti menangkap fenomena yang terjadi pada aktifitas yang dilakukan oleh pelaku usaha UMKM. Pada penggalian informasi melalui wawancara, dilaksanakan langsung kepada narasumber guna mendapatkan informasi yang relevan dengan topik penelitian. Berikut informasi mengenai pilihan media transaksi yang digunakan oleh narasumber, jenis transaksi yang sering digunakan, tujuan transaksi, bagaimana mendapatkan informasi transaksi digital, serta hambatan dan manfaat dari penggunaan media transaksi secara digital.

Pada wawancara yang dilakukan dengan narasumber pedagang A memiliki usaha Rumah Makan yang berlokasi di tengah kota, diketahui bahwa transaksi pembayaran oleh pelanggan lebih sering menggunakan model transaksi secara non tunai dimana pembeli cukup melakukan scan kode QR yang telah disediakan pada aplikasi Mobile banking atau e-wallet kemudian memperlihatkan bukti pembayaran kepada kasir, kasir juga akan melakukan pengecekan dan dokumentasi bukti pembayaran. Stiker kode pembayaran menggunakan QRIS yang difasilitasi oleh Bank BCA dan Gopay guna memudahkan pembayaran dimana layanan QRIS terbuka pada pembayaran melalui aplikasi *mobile banking* maupun semua aplikasi seperti OVO, Gopay, Dana dll. Diperoleh informasi bahwa pembeli dengan rentang usia diatas 20 hingga 40 tahun lebih sering menggunakan pembayaran non tunai yaitu menggunakan metode *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS), diantaranya yaitu sebagian kecil meminta pembayaran secara transfer.

Pelanggan yang menggunakan metode pembayaran tunai didominasi usia dibawah 20 tahun dan diatas 40 tahun. Sedangkan dalam hal pembelian bahan baku narasumber mengungkapkan lebih sering menggunakan metode pembayaran tunai dikarenakan transaksi dilakukan di pasar tradisional. Narasumber menceritakan awal mula mendapatkan saran untuk dapat menggunakan aplikasi smartpone dari dorongan keluarga dan pelanggan yang meminta agar warung dapat tersedia pembayaran menggunakan QRIS untuk memudahkan pembayaran. Menurut pengakuan dari narasumber hambatan yang dihadapi adalah pada saat akan menggunakan aplikasi mobile banking atau aplikasi e-wallet dilokasi tertentu terkendala jaringan sehingga tidak lancar dalam penggunaannya. Sehingga menurut narasumber lebih memilih pembayaran secara *cash* dengan mempersiapkan dana tunai setiap saat terutama saat terkendala jaringan dalam penggunaan aplikasi pembayaran digital.

Wawancara kepada narasumber B yang memiliki usaha perdagangan barang elektronik. Narasumber mengungkapkan bahwa pada penjualan secara *online* melalui marketplace, pembayaran dilakukan 100% secara digital melalui transfer rekening bank. Begitu juga pembelian yang didapatkan melalui iklan melalui facebook ataupun Instagram, pembeli yang melakukan cek langsung barang lebih banyak yang membayar dengan melalui transfer rekening, hanya 5% yang membayar secara tunai. Hal ini dirasakan narasumber karena nilai jual barang elektronik seperti handphone dan laptop yang cukup mahal sehingga pembeli lebih memilih membayar secara non tunai dibandingkan dengan membawa uang tunai dengan risiko yang cukup besar. Narasumber merasakan bahwa dengan adanya metode pembayaran digital telah memberikan manfaat dalam hal kecepatan dan ketepatan nominal, disamping itu juga risiko kesalahan perhitungan uang pembayaran dan risiko mendapatkan uang palsu jadi dapat diminimalisir. Pada toko *offline* narasumber juga menyediakan mesin EDC (*Electronic Data Capture*) dari bank penyedia guna memudahkan pelanggan dalam melakukan pembayaran secara non tunai menggunakan kartu debit atau kartu kredit. Hal yang sama juga dilakukan narasumber saat melakukan pembelian barang dagangan, dikarenakan jumlah nominal pembayaran yang cukup besar sehingga penjual lebih memilih pembayaran secara bank transfer atau menggunakan kartu kredit.

Informasi layanan pembayaran digital seperti EDC didapatkan melalui tawaran dari perbankan. Narasumber merasakan belum ada hambatan berarti selama menggunakan pembayaran non tunai secara digital.

Hasil wawancara pada narasumber C yang memiliki usaha perdagangan hewan ternak di perbatasan kota dan pedesaan. Metode pembayaran pada transaksi perdagangan hewan ternak sangat berbeda dimana pembayaran 100% menggunakan metode tunai atau cash. Narasumber tidak menyediakan model pembayaran digital baik menggunakan QRIS ataupun transfer rekening dikarenakan beberapa faktor, diantaranya tidak ingin dipersulit dengan proses administratif pencairan dana, karena dana hasil penjualan akan langsung digunakan untuk membeli kembali hewan ternak dagangan atau bibit hewan ternak untuk dikembang biakan, narasumber juga merasa lebih yakin dan puas saat menerima uang secara tunai karena melihat langsung fisik uang. Hambatan yang dirasakan adalah pada proses perhitungan yang membutuhkan ketelitian karena adanya risiko kesalahan dalam perhitungan yang mengakibatkan kerugian. Narasumber juga mengungkapkan beberapa kali mendapatkan uang palsu pada saat menerima pembayaran, sehingga mengakibatkan kerugian.

Informasi yang didapatkan pada narasumber D yang memiliki usaha pada bidang jasa yaitu cuci sepatu. Narasumber menginfokan bahwa cukup banyak pelanggan yang menggunakan pembayaran secara non tunai yaitu melalui QRIS dan Bank transfer, terutama pada pelanggan dengan profesi mahasiswa atau pekerja kantoran. Sedangkan pembayaran secara tunai sering didapatkan pada pelanggan dengan profesi pelajar. Pada layanan cuci sepatu dengan harga yang cukup terjangkau yaitu antara Rp 20 ribu hingga Rp 80 ribu didominasi pembayaran secara tunai dan tunai, sedangkan pada layanan premium dengan metode deep cleaning maupun express memiliki tarif yang lebih mahal yaitu Rp 90 ribu hingga Rp 120 ribu didominasi pembayaran secara non tunai baik melalui QRIS maupun bank transfer.

Peluang Implementasi Pembayaran Digital pada Produktifitas UMKM

Beberapa refrensi penelitian mengenai pembayaran digital pada pelaku UMKM menunjukkan beberapa temuan yaitu pada penelitian Pravitasari & Fauziyah (2023) bahwa keputusan konsumen dalam menggunakan layanan pembayaran digital QRIS dipengaruhi oleh faktor kemudahan yang dirasakan, variabel ini mempengaruhi secara signifikan hingga 54% terhadap peningkatan penggunaan. Pada penelitian oleh Li et al (2022) menunjukkan bahwa transformasi digital memberikan dampak positif pada produktivitas keseluruhan faktor-faktor perusahaan. Persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan memberikan kontribusi pengaruh yang positif dalam hal minat penggunaan alat pembayaran digital pada generasi X dan Z (Putu Emy Trimisyantari Putri &

Hascaryani, 2022). Implementasi platform sistem pembayaran digital pada bisnis UMKM dapat memberikan manfaat strategis, serta mendukung efisiensi biaya dan efektifitas dalam penggunaan sumber daya yang ada sehingga dapat memaksimalkan produktifitas UMKM. Berdasarkan data BI bahwa pelaku UMKM yang telah beralih ke pembayaran digital telah mengalami pertumbuhan pendapatan rata-rata 25%, faktor utama yang mendorong pertumbuhan ini adalah adanya perluasan jaringan pemasaran digital (Bank Indonesia, 2022). Lebih jauh integrasi platform pembayaran digital akan memungkinkan terciptanya perluasan jangkauan penjualan, serta sinergi bisnis yang lebih komprehensif yang akan membantu pelaku usaha dalam membangun citra merek dagang yang lebih kuat guna meningkatkan loyalitas konsumen.

Tantangan Implementasi Pembayaran Digital pada Produktifitas UMKM

Disisi lain dari keunggulan, proses adopsi teknologi pembayaran digital pada sektor UMKM tidaklah mudah, kendala struktural dan ketersediaan dan infrastruktur yang memadai perlu menjadi perhatian. Kondisi saat ini di wilayah tertinggal yang mengalami kesulitan dalam mengakses layanan digital akibat keterbatasan literasi teknologi dan fasilitas infrastruktur yang belum tersedia ataupun belum cukup baik kualitasnya. Aspek penting yang perlu menjadi perhatian utama adalah terkait aspek keamanan data pengguna maupun keamanan transaksi pada platform pembayaran digital. Pada laporan tahunan keamanan sistem pembayaran digital oleh Bank Indonesia pada tahun 2023 mengenai adanya peningkatan 65% serangan phising pada transaksi digital UMKM (Bank Indonesia, 2022). Sehingga perlu adanya suatu regulasi yang tegas mengenai perlindungan konsumen digital dan standarisasi keamanan guna menjamin transaksi digital bagi pelaku bisnis UMKM. Tantangan lain implementasi pembayaran digital pada pelaku UMKM adalah adanya faktor penghambat yaitu resistensi psikologis terhadap transaksi non tunai, bahwa pelaku bisnis lebih memilih menggunakan transaksi tradisional secara fisik karena lebih aman dan meyakinkan. Adanya fragmentasi teknologi antar platform pembayaran digital yang mengakibatkan kebingungan bagi 43% UMKM dalam memilih layanan yang tepat bagi kebutuhannya (OJK, 2023). Pada sisi demografi pengguna terdapat kesenjangan generasi pada penguasaan teknologi, hal ini tercermin pada UMKM yang dikelola oleh SDM dengan usia di atas 45 tahun adopsi teknologinya 30% lebih rendah dibandingkan dengan UMKM yang dikelola oleh generasi muda dibawah usia 45 tahun (Bank Indonesia, 2022).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Digitalisasi pembayaran pada UMKM memberikan banyak faedah seperti adanya kemudahan dalam bertransaksi, berkurangnya risiko kesalahan perhitungan dan penerimaan uang palsu, serta kecepatan dalam proses pembayaran. Dalam implementasinya terdapat hambatan yang menjadi tantangan tersendiri seperti kendala pada jaringan internet, preferensi pelaku usaha yang bergantung pada transaksi tunai yang banyak terjadi pada pasar tradisional maupun sektor agro dan peternakan, serta resistensi pada proses administratif. Adanya kesenjangan pada proses adopsi digitalisasi alat pembayaran dipengaruhi faktor demografi dimana generasi muda jauh lebih adaptif terhadap model pembayaran non-tunai, sedangkan pelaku usaha di lokasi rural atau pedesaan dengan transaksi kecil memiliki kecenderungan untuk bertahan dengan menggunakan metode konvensional secara tunai pada transaksi perdagangan. Dengan demikian, perlu adanya edukasi literasi keuangan digital yang menyeluruh, dengan dukungan infrastruktur yang memadai, serta gagasan untuk memperluas manfaat digitalisasi dengan disertai mitigasi terhadap risiko yang ada.

DAFTAR REFERENSI

- Alma, B. (2018). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Alfabeta.
- Anoraga, P. (2004). *Manajemen bisnis* (Edisi revisi, cetakan ketiga). Rineka Cipta.
- Bank Indonesia. (2022). *Laporan perkembangan UMKM digital 2022*. BI Press.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2021). *Digital marketing excellence: Planning, optimizing and integrating online marketing*. Routledge.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Darmadi. (2012). *Manajemen sumber daya manusia kepala sekolah melejitkan produktivitas kerja kepala sekolah dan faktor-faktor yang mempengaruhi*. Deepublish.
- Fandy, T. (2016). *Strategi pemasaran*. Andi Offset.
- Ghosh, G. (2021). Adoption of digital payment system by consumer: A review of literature. *International Journal of Creative Research Thoughts*, 9(2), 2320–2882. <http://www.ijcrt.org>
- Hasanah, H. (2017). Teknik-teknik observasi (Sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>

- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi pemasaran*. Erlangga.
- Indriyo, G. (2013). *Manajemen pemasaran*. BPFE.
- Irawan, H. (2002). *10 prinsip kepuasan pelanggan*. Elex Media Komputindo.
- Ismayanti, R. (2010). *Pemasaran jasa*. Gramedia Widiasarana.
- Kadin. (2024). *UMKM Indonesia*. Kamar Dagang Indonesia. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kusnawan, A., Hernawan, E., Silaswara, D., & Sefung, T. (2020). The effect of digital payment to millennial consumer purchase decisions. *TEST Engineering & Management*, 82, 5116–5129. <http://www.alex.com>
- Li, N., Wang, X., Wang, Z., & Luan, X. (2022). The impact of digital transformation on corporate total factor productivity. *Frontiers in Psychology*, 13, Article 1071986. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1071986>
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2016). *Services marketing: People, technology, strategy* (8th ed.). Pearson Education.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen pemasaran jasa*. Salemba Empat.
- Masitoh, S. (2024). BI: Transaksi pembayaran melalui QRIS melonjak hingga 194,06% pada April 2024. *Kontan.co.id*. <https://keuangan.kontan.co.id/news/bi-transaksi-pembayaran-melalui-qr-is-melonjak-hingga-19406-pada-april-2024>
- Neamțu, D. M., Hapenciuc, C.-V., & Bejinaru, R. (2019). The impact of digitalization on business sector development in the knowledge economy. *Proceedings of the International Conference on Business Excellence*, 13(1), 479–491. <https://doi.org/10.2478/picbe-2019-0042>
- Noviana, I. P. T., & Darma, G. S. (2020). Exploring digital marketing strategies during the new normal era in enhancing the use of digital payment. *Jurnal Mantik*, 4(3), 2257–2262. <https://ejournal.iocscience.org/index.php/mantik/article/view/1084>
- Ogbari, M., John, N. E., Tunmise, A., Amaihian, A., & Arasomwan, J. (2024). Impact of digital payment system on SMEs productivity: A study on small businesses in Lagos, Nigeria. *Preprints*. <https://doi.org/10.20944/preprints202412.2460.v1>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Laporan tahunan inklusi keuangan digital*. OJK Press.
- Pravitasari, E., & Fauziah, A. (2023). The influence of lifestyle, perceived convenience, and promotion on the decision to use Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). *Return: Study of Management, Economic and Business*, 2(8), 784–794. <https://doi.org/10.57096/return.v2i8.131>

- Puspitadewi, I. (2019). Pengaruh digitalisasi perbankan terhadap efektivitas dan produktivitas kerja pegawai. *Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 47–58.
- Purba, F. A., Nasution, H. M., Siregar, N. H., Lubis, S. N. T., & Wulandari, S. (2024). Peran sistem pembayaran digital dalam meningkatkan produktivitas usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kecamatan Medan Perjuangan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis (EK&BI)*, 7(2), 425. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v7i2.1879>
- Putri, P. E. T., & Hascaryani, T. D. (2022). Faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan fintech sebagai alat pembayaran digital. *Contemporary Studies in Economic, Finance and Banking*, 1(4), 658–670. <https://doi.org/10.21776/csefb.2022.01.4.10>
- Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rani, G. M., & Desiyanti, R. (2024). Pengaruh literasi keuangan, inklusi keuangan dan digital payment terhadap kinerja UMKM makanan & minuman di Kota Padang. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 5(02), 161–174. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v5i02.1403>
- Rithmaya, C. L., Ardianto, H., & Sistiyarini, E. (2024). Gen Z and the future of banking: An analysis of digital banking adoption. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 26(1), 64–78. <https://doi.org/10.9744/jmk.26.1.64-78>
- Rovshan, K. A., Zanyatost', V., & Povedeniye, P. I. P. (2024). The impact of digital technologies on various aspects of the economy, including employment, productivity and consumer behavior. *Journal of Global Economics*, 4(114).
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2015). *Perilaku konsumen: Teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Sutisna. (2002). *Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran*. Remaja Rosdakarya.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2020). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.