

# Dampak Inovasi Teknologi Pembayaran Pada Transaksi Bisnis Tradisional: Studi Kasus UKM Di Yogyakarta, Indonesia

Dessy Isfianadewi, Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia,  
[dessy.isfianadewi@uii.ac.id](mailto:dessy.isfianadewi@uii.ac.id)

Pramegareksa, Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia,  
Imam Riefly Aditomo, Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia,

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak layanan pembayaran pada usaha skala kecil dan menengah (UKM) di Malioboro, Yogyakarta, Indonesia. Inovasi teknologi ini, diprakarsai oleh perusahaan-perusahaan *Financial Technology (Fintech)* di Indonesia yang berkolaborasi dengan bank komersial. Ada banyak tantangan yang harus dihadapi oleh perusahaan *fintech* untuk dapat memasuki UKM. Salah satunya adalah melalui edukasi yang harus terus disampaikan karena tidak banyak pedagang kecil dan menengah/UKM di negara berkembang yang memahami perkembangan teknologi di bidang *Fintech*. Penelitian ini merumuskan masalah tentang bagaimana UKM memahami dan menerima *fintech* dalam melakukan transaksi bisnis. Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus. Pemilihan kasus menggunakan *multiple case* dengan karakteristik yang bervariasi sebagai subjek penelitian, sebanyak 10 kasus/UKM. Penelitian ini menggunakan tiga metode pengumpulan data yaitu: metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Dalam pengumpulan data dengan metode wawancara, penelitian ini menggunakan kerangka *technology acceptance model (TAM)* sebagai acuan penyusunan pertanyaan. Proses analisis data menggunakan metode *descriptive analysis*. Hasil penelitian menunjukkan masih banyak UKM di Malioboro yang belum menyadari bahwa mengikuti perkembangan inovasi teknologi keuangan adalah suatu hal yang penting untuk bertahan di era ekonomi digital. Sebagian besar dari UKM yang terdaftar didalam produk teknologi keuangan hanya sebatas mengikuti dengan kesadaran dan pengetahuan yang minim akan manfaat dan fungsi teknologi. Hal ini disebabkan kondisi lingkungan yang masih nyaman dengan transaksi tradisional sehingga kurang mendukung untuk proses perubahan pembayaran menjadi era *fintech*. Diperlukannya dukungan dari berbagai pihak agar perubahan transaksi yang lebih modern ini bisa tercapai dan terealisasi.

Kata kunci: Inovasi Teknologi, *Financial Technology (Fintech)*, Transaksi Tradisional, UKM

# **Impact of Payment Technology Innovations on the Traditional Business Transaction: A Case Study of SME's at Yogyakarta, Indonesia**

Dessy Isfianadewi, Department of Management, Faculty of Economics, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia, [dessy.isfianadewi@uii.ac.id](mailto:dessy.isfianadewi@uii.ac.id)

Pramegareksa, Department of Management, Faculty of Economics, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia

Imam Reifly Aditomo, Department of Management, Faculty of Economics, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia

## ***Abstract***

*This study aims to find out how payment services at small and medium scale enterprises (SMEs) in Malioboro, Yogyakarta, Indonesia. This technological innovation initiated by Financial Technology companies (Fintech) in Indonesia collaboration with commercial banks. There are many challenges for fintech companies to enter in SMEs. The education must be continually delivered because there are not many SMEs in developing countries who understand technological developments in Fintech. This study discusses how to understand and receive fintech in conducting business transactions. This research will use qualitative approach using case study method. The selection of cases used several cases using varying materials as research subjects, from 10 cases. This study uses three methods of data are: interview method, and documentation. In the process of collecting data using interview, this research uses TAM (Technology Acceptance Model) as a reference in preparing questions. Data analysis process uses descriptives analysis method. The results show that there are still many SMEs in Malioboro who do not know that there is no progress in the field of digital economy. Most of the SMEs enrolled in technology products are limited to the knowledge and the minimal knowledge of the benefits and functions of technology. This is due to environmental conditions that are still comfortable with traditional transactions. Funds are less supportive to help payouts in the fintech era. They need various kinds of these more modern transactions can reach and be realized.*

*Keyword: Technology Innovation, Financial Technology (Fintech), Traditional Transactions, SMEs*

## Pendahuluan

Dalam 20 tahun terakhir, ada banyak kemajuan teknologi baru yang memicu terciptanya inovasi yang menarik dan perubahan praktik bisnis dalam sistem informasi keuangan dan teknologi (Liu et al., 2015). Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) telah memainkan peran penting dalam mendorong dan membentuk inovasi ini (Hatzakis et al., 2010). Pembayaran seluler adalah salah satu inovasi bisnis berbasis teknologi yang telah membentuk design jasa keuangan di akhir tahun 2000-an hingga saat ini (Aldridge, 2013; Iman, 2018).

Pembayaran seluler memungkinkan konsumen untuk menghilangkan kebutuhan menggunakan uang tunai (Pham & Ho, 2015), menawarkan kenyamanan dan kecepatan (Teo, Tan, Ooi, Hew, & Yew, 2015), kinerja dan transfer informasi aman antar perangkat, dari transaksi individu hingga dunia usaha dengan volume pembayaran yang tinggi, seperti restoran atau pengecer besar (Leong, Hew, Tan, & Ooi, 2013). Pembayaran seluler menawarkan kecepatan transaksi sehingga baik pedagang dan konsumen mendapat keuntungan dari penurunan waktu operasi yang cukup besar dengan peningkatan produktivitas yang jelas. Saat ini pembayaran seluler mengalami pertumbuhan pesat di banyak pasar (Merritt, 2011) karena semakin banyak entitas komersial menyadari akan potensi penggunaan teknologi ini (Duane, O'Reilly, & Andreev, 2011).

Pembayaran seluler mulai dikenal dan diaplikasikan oleh usaha skala kecil dan menengah, meskipun adopsinya lambat, akan tetapi dengan adanya dukungan dari pemerintah melalui gerakan nasional non tunai (GNNT) akan meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai penggunaan *mobile payment* sebagai metode transaksi yang aman dan efisien.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak layanan pembayaran pada usaha skala kecil dan menengah (UKM) di Malioboro, Yogyakarta, Indonesia. Inovasi teknologi ini, diprakarsai oleh perusahaan-perusahaan *Financial Technology (Fintech)* di Indonesia yang berkolaborasi dengan bank komersial. Ada banyak tantangan yang harus dihadapi oleh perusahaan *fintech* untuk dapat memasuki UKM. Penelitian ini merumuskan masalah tentang bagaimana UKM memahami dan menerima *fintech* dalam melakukan transaksi bisnis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus. Pemilihan kasus menggunakan *multiple case* dengan karakteristik yang bervariasi sebagai subjek penelitian, sebanyak 10 kasus/UKM. Penelitian ini menggunakan tiga metode pengumpulan data yaitu: metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Proses analisis data menggunakan metode *descriptive analysis*.

Dalam menyusun pertanyaan untuk wawancara, penelitian ini menggunakan TAM (*Technology Acceptance Model*) sebagai acuan untuk membuat pertanyaan wawancara. Model

ini berhipotesis bahwa penggunaan sistem ditentukan oleh niat perilaku pengguna untuk menggunakan suatu sistem secara langsung, yang selanjutnya dipengaruhi oleh sikap pengguna dalam menggunakan sistem tersebut dan manfaat yang didapat dari sistem tersebut (*perceived usefulness*) (Lee, 2009). *Perceived usefulness* mengacu pada sejauh mana penggunaan sistem akan meningkatkan kemampuan pengguna untuk mencapai tujuan yang diinginkan, sedangkan *perceived ease of use* mengacu pada sejauh mana penggunaan suatu sistem tidak rumit (Koenig-Lewis et al., 2010). Elemen *perceived of cost* dan *perceived of risk* merupakan pengembangan dari TAM. *Perceived of cost* mengacu pada biaya akuisisi dan penggunaan teknologi akhir (Koenig-Lewis et al., 2010). *Perceived of cost* menjelaskan sejauh mana seseorang percaya akan mendapat *income* sebagai akibat menggunakan *m-payment* (Luarn dan Lin, 2005). *Perceived of risk* mengacu pada kerugian akibat dari fungsi layanan seluler, sementara risiko privasi / keamanan adalah potensi kerugian karena penipuan atau peretasan yang merupakan kompromi keamanan pengguna layanan mobile banking (Lee, 2009). *Perceived of risk* memiliki dampak positif pada niat konsumen untuk mengadopsi layanan seluler (Kazi dan Mannan, 2013).

### **Kajian Pustaka**

Mun et al. (2017) menyatakan tentang penerimaan *mobile-payment*, terutama dari negara yang memiliki potensi pertumbuhan dalam penggunaan *mobile-payment*. Penelitian ini membantu penyedia layanan *mobile-payment* untuk menciptakan strategi kompetitif yang menargetkan pengguna *mobile-payment* potensial dengan cara yang efektif. Seiring perkembangan teknologi, persaingan antara para pesaing semakin ketat karena inovasi yang lebih mirip dikembangkan dan diluncurkan ke pasar. Agar tetap kompetitif, penyedia layanan *mobile-payment* diminta untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumen dan menciptakan sistem *mobile-payment* yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam studi ini, kegunaan yang dirasakan, persepsi kemudahan penggunaan, kredibilitas yang dirasakan dan pengaruh sosial digunakan untuk mengidentifikasi hubungan dengan niat konsumen untuk menggunakan layanan pembayaran seluler di Malaysia. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa semua faktor yang disarankan memiliki dampak signifikan dalam mempengaruhi niat konsumen untuk menggunakan layanan pembayaran seluler di Malaysia dengan kegunaan yang dirasakan terbukti menjadi penentu terkuat.

Trütsch (2016) meneliti pengaruh pembayaran *mobile* pada adopsi dan penggunaan instrumen pembayaran tradisional seperti uang tunai, cek, dan kartu kredit, debit dan Prabayar

pada titik penjualan (*point-of-sales/POS*). Ada 2 temuan utama dalam penelitian ini. Pertama, *mobile-payment* tidak menggantikan kartu pembayaran fisik, tetapi kemungkinan akan menggantikan metode pembayaran berbasis kertas seperti uang tunai dan cek. Kedua, *mobile-payment* tidak secara statistik signifikan mempengaruhi pilihan sarana pembayaran di POS (*point of sales*) dalam hal penggunaan. Namun, melengkapi pembayaran kartu dan sebagai pengganti instrumen pembayaran berbasis kertas.

Daştan dan Gürl r (2016), meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi sistem *mobile-payment* oleh konsumen. Temuan empiris menunjukkan bahwa kepercayaan yang dirasakan, mobilitas yang dirasakan dan sikap positif mempengaruhi adopsi *Mobile Payment Systems* (MPS); kegunaan yang dirasakan dan persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh pada adopsi MPS. Selanjutnya, reputasi yang dirasakan secara positif terkait dengan kepercayaan yang dirasakan dan akhirnya risiko lingkungan berhubungan negatif dengan kepercayaan yang dirasakan.

Dlodlo (2015) menemukan dukungan kuat untuk hubungan positif dan signifikan antara nilai, kepercayaan, kepuasan dan niat berkelanjutan. Penyedia layanan ditantang untuk menggunakan elemen nilai dan kepercayaan sebagai faktor pembeda utama yang berdampak pada evaluasi kepuasan dan pada akhirnya, kesediaan pengguna untuk terus menikmati pengalaman layanan *m-payment* di masa depan. Dengan demikian, pertemuan antara lembaga keuangan, operator jaringan seluler serta bisnis didorong untuk memberikan keunggulan dalam menciptakan pengalaman pengguna di sepanjang platform seluler.

Ting et al. (2016) meneliti efek dari sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku yang dirasakan pada niat terhadap penggunaan sistem pembayaran mobile di antara orang Melayu dan Cina di Malaysia. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku secara positif dipengaruhi oleh faktor kepercayaan masing-masing, dan juga memiliki efek positif pada niat untuk menggunakan sistem pembayaran mobile. Namun, norma subyektif dan persepsi keamanan sangat berbeda antara orang Melayu dan Cina.

Oliveira et al. (2016) meneliti faktor penentu utama penggunaan pembayaran *mobile* dan niat untuk merekomendasikan teknologi ini. Ditemukan kompatibilitas, persepsi keamanan teknologi, ekspektasi kinerja, inovasi, dan pengaruh sosial memiliki efek langsung dan tidak langsung yang signifikan atas adopsi *mobile-payment* dan niat untuk merekomendasikan teknologi ini. Relevansi niat pelanggan untuk merekomendasikan teknologi pembayaran mobile di jejaring sosial dan sarana komunikasi lainnya juga dikonfirmasi, mendukung

rekomendasi untuk memasukkannya dalam kampanye pemasaran sosial dan studi penggunaan teknologi di masa depan.

Gai et al. (2018) mengemukakan bahwa inti dari *FinTech* adalah tentang data dan keamanan. *FinTech* telah menjadi istilah populer yang menggambarkan teknologi baru diadopsi oleh lembaga layanan keuangan. Istilah ini mencakup banyak teknik, mulai dari keamanan data hingga pengiriman layanan keuangan. Lima aspek teknis termasuk data *oriented* teknik, fasilitas dan pengembangan peralatan, aplikasi desain, penempatan model layanan, dan perlindungan keamanan dan privasi.

Wonglimpiyarat (2018) menjelaskan bagaimana mekanisme pendanaan secara berkelompok melalui *FinTech* telah mendapatkan popularitas sebagai alternatif dari pembiayaan kewirausahaan di seluruh dunia. Penelitian ini mengulas tantangan dan dinamika pendanaan secara berkelompok melalui *FinTech* di Thailand. Di bawah arahan kebijakan “Thailand 4.0” memberikan hasil yang menarik yang dapat diterapkan ke negara berkembang lainnya sehubungan dengan pendanaan awal. *Crowd funding*, sejenis pendanaan awal, telah muncul sebagai *platform* pendanaan alternatif untuk mendukung usaha wirausaha dan usaha kecil. Meskipun pendanaan melalui *FinTech* telah muncul sebagai saluran pembiayaan alternatif untuk mendukung usaha kecil dan menengah yang inovatif (UKM) dan start-up, namun masih belum populer di negara berkembang karena ada banyak kendala yang mendasari inovasi sistem keuangan

Iman (2018) menyatakan bahwa ponsel telah menyediakan peluang yang sangat besar untuk pengembangan keuangan, dan diantisipasi menjadi alat umum untuk melakukan berbagai transaksi keuangan. Ratusan layanan pembayaran seluler telah diperkenalkan di seluruh dunia. Iman (2018) berpendapat bahwa sistem pembayaran seluler saat ini beroperasi dalam jaringan yang kompleks dan multidimensi dengan infrastruktur umum bersama dan bersaing untuk memproduksi dan memberikan nilai kepada pelanggan. Tiga atribut industri dan struktur jaringan: (1) memotong rantai pasokan vertikal (mendorong pemain besar untuk memperluas dominasinya), (2) *platform* dasar terus diatur oleh multinasional operator (MNO) - perusahaan telekomunikasi, dan (3) keterbukaan mungkin menurun atau meningkat (jumlah pihak independen dalam mata rantai pasokan menurun).

Meifang et al (2017) meneliti dampak dari inovasi teknologi pembayaran pada bank komersial. Disamping itu juga mempertimbangkan dampak inovasi teknologi pada evolusi industri untuk memperjelas apakah teknologi inovasi mengimbangi keunggulan industri

tradisional atau mendorong pengembangan industri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa di Cina, pembayaran pihak ketiga memiliki korelasi positif yang signifikan dengan kemampuan penciptaan nilai industri keuangan tradisional, dan bahwa hubungan ini cenderung tetap dalam keadaan stabil dalam jangka panjang. Berbasis atas temuan ini, ditegaskan bahwa inovasi teknologi metode pembayaran telah mendorong perkembangan industri keuangan dan mempercepat proses evolusi industri.

Armeiy et al. (2014) menguji hipotesis bahwa akses ke pembayaran elektronik dapat mengurangi kejahatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan statistik negatif dan signifikan antara akses ke pembayaran elektronik dan kejadian kejahatan ekonomi seperti perampokan, sementara transaksi elektronik tidak banyak mengurangi insiden kejahatan non-ekonomi seperti pembunuhan dan perkosaan. Terbukti bahwa kebijakan dan teknologi yang memungkinkan peningkatan transaksi tanpa uang memiliki dampak dapat mencegah kejahatan.

Koenig-Lewis et al (2010) menginvestigasi hambatan – hambatan dalam mengadopsi layanan *mobile banking*. Penelitian ini menguji model TAM dan IDT (*Innovation Diffusion Theory*), model manakah yang mampu memprediksi niat konsumen untuk menggunakan *mobile banking*. Penelitian ini menggunakan TAM dengan penambahan uji kompatibilitas, kepercayaan, kredibilitas, persepsi resiko (*perceived of risk*) dan biaya. (*perceived of cost*) Data penelitian ini dikumpulkan dari 263 anak muda di Jerman. Hasil dari penelitian ini mengindikasikan bahwa *compatibility*, *perceived usefulness*, dan *risk* merupakan indikator yang signifikan untuk mengadopsi layanan *mobile banking*. *Compatibility* tidak hanya mempunyai efek langsung, tetapi juga diidentifikasi sebagai anteseden yang penting untuk *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan *credibility*. Kepercayaan dan kredibilitas merupakan hal yang krusial dalam mengurangi persepsi resiko dalam penggunaan *mobile banking*.

Penelitian yang dilakukan oleh Lee (2009) mencoba untuk mengeksplorasi dan mengintegrasikan beberapa kelebihan *online banking*, dengan tujuan untuk membentuk faktor positif yang disebut *perceived benefit*. Penelitian ini didasari pada teori persepsi resiko, lima aspek spesifik resiko – *financial*, *security*, *performance*, *social* dan *time risk* - disatukan dengan *perceived benefit* yang diintegrasikan dengan model TAM dan TPB. Penelitian ini dilakukan pada pengguna layanan bank swasta di Taiwan, data yang berhasil dikumpulkan adalah sebanyak 368 pengguna dengan *response rate* 83%. Hasil dari penelitian ini mengindikasikan bahwa niat untuk menggunakan *online banking* dipengaruhi terutama oleh resiko keamanan /

privasi dan resiko finansial serta dipengaruhi terutama oleh persepsi keuntungan, *attitude* dan persepsi kegunaan.

## **Metodologi**

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus, dimana tidak menggunakan generalisasi statistik melainkan dengan generalisasi logis dan replikatif (Yin, 2014). Pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus dapat digunakan untuk menjawab pertanyaan dan topik penelitian yang membutuhkan eksplorasi dan representasi secara detail (Creswell J, 2014). Penelitian ini akan menggunakan tiga metode pengumpulan data yaitu: metode wawancara, observasi dan dokumentasi guna menjaga validitas dan realibilitas data (Yin, 2014). Penelitian ini menggunakan kasus 10 UKM yang menggunakan *mobile payment* berlokasi di Malioboro, Yogyakarta. Penelitian ini fokus pada:

1. Pelaksanaan penggunaan *mobile payment* di Malioboro yang dilaksanakan oleh perusahaan penyedia layanan *mobile payment*.

2. Faktor pendukung dan penghambat proses implementasi dari *mobile payment*.

Penelitian ini menggunakan tiga metode pengumpulan data yaitu: metode wawancara, observasi dan dokumentasi guna menjaga validitas dan realibilitas data (Yin, 2014). Dalam pengumpulan data dengan metode wawancara, penelitian ini menggunakan kerangka *technology acceptance model* (TAM) sebagai acuan penyusunan pertanyaan. Penelitian ini menggunakan elemen TAM, yaitu *perceived of usefulness* dan *perceived ease of use*, serta elemen *perceived of cost* dan *perceived of risk* yang merupakan pengembangan dari kerangka TAM sebagai dasar penyusunan pertanyaan (Luarn dan Lin, 2005; Lee, 2009; Koenig-Lewis *et al*,2010 dan Kazi dan Mannan, 2013)

## **Hasil Temuan dan Diskusi**

Analisis dilakukan untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh tentang fenomena yang berkembang sehubungan dengan peranan pembayaran *mobile payment* pada 10 UKM yang ada di Malioboro.

Malioboro adalah salah satu kawasan jalan dari tiga jalan di Kota Yogyakarta yang membentang dari Tugu Yogyakarta hingga ke perempatan Kantor Pos Yogyakarta. Secara keseluruhan terdiri dari Jalan Margo Utomo, Jalan Malioboro, dan Jalan Margo Mulyo. Jalan Malioboro sangat terkenal dengan para pedagang kaki lima yang menjajakan kerajinan khas Jogja dan warung-warung lesehan di malam hari yang menjual makanan gudeg Jogja serta terkenal sebagai tempat berkumpulnya para seniman yang sering mengekspresikan

kemampuannya seperti bermain musik, melukis, *hapening art*, pantomim, dan lain-lain di sepanjang jalan ini. (id.wikipedia.org, 2013)

Dikawasan Malioboro dan sekitarnya tersebar pelaku bisnis yang mayoritas adalah Usaha Kecil Menengah (UKM). UKM ini terus berkembang pesat untuk melayani kebutuhan para wisatawan asing dan lokal serta penduduk lokal. Pertumbuhan jumlah UKM sangat signifikan dengan pertumbuhan jumlah pengunjung kawasan Malioboro. Pertumbuhan ini seiring dengan percepatan perubahan dan perkembangan teknologi yang semakin menjanjikan kemudahan baik bagi UKM maupun konsumen. Sehingga pelaku bisnis UKM saat ini harus mampu mengikut arus perkembangan zaman karena teknologi di era globalisasi sudah sangat pesat. UKM yang tidak mampu beradaptasi akan sulit untuk bersaing dalam rangka keberlanjutan usaha. Para pelaku bisnis yang berada di Malioboro saat ini, beberapa sudah mulai beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Hal ini dibuktikan dengan kesadaran dan keikutsertaan dalam rangka berpartisipasi dalam pembayaran via *mobile payment*.

*Mobile Payment* adalah salah satu proses dari perkembangan teknologi yang termasuk dalam ranah *financial technology*. Sebuah proses pembayaran menggunakan ponsel sebagai sarananya. Ada lima kategori pengelompokan *Fintech* sesuai jenisnya, Kategori tersebut diantaranya: Pembayaran atau Payment, Peminjaman atau Lending, dan Pembiayaan atau Crowdfunding. Inovasi didalam *digital payment* sudah ada sejak tahun 1980 dimulai dengan adanya kartu sebagai ganti uang tunai.

*The Technology Acceptance Model* (TAM) adalah teori sistem informasi yang memodelkan bagaimana pengguna akan menerima dan menggunakan teknologi yang diberikan. Model ini mendukung dua konstruksi, *Perceived usefulness* (PU) dan *Perceived ease of use* (PEOU) (Wamai dan Kandiri, 2015). Elemen *perceived of cost* dan *perceived of risk* merupakan pengembangan dari TAM. *Perceived of cost* mengacu pada biaya akuisisi dan penggunaan teknologi akhir (Koenig-Lewis et al., 2010). *Perceived of cost* menjelaskan sejauh mana seseorang percaya akan mendapat *income* sebagai akibat menggunakan *m-payment* (Luarn dan Lin, 2005). Ditemukan bahwa *Perceived of cost* adalah faktor signifikan yang mempengaruhi adopsi *m-payment* dan oleh karena itu menjadikan biaya yang dirasakan sebagai penghalang bagi pengguna mobile banking (Masinge, 2011). Risiko kinerja mengacu pada kerugian akibat dari fungsi layanan seluler, sementara risiko privasi / keamanan adalah potensi kerugian karena penipuan atau peretasan yang merupakan kompromi keamanan pengguna layanan mobile banking (Lee, 2009). *Perceived of risk* memiliki dampak positif pada niat konsumen untuk mengadopsi layanan seluler (Kazi dan Mannan, 2013).

### *Perceived Usefulness*

Salah satu fungsi utama dari alat pembayaran digital adalah memudahkan pembeli dan penjual untuk bertransaksi. Salah satu motivasi mengapa inovasi pembayaran digital terus dilakukan adalah mengefisienkan bagian kasir agar bisa melayani pembayaran dari pelanggan dengan lebih cepat dan aman. Hal ini berbanding terbalik dengan data yang diperoleh yakni mayoritas *merchant* mengatakan bahwa penggunaan aplikasi *Mobile payment* sebagai media pembayaran tidak begitu signifikan menguntungkan karena durasi waktu *loading* yang masih menjadi kendala sehingga tidak dapat menghemat waktu. *Mobile payment* tidak membuat pekerjaan lebih cepat karena terkadang ada kendala dari sisi koneksi. Mayoritas dari bagian kasir menyatakan bahwa penggunaan *Mobile payment* sebagai salah satu opsi pembayaran tidak memudahkan pekerjaan. Baik dalam proses transaksi maupun dalam proses pembukuan.

Sehingga pihak penjual belum merasa menerima manfaat dari inovasi *financial technology* yang ada saat ini. *Mobile payment* masih hanya sebatas salah satu opsi media pembayaran. Belum menjadi alat inovasi yang memudahkan dan menguntungkan.

### *Perceived ease of use*

Salah satu tujuan dari pembayaran digital adalah mengurangi kesalahan dalam *human error* seperti salah kembalian, atau mengurangi potensi beredarnya uang palsu. Namun pada realitanya, bagian kasir masih lebih nyaman menerima uang tunai daripada harus mengoperasikan alat pembayaran.

Dari segi *Perceive ease of use* mayoritas pengguna alat dari *Mobile payment* sebagai media pembayaran menyatakan bahwa tidak terlalu mudah untuk digunakan karena memiliki tahapan yang lebih banyak dari penggunaan mesin *EDC*. Sehingga bagian kasir harus beberapa kali latihan agar terbiasa menggunakan alat dari perusahaan penyedia *Mobile payment*.

Walaupun pihak penyedia alat pembayaran mengadakan pelatihan sebelum memberikan pinjaman alat, penjaga kasir merasa penggunaan alat dari *Mobile payment* masih terbilang lebih sulit dari pada mesin *EDC* sehingga butuh beberapa kali latihan untuk mengoperasikannya. Hal ini membuktikan bahwa inovasi *fintech* masih cukup sulit untuk di implementasikan karena perubahan masih sulit diterima oleh pengguna.

### *Perceive Cost*

Dari segi *Perceive Cost* tidak ada biaya yang harus dikeluarkan karena sistem alat dari *Mobile payment* adalah sistem pinjam. Durasi peminjaman tergantung kontrak antara pihak UKM dan pihak perusahaan penyedia *Mobile payment*. Namun hal ini tidak membuat *merchant* dikawasan Malioboro untuk tertarik mengikuti inovasi digital ini. Pedagang kawasan Malioboro masih merasa nyaman dengan transaksi tunai.

### ***Perceive Risk***

Mengurangi peredaran uang palsu menjadi salah satu tujuan utama dari adanya inovasi teknologi dibidang *financial* ini. Pembayaran via telepon genggam juga membuat pengguna menjadi lebih aman karena proteksi lebih tinggi dari ada via kartu debit/kredit.

Dari segi *Perceive Risk*, terdapat 3 UKM yang merasa aman menggunakan *Mobile payment* saat pembayaran karena meminimalisir adanya uang palsu. Sebaliknya, walaupun transaksi tunai harus lebih berhati-hati karena berbagai resiko, bagian kasir masih banyak yang lebih senang menerima transaksi via tunai.

Permasalahan lain yang sering terjadi dari *Mobile Payment* adalah koneksi dari provider yang masih tidak stabil. Proses transaksi pembayaran via digital bergantung kepada bagaimana kestabilan internet di suatu daerah. Negara berkembang dominan dengan permasalahan akses internet yang belum stabil sehingga digitalisasi pun masih sulit dilakukan. Dengan kondisi akses internet yang belum stabil, berdampak kepada minat pengguna yang kurang termotivasi untuk beralih ke pembayaran digital.

### **Kesimpulan**

Hasil penelitian menunjukkan masih banyak UKM di Malioboro yang belum menyadari bahwa mengikuti perkembangan inovasi teknologi keuangan adalah suatu hal yang penting untuk bertahan di era ekonomi digital.

Berbagai faktor menjadi penyebab mengapa sulit di negara berkembang untuk mengikuti era digital yang semakin pesat perkembangannya di negara berkembang. Faktor geografis tidak bisa dipungkiri menjadi salah satu hambatan dalam perkembangan era *financial technology*. Inovasi teknologi seharusnya dibarengi dengan perkembangan infrastruktur yang signifikan. Hal ini ditandai dengan mayoritas UKM yang menggunakan *mobile payment* di Malioboro, menyatakan bahwa penggunaan aplikasi *mobile payment* tidak begitu menguntungkan, salah satu alasannya adalah karena sinyal operator seluler sering terganggu, dan waktu pembayaran yang lebih lama.

Kesadaran dari para pedagang pun diakui masih sangat minim mengenai pengetahuan akan pentingnya terus mengikuti perkembangan zaman di era digital ini. Dibutuhkan dukungan berbagai pihak agar masyarakat bisa terus maju mengikuti perkembangan yang semakin hari semakin pesat perkembangannya. Sulit untuk berkembang maju jika tidak banyak pihak yang mau mendukung kemajuan teknologi ini.

Salah satu tujuan penggunaan *mobile payment* adalah untuk mempermudah dan mempercepat proses pembayaran. Tetapi, hasil dari penelitian ini menunjukkan masih banyaknya keluhan pengguna *mobile payment* ini. UKM di Malioboro yang menggunakan *mobile payment* mayoritas menyatakan bahwa *mobile payment* belum terlalu membantu proses pembayaran karena proses pembayaran memiliki tahapan yang rumit.

### **Rekomendasi**

Perusahaan penyedia layanan *mobile payment* harus menentukan strategi baru untuk bisa mendekati *merchant* agar menggunakan layanannya. Selain itu, Perusahaan penyedia layanan *mobile payment* juga disarankan untuk mempermudah proses ketika pembayaran berlangsung, hal ini dikarenakan banyak pengguna *mobile payment* yang mengeluhkan lambatnya dan rumitnya pembayaran melalui *mobile payment*, hal ini menjadi masalah karena tujuan untuk mempermudah transaksi dengan *mobile payment* menjadi tidak tercapai.

### **Daftar Pustaka**

- Aldridge, I. (2013). *High-Frequency Trading: A Practical Guide to Algorithmic Strategies and Trading System, second edition*. John Wiley and Sons, New York.
- Armey, Laura E., Jonathan Lipow, dan Natalie J. Webb. 2014. The impact of electronic financial payments on crime. *Information Economics and Policy* 29 (2014) 46–57.
- Creswell, J. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approach, 4th Edition*. Thousand Oaks, CA: Sage
- Daştan, İkrım dan Cem Gürler. 2016. Factors Affecting the Adoption of Mobile Payment Systems: An Empirical Analysis. *Emerging Markets Journal* Volume 6, No. 1.
- Dlodlo, Nobukhosi. 2015. The Use Of M-Payment Services In South Africa: A Value Based Perceptions Approach. *International Business & Economics Research Journal* Vol. 14, No. 1.

- Duane, A., O'Reilly, P., & Andreev, P. (2011). Trusting M-Payments e realising the potential of smart phones for M-commerce: a conceptual model & survey of consumers in Ireland. Thirty Second International Conference on Information Systems, 1-18.
- Gai, Keke, Meikang Qiu, dan Xiaotong Sun. 2018. A survey on FinTech. *Journal of Network and Computer Applications* 103 (2018) 262–273.
- Hatzakis, E.D., Nair, S.K. and Pinedo, M.L. (2010). Operations in financial services: an overview. *Production and Operation Management*.
- [https://id.wikipedia.org/wiki/Jalan\\_Malioboro](https://id.wikipedia.org/wiki/Jalan_Malioboro), 2013
- Iman, Nofie. 2018. Is mobile payment still relevant in the fintech era ?. *Electronic Commerce Research and Applications* 30 (2018) 72–82.
- Kazi, A. K., & Mannan, M. A. (2013). Factors affecting adoption of mobile banking in Pakistan: Empirical Evidence. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 2(3), 54.
- Koenig-Lewis, N., Palmer, A., & Moll, A. (2010). Predicting young consumers' take up of mobile banking services. *International journal of bank marketing*, 28(5), 410-432.
- Lee, M. C. (2009). Factors influencing the adoption of internet banking: An integration of TAM and TPB with perceived risk and perceived benefit. *Electronic commerce research and applications*, 8(3), 130-141.
- Leong, L.-Y., Hew, T.-S., Tan, G. W.-H., & Ooi, K.-B. (2013). Predicting the determinants of the NFC-enabled mobile credit card acceptance: a neural networks approach. *Expert Systems With Applications*, 40(14), 5604-5620.
- Liu, J., Kauffman, R.J. and Ma, D. (2015). Competition, cooperation and regulation: Understanding the evolution of the mobile payments technology ecosystem. *Electronic Commerce Research and Applications*.
- Luarn, P., & Lin, H. H. (2005). Toward an understanding of the behavioral intention to use mobile banking. *Computers in human behavior*, 21(6), 873-891.
- Masinge, K. (2011). Factors influencing the adoption of mobile banking services at the Bottom of the Pyramid in South Africa (Doctoral dissertation).

- Meifang, Yao, Di He, Zheng Xianrong, dan Xu Xiaobo. 2017. Impact of payment technology innovations on the traditional financial industry : A focus on China. *Technological Forecasting & Social Change*.
- Merritt, C. (2011). Mobile money transfer services: the next phase in the evolution of person-to-person payments. *Journal of Payments Strategy & Systems*, 5(2), 143-160.
- Mun, Yeow Pooi, Haliyana Khalid, dan Devika Nadarajah. 2017. Millennials' Perception on Mobile Payment Services in Malaysia. *Procedia Computer Science* 124 (2017) 397–404.
- Oliveira, Tiago, Manoj Thomas, Goncalo Baptista, dan Filipe Campos. 2016. Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology. *Computers in Human Behavior* 61 (2016) 404-414.
- Pham, T. T. T., & Ho, J. C. (2015). The effects of product-related, personal-related factors and attractiveness of alternatives on consumer adoption of NFC-based mobile payments. *Technology in Society*, 43, 159-172.
- Teo, A.-C., Tan, G. W.-H., Ooi, K.-B., Hew, T.-S., & Yew, K.-T. (2015). The effects of convenience and speed in m-payment. *Industrial Management & Data Systems*, 115(2), 311-331.
- Ting, Hiram, Yusman Yacob, Lona Liew, dan Wee Ming Lau. 2016. Intention to Use Mobile Payment System: A Case of Developing Market by Ethnicity. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 224 ( 2016 ) 368 – 375.
- Trütsch, Tobias. 2016. The impact of mobile payment on payment choice. *Financ Mark Portf Manag* (2016) 30:299–336.
- Wamai, John dan John M. Kandiri. 2015. Determinants of Mobile Banking Adoption by Customers of Microfinance Institutions in Nairobi County in Kenya. *International Journal of Science and Research (IJSR)* ISSN (Online): 2319-7064.
- Wonglimpiyarat, Jarunee. 2018. Challenges and dynamics of FinTech crowd funding: An innovation system approach. *Journal of High Technology Management Research* 29 (2018) 98–108.
- Yin, R. K. (2014). *Case Study Research: Design and Methods* 5th Edition. London: Sage Publication.