

**STUDI DESKRIPTIF TENTANG PERSEPSI PARA PEDAGANG
TERHADAP PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT DI PASAR RAYA
MMTC MEDAN**

**Caroline Margaretha Silitonga^{1)*}, Paulus Aganta Tarigan²⁾, Shania Karibna
Br. Bangun³⁾ Shania Amelia Vega⁴⁾**

^{1,2,3)} Universitas Negeri Medan

⁴⁾ Universitas Singaperbangsa Karawang

*E-mail: cmargarethasilitonga@gmail.com

Abstrak

Penggunaan aplikasi keuangan, seperti *digital payment*, semakin populer di era digital saat ini. Dengan peningkatan penggunaan pembayaran digital di era teknologi saat ini, sangat penting bagi pedagang untuk mengetahui bagaimana mereka menerapkan sistem pembayaran digital. Tujuan dari studi ini adalah untuk mengetahui bagaimana pandangan para pedagang di Pasar Raya MMTC Medan tentang penggunaan pembayaran digital serta seberapa membantu pembayaran digital dalam mengelola transaksi keuangan mereka. Studi ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan Technology Acceptance Model dengan teknik pengumpulan data wawancara dan observasi lapangan. Hasil temuan dari penelitian ini menyatakan jika pedagang di Pasar Raya MMTC Medan menunjukkan bahwa persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi *digital payment*. Sebagian besar partisipan merasa bahwa *digital payment* berguna untuk membantu transaksi bisnis mereka baik transaksi dengan pelanggan maupun dengan pemasok barang. Cara penggunaannya juga cukup mudah untuk diterapkan pada proses transaksi. Namun hanya Andri selaku penjual kentang yang menjadi partisipan tidak menggunakan aplikasi digital payment karena anggapan pembayaran secara cash lebih mudah diterapkan.

Kata Kunci: Pembayaran Digital, Pedagang, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemudahan

Abstract

The use of financial applications, such as digital payments, is increasingly popular in the current digital era. With the increasing use of digital payments in today's technological era, it is very important for merchants to know how they implement digital payment systems. The aim of this study is to find out how traders at Pasar Raya MMTC Medan view the use of digital payments and how helpful digital payments are in managing their financial transactions. This study uses a qualitative method with a Technology Acceptance Model approach with interview and field observation data collection techniques. The findings from this research state that traders at Pasar Raya MMTC Medan show that perceived usefulness and perceived convenience influence the use of digital payment applications. Most participants felt that digital payments were useful to help their business transactions, both transactions with customers and with suppliers of goods. How to use it is also quite easy to apply to the transaction process. However, only Andri, as a potato seller, was a participant who did not use the digital payment application because he thought cash payments were easier to implement.

Keywords: Digital Payments, Merchants, Perceived of Usefulness, Perceived of Ease to Use

PENDAHULUAN

Pasar tradisional adalah tempat di mana barang konsumsi dijual dan dibeli dengan tawar-menawar. Pasar tradisional tidak hanya memungkinkan aktivitas perdagangan, tetapi juga memungkinkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk berkembang dengan didukung oleh nilai sosial budaya yang unik dari suatu wilayah (Mithaswari & Wenagama, 2018). Pasar Raya MMTC Medan, Sumatera Utara, menjadi salah satu pasar tradisional di Kota Medan. Pasar ini dikenal sebagai pusat perdagangan yang ramai dan menjadi tempat belanja utama bagi orang-orang di daerah sekitar.

Penggunaan aplikasi keuangan, seperti *digital payment*, semakin populer di era digital saat ini. Dengan peningkatan penggunaan pembayaran digital di era teknologi saat ini, sangat penting bagi pedagang untuk mengetahui bagaimana mereka menerapkan sistem pembayaran digital. Diantara faktor yang mempengaruhi seseorang atau pelaku usaha untuk menggunakan teknologi atau sistem informasi baru adalah persepsi kegunaan (*perceived of usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived of ease to use*) yang merupakan unsur dari *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikembangkan oleh Davis (1989). Kegunaan yang dirasakan mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi tertentu akan meningkatkan kemampuan kinerja pekerjaannya. Sedangkan dari sisi kemudahan, jika suatu sistem relatif mudah digunakan, individu akan lebih berkeinginan untuk mempelajari fitur-fiturnya dan akhirnya berniat untuk

menggunakannya terus menggunakannya.

Pembayaran digital lebih aman daripada membawa uang tunai. Pembayaran digital sering memiliki perlindungan seperti verifikasi dua faktor, tetapi uang fisik rentan terhadap pencurian atau kehilangan. Selain itu, pembayaran digital dapat mengurangi biaya distribusi dan mempercepat transaksi (Ramdanti Elma et al., 2023).

Melihat manfaat dari sistem pembayaran digital, melakukan studi deskriptif tentang hal ini menjadi sangat penting. Namun, tidak banyak penelitian yang dilakukan untuk mengetahui bagaimana para pedagang melihat penggunaan pembayaran digital di pasar tradisional seperti MMTC Medan Pasar Raya. Oleh karena itu, tujuan dari studi ini adalah untuk mengetahui bagaimana pandangan para pedagang di Pasar Raya MMTC Medan tentang penggunaan pembayaran digital serta seberapa membantu pembayaran digital dalam mengelola transaksi keuangan mereka. Hasilnya diharapkan dapat membantu pengembang aplikasi pembayaran digital untuk meningkatkan fitur mereka saat ini dan memberi pedagang pemahaman tentang manfaat dari penggunaan di Pasar Raya MMTC Medan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Selain itu teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori *Technology Acceptance Model (TAM)*. Dimana teori ini kerap dipakai untuk menjelaskan terkait perilaku penerimaan pengguna

terhadap suatu teknologi adalah Technology Acceptance Model (TAM) (Hamid et al., 2015). Dalam TAM, ada dua variabel penentu utama dari penerimaan pengguna, yaitu persepsi kegunaan (perceived usefulness) dan persepsi kemudahan (perceived ease of use) (Davis, 1989). Dalam penelitian ini akan digunakan beberapa teknik dalam pengumpulan data yaitu observasi dan wawancara mendalam kepada para pedagang di Pasar Raya MMTC Medan.

Pelaku UMKM yang menjadi partisipan dalam penelitian ini adalah Wak Aji selaku pemilik UMKM Kue Pancong, Indra selaku pemilik UD. Anugrah, Raden Bangun selaku pemilik UMKM buah segar, Ibu Yani selaku pemilik Nurha Fashion, Andri selaku pengusaha jual beli kentang. Kelima partisipan tersebut dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok, yaitu kelompok generasi X dan kelompok generasi milenial. Generasi X diwakili oleh Wak Aji sedangkan keempat partisipan lainnya mewakili generasi milenial. Pembagian ini bertujuan untuk menunjukkan perbedaan karakter dan sikap setiap generasi terhadap teknologi (Mahrus et al., 2020).

Adapun aplikasi digital payment berbasis Android yang digunakan dalam penelitian ini adalah "Mobile Banking". Alasan pemilihan aplikasi digital payment mobile banking disebabkan Pedagang dapat melakukan transaksi dengan mobile banking kapan saja dan di mana saja tanpa harus pergi ke bank atau ATM. Ini sangat membantu mereka, terutama bagi mereka yang sibuk dengan pekerjaan sehari-hari. Mobile banking memiliki sistem keamanan yang baik dan selalu diawasi. Selain itu, penyedia layanan terus

memperbarui sistem keamanan mereka untuk mencegah penipuan atau kecurangan. Dimungkinkan untuk mengintegrasikan aplikasi mobile banking dengan aplikasi lain, seperti e-wallet atau aplikasi pembayaran lainnya, sehingga pedagang dapat melakukan transaksi dengan berbagai macam aplikasi pembayaran.

Terkait tempat dan waktu penelitian, penelitian ini dilaksanakan di Kota Medan, yaitu di lokasi Pasar Raya MMTC Medan. Penelitian dilaksanakan pada Selasa, 7 November 2023. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara (interview). Wawancara dilakukan secara langsung dengan para partisipan di lokasi objek, sedangkan sebagian yang lain dilakukan di luar lokasi objek. Data yang telah dikumpulkan selanjutnya dianalisis menggunakan metode interpretatif untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai sikap dan perilaku responden. Selanjutnya, hasil analisis diurutkan sesuai dengan jenis persepsi sebagaimana teknik yang dilakukan dalam penelitian Moh. Luthfi Mahrus, dkk (2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini membahas dua persepsi pelaku UMKM yaitu persepsi kegunaan (perceived of usefulness) dan persepsi kemudahan (perceived of ease of use). Berikut pembahasan kedua persepsi tersebut dari sudut pandang manajemen UMKM Kue Pancong, UD. Anugrah, UMKM Buah Segar, Nurha Fashion, Jual Beli Kentang.

Persepsi Kegunaan (Perceived of Usefulness)

Pada saat dilakukan observasi & wawancara, Wak Aji selaku pemilik UMKM Kue pancong menyatakan bahwasanya saat ini beliau belum menggunakan aplikasi pembayaran digital dalam proses transaksi usahanya dikarenakan tidak memiliki handphone yang mendukung. Namun, beliau telah memahami cara menggunakan aplikasi pembayaran digital karena sebelumnya Wak Aji pernah memiliki bisnis yang sudah terdaftar di GrabFood dan Wak Aji merasa terbantu ketika menggunakan aplikasi pembayaran digital tersebut. Oleh karenanya beliau merekomendasikan kepada para pelaku UMKM untuk menggunakannya dalam menjalankan bisnisnya.

Menurut Indra selaku pemilik UMKM UD. Anugrah yang telah menggunakan aplikasi pembayaran digital berupa aplikasi Livin' by Mandiri. Beliau mengatakan sudah lama menggunakan aplikasi tersebut dalam menjalankan usahanya. Indra menggunakan aplikasi tersebut untuk melakukan transaksi kepada pelanggan tetap seperti rumah makan dan peternak lembu. Namun, penggunaan aplikasi pembayaran digital belum sepenuhnya diterapkan oleh Indra dikarenakan dalam proses jual belinya, para pembeli cenderung melakukan pembayaran secara tunai.

Bapak Raden selaku pemilik usaha buah segar menyatakan bahwa beliau juga telah menerapkan pembayaran digital dalam proses bisnisnya yaitu berupa aplikasi BRI Mobile (BRImo). Dalam proses jual belinya, bapak Raden banyak menggunakan aplikasi

BRImo ketika ada pembeli yang tidak membawa uang *cash*.

Ibu Yani selaku pemilik Nurha Fashion telah menggunakan aplikasi pembayaran digital berupa BCA mobile dimana aplikasi tersebut digunakan ketika melakukan transaksi dengan pemasok pakaian jadi dan beberapa pelanggan yang tidak membawa uang *cash*.

Andri selaku pemilik usaha jual beli kentang mengatakan tidak dan belum pernah menggunakan aplikasi pembayaran digital baik dalam menjalankan seluruh kegiatan usahanya karena Andri sama sekali tidak tertarik menggunakan aplikasi pembayaran digital disebabkan sudah nyaman dengan sistem pembayaran secara tunai yang sudah diterapkan selama ia menjalankan usahanya.

Berdasarkan keterangan beberapa partisipan di atas mengenai persepsi kegunaan pada aplikasi pembayaran digital M-Banking selaras dengan hasil penelitian Vany Yuni Astuti (2019) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berdampak positif dan signifikan pada keinginan untuk menggunakan mobile banking.

Persepsi Kemudahan (Perceived of Ease to Use)

Menurut Wak Aji penggunaan aplikasi pembayaran digital dapat mempermudah aktivitas bisnis termasuk dalam proses pembayaran, ketika Wak Aji memiliki usaha yang terdaftar di GrabFood beliau sempat menggunakan aplikasi pembayaran digital yaitu OVO. Penggunaan aplikasi OVO mudah digunakan bagi pengguna awam termasuk Wak Aji

yang umurnya sudah tergolong orang tua.

Selanjutnya yang Indra telah menggunakan aplikasi pembayaran digital beliau sama sekali tidak mengalami kesulitan dalam menggunakan aplikasi Livin` by Mandiri tetapi Indra mengatakan ada kendala yang dihadapi ketika mengoperasikan aplikasi tersebut seperti sensitif terhadap jaringan dan ketika lupa PIN akan sulit mengakses aplikasi tersebut yang membuat Indra harus mengurus secara langsung ke Bank Mandiri.

Sama halnya dengan Indra, menurut Pak Raden penggunaan aplikasi pembayaran digital pada bisnisnya cukup mudah, salah satunya karena pak Raden mempekerjakan karyawan yang masih muda sehingga mereka cenderung melek teknologi dan juga menggunakan aplikasi pembayaran digital dalam kehidupan pribadinya. Cukup sering beliau mendapat pelanggan yang ingin pembayaran cashless. Dengan aplikasi pembayaran digital, pak Raden tidak perlu repot mencari uang kembalian apabila uang pembeli lebih besar dari nilai buah yang dibelinya.

Dari perspektif Ibu Yani mengatakan aplikasi pembayaran digital BCA Mobile sangat mudah digunakan namun ketika ada pembeli melakukan transaksi melalui BCA Mobile Ibu Yani tidak bisa mengambil sepenuhnya dari jumlah yang dibayarkan oleh pembeli dikarenakan sistem mengharuskan uang harus ada tinggal di dalam aplikasi tersebut.

Sementara itu, dari persepsi Andri yang belum pernah menggunakan aplikasi pembayaran digital

mengatakan bahwa menggunakan hanya akan mempersulit transaksi dalam menjalankan usahanya karena selama menjalankan usahanya setiap pembeli hanya menggunakan pembayaran secara tunai.

Berdasarkan keterangan beberapa partisipan di atas mengenai persepsi kemudahan pada aplikasi pembayaran digital M-Banking selaras dengan hasil penelitian Vany Yuni Astuti (2019) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berdampak positif dan signifikan pada keinginan untuk menggunakan mobile banking.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian di atas para partisipan yang merupakan pedagang di Pasar Raya MMTC Medan menunjukkan bahwa persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi *digital payment*. Sebagian besar partisipan merasa bahwa *digital payment* berguna untuk membantu transaksi bisnis mereka baik transaksi dengan pelanggan maupun dengan pemasok barang. Cara penggunaannya juga cukup mudah untuk diterapkan pada proses transaksi. Namun baik dari persepsi kegunaan maupun persepsi kemudahan yang dirasakan oleh para pedagang, hanya satu partisipan yaitu Andri selaku pedagang kentang yang tidak menggunakan aplikasi *digital payment* karena memiliki alasan tersendiri, yaitu karena sudah nyaman dengan sistem pembayaran *cash* yang selama ini ia terapkan.

DAFTAR PUSTAKA

Astuti, V. Y. (2019). *Pengaruh Persepsi Kemudahan dan*

- Persepsi Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking*. Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13 (3), 319-340. Diambil kembali dari <http://www.jstor.org/stable/249008?origin=JSTOR-pdf>
- Hamid, A. A., Razak, F. Z. A., Bakar, A. A., & Abdullah, W. S. W. (2016). The Effects of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on Continuance Intention to Use E-Government. *Procedia Economics and Finance*, 35(October 2015), 644–649. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)00079-4](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)00079-4)
- Mahrus, M. L., Almadia, F., & Jelita, N. B. (2020). Persepsi Pelaku UMKM terhadap Penggunaan Aplikasi Akuntansi Berbasis Android. *Keberlanjutan : Jurnal Manajemen Dan Jurnal Akuntansi*, 5(2), 131. <https://doi.org/10.32493/keberlanjutan.v5i2.y2020.p131-141>
- Mithaswari, I. A. D., & Wenagama, I. W. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Seni Guwang. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 7(2), 294–323. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/ep/article/view/37535/23316>
- Octaviana, P., & Yusuf, A. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Money Ovo Di Karawang (Studi Pada Pengguna Ovo Di Karawang). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Money Ovo Di Karawang (Studi Pada Pengguna Ovo Di Karawang)*, 15(1), 12–20.
- Ramdanti Elma, Ruslaini, & Abizar. (2023). 12333-36605-1-Pb. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 10(7), 3330–3337.