

## Penerapan Penggunaan E-Payment Sebagai Upaya Peningkatan Adaptabilitas UMKM Terhadap Transformasi Digital

Oktavianty<sup>1</sup>, Alamsyah Agit<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Digital, Universitas Megarezky

<sup>2</sup>Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam DDI

Sidenreng Rappang

Email: [viaoktavianty0710@unimerz.ac.id](mailto:viaoktavianty0710@unimerz.ac.id)

### INFO ARTIKEL

#### Riwayat Artikel :

Diterima : 21 Mei 2023

Direvisi : 21 Mei 2023

Disetujui : 21 Mei 2023

#### Kata Kunci :

E-Payment; Literasi Keuangan;  
Literasi Digital; UMKM; Teknologi

### ABSTRAK

Penggunaan teknologi menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam kegiatan sosial, maupun kegiatan ekonomi, dalam proses produksi, intervensi akan teknologi menjadi dominan, mengubah pola hidup masyarakat. Sebagai dampak dari pandemic Covid-19, penggunaan teknologi menjadi semakin intens, menjadi suatu keharusan untuk para pemilik usaha untuk beradaptasi dengan digitalisasi. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang berupaya untuk meningkatkan literasi keuangan masyarakat, dan kemampuan adaptabilitasnya terhadap sistem pembayaran online yang dikenal dengan istilah E-Payment. Kegiatan dilaksanakan melalui tiga tahapan yakni sesi materi, sesi tanya jawab, dan sesi diskusi. Hasil evaluasi dari kegiatan ini menunjukkan antusiasme para pemilik UMKM di Kelurahan Mattoanging untuk segera menerapkan penggunaan E-Payment, yang mana sebagai langkah awal, mereka akan menggunakan teknologi tersebut untuk diri sendiri sebelum kemudian digunakan sebagai alternatif pembayaran dalam usaha mereka. Dari kegiatan ini juga menjadi suatu bahan pertimbangan kepada pemerintah untuk semakin intens dalam mendorong penggunaan sistem pembayaran online, yang sesuai dengan Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT).

### ARTICLE INFO

#### Article History :

Received: May 21, 2023

Revised: May 21, 2023

Accepted: May 21, 2023

#### Keywords:

E-Payment; Financial Literacy;  
Digital Literacy; MSMEs;  
Technology

### ABSTRACT

*The industrial process is dominated by technology, which has an impact on the lifestyles of people. The COVID-19 epidemic has resulted in an increased reliance on technology, which has compelled business owners to make the transition to digitalization. This practice encourages financial literacy as well as the usage of electronic payment methods. The exercise consisted of different parts: material, questions, and discussion sessions. The results of the evaluation of this activity reveal that the proprietors of MSMEs located in Mattoanging Village are excited to start using e-payment methods, first for themselves and later on for their companies. Following the goals of the National Non-Cash Movement, this measure should also push the government to support the use of online payment methods (GNNT).*

## 1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan salah satu bentuk usaha yang berperan penting dalam kegiatan perekonomian, fleksibilitas dan ketahanan yang dimiliki oleh UMKM terbukti oleh kemampuannya untuk berkontribusi terhadap pemulihan ekonomi pada krisis moneter yang terjadi pada tahun 1998, yang mana kala itu, dari sekian banyaknya bentuk usaha yang mengalami kehancuran dan gulung tikar (bangkrut), UMKM pada saat itu berhasil memberikan kontribusi bahkan lebih jauh berhasil mencapai kinerja yang luar biasa, yakni kenaikan jumlah usaha hingga 350 persen pada masa itu (Arifqi & Junaedi, 2021). Cermatan ini menjelaskan dan menggambarkan bahwa UMKM memiliki kapabilitas yang sangat potensial untuk dapat menunjang pembangunan ekonomi secara nasional, dan lebih jauh, berperan dalam perekonomian internasional. UMKM sebagai salah satu bentuk usaha, memiliki peran yang penting dalam penyediaan lapangan kerja, yang implikasinya berdampak positif pada pengurangan tingkat pengangguran dan membantu dalam pengentasan kemiskinan (Suryati & Salkiah, 2019). Selain itu UMKM juga merupakan bentuk usaha yang merupakan sumber inovasi dan kreativitas, yang mana kegiatannya mengintegrasikan inovasi dan kreativitas dalam proses produksinya, dalam proses itu juga UMKM mampu mengolah sumber daya potensial untuk menjadi suatu produk yang unik dan memiliki nilai daya tarik yang tinggi (Rizqi *et al.*, 2022).

Dengan semua potensi yang dimiliki oleh UMKM, terdapat pula ruang untuk terus mengembangkan potensi-potensi baru, salah satu yang terjadi saat ini adalah, adanya digitalisasi yang semakin cepat, menjadi sebuah tantangan sekaligus peluang untuk masa depan UMKM. Digitalisasi UMKM dapat tercermin dari adanya penggunaan media online (internet) dalam kegiatan perekonomian, seperti kegiatan promosi, dan distribusi, serta berbagai interaksi supply-chain, dan layanan-layanan belanja online lainnya (Permana *et al.*, 2021). Penerapan teknologi dalam kegiatan telah lama ada, sistem administrasi, penginputan data stok barang, hingga transaksi tanpa uang tunai, menjadi sebuah inovasi dalam dunia bisnis, namun dalam hal adaptasi, banyak diantara UMKM masih belum bisa menyesuaikan atau sepenuhnya menggunakan teknologi dalam kegiatannya, sehingga sebagai sebuah faktor pendorong, secara tidak langsung pandemi covid-19 mendorong adaptasi masyarakat terhadap integrasi teknologi dalam kehidupan sehari-hari, tidak terkecuali UMKM (Handini & Choiriyati, 2020). Penggunaan teknologi menjadi sebuah keharusan di masa pandemi covid-19, hal ini adanya batasan terhadap kegiatan yang dapat dilakukan diluar ruangan, hal ini memiliki dampak yang besar terhadap sebagian besar UMKM, mengharuskan mereka untuk tutup lebih awal, dan bahkan berhenti sejenak dari kegiatan jual beli, hal ini menjadi sebuah masalah besar, namun dengan adanya teknologi, dan berbagai layanan yang dapat digunakan untuk memasarkan produk, teknologi mendorong adaptabilitas masyarakat untuk melaksanakan kegiatan jual beli, bentuk teknologi yang umum digunakan untuk kegiatan bisnis di masa pandemi covid-19 adalah *digital marketing* dan *financial technology* (Octavina & Rita, 2021).

Selain E-Marketing, yang dapat difenisikan sebagai sebuah metode untuk melakukan pemasaran product secara online, terdapat beberapa hal yang mendukung dan menjadi pelengkap dalam penerapan model bisnis online. Dalam kegiatan bisnis online, para produsen memasarkan produk yang mereka jual melalui media online, yang paling umum dikenal dengan istilah E-Commerce, selain itu, pemasaran product juga dapat dilakukan dengan menggunakan media sosial. Kemudahan yang didapatkan dari proses jual beli online, menjadi suatu kebiasaan bagi masyarakat, sehingga aspect

pendukung yang memberikan kemudahan juga menjadi suatu hal yang diminati, salah satunya adalah pembayaran secara online, transaksi yang dilakukan tanpa menggunakan uang tunai, yang dikenal dengan istilah E-Payment. E-Payment, merupakan sebuah sistem yang menyediakan layanan akan pembayaran terhadap transaksi barang dan jasa yang dilakukan melalui internet, E-Payment melengkapi penerapan belanja online, yang mana penggunaan E-Payment di Indonesia tergolong effective dikarenakan sistem pembayaran tradisional yang memiliki banyak kekurangan (Halim, Januaridin & Hebrard, 2020). Dalam penggunaannya, E-Payment dinyatakan sebagai sebuah fitur yang menjadi daya tarik dalam pengalaman jual beli online, banyaknya metode pembayaran yang disediakan melalui berbagai platform keuangan, metode pembayaran ini menjadi lebih diminati dibandingkan dengan model “bayar ditempat” karena kemudahan yang ditawarkan (Garrouch, 2022). Dengan semua kelebihan yang menjadi daya tarik dari E-Payment, terdapat beberapa kekurangan yang menjadi sebuah sorotan, beberapa individu tidak sepenuhnya percaya dengan mekanisme E-Payment, menjadikan mereka mempertanyakan keamanan dalam sistem pembayaran elektronik (Salloum *et al.*, 2019). Meski demikian, penggunaan E-Payment menjadi sebuah faktor pendorong yang dapat meningkatkan penjualan, hal ini dimungkinkan dengan, kapabilitas E-Payment dalam menjangkau berbagai konsumen yang lebih senang menggunakan pembayaran online dalam setiap transaksinya (Alzoubi *et al.*, 2022).

UMKM dengan semua potensi yang dimiliki, keunikan dalam operasinya, dan berbagai produk yang dapat diciptakan melalui kombinasi akan inovasi dan kreativitas serta ke khasan yang dimiliki oleh beberapa wilayah tertentu, namun menjadi sebuah permasalahan dimana, sebagian besar dari UMKM belum memiliki kapabilitas dalam menerapkan penggunaan teknologi secara maksimal. Meski mampu menggunakan media sosial dan platform E-Commerce lainnya, pengalaman berbelanja online tidak lengkap tanpa adanya penggunaan E-Payment. Dalam beberapa situasi, terdapat momen yang mana pelanggan tidak selalu sedia atau membawa uang tunai yang cukup, hal ini menjadikan adanya alternatif pembayaran menjadi sebuah aspect penting yang harus dimiliki bisnis-bisnis di era digital. Hal ini menunjukkan bahwa potensi yang dimiliki UMKM dapat meningkat dengan adanya penerapan penggunaan E-Payment. Penerapan penggunaan E-Payment dalam menunjang kinerja bisnis, menunjukkan kinerja yang tergolong baik, berdasarkan penelitian terdahulu, dijelaskan bahwa penerapan E-Payment dapat menunjang kinerja bisnis (Kritinae, 2021). Kinerja yang dimaksud, merupakan kemampuan UMKM untuk meningkatkan penjualan, namun penggunaan E-Payment juga berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan, dengan adanya fleksibilitas dan kemudahan yang didapatkan melalui penggunaan E-Payment (Christa & Giantari, 2021). Selain itu, penggunaan E-Payment merupakan suatu keharusan untuk dapat beradaptasi dengan model bisnis digital di era revolusi industri 4.0 (Mukti, Herawati & Ilhamsyah, 2022).

Dengan bercermin dari perkembangan teknologi yang terus berkembang pesat, dan semakin banyaknya persaingan dalam dunia bisnis, ide dan kreativitas dalam penciptaan produk dapat menjadi sebuah potensi yang tidak tampak apabila UMKM tidak menemukan cara untuk bersaing di pasar lokal, nasional hingga mancanegara. Semua ini menjadi tantangan dan peluang yang membutuhkan adanya inovasi, yang mana E-Payment dapat menjadi sebuah inovasi, dan bentuk adaptasi UMKM dalam menghadapi transformasi digital yang sedang terjadi secara terus menerus, dengan demikian pelatihan akan penerapan penggunaan E-Payment berfungsi untuk mengedukasi, mengembangkan dan memberdayakan UMKM, dengan tujuan agar UMKM dapat memenuhi fungsinya secara

maksimal, yakni menunjang pertumbuhan ekonomi, mengurangi kemiskinan, dan mendorong ekspansi lapangan kerja yang berdampak positif terhadap pengurangan tingkat pengangguran.

## 2. Metode Pelaksanaan

Kegiatan ini merupakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, yang merupakan salah satu dari tridharma perguruan tinggi, pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan adaptasi masyarakat terhadap teknologi untuk dapat menghadapi transformasi digital yang terjadi secara terus menerus dan semakin cepat, kondisi tersebut menuntut adanya kesiapan dan bahkan adaptasi secara dinamis dalam masyarakat. Dalam hal UMKM, perlunya pengintegrasian teknologi dalam kegiatan usaha merupakan faktor yang dapat mendorong adanya peningkatan kinerja, baik kinerja penjualan, maupun kinerja pelayanan, dengan demikian UMKM akan mampu menciptakan nilai daya saing yang tinggi untuk masuk kedalam pasar nasional, dan lebih jauh pasar internasional. Adapun lokasi pelaksanaan kegiatan ini adalah Kelurahan Mattoanging, Kota Makassar, dengan jumlah peserta pelatihan sebanyak 43 orang.

Transformasi digital yang terjadi dengan semakin cepat, mengharuskan adanya adaptasi masyarakat terhadap penggunaan dan pengintegrasian teknologi terhadap kegiatan sehari-hari, diantaranya adalah kegiatan bisnis, namun pada kenyataannya, penggunaan teknologi masih sangat kurang, sehingga banyak diantara pemilik usaha-usaha terutama di daerah terpencil, maupun di wilayah kota yang belum mendapatkan manfaat dari teknologi. Secara umum pemilik usaha memiliki potensi yang tinggi dalam menjalankan usaha dengan menerapkan pemasaran secara online melalui media sosial dan platform lainnya, namun perubahan pola hidup masyarakat menuntut lebih dari itu, masyarakat terus menuntut adanya kemudahan dalam bertransaksi, sehingga penerapan E-Marketing sebaiknya disandingkan dengan penerapan E-Payment, dengan demikian, sebuah kegiatan yang bertujuan untuk membina masyarakat, mengedukasi, dan membantu masyarakat dalam mengenal sistem pembayaran online dan menerapkannya dalam bisnis mereka, merupakan suatu upaya yang dapat dilakukan untuk membantu percepatan adaptasi masyarakat terhadap transformasi digital yang semakin cepat.

Kegiatan ini dilaksanakan di Kelurahan Mattoanging, Kota Makassar, penduduk sekitar wilayah ini merupakan pemilik UMKM yang mana sebagian besar dari usaha tersebut merupakan usaha yang memproduksi dan menjual produk makanan dan produk olahan lainnya, dalam upaya untuk mengembangkan UMKM di wilayah tersebut, sebelumnya telah dilakukan pelatihan penggunaan media sosial untuk menunjang penjualan produk, namun masyarakat belum sepenuhnya mengetahui media lain yang dapat disandingkan dengan E-Marketing untuk meningkatkan jumlah penjualan, dengan demikian pengenalan akan E-Payment bertujuan untuk mengedukasi masyarakat bahwa sistem pembayaran online merupakan sistem pembayaran yang aman, selain daripada itu pelatihan ini diupayakan untuk dapat membantu masyarakat dalam menerapkan sistem E-Payment, agar dapat menjadi suatu daya tarik dengan fleksibilitas yang ditawarkan oleh sistem E-Payment, dan lebih jauh menunjang adanya peningkatan akan penjualan pada UMKM di wilayah Kelurahan Mattoanging.

Kegiatan ini bertujuan untuk mengedukasi masyarakat mengenai penerapan sistem pembayaran online yang sudah tergolong aman, selain itu dengan menerapkan sistem pembayaran online, hal tersebut menjadi sebuah langkah awal untuk beradaptasi dengan transformasi digital dalam dunia bisnis. Perlunya kegiatan ini adalah sebagai sebuah upaya untuk memberdayakan UMKM,

sebagaimana diketahui di era digitalisasi, banyak UMKM yang kalah bersaing akibat tidak mampu beradaptasi dengan berbagai teknologi yang digunakan dalam kegiatan bisnis. Adapun mekanisme pelaksanaan kegiatan ini terdiri dari tiga tahapan yakni (1) materi disampaikan dengan cara panel, yang mana terdapat beberapa materi, materi yang disampaikan akan mengenalkan pada E-Payment, dan keamanannya, serta ilustrasi tentang mudahnya penggunaan E-Payment; (2) sesi tanya jawab, sesi ini ditunjukkan untuk menjawab, berbagai hal yang masih kurang dipahami oleh peserta, serta memperdalam penjelasan dalam materi-materi yang telah disampaikan; dan (3) sesi diskusi, sesi ini ditunjukkan untuk membantu peserta pelatihan dalam mencoba menerapkan penggunaan E-Payment, selain itu pada sesi ini juga, pemateri bertindak sebagai instruktur sekurang-kurangnya hingga peserta paham akan E-Payment dan mekanisme penggunaannya.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Setelah dilaksanakannya kegiatan ini, didapatkan beberapa hasil yang memiliki kontribusi terhadap pemilik UMKM di Kelurahan Mattoanging, terutama mereka yang merupakan peserta dari pelatihan ini, berdasarkan pernyataan yang diberikan oleh peserta pada saat evaluasi kegiatan, pelatihan penerapan penggunaan E-Payment ini memberikan wawasan yang lebih luas kepada para peserta, yang pertama bahwa, dengan adanya pelatihan ini pemilik UMKM kini memiliki pengetahuan akan keamanan dari sistem pembayaran online, yang mana pada awalnya sebagian besar peserta memperlakukan keamanan dana yang masuk melalui jalur online, kini merasa lebih aman dan hendak mencoba untuk secara permanen menambahkan sistem pembayaran online sebagai salah satu alternatif pembayaran, kedua pelatihan ini mampu mendorong pemilik UMKM untuk dapat lebih instense dalam mempelajari penggunaan teknologi, hal ini sangat dibutuhkan mengingat transformasi digital yang semakin cepat dan perubahan teknologi yang sangat dinamis. Pelatihan ini menjadi bekal untuk pemilik UMKM terutama pada Kelurahan Mattoanging, yang merupakan lokasi pelaksanaan kegiatan ini.



Gambar 1. Proses Pelaksanaan Kegiatan PKM

Pelatihan dalam upaya untuk membantu masyarakat dalam meningkatkan kemampuan adaptasi terhadap penggunaan teknologi, merupakan suatu hal yang memiliki dampak yang sangat besar, ini dikarenakan teknologi merupakan salah satu aspect penting dalam kehidupan, perkembangan teknologi menjadikan semakin banyak kegiatan yang mengharuskan manusia untuk berdampingan dengan teknologi. Penggunaan teknologi mempengaruhi berbagai bidang, yang mana performa bidang tersebut dapat didorong dengan adanya teknologi, sebagai contoh, dibidang kesehatan, kehadiran teknologi menjadi sebuah faktor yang dapat mendorong berbagai metode, dan cara dalam menciptakan inovasi yang dapat menunjang kesehatan manusia. Di bidang pendidikan, teknologi menciptakan fleksibilitas, memungkinkan pembelajaran dapat dijangkau dari mana saja (Munawar *et al.*, 2021). Sementara salah satu peran dalam kegiatan bisnis adalah E-Commerce, atau sebuah platform yang menjadi wadah dari penjualan berbagai produk secara online, dijelaskan bahwa E-Commerce menunjang kinerja bisnis secara signifikan (Aprianto, 2021). Selain itu E-Marketing juga merupakan salah satu metode jual-beli online yang tercipta dengan bantuan teknologi (Oktaviany *et al.*, 2022). Keduanya memiliki kesamaan yang menjadikan perdagangan secara online dapat dilaksanakan. Lebih jauh kegunaan teknologi dalam dunia bisnis, memungkinkan pemilik usaha untuk terus menkreasikan ide-ide dan memanfaatkan teknologi informasi untuk menciptakan inovasi (Siregar & Nasution, 2020). Penelitian terdahulu menjelaskan lebih jauh akan manfaat yang diberikan dengan adanya penggunaan teknologi dalam kegiatan bisnis. Diantaranya adalah (1) semakin mudahnya koordinir input dan output para pelaku bisnis; (2) kehadiran teknologi diyakini mampu menghidupkan kembali beberapa bisnis yang hamper berhenti beroperasi di masa lampau; dan (3) teknologi menjadi suatu alat yang mengawasi cepat dan lambatnya peralihan dunia digital ke wilayah ekonomi yang berkembang, dan juga mengurangi ketergantungan fungsi fisik manusia (Purba, Yahya & Nurbaiti, 2021). Bercermin dari sini, pentingnya integrasi teknologi dalam menunjang kegiatan bisnis, bukan lagi merupakan sesuatu yang bisa dihindari, selain itu dengan adanya integrasi teknologi dalam kegiatan bisnis, memberikan peluang untuk dibangkitkannya kembali jenis usaha-usaha yang hampir berhenti beroperasi.



**Gambar 2.** Proses Pelaksanaan Kegiatan PKM

Dampak teknologi dalam kegiatan UMKM berpotensi untuk mendorong adanya digitalisasi UMKM, yang mana digitalisasi tersebut akan maksimal dengan adanya beberapa komponen penting

seperti E-Commerce (penjualan digital), E-Payment (pembayaran digital), dan E-Finance (keuangan digital), terlepas dari komponen tersebut, lingkungan dan organisasi dari UMKM juga menjadi faktor yang dapat mempengaruhi kesiapan UMKM dalam menerima penerapan teknologi (Cahyadi & Pradnyani, 2022). Dijelaskan dalam penelitian terdahulu bahwa keuntungan yang didapatkan dengan adanya sistem pembayaran digital telah memudahkan kegiatan-kegiatan ekonomi, bahkan ke wilayah terpencil sekalipun, sehingga dengan demikian perlu adanya sosialisasi secara merata untuk memaksimalkan manfaat dari E-Payment (Rahayu, Pratiwi & Rahwana, 2022). Lebih jauh, penelitian terdahulu menjelaskan percepatan kinerja UMKM dengan adanya E-Commerce dan E-Payment yang menjadi aspek pendukung, namun hal tersebut tidak boleh terlepas dari peran pemilik UMKM, pemerintah, dan institusi-institusi pendukung untuk mendorong digitalisasi UMKM (Kilay, Simamora & Putra, 2022). Dari sini, tercermin berbagai keuntungan yang bisa diperoleh dengan mengaplikasikan E-Payment sebagai bentuk alternatif pembayaran.

Produk yang diperjual-belikan oleh pemilik UMKM yang ikut dalam pelatihan ini, sebagian besar merupakan produk makanan, dan produk olahan lainnya, dalam hal pemasaran, media online dapat membantu pemasaran produk, namun disisi lain, terutama di zaman modern, banyak individu menuntut adanya fleksibilitas yang memiliki keamanan yang baik. Bentuk fasilitas ini dapat digambarkan sebagai sistem pembayaran online. Opsi selain pembayaran tunai menjadi digemari dengan adanya platform-platform uang digital, yang menjadi masalah adalah, sebagian besar UMKM belum menggunakan sistem pembayaran online, terutama usaha rumahan dan mikro, hal ini sering kali menjadi alasan untuk beberapa individu untuk memilih tempat yang menyediakan opsi pembayaran online, didasari alasan bahwa uang tunai memiliki resiko untuk hilang, sobek, dan sering kali, sulitnya untuk menyediakan kembalian menjadi hal yang dihadapi oleh beberapa UMKM. Dalam prakteknya, penggunaan E-Payment, memberikan banyak keuntungan dalam kegiatan bisnis, hal ini tercermin dari beberapa penelitian terdahulu, dijelaskan bahwa penggunaan E-Payment mengurangi resiko yang umumnya terjadi dengan penggunaan uang tunai, seperti perampokan, pencurian, dan rasa nyaman yang tercipta dengan fleksibilitasnya (Nugrahini & Alfian, 2023). Fleksibilitas ini dijelaskan lebih jauh, yakni keuntungan yang diciptakan, mampu adanya transaksi dari manapun, dan disaat apapun, yang mana ini dianggap lebih efisien waktu (Gultom & Yoestini, 2022). Dalam penelitian lainnya dijelaskan bahwa E-Payment merupakan salah satu faktor yang sangat berpengaruh dalam mendorong kepuasan pelanggan. Namun tentu untuk dapat mencapai itu, platform E-Payment harus memaksimalkan fasilitas yang ditawarkan (Heryanti, 2023).

Dalam upaya untuk menerapkan penggunaan E-Payment pada UMKM, diperlukan adanya cerminan yang memberikan gambaran bahwa sistem pembayaran merupakan salah satu media transaksi yang diminati. Sebagai sebuah sistem yang melibatkan uang, E-Payment memerlukan adanya keamanan yang memadai untuk menarik minat penggunanya (Pringgadini & Basiya, 2022). Aspect ini menjadi perhatian penting dalam pelatihan ini, untuk mengupayakan agar pemilik UMKM memahami bahwa E-Payment merupakan sebuah platform yang aman dan dijamin oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Aspect selanjutnya adalah kemudahan dalam penggunaannya, pelanggan menyukai sesuatu yang mudah digunakan, yang mana E-Payment merupakan platform yang mudah untuk digunakan, bahkan sistem scan barcode menjadi sebuah cara membayar yang sangat efisien waktu (Ramadhan & Subari, 2022). Menjadi perhatian dalam pelatihan ini untuk membantu para pemilik UMKM untuk memahami dengan baik E-Payment, untuk dapat memudahkan mereka dalam

menggunakannya. Selain dua aspek ini, aspek lain yang menjadi daya tarik E-Payment adalah promosi, E-Payment merupakan suatu platform yang memberikan berbagai promo dan keuntungan bagi penggunaannya, namun tidak merugikan bagi produsen yang menggunakan platform tersebut, lebih jauh platform E-Payment bahkan memberikan berbagai bonus untuk produsen apabila berhasil memenuhi target tertentu (Harisma & Padmalia, 2023).

Selanjutnya, penggunaan E-Payment merupakan sebuah sistem yang dapat diterapkan oleh siapapun, namun, perlunya untuk mengetahui mengapa banyak UMKM yang belum menggunakan sistem pembayaran online. Bercermin dari penelitian terdahulu, terdapat beberapa alasan yang menjadi alasan UMKM dalam penerapan penggunaan E-Payment, yakni potensi keuntungan, kemudahan penggunaan, dan potensi resiko (Namira, 2022). Hal serupa dinyatakan dalam penelitian lain bahwa penggunaan E-Payment menjamin keamanan, dan kerahasiaan dari semua data dan transaksi penggunanya, selain itu kemudahan penggunaan, manfaat yang diberikan, kesenangan, kepercayaan, dan kapabilitasnya untuk menunjang keberlanjutan usaha (Saputri, 2021). Keuntungan lain yang dirasakan UMKM adalah berkurangnya kebutuhan akan uang kembalian, yang terkadang memakan waktu apabila terdapat banyak pembeli (Zada & Sopiana, 2021). Pelatihan serupa juga telah banyak dilakukan, selain berfungsi sebagai bentuk peningkatan literasi keuangan pemilik UMKM, penerapan E-Payment juga merupakan bagian dari bentuk Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT), yang bertujuan untuk mengurangi penggunaan uang kertas dalam proses transaksi (Lestari, Santoso & Indarto, 2021).

Sebagai sebuah sistem yang hendak digunakan secara universal, pentingnya untuk memahami bagaimana dampak yang diberikan oleh E-Payment, menjadi sebuah element penting dalam penyusunan rancangan kegiatan pengabdian ini, yang mana selain bertujuan untuk memberdayakan UMKM dan menunjang kinerjanya, terdapat beberapa hal penting yang dapat menjadi alasan kuat untuk mengaplikasikan penggunaan E-Payment. Sebagai respon dari perkembangan teknologi yang semakin cepat, pemerintah Indonesia menghimbau adanya perpindahan model transaksi menjadi *cash-less transaction*, hal ini juga dilakukan dengan mempertimbangkan keamanan platform jasa penyedia layanan pembayaran online (Rahayu, 2022). Hal ini merupakan unsur yang menjadi perhatian baik oleh pemerintah, maupun pengguna, banyak diantara pengguna yang masih ragu dengan mempertimbangkan keamanan yang dimiliki oleh platform E-Payment. Pentingnya penerapan E-Payment secara menyeluruh, didasari oleh adanya perubahan pola hidup masyarakat yang semakin menginginkan kemudahan, sehingga menjadi sebuah urgensi untuk melengkapi UMKM dengan kemampuan untuk menyediakan layanan-layanan tersebut (Karim, Chowdhury & Haque, 2022). Hal ini terutama sangat disignifikan dikalangan generasi muda, selain menginginkan fasilitas yang disediakan, pengaruh lingkungan sosial juga, serta berbagai promosi, mendorong generasi muda untuk menginginkan kemudahan-kemudahan yang bisa didapatkan tanpa upaya yang keras (Rahadi *et al.*, 2022). Perubahan pola hidup masyarakat sendiri dipengaruhi oleh adanya media yang semakin memudahkan kegiatan belajar untuk menambah pengetahuan dan informasi, membawah masyarakat pada perubahan pola hidup dengan keinginan untuk melakukan sesuatu dengan serba online (Rusnawati, Farild & Indriyani, 2022).

Hasil evaluasi dari kegiatan ini, menunjukkan adanya minat pemilik UMKM di kelurahan Mattoanging untuk menggunakan E-Payment, langkah awal yang mereka lakukan adalah menggunakannya untuk diri sendiri, sebelum kemudian mencoba untuk menerapkannya sebagai alat

pembayaran alternatif, untuk menunjang kegiatan bisnis mereka. Walaupun beberapa peserta pelatihan masih ragu akan keamanan penggunaan E-Payment, diharapkan materi yang diberikan dapat menjadi sebuah bahan pertimbangan untuk menerapkan penggunaan E-Payment. Bercermin dari penelitian terdahulu, penggunaan E-Payment bukan merupakan sesuatu yang instan, dibutuhkan waktu untuk menumbuhkan kepercayaan, dan keinginan masyarakat untuk menerima, hal ini menjadi sebuah perhatian untuk melakukan sosialisasi dari semua pihak, termasuk diantaranya pihak platform sistem E-Payment itu sendiri.

#### 4. Kesimpulan dan Saran

Pelaksanaan kegiatan ini dinilai lancar, yang mana metode yang digunakan dalam penyampaian materi dalam kegiatan ini dinilai mampu menyajikan materi dengan optimal, dan mampu berfungsi sebagai upaya sebagai media edukasi, dan peningkatan literasi keuangan masyarakat, terutama peserta yang mengikuti pelatihan, dalam pelaksanaannya, karena sebelumnya peserta telah banyak mengikuti kegiatan yang mendorong literasi digital, maka dalam kegiatan ini, peserta merasa bahwa pelatihan ini menjadi sebuah motivasi untuk dapat dengan segera menerapkan alternatif pembayaran yang fleksibel yang salah satu bentuknya adalah E-Payment, selain daripada itu, wawasan yang didapatkan dalam pelatihan ini, dapat digunakan untuk mesosialisasikan kepada masyarakat Kelurahan Mattoanging yang tidak sempat mengikuti kegiatan pelatihan ini.

Sebagai sebuah saran dalam pelaksanaan kegiatan ini, berdasarkan hasil evaluasi, perlu kegiatan seperti ini diadakan secara berkala, penting untuk distribusi informasi yang merata kepada seluruh masyarakat, baik di Kelurahan Mattoanging, maupun di wilayah-wilayah lainnya, selain itu, pelaksanaan kegiatan seperti ini hendaknya mendorong adanya peran pemerintah yang intens untuk mengefisienkan Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT), dan mengefisienkan pembayaran dan pengurangan penggunaan uang tunai.

#### 5. Daftar Pustaka

- Alzoubi, H.M. *et al.* (2022) 'The effect of e-payment and online shopping on sales growth: Evidence from banking industry', *International Journal of Data and Network Science*, 6(4), pp. 1369–1380. Available at: <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.5.014>.
- Aprianto, N.E.K. (2021) 'Peran Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Bisnis', *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO)* |, 2(1), pp. 1–7. Available at: <https://ijabo.a3i.or.id>.
- Arifqi, Moh.M. & Junaedi, D. (2021) 'Pemulihan Perekonomian Indonesia Melalui Digitalisasi UMKM Berbasis Syariah di Masa Pandemi Covid-19', *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 3(2), pp. 195–205. Available at: <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v3i1.311>.
- Cahyadi, L.D.C.R. & Pradnyani, N.L.P.S.P. (2022) 'Digitalisasi UMKM Dengan Menggunakan Pendekatan TOE Model', *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 11(9), pp. 1132–1140. Available at: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/index>.
- Christa, U.R. & Giantari, I.G.A.K. (2021) 'Pelatihan Menggunakan E-Payment Di Era Digitalisasi 5.0 Dan Masa Pandemic Covid 19 Pada Usaha Kecil Masyarakat Di Denpasar Dan Palangka Raya', *Media Bina Ilmiah*, 15(8), pp. 5011–5018.

- Garrouch, K.F. (2022) 'Explaining the comparative perception of e-payment: role of e-shopping value, e-payment benefits and Islamic compliance', *Journal of Islamic Marketing*, 13(7), pp. 1574–1588. Available at: <https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2020-0240>.
- Gultom, G.A. & Yoestini (2022) 'Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Lokasi, Dan E-Payment Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Fitness Center Elise Ladies Gym Semarang)', *Diponegoro Journal of Management*, 11(3), pp. 1–9.
- Halim, E., Januardin, R. & Hebrard, M. (2020) 'The Impacts of E-payment System and Impulsive Buying to Purchase Intention in E-commerce', in *International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)*. Institute of Electrical and Electronics Engineers Inc., pp. 847–852. Available at: <https://doi.org/10.1109/ICIMTech50083.2020.9211154>.
- Handini, V.A. & Choiriyati, W. (2020) 'Digitalisasi UMKM Sebagai Hasil Inovasi Dalam Komunikasi Pemasaran Sahabat Umkm Selama Pandemi Covid-19', *Jurnal Riset Komunikasi*, 11(2), pp. 150–167. Available at: <http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JRKom>.
- Harisma, A. & Padmalia, M. (2023) 'Anteseden Dari Continuance Intention To Use E-Payment Dana Pada Pengguna Generasi Z', *PARSIMONIA*, 10(1), pp. 16–30.
- Heryanti, A.H. (2023) 'Pengaruh Kualitas Layanan Aplikasi Dana terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Melakukan Transaksi Secara Online sebagai Alat Pembayaran Elektronik (E-Payment)', *Journal on Education*, 5(3), pp. 8080–8096.
- Karim, M.W., Chowdhury, M.A.M. & Haque, A.K.M.A. (2022) 'A Study of Customer Satisfaction Towards E-Wallet Payment System in Bangladesh', *American Journal of Economics and Business Innovation*, 1(1), pp. 1–10. Available at: <https://doi.org/10.54536/ajebi.v1i1.144>.
- Kilay, A.L., Simamora, B.H. & Putra, D.P. (2022) 'The Influence of E-Payment and E-Commerce Services on Supply Chain Performance: Implications of Open Innovation and Solutions for The Digitalization of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia', *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), pp. 1–24. Available at: <https://doi.org/10.3390/joitmc8030119>.
- Kritinae, V. (2021) 'Pelatihan Menggunakan E-Payment Dan Value Innovation Untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis Usaha Kecil Masyarakat Di Palangka Raya', *Media Bina Ilmiah*, 16(3), pp. 6627–6634.
- Lestari, R.I., Santoso, D. & Indarto, I. (2021) 'Meningkatkan Literasi Keuangan Digital Pada Pelaku UMKM Melalui Sosialisasi Gerakan Nasional Non-Tunai', *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 4(3), pp. 378–390. Available at: <https://doi.org/10.33474/jipemas.v4i3.10947>.
- Mukti, A., Herawati & Ilhamsyah, P. (2022) 'Optimalisasi E-Payment Bagi Pelaku UMKM', *Jurnal Pengabdian Masyarakat INOTEC UUI*, 4(2), pp. 31–35. Available at: <https://smesco.go.id/>.
- Munawar, Z. et al. (2021) 'Pemanfaatan Teknologi Digital Di Masa Pandemi Covid-19', *Tematik : Jurnal Teknologi Informasi Komunikasi (e-Journal)*, 8(2), pp. 160–175.
- Namira, L. (2022) 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat UMKM di Kota Padang Menggunakan e-Payment sebagai Metode Pembayaran', *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 6(1), pp. 212–224. Available at: <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.553>.
- Nugrahini, D.E. & Alfian, A.H. (2023) 'Persepsi Penggunaan E-Payment Di Era Cashless Society: Peran Nilai Online Shopping, Manfaat E-Payment Dan Kepatuhan Syariah (Sharia

- Compliance)', *Jurnal Magister Manajemen Universitas Mataram*, 12(1), pp. 88–99. Available at: <https://doi.org/10.29303/jmm.v12i1.764>.
- Octavina, L.A. & Rita, M.R. (2021) 'Digitalisasi Umkm, Literasi Keuangan, dan Kinerja Keuangan : Studi Pada Masa Pandemi Covid-19', *Journal of Business and Banking*, 11(1), pp. 73–92.
- Oktaviany *et al.* (2022) 'Impact Of E-Marketing In Supporting MSMEs After Covid-19 Pandemic', *Eqjen-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(4), pp. 1–7.
- Permana, A.E. *et al.* (2021) 'Analisa Transaksi Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19', *Jurnal Teknoinfo*, 15(1), pp. 32–37. Available at: <https://doi.org/10.33365/jti.v15i1.868>.
- Pringgadini, S.A. & Basiya, R. (2022) 'Pengaruh Kepercayaan, Perceived Security, Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan E-Payment Pospay (Studi Kasus Pengguna Pospay Kantor Pos Pati)', *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), pp. 574–584. Available at: <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1774>.
- Purba, N., Yahya, M. & Nurbaiti (2021) 'Revolusi Industri 4.0 : Peran Teknologi Dalam Eksistensi Penguasaan Bisnis Dan Implementasinya', *JPSB - Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis*, 9(2), pp. 91–98.
- Rahadi, R.A. *et al.* (2022) 'Towards a cashless society: Use of electronic payment devices among generation z', *International Journal of Data and Network Science*, 6(1), pp. 137–146. Available at: <https://doi.org/10.5267/J.IJDNS.2021.9.014>.
- Rahayu, I., Pratiwi, L. & Rahwana, K.A. (2022) 'Implementasi Fintech Sebagai Model Transaksi Masa Kini', *Journal of Empowerment Community*, 4(1), pp. 1–5. Available at: <https://e-journal.unper.ac.id/index.php/JEC>.
- Rahayu, R. (2022) 'Factors That Influence the Behavioural Intention to Use E-Payments in Indonesia', *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(1), pp. 116–125. Available at: <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i1.504>.
- Ramadhan, A. & Subari (2022) 'Penerapan Aplikasi Android E-Payment dan Pemesanan Layanan Pujasera', *Jurnal Teknologi dan Manajemen Informatika*, 8, pp. 46–55. Available at: <http://http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jtmi>.
- Rizqi, M.S. *et al.* (2022) 'Pengembangan UMKM Dalam Pemanfaatan Sumber Daya Alam Untuk Mendukung Perekonomian Keluarga', *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani*, 2(2), pp. 218–223.
- Rusnawati, Farild, M. & Indriyani, E. (2022) 'The Fintech E-Payment: The Impact To Financial Behavior', *Laa - Maisyir: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), pp. 20–32. Available at: <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/lamaisyir>.
- Salloum, S.A. *et al.* (2019) 'An Innovative Study of E-Payment Systems Adoption in Higher Education: Theoretical Constructs and Empirical Analysis', *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 13(6), pp. 68–83. Available at: <https://doi.org/10.3991/ijim.v13i06.9875>.
- Saputri, N.A. (2021) 'Readiness of SMEs on Digital Payment for Business Sustainability', *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 3(2), pp. 140–144. Available at: <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i2.1079>.
- Siregar, L.Y. & Nasution, M.I.P. (2020) 'Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Peningkatan Bisnis Online', *Hirarki - Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 2(1), pp. 71–75. Available at: <https://doi.org/10.30606/hjimb>.

Suryati, D. & Salkiah, B. (2019) 'Analisis Program Pemberdayaan Ekonomi Kerakyatan Pada Umkm Di Kota Mataram', *Media Bina Ilmiah*, 13(12), pp. 1823–1832.

Zada, C. & Sopiana, Y. (2021) 'Penggunaan E- Wallet atau Dompot Digital sebagai Alat Transaksi Pengganti Uang Tunai Bagi UMKM di Kecamatan Banjarmasin Tengah', *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, 4(1), pp. 251–268.