

Faktor Penentu Sikap Penggunaan Platform Pembayaran Digital bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Kreatif

Lathif Hanafir Rifqi¹ ; Ana Zahrotun Nihayah²

¹⁻²UIN Walisongo Semarang, Email: lathif.hanafir.rifqi@walisongo.ac.id,
ana.zahrotun.nihayah@walisongo.ac.id

ARTICLES INFORMATION

ABSTRACT

JURNAL SEKURITAS
(Saham, Ekonomi, Keuangan dan Investasi)

Vol.6, No.1, September 2022
Halaman : 17 – 28

© LPPM & Prodi Manajemen
UNIVERSITAS PAMULANG

ISSN (online) : 2581-2777
ISSN (print) : 2581-2696

Keyword :

Usaha Mikro Kecil Kreatif; Platform Pembayaran Digital; Sikap

JEL. classification :

C33, G21, G24, N15, N25

Permalink:

DOI: [10.32493/skt.v6i1.22420](https://doi.org/10.32493/skt.v6i1.22420)

Article info :

Received : Juli 2022

Revised : Agustus 2022

Accepted : September 2022

Licenses :



<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Contact :

PRODI MANAJEMEN UNPAM
JL.Surya Kencana No.1 Pamulang
Tangsel-Banten
Telp. (021) 7412566, Fax (021) 7412491
Email : sekuritas@unpam.ac.id

Penelitian ini dilakukan untuk mengisi kekosongan dari penelitian sebelumnya mengenai digitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Digitalisasi UMKM pada penelitian sebelumnya kebanyakan berbicara dari perspektif pemangku kebijakan. Penelitian ini hadir untuk menggali faktor penggunaan Platform pembayaran digital dari sisi pelaku Usaha Mikro Kecil (UMK) kreatif itu sendiri. Metode yang digunakan adalah purposive sampling dengan memperhatikan sample jenuh. Hasil penelitian didapatkan tiga hal yang menjadi faktor rendahnya penggunaan platform pembayaran digital bagi UMK kreatif. Ketiga faktor tersebut adalah literasi keuangan, infrastruktur, dan literasi digital. Temuan penting selanjutnya adalah hal penting pemicu ketiga faktor yang disebutkan adalah tingkat pendidikan rendah dari pelaku UMK Kreatif

This research was conducted for research from previous research regarding the digitization of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). The digitization of MSMEs in previous studies mostly spoke from the perspective of policy makers. This research is here to find factors in the use of digital payment platforms from the side of creative Micro Small Business (UMK) actors themselves. The method used is purposive sampling by paying attention to saturated samples. The results of the study found three factors that contributed to the low use of digital payment platforms for creative MSEs. The third factor is financial literacy, infrastructure, and digital literacy. The next important finding is the important thing that triggers the three factors mentioned is the low level of education of Creative UMK actors.

A. PENDAHULUAN

Usaha mikro kecil (UMK) kreatif merupakan usaha yang memiliki produk khusus sehingga selalu memproduksi berbagai macam produk dengan beragam kreatifitas. Produk dari industri kreatif bukanlah jenis kebutuhan pokok yang dibutuhkan oleh sebagian besar masyarakat. Maka dari itu, pelaku usaha kreatif harus pandai dalam memasarkan produknya ke berbagai konsumen yang bervariasi. Keberagaman konsumen ini tentunya tersebar luas di berbagai lokasi yang sangat mungkin memiliki jarak cukup jauh (Karami & Read, 2021). Adanya masalah persebaran konsumen ini harus disiasati oleh pelaku usaha kreatif salah satunya dengan memanfaatkan teknologi digital (Fanreza & Shilvana, 2021). Teknologi digital yang perlu digunakan oleh pelaku industri kreatif tidak hanya terbatas pada masalah pemasaran saja. Transaksi pembayaran antara pelaku industri kreatif dengan konsumen atau dengan pedagang perantara sudah seharusnya menggunakan platform pembayaran digital. Platform pembayaran digital akan menjadi tren gaya hidup dalam transaksi pembayaran di masa yang akan datang. Hal ini tentunya harus diadaptasi oleh pelaku UMK kreatif dalam menjalin transaksi dengan konsumen yang sudah aplikatif dalam penggunaan platform pembayaran digital (Najib & Fahma, 2020).

Digitalisasi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) telah menjadi program vital pemerintah dalam pengembangan UMKM. Akibat turunan dari program ini adalah munculnya berbagai riset dengan tema digitalisasi UMKM (Hadion Wijoyo, Hamzah Vensuri, Musnaini Widiyanti, Denok Sunarsi, Haudi, Dodi Prasada, Lily Setyawati Kristianti, Asep Muhammad Lutfi, 2020). Dari sekian banyak riset menggunakan tema ini, sebagian besar hanya berfokus pada konsep, manajerial, ataupun strategi mengenai digitalisasi UMKM itu sendiri (Hervé et al., 2016; Idah & Pinilih, 2020; Nasution & Indria, 2021). Riset-riset tersebut berangkat dari arah pemangku kepentingan yang terkesan mengandalkan justifikasi persoalan dilapangan. Riset yang menggali berbagai masalah dari pelaku UMKM terkait pemanfaatan teknologi digital belum banyak dilakukan.

Riset ini hadir untuk mengisi kekosongan dari riset-riset terdahulu yaitu melihat faktor-faktor masalah yang diduga menghambat pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital. Riset akan fokus menggali informasi dari sisi pelaku UMKM mengenai faktor penghambat ataupun pendorong digitalisasi UMKM. Lebih spesifik digitalisasi yang difokuskan dalam riset ini adalah penggunaan platform pembayaran digital.

Platform pembayaran digital diyakini dapat membantu pelaku UMKM khususnya dalam industri kreatif untuk meningkatkan produksinya. Transaksi pembayaran dapat dilakukan dengan cepat dan mudah sehingga menciptakan efisiensi usaha (Takon et al., 2019). Efisiensi ini kemudian berdampak pada percepatan produksi sehingga usaha dapat tumbuh secara cepat. Penggunaan platform pembayaran digital sangat penting digunakan oleh pelaku UMK kreatif. Namun, dalam sebuah observasi pelaku UMK kreatif belum banyak yang menggunakan teknologi ini. Berbagai sebab dijadikan sebagai hipotesis penelitian. Hipotesis ini setidaknya didapatkan tiga aspek yaitu literasi keuangan yang terbatas, literasi digital yang tidak begitu baik, serta tidak tersedianya infrastruktur yang baik dari pemerintah maupun perusahaan penyedia platform pembayaran digital. Dugaan-dugaan ini menjadi pokok masalah yang dikembangkan dalam penelitian

B. KAJIAN LITERATUR

Sikap Penggunaan

Sikap merupakan evaluasi keyakinan seseorang atas perasaan negatif atau positif dalam menentukan perilaku yang akan dilakukan (Jogiyanto, 2007). Maka dari itu, sikap merupakan akumulasi dari perasaan seseorang yang kemudian mengarahkan untuk menetapkan keputusan pada dua kutub yang berlawanan mengenai perilaku yang akan dilakukan. Pasangan kutub ini dapat berupa menerima atau menolak, tertarik atau tidak tertarik, baik atau jelek dan lain sebagainya (Ajzen, I., & Fishbein, 1972). Dari uraian ini sikap



penggunaan platform pembayaran digital diukur dengan ketertarikan atau ketidaktertarikan seseorang terhadap penggunaan platform pembayaran digital.

Sikap yang mencerminkan ketertarikan atau sebaliknya dalam penggunaan suatu objek tentunya dilatarbelakangi oleh berbagai faktor. Faktor tersebut dapat berasal dari lingkungan ataupun atribut lain yang melekat pada diri seseorang (Azwar S, 2011). Faktor lingkungan misalnya, ketertarikan seseorang dapat dipengaruhi dari kondisi sosial masyarakat disekitarnya. Kondisi sosial masyarakat memiliki peran kuat dalam mempengaruhi kecenderungan perilaku seseorang. Kebiasaan-kebiasaan sosial masyarakat dapat juga dipengaruhi oleh kebijakan pemerintah. Faktor atribut yang melekat pada diri seseorang diantaranya adalah tingkat intelegensi. Tingkat intelegensi seseorang memiliki pengaruh terhadap sikap seseorang dalam memilih objek tertentu.

Platform Pembayaran Digital (internet banking dan dompet digital)

Platform pembayaran digital adalah layanan dalam sistem pembayaran yang dilaksanakan tanpa melalui kantor fisik. Platform pembayaran digital mengoptimalkan peran teknologi seperti web, mobile phone, dan jasa pihak ketiga (agen) (Astri Rumondang et al, 2019). Target platform pembayaran digital adalah masyarakat *unbanked* maupun *underbanked* (Seftarita & Azra, 2017). Khusus layanan melalui pihak ketiga dimaksudkan untuk mengoptimalkan layanan pada masyarakat yang tinggal di wilayah sulit dijangkau oleh lembaga keuangan. Maka dari itu, pada kelompok masyarakat ini, penjangkauan layanan diantaranya dioptimalkan dengan jaringan telekomunikasi internet ataupun *mobile phone*. Lebih spesifik platform pembayaran digital yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah layanan internet banking dan dompet digital yang membantu pelaku UMK kreatif dalam melakukan transaksi pembayaran.

Bank Indonesia sebagai salah satu otoritas moneter di Indonesia mengeluarkan Peraturan Bank Indonesia No.16/8/2014 yang berisi tentang optimalisasi layanan keuangan digital bagi bank-bank termasuk didalamnya adalah mengatur tentang e-money (BPK, 2014). Platform pembayaran digital diprediksi akan semakin berkembang bahkan menguasai pasar jasa pembayaran. Teknologi menjadi hal sangat akrab bagi masyarakat saat ini terutama kalangan muda bahkan anak-anak. Kalangan ini tentunya yang akan mendominasi pasar keuangan digital di Indonesia di waktu yang akan datang (Nugraha & Wahyuastuti, 2017). Dalam peraturan bank Indonesia di atas program layanan keuangan digital dibagi dalam empat tahap. Keempat tahap tersebut secara berturut-turut yaitu pemenuhan konektivitas dasar, pelayanan transfer, *full range service* (kredit, menabung, dan suransi), dan *digital in-store purchase* (Seftarita & Azra, 2017). *Digital in-store purchase* mencakup layanan dalam transaksi pasar modal dan e-commerce khususnya bagi UMKM. Ada beberapa contoh layanan keuangan digital yang familiar di masyarakat. Uang elektronik, rekening ponsel, tabungan digital, pinjaman online, dompet digital merupakan contoh layanan keuangan digital yang digunakan masyarakat pada umumnya.

Usaha mikro kecil Kreatif

Usaha mikro merupakan usaha milik perorangan dan atau badan usaha yang memenuhi kriteria usaha mikro dalam perundang-undangan. Kriteria usaha mikro yang dimaksud ada dua. Kriteria pertama adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih maksimal Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah). Angka ini tidak termasuk asset tanah maupun bangunan didalamnya. Kriteria usaha mikro selanjutnya adalah usaha dengan kepemilikan nilai penjualan maksimal sebesar Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) dalam ukuran tahunan. Sementara, setingkat diatas usaha mikro adalah kategori usaha kecil. Sama halnya dengan usaha mikro, usaha kecil merupakan usaha yang dimiliki perorangan dan atau badan usaha yang berdiri secara independen. Arti kata independen dalam konteks ini adalah usaha yang bukan bagian dari anak atau cabang dari perusahaan lain (Undang-Undang tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, 2008). Usaha kecil menurut undang-undang diklasifikasikan dalam dua kriteria yaitu *pertama*, usaha yang memiliki kekayaan bersih (tidak termasuk tanah dan bangunan) berkisar antara Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta



rupiah) sampai dengan Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah). Kriteria yang kedua yaitu usaha kecil memiliki nilai penjualan tahunan antara Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan 2,5 miliar rupiah (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun, 2008).

Salah satu persoalan yang dialami oleh pelaku UMK adalah penguasaan terhadap platform pembayaran berbasis digital. Platform pembayaran digital akan menjadi kebutuhan primer bagi pihak manapun di waktu yang akan datang. Bagi pelaku UMK hal ini tentunya akan mempermudah segala transaksi keuangan yang dibutuhkan. Baik itu transaksi pendanaan (permodalan) ataupun transaksi dengan mitra serta konsumen. Terlebih bagi UMK yang bergerak di bidang kreatif. Memiliki sebaran konsumen yang berada di wilayah jauh, membuat transaksi pembayaran harus dilakukan secara non tunai. Dengan pemanfaatan platform pembayaran digital diperkirakan transaksi semakin mudah dan cepat sehingga berdampak pada produksi dan pertumbuhan usaha (Prokopenko et al., 2020). Dalam jangka menengah dan panjang diharapkan usaha mikro dan kecil dapat berkembang menjadi usaha menengah ataupun besar.

C. METODOLOGI PENELITIAN

Unit analisis dalam penelitian ini adalah pelaku UMK kreatif di kabupaten Jepara. Pelaku UMK kreatif ini terbagi dalam tujuh sentra industri yaitu sentra ukir, sentra tenun, kerajinan rotan, kerajinan monel, kerajinan mainan anak, kerajinan patung kayu, dan souvenir kayu (Kompasiana, 2019). Pentingnya penggunaan platform pembayaran digital sangat penting bagi pelaku UMK kreatif karena memiliki potensi pasar yang luas.

Desain penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Data diperoleh dengan interview mendalam. Interview mendalam diharapkan mendapatkan data yang lebih kompleks sehingga dapat melihat persoalan dilapangan dengan lebih tajam (Fadli, 2021). Maka dari itu, interview mendalam populer digunakan dalam penelitian dengan pendekatan kualitatif.

Sumber data adalah pelaku UMK kreatif di Jepara. Pemilihan responden menggunakan cara *purposive sampling* (Etikan, 2016) dengan kriteria skala usaha mikro (pendapatan maksimal 300 juta rupiah per tahun) dan usaha kecil (pendapatan 300 juta sampai dengan 2,5 miliar rupiah per tahun). Kriteria selanjutnya adalah adanya keterwakilan responden di setiap sentra industri. Kriteria ketiga adalah pelaku UMK kreatif yang belum menggunakan platform pembayaran digital.

Teknik pengumpulan data melalui interview mendalam kepada responden. Dokumentasi juga dilakukan untuk mengabadikan data selama proses penggalan data dalam interview (Huberman & Miles, 1992). Interview fokus mengenai objek formal penelitian yaitu faktor yang mempengaruhi sikap terhadap penggunaan platform pembayaran digital. Fokus interview ini penting, agar pengambilan data dapat dilakukan secara efisien.

Teknis Analisis data yang digunakan adalah reduksi, display, dan analisis (Rijali, 2019). Reduksi adalah menyaring data hasil interview yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Dalam proses interview tentunya tidak berjalan monoton karena perlu memperhatikan tradisi sosial maupun karakter dari responden. Data yang tersaring kemudian didisplay dalam sebuah tabel dengan kalimat singkat yang menyatakan poin jawaban. Dalam display juga diberikan coding untuk memudahkan identifikasi kata kunci dari jawaban. Selanjutnya melakukan analisis dengan mengaitkan mengaitkan jawaban dengan konteks dalam judul penelitian.



D. PEMBAHASAN

Pelaku UMK Kreatif Memiliki Tingkat Literasi Keuangan Terbatas dalam Penggunaan Platform Pembayaran Digital

Keterbatasan kompetensi literasi keuangan menjadikan faktor dari rendahnya penggunaan platform pembayaran digital. Dapat dilihat dalam tabel 4.1, sebagian besar dari pelaku UMK kreatif tidak memiliki pendidikan formal yang tinggi. Seringkali, status pendidikan formal yang “rendah” mempengaruhi tingkat kepercayaan diri seseorang (Tanjung & Amelia, 2017). Akibatnya keberanian pelaku UMK kreatif untuk sekedar mendapatkan informasi keuangan ke lembaga bank misalnya menjadi terbatas. Keterbatasan inilah yang kemudian menghambat penambahan wawasan keuangan pelaku UMK kreatif.

Tabel 1. Data Keterbatasan Literasi Keuangan pelaku UMK Kreatif

No	Keterbatasan literasi keuangan	Coding
1	Tidak memiliki rekan/sdr yang begitu paham mengenai keuangan	Keterbatasan rekan yang berwawasan keuangan
2	Tidak berasal dari pendidikan ekonomi atau keuangan	Pendidikan non ekonomi
3.	Tingkat pendidikan yang rendah (SMA ke bawah)	Pendidikan formal rendah
4.	Tidak memiliki waktu cukup untuk belajar mengenai bank atau keuangan	Waktu belajar terbatas
5.	Tidak percaya diri mencari informasi keuangan di lembaga keuangan seperti bank	Tingkat percaya diri yang rendah
6.	Menganggap banyak sekali istilah keuangan sulit dipahami	Istilah terlalu rumit
7.	Hasil produksi sebagian dijual kepada pedagang perantara dengan modal yang lebih besar melalui tunai, jadi penggunaan platform pembayaran digital tidak begitu diperlukan	Tidak merasa butuh

Sumber : Hasil interview yang diolah (2022)

Tabel 1. semakin memperkuat dugaan bahwa literasi keuangan memiliki kontribusi cukup tinggi terhadap sikap penggunaan platform pembayaran digital. Terdapat tiga aspek mendasar yang menyebabkan literasi keuangan pelaku UMK kreatif rendah. Ketiga aspek tersebut adalah tingkat pendidikan, lingkungan, dan sikap pesimis terhadap kemampuan diri dalam mempelajari bidang keuangan. Pelaku UMK kreatif yang memiliki tingkat pendidikan SMP tidak memiliki motivasi yang cukup untuk menambah wawasan tentang keuangan. Mereka beranggapan bahwa sebagian besar produk dijual kepada pedagang perantara yang memiliki modal lebih besar. Dalam transaksi ini seringkali pembayaran dilakukan secara tunai. Ketiga faktor mendasar ini semakin menegaskan bahwa literasi keuangan menjadi variabel penting yang mempengaruhi penggunaan platform pembayaran digital (Wardani & Darmawan, 2020).

Literasi keuangan yang terbatas menjadi penyebab rendahnya penggunaan platform pembayaran digital oleh pelaku UMK kreatif. Tingkat dan bidang pendidikan formal diduga menjadi faktor dasar yang memicu munculnya faktor-faktor lain (Shalahuddinta & Susanti, 2014). Tingkat pendidikan formal yang rendah serta tidak memiliki riwayat pendidikan di bidang ekonomi atau keuangan, menyebabkan motivasi untuk belajar tentang keuangan menjadi rendah. Motivasi yang rendah ini memicu pesimisme, sehingga menganggap istilah-istilah dalam bidang keuangan sulit dipahami. Keengganan belajar mengenai keuangan ini juga tidak didukung oleh lingkungan yaitu saudara ataupun rekan yang tidak pula memiliki wawasan keuangan yang baik. Hal ini semakin menegaskan tidak optimalnya penggunaan platform pembayaran digital yang diakibatkan oleh literasi keuangan yang buruk.



Pelaku UMK Kreatif tidak Memiliki Infrastruktur Pendukung yang Baik dalam Penggunaan Platform Pembayaran Digital

Sebagian dari pelaku UMK kreatif tidak memiliki akses yang baik terhadap kantor perbankan maupun perusahaan penyedia platform digital. Tabel 4.2, memperlihatkan bahwa infrastruktur menjadi faktor penting dalam membantu keteraksesan terhadap teknologi (Saragih, 2019). Pemanfaatan teknologi digital seperti platform pembayaran digital harus didukung dengan peralatan yang memadai. Ketersediaan jaringan internet yang lancar serta tersedianya peralatan seperti laptop dan ponsel pintar merupakan infrastruktur yang mendukung kemudahan dalam mengakses aplikasi pembayaran digital. Khusus untuk platform yang disediakan bank, maka kedekatan kantor cabang dengan nasabah pengguna semakin mempermudah akses. Hal ini menegaskan pentingnya infrastruktur untuk menjamin pelayanan bagi pengguna platform pembayaran digital (Jayalath & Premaratne, 2021).

Tabel 2. Data Keterbatasan Infrastruktur Pelaku UMK Kreatif

No	Keterbatasan Infrastruktur	Coding
1	Beberapa pelaku usaha memiliki lokasi jauh dengan lembaga keuangan	Lokasi jauh
2.	Tidak pernah atau jarang sekali diadakan program dari perusahaan keuangan (bank) atau penyedia platform pembayaran digital	Tidak ada Program edukasi dari bank/penyedia platform
3.	Tidak pernah ada Sosialisasi dari otoritas pemerintah (OJK, BI) mengenai wawasan keuangan	Tidak ada Program edukasi dari pemerintah
4.	Beberapa pelaku memiliki infrastruktur jaringan internet yang buruk untuk mengakses teknologi digital	Jaringan internet yang buruk
5.	Tidak memiliki perangkat lunak yang baik (Laptop, Hp pintar)	Tidak memiliki fasilitas

Sumber : Hasil interview yang diolah (2022)

Tabel 2, memperlihatkan terdapat dua aspek mendasar dari pentingnya infrastruktur bagi peningkatan keteraksesan platform pembayaran digital. Kedua aspek tersebut adalah jaringan internet dan peralatan seperti laptop atau ponsel pintar. Di beberapa kawasan di Indonesia, masih terdapat titik-titik yang tidak terfasilitasi jaringan internet dengan baik. Setidaknya, masih terdapat 26% masyarakat Indonesia yang belum terfasilitasi internet (Cindy Mutia Annur, 2022). Tidak hanya jaringan internet, pengguna platform pembayaran digital harus memiliki alat pengakses seperti laptop atau ponsel pintar. Ketersediaan alat ini sama pentingnya dengan jaringan internet yang disebutkan.

Kemudahan akses salah satunya selalu dikaitkan dengan infrastruktur. Hal ini menjadi tanggung jawab diantaranya adalah pemerintah maupun lembaga penyedia platform pembayaran digital. Beberapa pelaku UMK kreatif memiliki lokasi usaha yang cukup jauh dari perkotaan. Akibat dari hal ini, mereka mengalami kendala dalam mengakses aplikasi internet karena ketersediaan jaringan internet yang tidak begitu baik. Pemerintah dan lembaga penyedia platform digital selama ini tidak terlalu aktif dalam melihat permasalahan ini. Akibatnya, keteraksesan dari sebagian pelaku UMK kreatif ini dalam memanfaatkan platform pembayaran digital masih sangat rendah.

Pelaku UMK Kreatif Tidak Memiliki Kompetensi Digital yang Baik

Penggunaan aplikasi digital tidak begitu mudah bagi sebagian orang. Diperlukan kompetensi tertentu agar orang tersebut dapat dengan lancar dalam menggunakan aplikasi digital. Di era modern seperti ini, masih ada beberapa masyarakat yang “gagap” teknologi. Lawan kata dari “gagap” adalah kompeten. Menurut (Martin, 2005), kompetensi teknologi



diuraikan dalam lima bagian yaitu identifikasi, akses, kelola, integrasi, evaluasi, dan analisis. Bagi pengguna aplikasi digital tingkat identifikasi dan akses sudah cukup untuk memanfaatkan platform pembayaran digital dengan baik. Maka dari itu, kompetensi digital ini sangat diperlukan dalam mengakses platform pembayaran digital.

Tabel 3. Data Keterbatasan Infrastruktur Pelaku UMK Kreatif

No	Keterbatasan Kompetensi Digital	Coding
1	Keterbatasan dalam mengaplikasikan laptop	Tidak bisa laptop
2	Keterbatasan dalam mengoperasikan ponsel pintar	Tidak bisa HP pintar
3.	Bukan berasal dari pendidikan teknik atau informatika	Pendidikan non teknik
4.	Motivasi yang rendah untuk belajar aplikasi pembayaran digital	Motivasi rendah
5.	Pendapatan yang terbatas sehingga terbatas memiliki data internet	Pendapatan terbatas
6.	Menganggap Beberapa aplikasi pembayaran digital cukup rumit	Aplikasi digital rumit
7.	Masih khawatir dengan risiko pembayaran melalui aplikasi digital	Risiko penggunaan

Sumber : Hasil interview yang diolah (2022)

Tabel 3. menginformasikan setidaknya tiga poin yang menyebabkan rendahnya kompetensi digital yaitu *skill* dalam mengoperasikan alat, motivasi rendah, dan persepsi negatif. *Skill* yang rendah dapat disebabkan karena tidak memiliki riwayat pendidikan atau pelatihan teknologi yang cukup (Rusmana, 2020). Keadaan ini, diperparah lagi dengan motivasi yang rendah untuk belajar menggunakan aplikasi digital. Akibatnya timbul sikap pesimistis terhadap aplikasi digital yang baru sehingga muncul stigma-stigma negatif seperti risiko penggunaan aplikasi dan kerumitan pengoperasian.

Kompetensi digital sangat diperlukan oleh pelaku UMK kreatif dalam era modern ini. Pengoperasian peralatan digital seperti laptop dan ponsel pintar menjadi hal yang mendasar bagi hampir semua orang di masa yang akan datang. Namun, sebagian pelaku UMK kreatif tidak memiliki kompetensi digital yang baik. Sebagian beralasan karena tidak berasal dari bidang pendidikan teknik atau informatika. Di samping juga, terdapat beberapa yang berpendidikan formal rendah. Hal ini memicu sikap pesimistis untuk belajar aplikasi pembayaran digital melalui laptop ataupun ponsel pintar. Akibat turunan dari sikap pesimistis ini adalah adanya asumsi bahwa aplikasi pembayaran digital begitu rumit. Padahal, sekali lagi kompetensi digital adalah bagian syarat yang tak terpisahkan dari pengoperasian aplikasi pembayaran digital (Ilomäki et al., 2011).

Hasil pengamatan penelitian didapatkan tiga faktor pokok yang berpengaruh terhadap sikap penggunaan platform pembayaran digital yaitu literasi keuangan, infrastruktur, dan literasi digital. Literasi tentang keuangan maupun digital adalah perpaduan kompetensi dalam penggunaan platform pembayaran digital. Aplikasi ini mengandung dua unsur yaitu keuangan dan digital, sehingga kemampuan terhadap kedua aspek ini merupakan suatu prasyarat wajib. Disamping itu, kemampuan memadai saja tidak cukup karena harus ditunjang oleh infrastruktur yang memadai. Maka dari itu, ketiga faktor ini harus dipenuhi agar penggunaan terhadap platform pembayaran digital meningkat.

Poin penting dari rendahnya literasi keuangan adalah disebabkan karena tingkat pendidikan rendah atau tidak memiliki riwayat pendidikan bidang keuangan. Literasi keuangan masih menjadi persoalan penting bagi pemerintah maupun lembaga keuangan. Di Indonesia tingkat literasi keuangan masih 38,3% pada tahun 2019 (OJK, 2019). Literasi keuangan yang baik dicerminkan dengan pengetahuan produk-produk dari lembaga keuangan. Pengetahuan ini yang akan mendorong calon pengguna untuk memakai atau menolak produk keuangan tersebut (Manurung, 2009). Temuan mengenai keterpengaruhan



literasi keuangan terhadap intensitas penggunaan layanan keuangan digital sesuai dengan hasil penelitian dari (Zahra et al., 2019). Dengan pendekatan kuantitatif, literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensitas penggunaan layanan keuangan digital. Dalam hal ini, platform pembayaran digital merupakan bagian dari layanan keuangan digital.

Faktor lain dari sikap penggunaan platform keuangan digital adalah infrastruktur. Kelancaran dari kegiatan digital masyarakat harus difasilitasi dengan infrastruktur yang memadai. Infrastruktur dapat bersumber dari dua pihak. Pihak pertama adalah pemerintah atau perusahaan, sementara pihak kedua adalah calon pengguna teknologi digital. Banyak faktor penyebab dari ketersediaan infrastruktur ini. Dari pihak pemerintah atau perusahaan seringkali memiliki kendala pembiayaan dalam mengoptimalkan infrastruktur seperti jaringan internet maupun kantor cabang. Dari sisi calon pengguna, seringkali tidak memiliki pendapatan yang cukup untuk membeli peralatan seperti laptop ataupun ponsel pintar. Ketersediaan infrastruktur dan tingkat pendapatan ini pernah disinggung oleh penelitian (Seftarita & Azra, 2017). Mereka menemukan bahwa ketersediaan jaringan internet dan pendapatan memiliki pengaruh terhadap penggunaan layanan keuangan digital meskipun hasilnya tidak signifikan.

Faktor ketiga yaitu literasi digital yang mempengaruhi sikap penggunaan platform pembayaran digital. Sebagian pelaku usaha kreatif tidak memiliki kompetensi digital yang baik. Padahal, pengoperasian aplikasi digital sudah semestinya memiliki tingkat literasi digital yang baik. Setidaknya pelaku UMK kreatif dapat mengidentifikasi dan mengakses dari produk digital yang ada. Kompetensi ini tentunya sangat mendukung pelaku UMK kreatif dalam memanfaatkan platform pembayaran digital. Di Indonesia, literasi digital masih menjadi masalah bagi sebagian kalangan terutama usia tua (Ain et al., 2021). Hal ini juga dialami oleh sebagian pelaku industri kreatif yang memiliki kriteria usia yang telah disebutkan.

Dalam hal kontekstual, penelitian ini memiliki poin pembeda dengan penelitian sebelumnya. Tidak ada penelitian sebelumnya yang fokus pada pelaku usaha industri kreatif mengenai keteraksesan penggunaan platform pembayaran digital. (Seftarita & Azra, 2017) menggunakan konteks masyarakat Aceh secara umum sebagai konteks objek penelitian. Sementara, penelitian dengan tema digitalisasi UMKM kebanyakan hanya berfokus pada perumusan konsep, strategi, maupun managerial dari pemangku kepentingan dalam rangka optimisasi pemanfaatan teknologi digital untuk pengembangan UMKM. Penelitian ini hadir, untuk melihat kondisi lapangan dari perspektif pelaku UMKM mengenai permasalahan yang ada dalam optimisasi penggunaan platform pembayaran digital.

Didapatkan tiga faktor pokok yang menjadi penyebab sikap penggunaan platform pembayaran digital yaitu literasi keuangan, infrastruktur, dan literasi digital. Ketiga hal ini harus direspon dengan strategis oleh pemerintah maupun perusahaan penyedia platform pembayaran digital. Untuk mengatasi literasi keuangan dan literasi digital yang rendah, pemerintah (dinas koperasi dan UMKM) maupun lembaga keuangan dapat mengadakan program edukatif kepada pelaku UMK kreatif agar kompetensi mereka dapat ditingkatkan khususnya mengenai keuangan dan teknologi digital. Terkait infrastruktur, pemerintah daerah jepara dapat memetakan titik wilayah pelaku UMK kreatif yang tidak memiliki jaringan internet untuk dilakukan perbaikan kualitas jaringannya.



E. KESIMPULAN

Ternyata, sebagian pelaku UMK kreatif adalah memiliki pendidikan formal yang rendah (SMP atau dibawahnya). Hal ini yang memicu tingkat literasi keuangan dan literasi digital rendah. Meskipun memiliki bakat kreatif, mereka hanya terbatas pada kemampuan bidang tertentu saja. Padahal sebagai seorang wirausaha, kompetensi beragam antar bidang perlu dikuasai. Dalam konteks pelaku UMK kreatif, bidang lain selain teknis produksi yang harus dikuasai misalnya keuangan, pemasaran, maupun teknologi digital. Dengan demikian, edukasi mengenai keuangan, teknologi digital perlu ditindaklanjuti oleh pihak berwenang diantaranya adalah pemerintah daerah.

Penelitian ini memadukan dua fokus program pemerintah yaitu inklusi keuangan dan digitalisasi UMKM. Berbicara mengenai inklusi keuangan dan digitalisasi UMKM seringkali hanya berfokus pada tema strategi, konsep, maupun manajerial yang berasal dari perspektif pemangku kebijakan. Hal ini kemudian hanya menghasilkan justifikasi persoalan dilapangan. Riset ini hadir untuk menggali berbagai persoalan di lapangan yang bersumber dari pengguna produk keuangan yang berbasis digital. Dari persoalan itu, menegaskan bahwa dalam menyelesaikan persoalan tidak boleh hanya menyelesaikan dari satu pihak saja. Namun, harus menggali pihak lain yang sekiranya ada keterkaitan dengan persoalan tersebut.

Penelitian ini terbatas pada pengamatan pelaku UMK kreatif dalam penggunaannya terhadap platform pembayaran digital. Tentunya riset dengan tema inklusi keuangan ataupun digitalisasi UMKM dapat dikembangkan pada konteks yang lain. Misal digital marketing atau penelitian inklusi keuangan pada pelaku usaha mikro dan kecil.

DAFTAR PUSTAKA

- Ain, N., Novianti, R., Solfiah, Y., & Sari, E. P. (2021). Analisis Kemampuan Literasi Digital Orang Tua Anak Usia Dini di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Riau. *Lectura: Jurnal Pendidikan*, 12(1), 29–40.
<https://kns.cnki.net/kcms/detail/11.1991.n.20210906.1730.014.html>
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1972). Attitudes and normative beliefs as factors influencing behavioral intentions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 21(1), 1–9.
<https://doi.org/10.1037/h0031930>
- Astri Rumondang et all. (2019). *Fintech: Inovasi Sistem Keuangan di Era Digital* (T. Limbong (ed.)). Yayasan Kita Menulis.
- Azwar S. (2011). *Sikap Manusia Teori dan Pengukuran*. November, 51–63.
- BPK. (2014). *Peraturan BI No. 16/8/PBI/2014 Tahun 2014 tentang Perubahan atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (Electronic Money)*.
- Cindy Mutia Annur. (2022). *Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>
- Etikan, I. (2016). Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1.
<https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54.
- Jurnal **SEKURITAS** (Saham, Ekonomi, Keuangan dan Investasi), Vol.6, No.1 September 2022.....25



<https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>

- Fanreza, R., & Shilvana, R. (2021). Melatih Pelaku Umkm Dalam Memanfaatkan Digital Marketing Upaya Mengembangkan Usaha Berbasis Teknologi Di Dusun Vii Manunggal. *Prosiding Seminar Nasional ...*, 2(1), 1179–1184. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/8457%0Ahttp://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/viewFile/8457/6236>
- Hadion Wijoyo, Hamzah Vensuri, Musnaini Widiyanti, Denok Sunarsi, Haudi, Dodi Prasada, Lily Setyawati Kristianti, Asep Muhammad Lutfi, I. R. A. (2020). *Digitalisasi UMKM. Insan Cendekia Mandiri*.
- Hervé, A., Schmitt, C., Baldegger, R., & Schwab, K. (2016). *TIMReview_2020_April - 1*.
- Huberman, & Miles. (1992). Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 02(1998).
- Husain, T., & Sunardi, N. (2020). Firm's Value Prediction Based on Profitability Ratios and Dividend Policy. *Finance & Economics Review*, 2(2), 13-26.
- Idah, Y. M., & Pinilih, M. (2020). Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call for Papers "Pengembangan Sumber Daya Pedesaan Dan Kearifan Lokal Berkelanjutan IX,"* 9(1), 195–204.
- Illomäki, L., Kantosalo, A., & Lakkala, M. (2011). What is digital competence. *Linked Portal. Brussels: European Schoolnet (... , March, 1–12*. <http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:What+is+digital+competence+?#0>
- Jayalath, J. A. R. C., & Premaratne, S. C. (2021). Analysis of Key Digital Technology Infrastructure and Cyber Security Consideration Factors for Fintech Companies. *International Journal of Research Publications*, 84(1), 128–135. <https://doi.org/10.47119/ijrp100841920212246>
- Jogiyanto, H. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan* (Edisi Revi). Andi.
- Karami, M., & Read, S. (2021). Co-creative entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 36(4). <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0883902621000355>
- Kadim, A., & Sunardi, N. (2022). Financial Management System (QRIS) based on UTAUT Model Approach in Jabodetabek. *International Journal of Artificial Intelligence Research*, 6(1).
- Kadim, A., Sunardi, N & Husain, T. (2020). The modeling firm's value based on financial ratios, intellectual capital and dividend policy. *Accounting*, 6(5), 859-870.
- Kompasiana. (2019, October 24). 7 Industri Kreatif yang Ada di Jepara. *Kompasiana.Com*. https://www.kompasiana.com/arwork/5db14afc097f366ebc62dff2/7-industri-kreatif-yang-ada-di-jepara?page=1&page_images=1
- Lesmana, R., & Sunardi, N. (2021). Futuristic Leadership Through PEKA Analysis Approach. *HUMANIS (Humanities, Management and Science Proceedings)*, 2(1).
- Manurung, A. H. & L. T. R. (2009). *Succesful Financial Planner: A Complete Guide*. PT. Grasindo.



- Martin, A. (2005). DigEuLit – a European Framework for Digital Literacy: a Progress Report. *Journal of ELiteracy*, 2, 130–136.
- Najib, M., & Fahma, F. (2020). Investigating the adoption of digital payment system through an extended technology acceptance model: An insight from the Indonesian small and medium enterprises. *International Journal on Advanced Science, Engineering and Information Technology*, 10(4), 1702–1708. <https://doi.org/10.18517/ijaseit.10.4.11616>
- Nasution, E. Y., & Indria, T. (2021). Digitalisasi UMKM di Masa Pandemi. *Arsip Publikasi Ilmiah Biro Administrasi*, 2(1), 797–805. <http://research-report.umm.ac.id/index.php/API-BAA/article/view/4022>
- Nugraha, A. E. P., & Wahyuhastuti, N. (2017). Start Up Digital Bussiness: Sebagai Solusi Penggerak Wirausaha Muda. *JURNAL NUSANTARA APLIKASI MANAJEMEN BISNIS*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v2i1.701>
- OJK. (2019). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2019*. Ojk.Go.Id. <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-2019.aspx>
- Prokopenko, O., Shmorgun, L., Kushniruk, V., Prokopenko, M., Slatvinska, M., & Huliaieva, L. (2020). Business process efficiency in a digital economy. *International Journal of Management*, 11(3), 122–132. <https://doi.org/10.34218/IJM.11.3.2020.014>
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Rusmana, D. (2020). Pengaruh Keterampilan Digital Abad 21 Pada Pendidikan Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Kompetensi Kewirausahaan Peserta Didik Smk. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 8(1), 17. <https://doi.org/10.26740/jepk.v8n1.p17-32>
- Saragih, S. P. (2019). Technology Acceptance of Digital Payment System Pada Pelaku Umkm Di Kota Batam. *Computer Based Information System Journal*, 7(2), 82–90. <https://doi.org/10.33884/cbis.v7i2.1402>
- Seftarita, C., & Azra, U. (2017). Analisis Peluang Penggunaan Layanan Keuangan Digital (Lkd) Pada Masyarakat Kabupaten Aceh Besar Provinsi Aceh. *Jurnal Ekombis*, III(1), 1–16. <http://180.250.41.45/ekombis/article/view/385>
- Shalahuddinta, A., & Susanti. (2014). Pengaruh Pendidikan Keuangan di Keluarga, Pengalaman Bekerja, dan Pembelajaran. *Jurnal Pendidikan Akuntansi*, 2(2), 1–10.
- Sunardi, N. (2017). Determinan Intellectual Capital dengan Pendekatan iB-VAIC™ Terhadap Efisiensi Biaya Implikasinya Pada Profitabilitas Perbankan Syariah di Indonesia. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 1(1).
- Sunardi, N., & Lesmana, R. (2020). Konsep Icepower (Wiramadu) sebagai Solusi Wirausaha menuju Desa Sejahtera Mandiri (DMS) pada Masa Pandemi Covid-19. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 4(1).
- Sunardi, N. (2019). Relevansi Intellectual Capital terhadap Harga dan Retun Saham di Industri Perbankan Pemerintah di Indonesia. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 3(1).



- Takon, S. M., Nsofor, E. S., Ugwuegbe, S. U., Nwonye, N. G., & Ekeh, C. C. (2019). *Journal of Economics , Finance and Accounting Studies (JEFAS) Impact of Digital Payment System on the Efficiency of the Nigerian Banking Sector. c*, 19–27.
- Tanjung, Z., & Amelia, S. (2017). Menumbuhkan Kepercayaan Diri Siswa. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), 2–6. <https://doi.org/10.29210/3003205000>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008. 1*.
- Wardani, A. P. Y. K., & Darmawan, N. A. S. (2020). Peran Financial Technology pada UMKM: Peningkatan Literasi Keuangan Berbasis Payment Gateway. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 10(2), 170. <https://doi.org/10.23887/jiah.v10i2.25947>
- Zahra, H. Al, Febrian, E., & Amar, S. C. D. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sikap dan Intensi Pengurus Koperasi Untuk Menggunakan Platform Layanan Keuangan Digital di Kota Bandung. *Jurnal Manajemen*, 10(2), 155. <https://doi.org/10.32832/jm-uika.v10i2.2572>

