



ETNIK : Jurnal Ekonomi – Teknik

ISSN: 2808-6694 (Online);2808-7291 (Print)

Jurnal Homepage <https://etnik.rifainstitute.com>

Pengaruh Digital Payment Gateway (OVO) Terhadap Kinerja Keuangan UMKM

Umniyah¹, Dedi Mulyadi²

Universitas Buana Perjuangan Karawang

Informasi Artikel

Histori Artikel:

Submit 10 July 2023

Accepted 15 July 2023

Published 20 July 2023

Email Author:

Mn20.umniyah@mhs.ubpkarawang.ac.id

dedi.mulyadi@ubpkarawang.ac.id

ABSTRACT

The use of OVO digital payments is increasing in Indonesia, especially among people who rely on MSMEs as their source of income. The aim of the research on the Effect of Digital Payment Gateway (OVO) on the Financial Performance of MSMEs is to understand the impact caused by the adoption of the use of digital payment systems such as OVO on the financial performance of MSMEs. The method used is quantitative descriptive, aiming to create an objective picture or description of a situation using numbers, starting from data collection, interpreting the data. Based on the results of the data validity test which includes the validity test and reliability test, it is known that the data validity test for each variable is the digital payment variable (X) and the MSME financial performance variable (Y). has a Sig(2-tailed) value that is smaller than the specified error significance value or error level so that the validity test is fulfilled. Payment gateway provides tools to process payments between costumers, businesses and banks. Payment is the most important part of a transaction between customers, businesses and banking institutions which are both used.

Keywords: Digital Payment, Financial Performance, MSMEs

ABSTRAK

Penggunaan digital payment OVO semakin meningkat di Indonesia, terutama di kalangan masyarakat yang mengandalkan UMKM sebagai sumber penghasilan mereka. Tujuan Penelitian mengenai Pengaruh Digital Payment Gateway (OVO) Terhadap Kinerja Keuangan UMKM, adalah untuk memahami dampak yang ditimbulkan oleh adopsi penggunaan sistem pembayaran digital seperti OVO terhadap performa keuangan UMKM. Metode yang digunakan yaitu deskriptif kuantitatif, bertujuan untuk membuat gambar atau deskriptif tentang suatu keadaan secara objektif yang menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data. Berdasarkan hasil uji keabsahan data yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, diketahui uji validitas data terhadap masing masing variabel yaitu pada variabel digital payment (X) dan variabel kinerja keuangan

umkm (Y) menyatakan tiap item pertanyaan pada masing-masing variabel dimana seluruh item pertanyaan memiliki nilai Sig(2-tailed) yang lebih kecil dari nilai signifikansi error atau tingkat kesalahan yang ditetapkan sehingga uji validitas terpenuhi. Payment gateway menyediakan alat-alat untuk memproses pembayaran antara costomer, business dan bank. Payment merupakan bagian terpenting dari suatu tranksaksi antara customer, business dan lembaga-lembaga perbankan yang kedua digunakan.

Kata kunci : Digital Payment, Kinerja, UMKM

PENDAHULUAN

Internet saat ini merupakan sebuah layanan yang sangat memiliki peranan penting diseluruh kehidupan. Indonesia merupakan negara dengan pengguna internet terbesar ke enam di dunia (Kominfo, 2020). Seiring tingginya penggunaan internet yang ada di negara Indonesia, banyak para pembisnis platfor mmemanfaatkan kondisi ini guna meningkatkan roda perputaran ekonomi dengan melakukan via pembelanjaan online. Tren ini menciptakan metode pembayaran baru di Indonesia yang bernama Financial Technology (Fintech).

Kemajuan yang sangat pesat ini dalam teknologi menjadi kemudahan dalam bertransaksi khususnya sistem pembayaran ritel dengan munculnya instrument pembayaran yang dikenal sebagai electronic money (e-money). Penggunaan e-money menjadi salah satu alternatif sebagai alat pembayaran non-tunai, karena dapat memberikan keuntungan dan manfaat dibanding alat pembayaran tunai. Salah satu manfaat dengan adanya pembayaran menggunakan e-money yaitu dapat membantu masyarakat di Indonesia dalam melakukan transaksi online disetiap saat tanpa adanya batasan waktu dan tempat. Sejak pertama kali diluncurkannya layanan e-money ke masyarakat, layanan e-money ini membutuhkan proses yang panjang untuk diterima oleh masyarakat secara umum. Dengan bermunculannya teknologi informasi masyarakat bisa lebih mempergunakan dan memanfaatkan teknologi yang telah di modernisasi dan juga dapat memanfaatkan fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh berbagai pihak terkait dalam memajukan teknologi informasi di Indonesia (Hidayati et al., 2006).

Di Indonesia Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat penting bagi laju perekonomian yang mana sebagai salah satu cara untuk percepatan pembangunan daerah. Merujuk pada Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 mengenai UMKM, usaha mikro kecil dan menengah ialah sektor yang mengambil peran cukup besar dalam menyediakan lapangan kerja. Selain itu, UMKM juga memiliki kemampuan bertahan yang cukup tinggi bagi keadaan ekonomi. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) setelah kejadian krisis ekonomi yang melanda Indonesia tahun 1998, banyaknya jumlah UMKM tidak mengalami penurunan malah semakin mengalami peningkatan hingga saat ini.

Dalam era digital seperti sekarang, transaksi pembayaran menggunakan uang tunai semakin jarang dilakukan. Seiring dengan perkembangan teknologi, digital payment semakin populer di kalangan masyarakat, termasuk di kalangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Salah satu jenis digital payment yang saat ini sedang berkembang di Indonesia adalah OVO. OVO merupakan aplikasi pembayaran digital yang memberikan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi pembayaran, bahkan di toko-toko kecil dan warung.

Dalam beberapa tahun terakhir, penggunaan digital payment OVO semakin meningkat di Indonesia, terutama di kalangan masyarakat yang mengandalkan UMKM sebagai sumber

penghasilan mereka. Banyak UMKM yang telah mengadopsi OVO sebagai alat pembayaran untuk memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi. Hal ini menunjukkan bahwa digital payment OVO memiliki potensi untuk memengaruhi keuangan UMKM.

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji pengaruh digital payment terhadap keuangan UMKM. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa penggunaan digital payment dapat meningkatkan efisiensi dalam transaksi, mengurangi biaya operasional, dan meningkatkan pemasaran bagi UMKM. Namun, hasil penelitian juga menunjukkan adanya beberapa kendala yang dihadapi oleh UMKM dalam menggunakan digital payment, seperti kurangnya akses dan infrastruktur teknologi, serta keamanan transaksi yang kurang terjamin.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis dapat mengajukan penelitian dengan judul "Pengaruh Digital Payment Gateway (OVO) Terhadap Kinerja Keuangan UMKM". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh digital payment gateway OVO pada kinerja keuangan umkm.

Tujuan Penelitian mengenai Pengaruh Digital Payment Gateway (OVO) Terhadap Kinerja Keuangan UMKM, adalah untuk memahami dampak yang ditimbulkan oleh adopsi penggunaan sistem pembayaran digital seperti OVO terhadap performa keuangan UMKM

METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif menggunakan metode yang bertujuan untuk membuat gambar atau deskriptif tentang suatu keadaan secara objektif yang menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan dan hasilnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bisnis Financial Teknologi (Fintech) mulai tumbuh subur pada tahun 2016. Pada tahun 2016 jumlah perusahaan startup yang bergerak disektor keuangan digital melonjak pesat hingga 50%. Salah satu produk finansial digital tersebut adalah uang elektronik atau. e-money. PT Visionet Internasional sebuah perusahaan teknologi informasi yang berbasis di Jakarta, Indonesia. Namun pada tahun 2018, perusahaan raksasa Korea Selatan, Kakao Corp, membeli sebagian besar saham OVO dan menjadi pemegang mayoritas saham. Sejak itu, OVO telah mengalami pertumbuhan yang pesat dan saat ini telah menjadi salah satu penyedia layanan pembayaran digital terbesar di Indonesia. OVO juga telah mengembangkan produk dan layanan baru seperti OVO Cash, OVO Point, dan OVO Investa, yang semuanya bertujuan untuk memberikan nilai tambah kepada pengguna.

OVO adalah salah satu aplikasi pembayaran digital yang cukup populer di Indonesia. Aplikasi OVO ini dapat digunakan untuk melakukan pembayaran seperti belanja online, tagihan listrik, pulsa telepon, pembayaran transportasi, dan lain sebagainya. Selain itu, OVO juga menawarkan fitur lain seperti transfer uang antar pengguna, pengumpulan poin yang dapat ditukar dengan berbagai hadiah, serta investasi. OVO mulai meraih popularitas pada awal tahun 2018 setelah melakukan kerja sama dengan Grab Indonesia, salah satu penyedia layanan ride-hailing terbesar di Indonesia. Kerja sama ini memungkinkan pengguna Grab untuk menggunakan OVO sebagai metode pembayaran di aplikasi Grab, dan sebaliknya, pengguna OVO juga dapat menggunakan layanan Grab menggunakan saldo OVO mereka.

Pada tahun 2019, OVO mulai menawarkan fitur baru yang disebut "OVO Cash", yang memungkinkan pengguna untuk menarik saldo OVO mereka ke bank lokal dan menggunakannya untuk bertransaksi secara offline di berbagai merchant yang bekerja sama dengan OVO. OVO juga

terus melakukan ekspansi bisnisnya dengan bekerja sama dengan sejumlah merchant besar di Indonesia, termasuk beberapa restoran cepat saji, bioskop, dan supermarket. Hingga saat ini, OVO telah menjadi salah satu platform pembayaran digital terbesar dan terpopuler di Indonesia dengan lebih dari 100 juta pengguna aktif dan ribuan merchant mitra di seluruh Indonesia.

Uji Validitas

Menurut Ancok dalam Singarimbun & Effendi (1995;124) validitas merupakan instrumen yang digunakan untuk mengukur sejauh mana alat ukur dapat mengukur apa yang ingin diukur. Validitas ini pada dasarnya digunakan untuk melihat kesamaan antara yang terkumpul dengan data yang sebenarnya terjadi dalam objek penelitian, sehingga data yang diperoleh benar-benar valid. Menurut Ghazali (2012) uji validitas dapat dihitung dengan melakukan perbandingan antara nilai r hitung dengan nilai r tabel. Apabila r hitung lebih besar dari r tabel dan memiliki nilai positif, maka pertanyaan yang diuji dikatakan valid. Kriteria penilaian uji validitas yang digunakan tersebut yaitu:

- Jika r hitung lebih besar dari r tabel, maka komponen kuesioner dinyatakan valid.
- Jika r hitung lebih kecil dari r tabel, maka komponen kuesioner dinyatakan tidak valid

Uji validitas ini adalah sejauh mana ukuran nilai atau skor yang diperoleh benar-benar menyatakan hasil pengamatan serta pengukuran. Hasil pengukuran non fisik merupakan hasil yang umumnya berkaitan dengan validitas, serta berkaitan dengan karakteristik psikologis. Penulis dapat mengetahui bahwa kuisisioner tersebut valid atau tidak dengan membandingkan r kritis (r hitung $>$ 0

Tabel.1
Hasil Uji Validitas variabel Digital Payment (X)

Variabel	Item Pertanyaan	Sig (2-taillet)	Taraf Signifikasi (5%)	Keterangan
Digital Payment (X)	P1	0,000	0,05	Valid
	P2	0,000		Valid
	P3	0,000		Valid
	P4	0,000		Valid
	P5	0,000		Valid
	P6	0,000		Valid
	P7	0,000		Valid
	P8	0,000		Valid
	P9	0,000		Valid
	P10	0,000		Valid
	P11	0,000		Valid
	P12	0,000		Valid
	P13	0,000		Valid
	P14	0,000		Valid
	P15	0,000		Valid
	P16	0,000		Valid

Sumber : olah data (2023)

Tabel 3. Lanjutan

Variabel	Item Pertanyaan	Sig (2-taillet)	Taraf	Keterangan
----------	-----------------	-----------------	-------	------------

			Signifikasi (5%)	
Kinerja Keuangan (Y)	P1	0,000	0,05	Valid
	P2	0,000		Valid
	P3	0,000		Valid
	P4	0,000		Valid
	P5	0,000		Valid
	P6	0,000		Valid

Sumber : data diolah (2023)

Berdasarkan tabel hasil uji validitas diatas terhadap variabel digital paymeny (x) diatas, maka dapat diketahui hasil uji validitas tiap item pertanyaan pada variabel dimana seluruh item pertanyaan memiliki Sig (2-taillet) yang lebih kecil dari nilai signifikansi error atau tingkat kesalahan yang ditetapkan sehingga uji validitas terpenuhi. Artinya, setiap pertanyaan pada variabel digital payment (x) dapat dinyatakan valid atau dapat mewakili variabel.

Berdasarkan tabel hasil uji validitas diatas terhadap variabel Kinerja Keuangan (Y) diatas, maka dapat diketahui hasil uji validitas tiap item pertanyaan pada variabel dimana seluruh item pertanyaan memiliki Sig (2-taillet) yang lebih kecil dari nilai signifikansi error atau tingkat kesalahan yang ditetapkan sehingga uji validitas terpenuhi. Artinya, setiap pertanyaan pada variabel digital payment (x) dapat dinyatakan valid atau dapat mewakili variabel.

Uji Reabilitas

Suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai cronbach' alpha () lebih besar dari 0,6. Setelah menilai alpha, selanjutnya membandingkan nilai tersebut dengan angka kritis reliabilitas. Instrumenyang dipakai dalam variabel diketahui handal (reliabel) apabila memiliki Cronbach Alpha >0,6

Tabel 4. Hasil Uji Reabilitas Variabel Digital Payment (X)

Variabel	Reabilitas Coeficient	Cronbach' Alpha	Pembanding	Keterangan
Digital Payment (X)	16 item pertanyaan	0,426	0,06	Reliabel

Sumber : olah data (2023)

Tabel 4. Lanjutan

Variabel	Reabilitas Coeficient	Cronbach' Alpha	Pembanding	Keterangan
Kinerja Keuangan (Y)	5 item pertanyaan	0,378	0,06	Reliabel

Sumber : olah data (2023)

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas terhadap variabel digital payment (X) diatas, maka dapat diketahui hasil uji reliabilitas tiap item pertanyaan pada variabel dimana seluruh item pertanyaan memiliki nilai cronbach's alpha (0,426) lebih besar dari 0,6 (angka ketetapan yang merujuk pada buku metodologi penelitian Sugiono) sehingga uji reliabilitas terpenuhi. Artinya, setiap pertanyaan pada variabel digital payment (X) dapat dinyatakan reliabel.

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas terhadap variabel perilaku kinerja keuangan (Y) diatas,

maka dapat diketahui hasil uji reliabilitas tiap item pertanyaan pada variabel dimana seluruh item pertanyaan memiliki nilai cronbach's alpha (0,378) lebih besar dari 0,6 (angka ketetapan yang merujuk pada buku metodologi penelitian Sugiono) sehingga uji reliabilitas terpenuhi. Artinya, setiap pertanyaan pada variabel perilaku kinerja keuangan (Y) dapat dinyatakan reliabel.

Berdasarkan hasil uji keabsahan data yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, diketahui uji validitas data terhadap masing-masing variabel yaitu pada variabel digital payment (X) dan variabel kinerja keuangan umkm (Y) menyatakan tiap item pertanyaan pada masing-masing variabel dimana seluruh item pertanyaan memiliki nilai Sig(2-tailed) yang lebih kecil dari nilai signifikansi error atau tingkat kesalahan yang ditetapkan sehingga uji validitas terpenuhi. Artinya, setiap pertanyaan pada variabel digital payment (X) dan variabel kinerja keuangan umkm (Y) dapat dinyatakan valid atau dapat mewakili variabel. Sedangkan untuk uji reliabilitas masing-masing variabel menyatakan hasil uji reliabilitas tiap item pertanyaan pada masing-masing variabel dimana seluruh item pertanyaan memiliki nilai cronbach's alpha (0,426) pada variabel digital payment (X) dan (0,378) pada variabel kinerja keuangan umkm (Y) dimana kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,6 (angka ketetapan yang merujuk pada buku metodologi penelitian Sugiono) sehingga uji reliabilitas terpenuhi. Artinya, setiap pertanyaan pada variabel digital payment (X) dan variabel kinerja keuangan umkm (Y) dapat dinyatakan reliabel. Dengan terpenuhinya uji validitas dan reliabilitas, maka data hasil kuisioner tersebut telah terbukti keabsahannya dan dapat diproses untuk dilanjutkan ke tahap analisis berikutnya.

Berdasarkan analisis hasil uji regresi linear sederhana, dapat diketahui bahwa nilai konstanta sebesar 5,175 yang berarti bahwa nilai konsistensi variabel kinerja keuangan umkm (Y) adalah sebesar 5,175 sedangkan nilai koefisien regresi variabel digital payment (X) sebesar 3,157 menunjukkan bahwa setiap 1% nilai variabel digital payment (X) mempengaruhi variabel kinerja keuangan umkm (Y) sebesar 3,157. Sehingga pengaruh X (variabel digital payment) terhadap Y (variabel kinerja keuangan umkm) adalah $3,157 \times 100 = 31,7\%$. Koefisien regresi (3,157) tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel digital payment (X) terhadap variabel kinerja keuangan umkm (Y) adalah positif. Nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,005 ($\alpha = 5\%$) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel digital payment (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel kinerja keuangan umkm (Y).

Berdasarkan analisis uji parsial (uji t), didapatkan hasil bahwa variabel digital payment (X) berpengaruh signifikan atau nyata terhadap variabel kinerja keuangan umkm (Y), karena nilai P-value pada variabel X (digital payment) sebesar 0,15 lebih besar dari 0,05 (taraf signifikansi) sehingga keputusan tolak (terima) dimana variabel digital payment (X) berpengaruh signifikan atau nyata terhadap variabel Kinerja keuangan umkm (Y).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh digital payment terhadap perilaku konsumen, maka dapat disimpulkan bahwa Internet saat ini merupakan sebuah layanan yang sangat memiliki peranan penting diseluruh kehidupan. Indonesia merupakan negara dengan pengguna internet terbesar ke enam di dunia. Seiring tingginya penggunaan internet yang ada di negara Indonesia, banyak para pembisnis platfor memanfaatkan kondisi ini guna meningkatkan roda perputaran ekonomi dengan melakukan via pembelian online. Tren ini menciptakan metode pembayaran baru di Indonesia yang bernama Financial Technology (Fintech). Digital Payment Gateway adalah sebuah layanan pembayaran yang dilakukan secara elektronik dan terintegrasi dengan teknologi informasi dan komunikasi. Payment gateway menyediakan alat-alat untuk

memproses pembayaran antara customer, business dan bank. Payment merupakan bagian terpenting dari suatu transaksi antara customer, business dan lembaga-lembaga perbankan yang kedua digunakan. Payment gateway digunakan untuk memfasilitasi transaksi elektronik.. kinerja keuangan merupakan proses yang dilakukan dan hasil yang dicapai oleh suatu organisasi dalam memberikan jasa atau produk kepada pelanggan.

BIBLIOGRAFI

- Arikunto, S. (2016). *Proses Penelitian Suatu Pendekatan* (8th ed.). PT Asdi Mahasatya.
- Darmadi, H. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan SPSS* (1st ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hidayati, S., Nuryanti, I., Firmansyah, A., Fadly, A., & Darmawan, I. S. (2006). *Kajian: Operasional Uang elektronik/e-money*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Kominfo. (2020). Transformasi Digital Indonesia ; Survey Penetrasi Pengguna Internet 2020. Retrieved 18 April 2022, from https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita_satker#:~:te
- Pemerintah RI. (2008). *Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah*. Jakarta. Retrieved from <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2010). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (1995). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. (Trisnantoro dan Agastya (1996), <https://journal.ac.id>, 2016)
- Effendi, Rustam. 2005. *Marketing Management*. Jakarta : Rineka Cipta
- Ghozali. 2015. *Metode penelitian kualitatif dan kuantitatif*. Ar-Ruzz Media Yogyakarta
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Copyright holder:

Umniah, Dedi Mulyadi (2023)

First publication right:

ETNIK : Jurnal Ekonomi dan Teknik