



**PERAN DAN MANFAAT MARKETPLACE DAN DIGITAL PAYMENT  
DALAM MENINGKATKAN PEMBERDAYAAN UMKM  
DI PROVINSI BANGKA-BELITUNG**

Mahatmyastuti Nuranindita\*

*Direktorat Jenderal Perbendaharaan, Kementerian Keuangan, Jakarta*

\*Alamat Korespondensi: m.nuranindita@gmail.com

**ABSTRACT**

*The digipay marketplace system provides many benefits for empowering Micro, Small and Medium Enterprise (MSMEs) during the pandemic, but in Bangka-Belitung Province not many have used it. This research was conducted to determine the role and benefits of digipay for vendor of government goods/services, especially MSMEs in Bangka-Belitung, as well as identify existing obstacles, and suggest improvements for digipay's development in the future. The research method used is qualitative with primary and secondary data collection through observation, structured interviews, and documentation, then analyzed logically-inductively, and presented descriptively. The results of the study indicate that information about the digipay marketplace system has been published adequately, but the use of digipay has not been able to significantly increase the business turnover of MSMEs in Bangka-Belitung Province. Some of the benefits of using digipay that are felt by MSMEs are that it provides convenience and security in transactions, certainty in payments, and time efficiency because there is no need to make price quotes. This study also identified several obstacles faced by MSMEs in transacting using digipay, namely delays in the payment process, constraints on the application server, lack of understanding and unfamiliarity with using application tools, and difficulties in changing digipay users. To overcome these obstacles, several suggestions have been obtained from MSMEs in Bangka-Belitung, namely increasing the frequency of socialization, improving the user interface and resolving server problems, simplifying the payment system to vendor, and speeding up handling or assistance for vendor who have difficulty operating digipay.*

*Keywords: digipay, digital payment, marketplace system, MSMEs*

**ABSTRAK**

Sistem *marketplace Digital Payment* (digipay) memberikan banyak manfaat bagi pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di masa pandemi. Namun di Provinsi Bangka-Belitung belum banyak yang memanfaatkan digipay. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana peran dan manfaat digipay bagi penyedia barang/jasa pemerintah, khususnya UMKM di Provinsi Bangka-Belitung, serta mengidentifikasi kendala yang ada, dan saran perbaikan untuk pengembangannya di masa yang akan datang. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pengumpulan data primer dan sekunder melalui observasi, wawancara terstruktur, dan dokumentasi, kemudian dianalisis secara logika-induktif, dan disajikan secara deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa informasi mengenai sistem *marketplace* digipay sudah terpublikasi secara cukup memadai, namun penggunaan digipay belum dapat meningkatkan omset usaha para UMKM di Provinsi Bangka-Belitung secara signifikan. Beberapa manfaat penggunaan digipay yang dirasakan oleh UMKM yaitu memberikan kemudahan dan keamanan dalam bertransaksi, kepastian dalam pembayaran, dan efisiensi waktu karena tidak perlu melakukan penawaran harga. Penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa kendala yang dihadapi UMKM dalam bertransaksi menggunakan digipay, yaitu keterlambatan proses pembayaran, kendala pada server aplikasi, kurangnya pemahaman dan belum terbiasa menggunakan *tools* aplikasi, dan kesulitan dalam perubahan *user* pengguna digipay. Untuk mengatasi kendala tersebut, telah diperoleh beberapa saran dari para UMKM di Provinsi Bangka-Belitung, yaitu menambah frekuensi sosialisasi, perbaikan *user interface* dan penyelesaian kendala server, mempermudah sistem pembayaran kepada vendor, dan kecepatan penanganan atau bantuan bagi vendor yang mengalami kesulitan dalam mengoperasikan aplikasi digipay.

Kata kunci: digipay, pembayaran *digital*, sistem *marketplace*, UMKM

KLASIFIKASI JEL:  
O30, L26

CARA MENGUTIP:

Nuranindita, M. (2023). Peran dan manfaat marketplace dan digital payment dalam meningkatkan pemberdayaan UMKM di Provinsi Bangka-Belitung. *Jurnal Indonesian Treasury Review: Jurnal Perbendaharaan, Keuangan Negara dan Kebijakan Publik*, 8(1), 17-31.

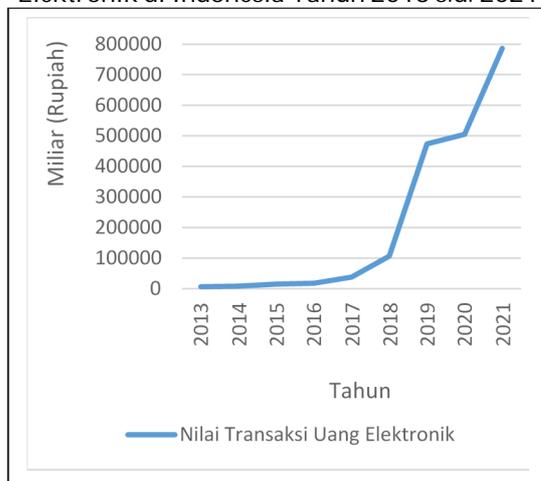
## PENDAHULUAN

Di era revolusi industri 4.0, teknologi digital terus berkembang dan menyebabkan perubahan pola perilaku konsumen, di antaranya adalah transaksi pembayaran non-tunai yang disebut dengan *digital payment*. Pandemi Covid-19 membatasi aktivitas masyarakat sehingga masyarakat mencari alternatif pembayaran non-tunai yang efektif dan efisien untuk berbagai transaksi melalui pemanfaatan teknologi *digital*. *Digital payment* menyebabkan pergeseran perilaku konsumen dari semula manual menjadi otomatis melalui penggunaan teknologi digital dalam bidang jasa keuangan (Rizkiyah et al., 2021).

Indonesia menargetkan menjadi negara dengan ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara. Untuk mencapai tujuan itu, pemerintah terus menggalakkan digitalisasi dalam sistem pembayaran. *Digital payment* menjadi cara baru dalam melakukan pembayaran non-tunai dengan lebih praktis, sistematis, dan aman. Sebagian masyarakat mengartikan *digital payment* sebagai uang elektronik yang digunakan untuk melakukan pembayaran dalam berbagai transaksi (Wulandari et al., 2021).

Nilai transaksi pembayaran non-tunai menggunakan uang elektronik di Indonesia tercatat terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, sebagaimana Grafik 1. Dari Grafik 1 tersebut dapat terlihat bahwa terdapat peningkatan signifikan pada nilai transaksi pembayaran non-tunai di Indonesia mulai tahun 2013 yang hanya tercatat sebesar Rp6.147 miliar menjadi Rp786.347 miliar di akhir tahun 2021. Data ini menunjukkan bahwa telah terjadi perubahan perilaku pembayaran konsumen, hampir di seluruh wilayah Indonesia. Data transaksi keuangan melalui *digital payment* di Indonesia menunjukkan telah terjadi kemajuan dan

Grafik 1 Perkembangan Nilai Transaksi Uang Elektronik di Indonesia Tahun 2013 s.d. 2021



Sumber: Bank Indonesia (2022)

## PENERAPAN DALAM PRAKTIK

- Sistem *marketplace* digipay belum banyak digunakan oleh UMKM di Provinsi Bangka-Belitung, meskipun informasi mengenai digipay sudah terpublikasi secara cukup memadai.
- Penggunaan digipay belum dapat meningkatkan omzet usaha UMKM di Provinsi Bangka-Belitung secara signifikan dan masih ditemukan beberapa kendala seperti kurangnya pemahaman dan belum terbiasa menggunakan *tools* aplikasi, serta kesulitan dalam perubahan *user* pengguna digipay.
- Direktorat Jenderal Perbendaharaan agar terus memberikan edukasi yang memadai dan terus menyempurnakan aplikasi digipay sehingga digipay semakin mudah digunakan dan dapat dirasakan manfaatnya oleh seluruh *stakeholders*.
- Diperlukan kolaborasi dan sinergi yang baik antara satuan kerja, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), perbankan, Kanwil DJPb, dan KPPN di lingkup wilayah untuk menyukseskan penggunaan digipay.

terjadi adanya peralihan transaksi keuangan antara tunai, non-tunai dan *e-money* (Saragih, 2019).

Digitalisasi pembayaran ini juga telah dikembangkan pada sektor pemerintahan di Indonesia, yaitu dalam proses pembayaran transaksi keuangan negara. Untuk meminimalisasi penggunaan uang tunai pada transaksi keuangan negara, Direktorat Jenderal Perbendaharaan Kementerian Keuangan telah mengembangkan sistem *marketplace* dan *digital payment*, berdasarkan Peraturan Direktur Jenderal Perbendaharaan Nomor PER-20/PB/2019 tentang Uji Coba Penggunaan Uang Persediaan Melalui Sistem *Marketplace* dan *Digital Payment* pada Satuan Kerja. Hal ini sejalan dengan arahan Presiden dan Menteri Keuangan yang menekankan agar program perlindungan dan pemberdayaan UMKM yang digalakkan pemerintah lebih tepat sasaran dan terarah. Selain itu, pencaanangan Program Bangga Buatan Indonesia (PBBi) dan digitalisasi UMKM juga menjadi prioritas utama pemerintah (Direktorat Pengelolaan Kas Negara, 2021).

Pengelolaan keuangan negara juga telah dimodernisasi dengan digitalisasi melalui pengenalan *virtual account* dan kartu kredit pemerintah (KKP). Hal ini telah memberikan peluang untuk inovasi pembangunan ekosistem digital belanja negara yang melibatkan satuan kerja, perbankan, dan vendor (UMKM). Untuk itu, *digital payment ecosystem* dan *system marketplace* telah dikembangkan dalam rangka mendukung efisiensi,

efektivitas, transparansi, dan akuntabilitas belanja negara, serta memberikan peluang usaha kepada UMKM yang bertindak selaku vendor (Hutabarat, 2021).

*Digital payment (digipay) ecosystem* adalah platform multiguna pengelolaan kas negara yang mengintegrasikan pembelian barang/jasa pemerintah yang bersumber dari uang persediaan, pembayaran digital, perhitungan, dan pembayaran pajak atas transaksi, serta pelaporan dalam satu ekosistem (Hutabarat, 2021). Wujud dari pembaruan dan digitalisasi sistem pembayaran pemerintah dapat berupa pergeseran dari transaksi tunai ke non-tunai, dari transaksi fisik di loket bank ke perbankan elektronik, dari pelaporan manual menggunakan yang semula *hardcopy* menjadi hanya pelaporan secara digital, dan semula aplikasi informasi yang berdiri sendiri di luar jaringan menjadi sistem informasi *online* dengan *database* terintegrasi (Direktorat Pengelolaan Kas Negara, 2021).

Direktorat Pengelolaan Kas Negara Direktorat Jenderal Perbendaharaan (DJPb) mengidentifikasi sejumlah sasaran strategis yang dituju melalui pemanfaatan sistem *marketplace* dan *digital payment* ini pada transaksi keuangan negara, antara lain untuk menyediakan sistem pembayaran pemerintah yang efektif dan efisien, mendukung efisiensi dan meningkatkan kualitas pengelolaan kas negara. Bila dijabarkan lebih lanjut, penggunaan sistem *marketplace* dan *digital payment* akan mengolaborasikan proses bisnis menggunakan teknologi informasi, mengotomatisasi proses pembayaran, mendukung peralihan dari pekerjaan *back office* ke *data analytics*, meningkatkan kualitas pengadaan pemerintah, merampingkan proses bisnis untuk pemenuhan anggaran pendapatan dan belanja negara (APBN) dan akuntabilitas, mendukung akurasi perencanaan kas, serta mengurangi biaya pendanaan dan mengoptimalkan imbal hasil atas dana publik (Direktorat Pengelolaan Kas Negara, 2021).

Selain sasaran strategis tersebut, penggunaan sistem *marketplace* dan *digital payment* juga sangat berguna bagi para satuan kerja pemerintah, perbankan dan penyedia barang/jasa (vendor). Bagi satuan kerja, pemanfaatan sistem *marketplace* dan *digital payment* akan mengolaborasikan proses bisnis pengadaan dan pembayaran, memberikan banyak pilihan vendor dan barang/jasa dalam satu sistem, menyederhanakan pelaporan dan akuntabilitas APBN, dan mendukung transparansi dengan menyediakan sarana penelusuran data pengendalian internal/audit. Untuk sektor perbankan, dengan adanya sistem *marketplace* dan *digital payment*, akan membentuk pasar baru untuk pembiayaan, memperluas layanan ke segmen sasaran, memperkuat citra perbankan sebagai *partner* pemerintah, dan membentuk

ekosistem perekonomian yang terkolaborasi. Sedangkan manfaat bagi para vendor/penyedia barang/jasa yang sebagian besar merupakan UMKM, transaksi pembayaran akan menjadi lebih pasti, timbul kesempatan yang luas untuk menjadi vendor satuan kerja, dan diperolehnya fasilitas pendanaan dari bank (*bankable* dan *collateral*). Pemanfaatan *marketplace* juga akan memperkuat UMKM sebagai salah satu bentuk program pemulihan ekonomi nasional (Direktorat Pengelolaan Kas Negara, 2021).

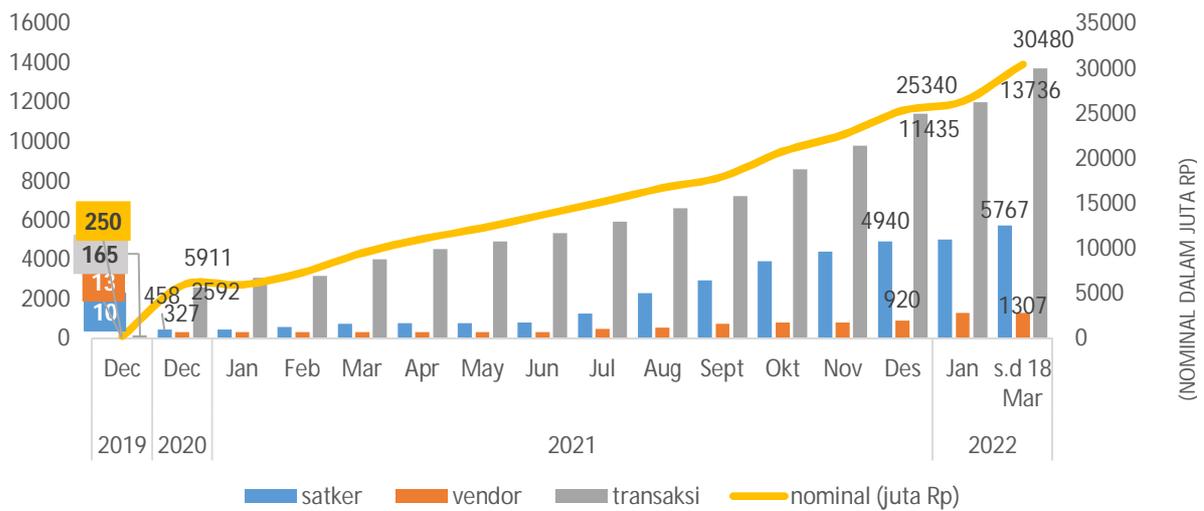
Sejak *piloting* penerapannya di tahun 2019, pemerintah bekerja sama dengan pihak perbankan telah menyediakan tiga sistem *marketplace*, yaitu Digipay002 bagi yang menggunakan rekening BRI, Digipay008 bagi yang menggunakan rekening Mandiri, dan Digipay009 bagi yang menggunakan rekening Bank BNI. Sistem *marketplace* ini digunakan untuk proses penyediaan barang/jasa pemerintah dengan mekanisme uang persediaan yang dikelola oleh bendahara pengeluaran satuan kerja. Uang persediaan adalah uang muka kerja yang diberikan dalam bentuk batasan belanja kepada bendahara pengeluaran satuan kerja untuk membiayai kegiatan operasional sehari-hari atau membiayai pengeluaran yang menurut sifat dan tujuannya tidak mungkin dilakukan melalui mekanisme pembayaran langsung, yang sumber dananya berasal dari rupiah murni.

Dalam sistem *marketplace* pemerintah ini telah tersedia layanan daftar vendor, pemesanan barang/jasa, pembayaran, dan pelaporan secara digital untuk pemakaian uang persediaan. Pembayaran dalam sistem *marketplace* ini dilakukan dengan *digital payment*, yaitu pembayaran dengan cara pemindahbukuan secara elektronik (*overbooking*) dari rekening pengeluaran satuan kerja menggunakan *virtual account*, kartu debit atau *cash management system* (CMS) atau pendebitan KKP ke rekening vendor (Direktorat Jenderal Perbendaharaan, 2019).

Jumlah transaksi pengadaan barang/jasa dengan memanfaatkan sistem *marketplace* dan *digital payment* terus meningkat sejak dilakukan uji coba penggunaan pertama pada November 2019. Data yang diperoleh dari Direktorat Pengelolaan Kas Negara dan perbankan menunjukkan bahwa jumlah satuan kerja, transaksi, dan nominal transaksi telah mengalami peningkatan secara signifikan, sebagaimana ditunjukkan pada Grafik 2 dan Gambar 1.

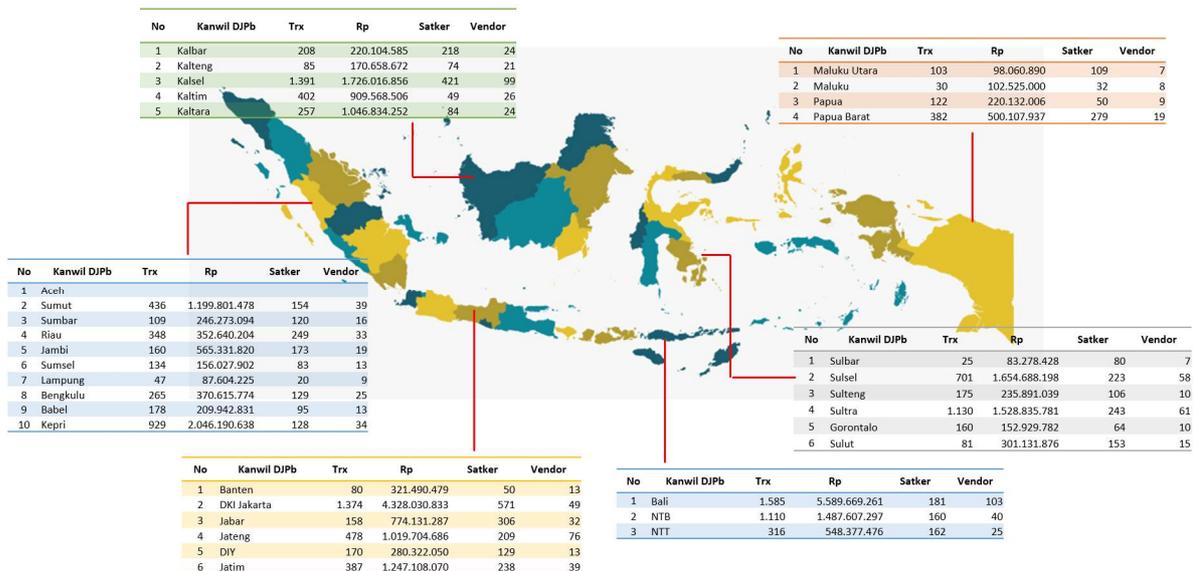
Sebagaimana ditunjukkan dalam Grafik 2, pada uji coba penggunaan pertama hanya terdapat 10 satuan kerja, 13 vendor, 165 transaksi sejumlah total Rp250 juta. Hingga minggu ketiga bulan Maret 2022, telah bergabung sebanyak 5.767 satuan kerja, 1.307 vendor, dan terdapat 13.736 transaksi senilai total Rp30,48 miliar. Dari 1.307 vendor tersebut,

Grafik 2 Perkembangan Transaksi *Marketplace* dan *Digital Payment* di Indonesia



Sumber: Direktorat Pengelolaan Kas Negara (2022)

Gambar 1 Peta Sebaran Implementasi Digipay per Provinsi di Indonesia



Sumber: Direktorat Pengelolaan Kas Negara (2022)

sebanyak 1.302 di antaranya adalah UMKM, dan sedangkan lima vendor lainnya merupakan koperasi (Direktorat Pengelolaan Kas Negara, 2022). Dari data ini dapat diketahui bahwa sistem *marketplace* dan *digital payment* telah menyediakan kesempatan bisnis yang prospektif bagi para UMKM atau pengusaha kecil di tengah keterpurukan ekonomi selama pandemi Covid-19, yaitu dengan menjadi penyedia barang/jasa (vendor) bagi satuan kerja pemerintah.

Dari sejumlah 1.307 vendor yang telah menggunakan sistem *marketplace* dan *digital payment* di lingkup nasional, data pada Gambar 1 menunjukkan bahwa di Provinsi Bangka-Belitung baru terdapat 13 vendor yang telah bergabung menjadi penyedia barang/jasa di sistem *marketplace*. Sejak *piloting* pada bulan November 2019 sampai dengan minggu ketiga bulan Maret

2022, jumlah transaksi penggunaan *marketplace* di Provinsi Bangka-Belitung baru mencapai 178 transaksi dengan total nilai sebesar Rp209 juta. Jumlah ini tentunya masih sangat rendah bila dibandingkan dengan total jumlah transaksi di lingkup nasional, yaitu 13.736 transaksi senilai Rp30,48 miliar, meskipun terdapat beberapa wilayah lain yang juga masih rendah jumlah transaksinya, seperti Provinsi Maluku Utara, Maluku, Papua, Lampung, Sulawesi Barat, dan Gorontalo. Dengan begitu banyak manfaat yang ditawarkan, khususnya bagi UMKM selaku vendor/penyedia barang/jasa pemerintah, pada kenyataannya baru sedikit saja UMKM di Provinsi Bangka-Belitung yang telah memanfaatkan sistem *marketplace* dan *digital payment* ini untuk mengembangkan usahanya menjadi penyedia barang/jasa pemerintah.

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengidentifikasi peran dan manfaat sistem *marketplace* dan *digital payment* bagi vendor penyedia barang/jasa pemerintah, khususnya UMKM di Provinsi Bangka-Belitung, mengidentifikasi kendala-kendala yang ada serta menjangkau saran-saran perbaikan untuk pengembangan sistem *marketplace* dan *digital payment* di masa yang akan datang.

## STUDI LITERATUR

### Perkembangan *Digital Payment* di Indonesia

Berbagai penelitian terkait penggunaan *digital payment* telah banyak dilakukan oleh berbagai kalangan, seperti para pengembang aplikasi, pengusaha, dan akademisi. Di zaman canggih seperti sekarang, segala sesuatu yang berkaitan dengan fasilitas dan sistem *online* menjadi sangat populer di hampir semua kalangan usia maupun jenis kelamin, baik dari segi waktu, kenyamanan dan kemudahan dalam melakukan aktivitas karena semua dapat terkoneksi dan terpantau dengan data digital yang sangat akurat. Perubahan terbesar yang terjadi saat ini adalah transaksi retail yang semula bersifat *offline* di mana pelanggan bertransaksi secara langsung ke toko-toko penyedia barang menjadi bergeser ke transaksi *online* dengan menggunakan sistem *e-commerce* (Ong, 2010).

Dalam bertransaksi secara non-tunai, *digital payment* menjadi teknologi keuangan berbasis *server* yang bermanfaat bagi pengguna (Faisal & Kraugusteeliana, 2019). *Digital payment* saat ini berkembang pesat di era industri 4.0 dan menjadi prospek baru bagi masyarakat dengan membuat pembayaran non-tunai menjadi lebih mudah, sistematis, dan aman. Sebagian masyarakat menganggap *digital payment* sebagai uang elektronik yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran dalam berbagai transaksi (Wulandari et al., 2021).

*E-commerce* atau *marketplace* merupakan tempat dimana masyarakat saat ini melakukan berbagai jual beli atau transaksi secara *online* (Putri & Zakaria, 2020). Sistem *marketplace* menjadi tempat bertemunya penjual dan pembeli secara *online* dengan keyakinan bahwa transaksi legal dan dilindungi (Irawati et al., 2018). Semakin berkembang pesatnya *e-commerce* tersebut menuntut optimalisasi *digital payment* sebagai solusi pembayaran baru yang mampu memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk melakukan pembayaran dan kemudahan bagi penjual untuk membukukan transaksi (Hardiky et al., 2021).

Sistem pembayaran digital menjadi mekanisme baru dalam bertransaksi, khususnya di masa pandemi. Hal ini sejalan dengan kebijakan pemerintah yang menghimbau masyarakat untuk

membatasi aktivitas di luar rumah serta melakukan *physical distancing* di masa pandemi Covid-19. Perilaku konsumen mulai berubah dari transaksi pembayaran konvensional menjadi pembayaran digital (Aulia, 2020).

Hal senada juga diungkapkan oleh peneliti lain, yaitu saat mengalami musibah pandemi Covid-19, aktivitas masyarakat dibatasi sehingga mereka mencari cara baru dalam aktivitas transaksi pembayaran, salah satunya adalah penggunaan teknologi *digital payment* dalam berbagai transaksi non-tunai yang efektif dan efisien (Rizkiyah et al., 2021).

### Manfaat *Digital Payment* bagi UMKM

Indonesia menargetkan menjadi ekonomi *digital* terbesar di Asia Tenggara sehingga pemerintah terus menggalakkan digitalisasi dalam sistem pembayaran. Namun, tidak semua perusahaan dapat dengan cepat mengadopsi pembayaran digital. Berbagai penelitian menyatakan bahwa UMKM menghadapi banyak hambatan dalam mengadopsi teknologi inovatif, terutama karena keterbatasan pengetahuan dan sumber daya. Selain itu, banyak konsumen yang menuntut UMKM untuk memfasilitasi proses transaksinya dengan sistem pembayaran digital (Najib & Fahma, 2020).

UMKM adalah sektor yang memiliki peran penting dan strategis sebagai penyeimbang dan penggerak pembangunan ekonomi di Indonesia. UMKM berkembang dengan sangat pesat dan memegang peranan penting dalam perekonomian. Pemberdayaan UMKM menjadi sangat penting dalam upaya meningkatkan sektor ekonomi Indonesia (Ahsyar et al., 2020).

Berbagai kegiatan untuk akselerasi peningkatan kapasitas UMKM dilaksanakan secara bersama-sama oleh seluruh pemangku kepentingan. Mulai dari meningkatkan kualitas produk manufaktur hingga strategi pemasaran yang dapat menjangkau semua orang secara luas dengan mengoptimalkan penggunaan internet serta teknologi informasi dan komunikasi yang semakin modern (Fauziah, 2018).

Krisis ekonomi akibat pandemi Covid-19 berdampak signifikan terhadap perkembangan UMKM. Sebagian besar UMKM mengalami kerugian, kesulitan beroperasi, atau bahkan harus tutup usaha karena produknya tidak terserap pasar. Berbagai strategi telah dikembangkan, termasuk menggunakan berbagai *platform marketplace* untuk menawarkan produknya. Peran pemerintah sangat penting dalam hal ini, termasuk menerapkan kebijakan moneter, seperti pelonggaran pinjaman, penangguhan cicilan dan bunga pinjaman, serta dukungan sosial bagi UMKM (Raharjo & Mulyani, 2020).

Berbagai permasalahan terkait modal usaha dan pemasaran produk yang dihadapi oleh UMKM telah banyak diungkapkan oleh para peneliti. Secara umum, UMKM memiliki masalah terkait keseimbangan kredit serta kepemilikan modal, sehingga perlu berupaya dengan teknologi dan inovasi untuk menunjang keberhasilan dan pengembangan usaha yang ada (Tedjasuksmana, 2020). Permasalahan signifikan bagi UMKM dalam memperluas usahanya adalah pemasaran produk yang masih terbatas dan kurang dikenal oleh masyarakat luas (Pelipa & Marganingsih, 2020).

Beberapa peneliti tersebut meyakini bahwa perkembangan teknologi informasi dan *marketplace* merupakan solusi bagi UMKM untuk meningkatkan kemajuan usahanya. Pandemi Covid-19 merupakan salah satu wabah yang memberikan dampak perekonomian khususnya bagi pelaku UMKM. Adanya pembatasan aktivitas kegiatan ekonomi menyebabkan para pelaku UMKM kehilangan akses dalam memasarkan produknya. Solusi atas permasalahan tersebut dapat dijawab dengan melakukan promosi secara digital, salah satunya adalah *marketplace* (Anugrah & Wahyono, 2021).

Peneliti lain menyatakan bahwa *e-commerce* membawa banyak manfaat bagi penggunanya, termasuk memberikan peluang pengembangan yang cukup menjanjikan. Perkembangan *e-commerce* juga tidak terlepas dari *marketplace*, yang mulai banyak dimanfaatkan oleh UMKM (Mahuda et al., 2021). Keberadaan *e-commerce* atau *marketplace* memberikan kesempatan yang baik bagi UMKM, karena penggunaan *marketplace* memperluas pasar UMKM dan menekan biaya promosi. Dari segi promosi, UMKM yang berjualan melalui *marketplace* akan bisa menarik dan mendapatkan lebih banyak konsumen, karena siapapun yang memiliki koneksi internet dapat melihat promosi tanpa batasan geografi (Mukhsin, 2019).

Penerapan teknologi informasi dalam bisnis, seperti *digital marketing* atau *marketplace* memang sangat diperlukan agar perusahaan bisnis dapat berkembang dengan baik. Sayangnya, saat ini banyak pelaku UMKM di desa-desa yang belum menguasai teknologi digital dan kapabilitas tentang transaksi non-tunai, sehingga penjualan produk UMKM masih sebatas transaksi tunai dan kunjungan konsumen untuk berbelanja ke toko. Untuk itu perlu adanya pembinaan kepada UMKM tentang *digital marketing* dan *financial technology* (Linda et al., 2020). Senada dengan hal tersebut, peneliti lain juga menyatakan bahwa perlu diadakan pelatihan mengenai *digital marketing* bagi UMKM agar dapat meningkatkan pemasaran, memperluas pangsa pasar, serta mendukung transaksi penjualan yang lebih baik (Riswanto & Devi, 2020).

### **Pengembangan Sistem *Marketplace* dan *Digital Payment* pada Transaksi Keuangan Negara**

Sistem *marketplace* dan *digital payment* mulai diterapkan sejak November 2019 melalui penetapan Peraturan Direktur Jenderal Perbendaharaan nomor PER-20/PB/2019 tentang Uji Coba Penggunaan Uang Persediaan melalui Sistem *Marketplace* dan *Digital Payment* pada Satuan Kerja. Transaksi pengadaan barang/jasa pemerintah yang dilakukan melalui sistem *marketplace* dan *digital payment* adalah transaksi belanja pemerintah dengan pembayaran melalui uang persediaan yang dikelola oleh masing-masing satuan kerja. Pilihan pembayaran yang dapat digunakan antara lain dengan *virtual account*, CMS atau KKP (Direktorat Jenderal Perbendaharaan, 2019).

Sistem *marketplace* yang dikembangkan oleh pemerintah dengan menggunakan *digital payment* kemudian diberi nama *digipay*. Menurut Direktorat Pengelolaan Kas Negara, terdapat beberapa perbedaan dan kebaruan antara sistem *marketplace digipay* dengan *marketplace* populer yang digunakan oleh masyarakat umum, yang ditunjukkan dengan Gambar 2.

Sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 3, satuan kerja yang membutuhkan barang/jasa setelah memastikan ketersediaan dana dapat memilih barang pada katalog sistem *marketplace digipay* dan dapat berdiskusi terlebih dahulu dengan vendor sebelum memesan. Setelah disepakati, maka satuan kerja selaku pemesan dapat melakukan transaksi pembelian barang/jasa pada sistem *marketplace* dan memilih cara bayar. Terdapat beberapa cara pembayaran yaitu melalui CMS atau KKP. Setelah itu, vendor akan melakukan pengiriman barang sesuai pesanan satuan kerja dan saat barang sudah diterima dan dikonfirmasi, maka KKP akan langsung terdebit oleh bank bila menggunakan cara bayar KKP, atau pembayaran juga dapat dilakukan oleh bendahara pengeluaran melalui mekanisme CMS (Hutabarat, 2021).

Untuk dapat bergabung di sistem *marketplace digipay*, terdapat beberapa syarat yang harus dipenuhi, baik oleh satuan kerja selaku pembeli/pemesan barang/jasa maupun vendor selaku penyedia barang/jasa. Bagi satuan kerja, beberapa syarat yang harus dipenuhi antara lain: mengelola uang persediaan (UP tunai dan/atau UP KKP), memiliki *virtual account* atau KKP, serta bekerja sama dengan himbara, yaitu BRI, Mandiri, dan BNI (Direktorat Pengelolaan Kas Negara, 2021).

Beberapa syarat yang harus dipenuhi oleh vendor adalah memiliki rekening giro atau rekening tabungan di bank yang sama dengan rekening satuan kerja, sebaiknya telah memiliki nomor pokok wajib pajak (NPWP) (perhitungan pajak akan ditentukan berdasarkan kepemilikan NPWP),

Gambar 2 Perbedaan dan Kebaruan Digipay

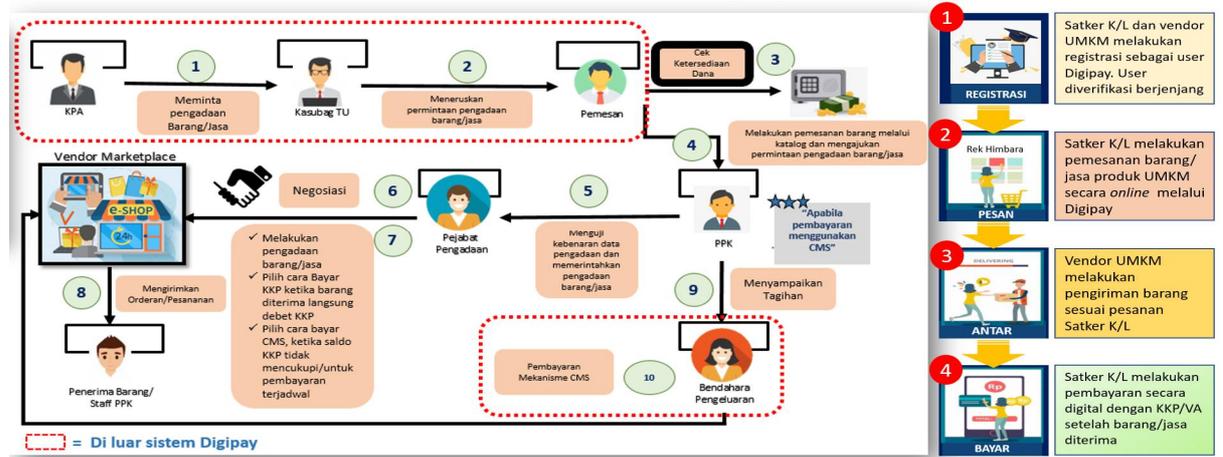
Uraian	Marketplace Populer	Digipay
<b>Sifat Transaksi</b>	Consumer to Business (C2B)	Government to Business (G2B)
<b>Term of Payment</b>	Transaksi diproses penjual setelah pembeli menyelesaikan pembayaran	Pembayaran dilakukan setelah barang diterima (UU Perbendaharaan Negara psl 21 ayat 1)
<b>Pajak</b>	Perhitungan dan pembayaran pajak tidak difasilitasi platform	Perhitungan dan pembayaran pajak difasilitasi platform
<b>Afirmasi UMKM</b>	Tidak wajib UMKM dan produk lokal (dalam negeri)	Hanya memfasilitasi UMKM dan produk lokal (dalam negeri)
<b>User</b>	Pemesan, pembayar, dan penerima adalah orang yang sama.	Pemisahan wewenang ( <i>check and balance</i> ) sesuai UU dan kebutuhan operasional
<b>Metode Pembayaran</b>	Selain <i>cashless</i> masih dimungkinkan dengan CoD	<i>Cashless</i> , hanya menggunakan Kartu Kredit Pemerintah atau CMS VA

Kebaruan Digipay	
<b>MINDSET</b>	Digipay mengubah <i>mindset</i> , pola kerja, dan cara pembayaran dari konvensional menjadi digital
<b>Integrasi</b>	Integrasi aktivitas pengadaan, pembayaran, dan perpajakan
<b>Efisiensi</b>	Efisiensi waktu dan biaya karena seluruh transaksi dilakukan secara online
<b>Less paper</b>	Less paper, mengurangi penggunaan kertas secara maksimal
<b>Cashless</b>	Cashless, pembayaran hanya bisa dilakukan secara digital (KKP dan CMS VA)
<b>Moral Hazard</b>	Tidak ada interaksi langsung satker-vendor dapat meminimalisasi moral hazard
<b>Kolaborasi</b>	Kolaborasi sektor publik dan privat dalam digitalisasi belanja UP dan pemberdayaan UMKM

Sumber: Direktorat Pengelolaan Kas Negara (2022)

Gambar 3. Mekanisme Digipay



Sumber: Direktorat Pengelolaan Kas Negara (2022)

memiliki surat izin usaha perdagangan (SIUP) atau surat izin dari rukun tetangga/rukun warga/kelurahan setempat atau surat izin usaha lainnya, serta siap untuk mengunggah dan memperbarui katalog produk secara berkala (Direktorat Pengelolaan Kas Negara, 2021).

### Tantangan dan Solusi dalam Implementasi Sistem Marketplace Digipay

Digipay terus berkembang sejak pertama digunakan pada akhir tahun 2019. Namun demikian, dari hasil observasi yang dilakukan oleh Direktorat Pengelolaan Kas Negara, beberapa tantangan dalam implementasi di lapangan juga ditemukan, yang akan menjadi *trigger* untuk pengembangan digipay, baik pada aspek regulasi, sistem, maupun strategi perluasan di masa mendatang. Untuk itu, diperlukan perubahan *mindset* satuan kerja dan vendor dari transaksi yang sifatnya tunai menjadi non-tunai yang tentu saja tidak mudah bagi sebagian UMKM yang sudah terbiasa dengan sistem konvensional. Selain itu, masih terdapat tantangan terkait kapasitas sumber daya manusia dan literasi digital yang belum

merata, kapasitas aplikasi belum maksimal, serta masih terbatasnya penggunaan aplikasi digipay yang hanya dapat mengakomodasi rekening bank yang sama antara satuan kerja dan vendor. Hal ini nomor induk berusaha pasar usaha bagi pelaku UMKM apabila hanya memiliki satu rekening operasional di salah satu bank (Direktorat Pengelolaan Kas Negara, 2022).

Untuk mengatasi tantangan tersebut, solusi yang ditawarkan oleh Direktorat Pengelolaan Kas Negara melalui edukasi yang memadai kepada seluruh *stakeholders* mengenai penggunaan sistem *marketplace* digipay, penguatan regulasi, pengembangan aplikasi, penguatan strategi implementasi, dan pelaksanaan kompetisi serta pemberian *reward* (Direktorat Pengelolaan Kas Negara, 2022).

### METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pengumpulan data primer dan sekunder melalui observasi, wawancara terstruktur, dan dokumentasi. Data primer diperoleh dari hasil

wawancara terstruktur kepada para pelaku UMKM di Provinsi Bangka-Belitung yang telah bergabung menjadi vendor/penyedia barang/jasa di sistem *marketplace* digipay, sedangkan data sekunder diperoleh dari data transaksi digipay yang tercatat di Direktorat Pengelolaan Kas Negara.

Pengumpulan data primer dilakukan secara *online* menggunakan *google form* yang akan menghasilkan dokumen tertulis dari jawaban responden dengan wawancara terstruktur. Wawancara ini memberikan beberapa pertanyaan terbuka, yaitu: (1) apakah informasi mengenai sistem *marketplace* digipay sudah terpublikasi secara memadai, (2) apakah penggunaan sistem *marketplace* digipay meningkatkan omzet usaha pelaku UMKM, (3) apa manfaat yang diperoleh UMKM setelah menggunakan sistem *marketplace* digipay, (4) apa kesulitan yang dihadapi UMKM dalam bertransaksi menggunakan sistem *marketplace* digipay, dan (5) apa saran yang diberikan UMKM untuk pengembangan sistem *marketplace* digipay.

Responden penelitian adalah para pelaku UMKM di Provinsi Bangka-Belitung yang telah bergabung menjadi vendor/penyedia barang/jasa di sistem *marketplace* digipay. Dari 13 vendor yang sudah terdaftar, sejumlah 3 vendor sudah tidak memiliki nomor kontak aktif yang dapat dihubungi, 4 vendor tidak memberikan respon, dan 1 vendor menyatakan hanya bersedia dilakukan observasi, sehingga hanya sejumlah 5 vendor yang dapat menjadi responden. Kelima responden ini dianggap telah mewakili setiap jenis usaha atau kategori produk yang dipasarkan oleh UMKM di Provinsi Bangka-Belitung, yaitu pengusaha sembako (kelontong), pengusaha makanan dan minuman (kuliner), penyedia alat tulis kantor (ATK) dan *supplies*, pengusaha kerajinan batik, dan penyedia perangkat komputer (peralatan dan mesin).

Selanjutnya, untuk memperoleh keyakinan terhadap kebenaran data hasil wawancara terstruktur kepada para pelaku UMKM, dilakukan triangulasi dengan wawancara bebas kepada dua orang informan kunci, yaitu penanggung jawab aplikasi digipay di Kanwil DJPb Provinsi Bangka-Belitung dan KPPN Pangkalpinang, serta dilakukan observasi langsung terkait penggunaan aplikasi digipay pada salah satu vendor. Triangulasi merupakan metode sintesa kebenaran data dengan menggunakan metode yang lain untuk pengumpulan data atau berbagai paradigma triangulasi. Data hasil triangulasi yang dinyatakan valid akan meyakinkan peneliti mengenai keabsahan datanya, sehingga tidak ragu dalam pengambilan kesimpulan atas penelitian yang dilakukan (Bachri, 2010).

Data yang terkumpul dianalisis secara logika-induktif yaitu proses berpikir yang menggunakan

logika untuk memahami pola dan tren data melalui tiga langkah yaitu pengkodean, pendeskripsian karakteristik utama, dan penginterpretasian data (Mertler, 2017). Pembahasan hasil penelitian diuraikan secara deskriptif untuk menarik suatu kesimpulan tentang masalah yang diteliti. Pembahasan ini dilakukan dengan berpedoman pada berbagai literatur ilmiah, hasil penelitian terdahulu, dan berbagai aturan sebagai referensi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Data-data primer yang diperoleh dari hasil wawancara terstruktur kepada para pelaku UMKM di Provinsi Bangka-Belitung, wawancara bebas kepada dua orang informan kunci, yaitu penanggungjawab aplikasi digipay di Kanwil DJPb Provinsi Bangka-Belitung dan KPPN Pangkalpinang, serta observasi penggunaan aplikasi digipay di salah satu vendor, digunakan untuk memetakan beberapa temuan hasil penelitian yang akan menjawab beberapa pertanyaan penelitian yang telah disampaikan pada bagian sebelumnya.

Dari hasil wawancara terstruktur menggunakan dokumen tertulis secara *online* kepada para pelaku UMKM di Bangka-Belitung, diperoleh profil lima pelaku UMKM yang masing-masing memiliki jenis usaha atau memasarkan kategori produk yang berbeda, yaitu pengusaha sembako (kelontong), pengusaha makanan dan minuman (kuliner), penyedia ATK dan *supplies*, pengusaha kerajinan batik, dan penyedia perangkat komputer (peralatan dan mesin). Bidang usaha yang beraneka ragam ini menunjukkan bahwa tingkat persaingan usaha antar-UMKM ini tidak terlalu tinggi di pasar produk *marketplace* digipay, bila dibandingkan dengan kondisi dimana dalam suatu pasar banyak terdapat pesaing dengan kategori produk yang sama.

Bila ditinjau dari skala usaha, maka data menunjukkan bahwa pelaku UMKM di Provinsi Bangka-Belitung yang telah menggunakan digipay didominasi oleh usaha kecil dengan bentuk usaha *commanditaire vennootschap* (CV) yang menghasilkan omzet di atas Rp300 juta sampai dengan Rp2,5 miliar setahun yaitu sebanyak 4 responden (80%), dan hanya 1 responden (20%) dengan bentuk usaha perseorangan yang menghasilkan omzet sampai dengan Rp300 juta setahun, yang dapat digolongkan ke dalam usaha mikro. Dari seluruh responden yang diteliti diperoleh data umur pengalaman UMKM ini menggunakan digipay. Sebagaimana disajikan pada Tabel 1, sebagian besar UMKM telah memiliki pengalaman bertransaksi selama satu tahun (60%) dan bahkan ada yang sudah bergabung dengan digipay selama dua tahun (20%), dan sebanyak

Tabel 1 Pengalaman Menggunakan Digipay

Pengalaman menggunakan digipay	Jumlah	
1. Dua tahun	1	20%
2. Satu tahun	3	60%
3. Belum berpengalaman	1	20%
Total	5	100%

Sumber: Diolah Penulis

Tabel 2 Sumber Informasi Digipay

Sumber Informasi	Jumlah	
1. Sosialisasi dari DJPb	3	60%
2. Satuan kerja pemerintah sebagai mitra	1	20%
3. Internet	1	20%
Total	5	100%

Sumber: Diolah Penulis

Tabel 3 Perkembangan Omzet dengan Digipay

Perkembangan Omzet	Jumlah	
1. Meningkatkan	1	20%
2. Meningkatkan namun belum signifikan	1	20%
3. Belum meningkat	3	60%
Total	5	100%

Sumber: Diolah Penulis

20% diantaranya belum memiliki pengalaman bertransaksi menggunakan digipay.

### Publikasi Digipay

Dari hasil wawancara terstruktur kepada para responden mengenai dari mana sumber informasi mengenai sistem *marketplace* digipay, diperoleh data sebagaimana Tabel 2, dimana sebagian besar pelaku UMKM di Provinsi Bangka-Belitung memperoleh informasi mengenai digipay dari sosialisasi yang dilaksanakan oleh DJPb, melalui Kanwil DJPb dan KPPN yang ada di Provinsi Bangka-Belitung, yaitu sebanyak 3 responden (60%). Sisanya, sebanyak 2 responden menyatakan memperoleh informasi dari satuan kerja sebagai mitra kerja (20%) dan dari internet (20%). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sosialisasi yang dilaksanakan oleh DJPb melalui Kanwil DJPb maupun KPPN sudah cukup efektif dan memadai untuk memberikan informasi mengenai digipay kepada para UMKM sebagai penyedia barang/jasa pemerintah.

### Perkembangan Omzet UMKM dengan Digipay

Ketika ditanyakan kepada para responden mengenai apakah penggunaan sistem *marketplace* digipay meningkatkan omzet usaha mereka, para pelaku UMKM memberikan data jawaban sebagaimana disajikan pada Tabel 3, dimana sebagian besar UMKM mengaku bahwa belum terdapat peningkatan pada omzet usaha mereka

setelah menggunakan digipay, yaitu sebanyak 3 responden (60%). Sedangkan sebanyak 1 responden (20%) mengaku mengalami peningkatan omzet usaha, dan sebanyak 1 responden (20%) mengaku mengalami peningkatan omzet usaha namun belum signifikan jumlahnya. Dari data ini dapat disimpulkan bahwa penggunaan sistem *marketplace* digipay untuk memasarkan produk barang/jasa UMKM di Provinsi Bangka-Belitung belum dapat membantu meningkatkan omzet usaha mereka secara signifikan.

Hal ini sejalan dengan data transaksi digipay yang tercatat di Direktorat Pengelolaan Kas Negara, bahwa sejak dimulai *piloting* pada bulan November 2019 sampai dengan minggu ketiga bulan Maret 2022, jumlah seluruh transaksi penggunaan digipay di Provinsi Bangka-Belitung baru mencapai 178 transaksi senilai Rp209 juta. Jumlah ini tentunya masih sangat rendah bila dibandingkan dengan jumlah transaksi nasional, yaitu sejumlah 13.736 transaksi senilai Rp30,48 miliar sehingga sangat wajar apabila para UMKM tersebut menyatakan bahwa dengan penggunaan digipay belum terdapat peningkatan omzet pada usaha mereka.

### Manfaat dan Kelebihan Digipay

Para responden yang merupakan pelaku UMKM di Bangka-Belitung yang telah bergabung dengan sistem *marketplace* digipay menyatakan bahwa terdapat beberapa manfaat atau kelebihan dari sistem digipay yang dirasakan. Dari wawancara terstruktur kepada lima responden, beberapa responden memberikan jawaban lebih dari satu, sehingga terdapat sejumlah total tujuh respon mengenai manfaat/kelebihan digipay sebagaimana Tabel 4, dimana terdapat lima kelebihan sistem digipay yang dapat dirasakan manfaatnya oleh para pelaku UMKM di Provinsi Bangka-Belitung. Mayoritas UMKM menyatakan bahwa manfaat/kelebihan dari digipay adalah kemudahan dalam bertransaksi yang dinyatakan oleh 3 responden (42,86%). Selain itu, beberapa manfaat/kelebihan yang lain adalah keamanan dalam bertransaksi secara non-tunai (*cashless*), kepastian dalam pembayaran, efisiensi waktu, dan tidak perlu melakukan penawaran harga, masing-masing sebanyak 1 responden (14,29%). Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa penggunaan sistem *marketplace* digipay dalam proses penyediaan barang/jasa oleh UMKM sebagai vendor memang bermanfaat untuk memberikan kemudahan dan keamanan dalam bertransaksi, kepastian dalam pembayaran, dan efisiensi waktu karena tidak perlu melakukan penawaran harga terlebih dahulu.

### Kelemahan Digipay

Selain beberapa kelebihan yang telah dirasakan manfaatnya, para pelaku UMKM di

Tabel 4 Manfaat/Kelebihan Sistem Digipay

Manfaat/Kelebihan Digipay		Jumlah
1. Keamanan dalam bertransaksi secara non-tunai ( <i>cashless</i> )	1	14.29%
2. Kepastian dalam pembayaran	1	14.29%
3. Kemudahan dalam bertransaksi	3	42.86%
4. Efisiensi waktu	1	14.29%
5. Tidak perlu melakukan penawaran harga	1	14.29%
Total	7	100.00%

Sumber: Diolah Penulis

Tabel 5 Kelemahan Sistem Digipay

Kelemahan Digipay		Jumlah
1. Keterlambatan proses pembayaran oleh satuan kerja	1	20%
2. Kendala pada server aplikasi	1	20%
3. Kurangnya pemahaman mengenai <i>tools</i> aplikasi Digipay	1	20%
4. Belum terbiasa menggunakan aplikasi Digipay	1	20%
5. Kesulitan dalam perubahan <i>user</i> pengguna Digipay	1	20%
Total	5	100%

Sumber: Diolah Penulis

Bangka-Belitung juga menyatakan bahwa masih terdapat beberapa kelemahan dari penggunaan sistem digipay. Sebagaimana ditunjukkan dalam Tabel 5, para pelaku UMKM memberikan jawaban yang berbeda-beda terkait kelemahan atau kesulitan yang dihadapi saat bertransaksi menggunakan digipay. Kelemahan tersebut antara lain: keterlambatan proses pembayaran oleh satuan kerja sebagai mitra (20%), kendala pada server aplikasi (20%), kurangnya pemahaman mengenai *tools* aplikasi digipay (20%), belum terbiasa menggunakan aplikasi digipay (20%), dan kesulitan dalam perubahan *user* pengguna digipay (20%).

Untuk memperoleh keyakinan terhadap kebenaran data dari hasil wawancara terstruktur ini, dilakukan triangulasi dengan wawancara bebas kepada dua orang informan kunci, yaitu penanggungjawab aplikasi digipay di Kanwil DJPb Provinsi Bangka-Belitung dan KPPN Pangkalpinang, serta dilakukan observasi langsung penggunaan aplikasi digipay di salah satu *vendor* yang juga telah terdaftar dalam *database* pengguna aplikasi digipay.

Sesuai dengan ketentuan dalam Peraturan Menteri Keuangan nomor 196/PMK.05/2018 tentang Tata Cara Pembayaran dan Penggunaan Kartu Kredit Pemerintah, setelah bukti-bukti transaksi dengan vendor dinyatakan valid, maka paling lambat dalam waktu lima hari kerja pejabat pembuat komitmen harus telah menyampaikan surat permintaan pembayaran, kemudian pejabat penandatanganan surat perintah membayar harus menerbitkan surat perintah membayar dalam waktu lima hari kerja berikutnya. Hasil wawancara dengan pengelola barang/jasa di Kanwil DJPb Provinsi Bangka-Belitung yang juga bertindak selaku operator digipay, diperoleh jawaban mengenai permasalahan keterlambatan pembayaran oleh satuan kerja mitra, bahwa hal ini dimungkinkan terjadi dalam mekanisme

pembayaran dengan CMS. Selain itu, saldo kas yang ada di rekening bendahara pengeluaran satuan kerja tidak mencukupi untuk membayar tagihan pengadaan barang/jasa kepada vendor. Ketidakcukupan saldo kas ini dapat disebabkan oleh adanya penggunaan uang persediaan untuk keperluan lain dan belum dilakukannya penggantian uang persediaan oleh bendahara pengeluaran. Hal inilah yang terkadang menyebabkan keterlambatan pembayaran kepada UMKM selaku vendor. Lebih lanjut, disampaikan pula bahwa aplikasi Digipay008 yang dikembangkan oleh Bank Mandiri belum dapat melakukan pembayaran dengan pendebitan langsung pada KKP satuan kerja.

Dari hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa semestinya permasalahan ini bisa dicegah dengan koordinasi yang baik antara pengelola barang/jasa yang melakukan transaksi pemesanan kepada vendor dengan bendahara pengeluaran sebagai pemegang uang persediaan. Sesuai dengan mekanisme digipay, seharusnya dipastikan terlebih dahulu ketersediaan dana di rekening bendahara pengeluaran untuk melakukan pembayaran, sebelum melakukan pemesanan barang/jasa kepada UMKM selaku vendor.

Selanjutnya, dari hasil wawancara dengan Kepala Seksi Manajemen Satker dan Kepatuhan Internal selaku penanggung jawab implementasi sistem digipay di KPPN Pangkalpinang, diperoleh konfirmasi mengenai permasalahan kendala pada *server* aplikasi dan kesulitan dalam perubahan *user* pengguna digipay. Dari hasil pemantauan KPPN Pangkalpinang, penggunaan aplikasi Digipay008 yang dikembangkan oleh Bank Mandiri memang banyak mengalami kendala dalam penggunaannya, termasuk pada saat akan melakukan penggantian/perubahan *user* pengguna aplikasi digipay. Pihak KPPN Pangkalpinang menyatakan

sedang merencanakan akan melakukan migrasi menggunakan aplikasi Digipay002 yang dikembangkan oleh BRI yang menurut beberapa KPPN di wilayah lain aplikasi ini lebih *user friendly* dibandingkan dengan Digipay008.

Untuk membuktikan mengenai kendala dalam perubahan/penggantian *user* tersebut, telah dilakukan observasi kepada *customer service* Gramedia Pangkalpinang yang merupakan salah satu vendor yang telah terdaftar di aplikasi Digipay008 Kanwil DJPb Provinsi Bangka-Belitung. Vendor ini tercatat sudah tidak lagi bertransaksi menggunakan digipay dalam kurun waktu cukup lama, yaitu lebih dari satu tahun. Dari hasil observasi, diperoleh konfirmasi bahwa telah terjadi pergantian operator atau penanggungjawab (PIC) aplikasi digipay di pihak vendor tersebut. Selanjutnya, PIC yang baru mencoba melakukan pendaftaran (registrasi) *user* baru untuk aplikasi Digipay008. Telah diterima email notifikasi bahwa *user* baru tersebut telah berhasil terdaftar. Namun, pada saat akan melakukan *login* ke aplikasi Digipay008 menggunakan *user* baru yang telah didaftarkan, proses tersebut gagal, dengan notifikasi bahwa *user* tersebut tidak terdaftar.

Dari hasil wawancara bebas dan observasi ini, dapat disimpulkan bahwa penggunaan aplikasi digipay memang masih mengalami kendala dalam penggunaannya, terutama terkait dengan pergantian *user* pengguna dan metode pembayaran yang belum lengkap. Hal ini telah terbukti pada aplikasi Digipay008. Sedangkan, untuk penggunaan aplikasi Digipay002 dan Digipay009 belum dilakukan penelitian lebih lanjut, karena belum ditemukan atau dilaporkan adanya kendala. Penelitian yang akan datang dapat lebih mengeksplor lagi mengenai penggunaan kedua aplikasi tersebut dalam transaksi pengadaan barang/jasa pemerintah melalui sistem *marketplace* dan *digital payment*.

### **Masukan yang Diperoleh untuk Pengembangan Digipay**

Dari hasil wawancara terstruktur kepada para pelaku UMKM di Provinsi Bangka-Belitung, diperoleh beberapa saran untuk pengembangan sistem digipay yang menurut responden akan dapat menjawab permasalahan atau kendala yang ada. Saran-saran tersebut antara lain: pembayaran kepada vendor dapat dilakukan di awal sebelum barang dikirim kepada pembeli, menambah frekuensi sosialisasi penggunaan digipay, perbaikan *user interface* dan penyelesaian kendala *server*, pemberian akses kepada vendor untuk mengedit harga dan stok produk agar selalu *update*, mempermudah sistem pembayaran kepada vendor, dan kecepatan penanganan atau bantuan bagi vendor yang kesulitan dalam mengoperasikan aplikasi digipay.

Bila ditelaah lebih lanjut, beberapa saran tersebut sebenarnya sudah diakomodir di sistem aplikasi digipay, diantaranya adalah pemberian akses kepada *vendor* untuk mengedit harga dan stok produk agar selalu *update*. Berdasarkan hasil konfirmasi ke penanggungjawab aplikasi digipay di Kanwil DJPb Provinsi Bangka-Belitung, setiap *vendor* akan memiliki tiga *user*, yaitu *user* selaku admin, *user* penjual, dan *user* selaku kurir. *Update* harga dan stok produk dapat dilakukan sendiri oleh *vendor* melalui *user* admin, sedangkan *user* penjual dan *user* kurir tidak dapat melakukan proses *update* tersebut. Munculnya saran seperti ini menandakan bahwa masih perlu diberikan sosialisasi atau edukasi lebih lanjut kepada UMKM selaku *vendor* mengenai petunjuk teknis penggunaan aplikasi digipay. Untuk itu, saran ini sebenarnya bisa dieliminasi dan digabung ke dalam saran terkait penambahan frekuensi sosialisasi penggunaan digipay.

Selanjutnya, saran berupa pembayaran kepada vendor dapat dilakukan di awal sebelum barang dikirim kepada pembeli, sebenarnya tidak sesuai dengan konsep dasar sistem *marketplace* digipay itu sendiri yang membedakannya dengan sistem *marketplace* populer. Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2004 tentang Perbendaharaan Negara, pasal 21 ayat (1), dinyatakan bahwa "Pembayaran atas beban APBN/APBD tidak boleh dilakukan sebelum barang dan/atau jasa diterima". Aturan ini dengan jelas menunjukkan bahwa terdapat perbedaan mendasar antara sistem pengadaan barang/jasa pemerintah yang menggunakan anggaran negara dengan sistem transaksi jual beli yang ada di masyarakat umum.

Pada sistem *marketplace* populer yang sudah kredibel, pembayaran memang dilakukan oleh pembeli sebelum barang dikirim. Namun uang yang ditransfer oleh pembeli tidak langsung diterima oleh penjual, melainkan disimpan di rekening admin *marketplace*, yang kemudian akan dipindahbukukan ke rekening penjual setelah ada konfirmasi penerimaan barang dari pembeli. Jadi, pada dasarnya sistem jual beli melalui *marketplace* akan selalu bertujuan untuk menjaga keamanan bertransaksi, baik untuk pihak pembeli maupun penjual. Untuk itu, saran berupa pembayaran kepada vendor yang dilakukan di awal sebelum barang dikirim kepada pembeli ini kurang relevan apabila diterapkan pada sistem *marketplace* digipay pemerintah. Ketepatan waktu pembayaran kepada vendor sebenarnya telah dapat diakomodir menggunakan mekanisme pendebitan KKP.

Sementara itu, keempat saran lainnya dianggap relevan untuk proses pengembangan sistem *marketplace* digipay yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak pengembang digipay untuk terus melakukan perbaikan dan penyempurnaan

sistem *marketplace* digipay di masa yang akan datang.

### Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini telah membuktikan bahwa sistem *marketplace* dan *digital payment* yang dikembangkan oleh pemerintah dengan aplikasi digipay memang bermanfaat bagi para pelaku UMKM sebagai penyedia barang/jasa, khususnya di Provinsi Bangka-Belitung. Beberapa manfaat tersebut antara lain: memberikan kemudahan dan keamanan dalam bertransaksi, kepastian dalam pembayaran karena uang akan langsung masuk ke rekening vendor, dan efisiensi waktu karena tidak perlu melakukan penawaran harga terlebih dahulu setiap akan bertransaksi dengan pembeli.

Hal ini sejalan dan melengkapi beberapa penelitian sebelumnya, yang secara umum menyatakan bahwa *digital payment* memberikan kemudahan dan keamanan dalam bertransaksi. Beberapa penelitian tersebut antara lain Wulandari et al. (2021) yang menyatakan bahwa pembayaran non-tunai menjadi jauh lebih mudah, sistematis dan aman dengan *digital payment*, Irawati et al. (2018) yang menyatakan bahwa sistem *marketplace* memberikan manfaat sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli secara *online* dengan keyakinan bahwa transaksi legal dan dilindungi, dan Hardiky et al., (2021) yang menyatakan bahwa optimalisasi *digital payment* dapat memberikan kemudahan bagi konsumen untuk melakukan pembayaran dan kemudahan bagi penjual untuk membukukan transaksi.

Secara khusus di lingkup pengadaan barang/jasa pemerintah, sistem *marketplace* digipay ini juga terbukti bermanfaat sesuai dengan pernyataan Direktorat Pengelolaan Kas Negara, yaitu transaksi pembayaran bagi para UMKM yang menjadi vendor/penyedia barang/jasa akan menjadi lebih pasti, timbul kesempatan menjadi *vendor* di banyak satuan kerja, dan memberdayakan UMKM sebagai salah satu bentuk program pemulihan ekonomi nasional (Direktorat Pengelolaan Kas Negara, 2021).

Meskipun demikian, peran dari sistem *marketplace* digipay bagi pengembangan usaha atau peningkatan omzet para pelaku UMKM di Provinsi Bangka-Belitung belum dapat dibuktikan kebenarannya. Hal ini terungkap dari hasil wawancara terstruktur kepada para pelaku UMKM yang sebagian besar menyatakan bahwa belum terdapat peningkatan pada omzet tahunan mereka setelah menggunakan digipay. Hal ini didukung dengan data transaksi nasional yang diperoleh dari Direktorat Pengelolaan Kas Negara yang menunjukkan bahwa jumlah dan nilai transaksi digipay di Provinsi Bangka-Belitung sampai dengan minggu ketiga bulan Maret 2022 baru mencapai 178 transaksi senilai total Rp209 juta masih tergolong

rendah bila dibandingkan dengan jumlah dan nilai transaksi nasional, yaitu sejumlah 13.736 transaksi senilai Rp30,48 miliar (Direktorat Pengelolaan Kas Negara, 2022).

Penelitian yang dilakukan pada pelaku UMKM di wilayah lain dimungkinkan akan menunjukkan hasil yang berbeda terkait dengan peningkatan usaha ini. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor seperti intensitas sosialisasi penggunaan digipay, jumlah KPPN di wilayah tersebut, jumlah satuan kerja yang menggunakan aplikasi digipay, dan jumlah pagu uang persediaan yang dikelola oleh satuan kerja yang dapat digunakan untuk pengadaan barang/jasa melalui aplikasi digipay. Hal ini membuka peluang bagi penelitian selanjutnya untuk mengambil sampel di berbagai wilayah yang berbeda.

Selanjutnya, dari penelitian ini juga diketahui bahwa masih terdapat beberapa kendala yang menjadi kelemahan dalam penggunaan sistem *marketplace* digipay yang dirasakan oleh para pelaku UMKM di Bangka-Belitung. Untuk membuktikan adanya kendala ini, telah dilakukan wawancara bebas dengan para penanggung jawab aplikasi digipay di Kanwil DJPb dan KPPN, serta observasi penggunaan aplikasi digipay ke salah satu vendor/penyedia barang/jasa. Beberapa kelemahan yang terbukti ditemukan antara lain: keterlambatan proses pembayaran oleh satuan kerja, kendala pada server aplikasi, kurangnya pemahaman dan belum terbiasa menggunakan *tools* aplikasi, serta kesulitan dalam perubahan *user* pengguna digipay.

Kelemahan mengenai keterlambatan proses pembayaran oleh satuan kerja dapat dihindari dengan melakukan koordinasi yang baik di internal satuan kerja, yaitu pengelola barang/jasa memastikan ketersediaan dana uang persediaan sebelum melakukan transaksi pemesanan kepada vendor. Kemudian, kesulitan dalam perubahan *user* pengguna digipay dan kendala pada server aplikasi dapat dikonsultasikan langsung, baik oleh pelaku UMKM selaku vendor maupun oleh satuan kerja mitra kepada Kanwil DJPb dan KPPN sebagai penanggungjawab aplikasi digipay. Permasalahan ini dapat ditangani dengan koordinasi dan pendampingan yang baik dari Kanwil DJPb dan KPPN serta Direktorat Pengelolaan Kas Negara selaku pengembang aplikasi digipay.

Selanjutnya, kelemahan mengenai kurangnya pemahaman dan belum terbiasa menggunakan *tools* aplikasi digipay, dapat diatasi dengan memberikan sosialisasi atau pendampingan secara berkala dan intensif kepada para pelaku UMKM sebagai vendor/penyedia barang/jasa pemerintah. Hal ini sejalan dengan beberapa hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa UMKM memiliki banyak kendala untuk mengadopsi

teknologi inovatif, terutama karena keterbatasan pengetahuan dan sumber daya (Najib & Fahma, 2020), sehingga perlu adanya pembinaan mengenai *digital marketing* dan *financial technology* kepada UMKM (Linda et al., 2020).

Untuk mengatasi beberapa kendala yang menjadi kelemahan digipay tersebut, para pelaku UMKM di Bangka-Belitung telah memberikan beberapa saran yang dianggap bermanfaat dan konstruktif untuk pengembangan sistem *marketplace* digipay, yaitu menambah frekuensi sosialisasi, perbaikan *user interface* dan penyelesaian kendala *server*, mempermudah sistem pembayaran kepada vendor, serta kecepatan penanganan atau bantuan bagi vendor yang kesulitan dalam mengoperasikan aplikasi digipay.

Saran terkait dengan menambah frekuensi sosialisasi penggunaan digipay ini sejalan dengan saran yang diberikan dalam penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa perlu diadakan pelatihan mengenai *digital marketing* bagi UMKM agar dapat meningkatkan pemasarannya, memperluas pangsa pasar, serta meningkatkan penjualan (Riswanto & Devi, 2020).

Secara umum, hasil penelitian mengenai beberapa kendala yang muncul pada aplikasi digipay dan saran-saran yang diperoleh dari UMKM ini juga menegaskan kembali mengenai tantangan implementasi digipay yang telah diidentifikasi oleh Direktorat Pengelolaan Kas Negara. Untuk mengatasi tantangan tersebut, solusi yang ditawarkan adalah dengan memberikan edukasi yang memadai kepada seluruh *stakeholders* mengenai penggunaan sistem *marketplace* digipay, penguatan regulasi, pengembangan aplikasi, penguatan strategi implementasi, dan pelaksanaan kompetisi serta pemberian *reward* (Direktorat Pengelolaan Kas Negara, 2022).

## KESIMPULAN

Penelitian mengenai peran dan manfaat sistem *marketplace* dan *digital payment* pemerintah dalam meningkatkan pemberdayaan UMKM di Provinsi Bangka-Belitung ini telah membuktikan beberapa hal yang menjadi pertanyaan dalam penelitian ini. Informasi mengenai sistem *marketplace* digipay sudah terpublikasi cukup memadai kepada para pelaku UMKM selaku vendor/penyedia barang/jasa pemerintah, terutama yang diperoleh dari Direktorat Jenderal Perbendaharaan melalui Kanwil DJPb dan KPPN setempat. Sayangnya, penggunaan digipay belum dapat meningkatkan omzet usaha para UMKM di Provinsi Bangka-Belitung secara signifikan. Penggunaan sistem *marketplace* digipay terbukti memberikan manfaat bagi UMKM, yaitu memberikan kemudahan dan keamanan dalam bertransaksi, kepastian dalam pembayaran, dan efisiensi waktu karena tidak perlu

melakukan penawaran harga terlebih dahulu kepada pembeli. Selanjutnya, dari penelitian ini dapat diidentifikasi bahwa masih terdapat beberapa kendala atau kesulitan yang dihadapi UMKM dalam bertransaksi menggunakan sistem *marketplace* digipay, yaitu keterlambatan proses pembayaran oleh satuan kerja, kendala pada server aplikasi, kurangnya pemahaman dan belum terbiasa menggunakan *tools* aplikasi, serta kesulitan dalam perubahan *user* pengguna digipay. Untuk mengatasi beberapa kendala tersebut, telah diperoleh beberapa saran dari UMKM di Provinsi Bangka-Belitung, yaitu menambah frekuensi sosialisasi, perbaikan *user interface* dan penyelesaian kendala *server*, mempermudah sistem pembayaran kepada vendor, dan kecepatan penanganan atau bantuan bagi vendor yang kesulitan dalam mengoperasikan aplikasi digipay.

Secara umum, penelitian ini dapat memberikan kontribusi secara teoritis untuk menambah pengetahuan dan wawasan para pembaca dan praktisi mengenai peran dan manfaat sistem *marketplace* dan *digital payment* pemerintah, khususnya bagi pemberdayaan UMKM. Penelitian ini juga berkontribusi secara praktis untuk memberikan informasi mengenai kelebihan dan kelemahan digipay kepada para UMKM (vendor) dan satuan kerja pemerintah. Saran-saran yang diperoleh dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi para pengembang aplikasi digipay untuk pengambilan keputusan maupun penyempurnaan aplikasi digipay di masa yang akan datang.

Meskipun telah memberikan kontribusi, penelitian ini juga memiliki beberapa keterbatasan, yaitu ruang lingkup penelitian hanya mencakup wilayah Provinsi Bangka-Belitung yang tergolong memiliki cakupan kecil dengan jumlah KPPN, satuan kerja, dan UMKM yang tidak terlalu besar bila dibandingkan dengan skala nasional. Penelitian hanya dilakukan kepada UMKM selaku vendor yang telah menggunakan sistem *marketplace* digipay saja, dengan jumlah sampel penelitian hanya terbatas pada lima vendor dengan jenis usaha berbeda-beda yang dianggap dapat mewakili populasi. Selain itu, observasi yang telah dilakukan hanya terbatas pada aplikasi Digipay008 yang digunakan oleh satuan kerja dan vendor di Provinsi Bangka-Belitung saja, sehingga belum mencakup dua aplikasi lain, yaitu Digipay002 dan Digipay009.

Keterbatasan ini membuka peluang bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian pada lingkup wilayah yang berbeda dengan objek penelitian adalah satuan kerja dan vendor yang belum menggunakan sistem *marketplace* digipay, dan meneliti jenis aplikasi digipay yang lain, sehingga dimungkinkan akan memberikan hasil penelitian yang berbeda dan lebih luas daripada penelitian ini.

Pada akhirnya, saran yang dapat diberikan dari penelitian ini adalah bagi para pengembang aplikasi digipay di Direktorat Jenderal Perbendaharaan agar terus memberikan edukasi yang memadai kepada seluruh *stakeholders*, dan terus menyempurnakan pengembangan aplikasi digipay sehingga semakin mudah digunakan dan dapat dirasakan manfaatnya oleh seluruh *stakeholders*. Selanjutnya, untuk menyukseskan penggunaan sistem *marketplace* digipay di seluruh wilayah Indonesia, penelitian ini menyarankan agar dilakukan kolaborasi dan sinergi yang baik antara satuan kerja, para UMKM selaku vendor, perbankan selaku fasilitator, dan Kanwil DJPb serta KPPN selaku pembina dan penanggungjawab digipay di lingkup wilayah, yang masing-masing melaksanakan perannya dengan bersungguh-sungguh.

## PENGHARGAAN

Penghargaan dan ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada para pihak, yaitu mitra bestari atas saran perbaikan yang diberikan, para pengajar Pelatihan Jarak Jauh Literasi Perbendaharaan, para responden, dan rekan-rekan di Direktorat Pengelolaan Kas Negara, Kanwil DJPb Provinsi Bangka Belitung, KPPN Pangkalpinang, dan KPPN Tanjung Pandan yang telah membantu penulis menyelesaikan penelitian ini.

Penelitian ini masih memiliki banyak keterbatasan yang memungkinkan terjadinya kesalahan baik di sisi metodologi, analisis pembahasan dan rekomendasi, sehingga hal tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

## REFERENSI

- Ahsyar, T. K., Syaifullah, S., & Ardiansyah, A. (2020). E-Marketplace media pengembangan promosi usaha mikro kecil dan menengah Dinas Koperasi UMKM Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi*, 6(1), 43-54. <https://doi.org/10.24014/rmsi.v6i1.8768>
- Anugrah, A. A. & Wahyono, S. A. (2021). Communal marketplace berbasis koperasi sebagai salah satu terobosan inovasi bagi pelaku UMKM Indonesia di masa pandemi covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis*, 1, 1. <https://doi.org/10.33479/sneb.v1i.114>
- Aulia, S. (2020). Pola perilaku konsumen digital dalam memanfaatkan aplikasi dompet digital. *Jurnal Komunikasi*, 12(2), 311-324. <https://doi.org/10.24912/jk.v12i2.9829>
- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan validitas data melalui triangulasi pada penelitian kualitatif. *Teknologi Pendidikan*, 10, 46-62.
- Bank Indonesia. (2022). *Statistik sistem pembayaran dan infrastruktur pasar keuangan (SPIP), Februari 2022*. Jakarta: Bank Indonesia
- Direktorat Jenderal Perbendaharaan. (2019). *Peraturan Direktur Jenderal Perbendaharaan Nomor PER-20/PB/2019 tentang Uji Coba Penggunaan Uang Persediaan Melalui Marketplace dan Digital Payment pada Satuan Kerja*. Jakarta: Direktorat Jenderal Perbendaharaan
- Direktorat Pengelolaan Kas Negara. (2021). *Bimtek Digipay Bagi Satuan Kerja*. Jakarta: Direktorat Pengelolaan Kas Negara
- Direktorat Pengelolaan Kas Negara. (2022). *Focuss Group Discussion: Digipay*. Jakarta: Direktorat Pengelolaan Kas Negara
- Faisal, M., & Kraugusteeliana. (2019). Analisis behavioral intention pada penggunaan digital payment dengan menggunakan metode technology acceptance model 3 (studi kasus pada aplikasi Linkaja). *Seminar Nasional Informatika, Sistem Informasi Dan Keamanan Siber (SEINASI-KESI)*, 2(1), 37-47
- Fauziyah, F. (2018). Pemberdayaan UMKM melalui akun organisasi bisnis berbasis e-commerce (studi kasus pada forum online UKM KSRN Kabupaten Jember). *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage*, 2(02), 11-16. <https://doi.org/10.30741/adv.v2i02.355>
- Hardiky, M. I., Nova, D. K., Rahmadewi, A., & Kustiningsih, N. (2021). Optimalisasi digital payment sebagai solusi pembayaran UMKM roti kasur. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 4(1), 44-48. <https://doi.org/10.30587/jre.v4i1.2193>
- Hutabarat, D. D. (2021). *Marketplace pemerintah: kerangka teori dan operasional pengembangan dan implementasi marketplace pemerintah di indonesia*. Jakarta: Direktorat Sistem Perbendaharaan
- Irawati, D. A., David, F., Ekojono, E., & Pramitarini, Y. (2018). Desain model sistem marketplace untuk koperasi di Indonesia. *Seminar Nasional Informatika (SEMNASIF)*, 1(1).
- Kementerian Keuangan. (2018). *Peraturan Menteri Keuangan Nomor 196/PMK.05/2018 Tentang Tata Cara Pembayaran dan Penggunaan Kartu Kredit Pemerintah*. Jakarta: Kementerian Keuangan
- Linda, M. R., Rasyid, R., Patrisia, D., & Engriani, Y. (2020). PKM edukasi fintech bagi pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) kerajinan di Desa Naras Kota Pariaman Propinsi Sumatera Barat. *Jurnal Suluah Komunitas*, 1(2), 38-44.
- Mahuda, I., Kusuma, A. C., & Meilisa, R. (2021). Pengenalan dan pendampingan pemanfaatan marketplace e-commerce bagi pelaku UMKM Di Kelurahan Lialang-Serang. *Indonesian*

- Journal of Engagement, Community Services, Empowerment and Development*, 1(1). 50-59.
- Mertler, C. A. (2017). *Action research: Improving schools and empowering educators*. New York: Sage Publications.  
<https://doi.org/10.4135/9781483396484>
- Mukhsin. (2019). Manfaat penerapan marketing online (menggunakan e-commerce dan media sosial) bagi usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). *TEKNOKOM*, 2(1). 1-10.  
<https://doi.org/10.31943/teknokom.v2i1.25>
- 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>
- Ong, D. (2010). Analisa penggunaan sistem e-commerce terhadap dampak belanja pada masyarakat kota besar. *Respati*, 15(1). 21-29.  
<https://doi.org/10.35842/jtir.v15i1.327>
- Pelipa, E. D. & Marganingsih, A. (2020). Pelatihan e-commerce untuk usaha mikro kecil menengah di Kota Sintang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Khatulistiwa*, 3(2). 94-105.  
<https://doi.org/10.31932/jpmk.v3i2.900>
- Putri, A. S. & Zakaria, R. (2020). Analisis pemetaan e-commerce terbesar di Indonesia berdasarkan model kekuatan ekonomi digital. *Seminar Dan Konferensi Nasional IDEC*, 1 (November).
- Raharjo, D. A. N. & Mulyani, E. S. (2020). Resiliensi usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) dan kebijakan pemerintah di masa pandemi covid 19. *Jurnal Utilitas*, 6(2). 1-8.
- Republik Indonesia. (2004). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2004 Tentang Perbendaharaan Negara. Jakarta: Republik Indonesia
- Riswanto, A. & Devi, A. (2020). Digitalisasi warung sembako dan terintegrasi dengan payment gateway berbasis syariah. *PKM-P*, 4(2). 196-203.  
<https://doi.org/10.32832/pkm-p.v4i2.747>
- Rizkiyah, K., Nurmayanti, L., Macdhy, R. D. N., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh digital payment terhadap perilaku konsumen pengguna platform digital payment OVO. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 16(1). 107-126.
- 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>
- Tedjasuksmana, B. (2020). Membangun lingkungan bisnis UMKM dalam pemanfaatan digital financial technology. *PROSIDING Seminar Teknologi Kebumihan dan Kelautan (SEMITAN II)*, Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya (ITATS).
- Wulandari, O. A. D., Barokah, S., Azhar, N. al, & Ghazali, H. al. (2021). Penerapan fintech dengan aplikasi OVO sebagai digital payment bagi ibu-ibu PKK RT02/RW04 di Dukuhwaluh Purwokerto. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1). 1-6.  
<https://doi.org/10.31294/jabdimas.v4i1.6979>