

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam beberapa tahun terakhir, transformasi digital telah mempengaruhi berbagai aspek kehidupan dibidang perekonomian, termasuk pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). *Digital payment* atau pembayaran digital, yang meliputi transaksi melalui aplikasi mobile, e-wallet, dan sistem pembayaran elektronik lainnya, telah menjadi salah satu inovasi penting dalam dunia bisnis. Penggunaan teknologi tersebut menawarkan berbagai macam manfaat, seperti kemudahan transaksi, efisiensi waktu dan biaya, hingga peningkatan keamanan bagi pelaku usaha. Dalam hal ini, kepuasan pengguna merupakan salah satu faktor utama yang memiliki pengaruh terhadap adopsi dan penggunaan layanan pembayaran digital. Oleh karena itu, sangat krusial untuk mengetahui berbagai faktor yang dapat memengaruhi kepuasan pengguna.

Sistem pembayaran secara digital telah banyak dikenal dan digunakan di seluruh Indonesia. Berdasarkan berita yang dilansir dari [diskominfo.kaltimprov.go.id](http://diskominfo.kaltimprov.go.id), nilai transaksi perbankan digital yang dicatat oleh Bank Indonesia (BI) pada tahun 2023 adalah sebesar Rp 58.478,24 triliun atau tumbuh sebesar 13,48 persen (yoy) dan jumlah pengguna adalah sebesar 45,78 juta serta jumlah merchant adalah sebesar 30,41 juta yang sebagian besar merupakan UMKM (Prabawati, 2024).

Berdasarkan berita yang dilansir dari [kominfo.go.id](http://kominfo.go.id), kontribusi sektor UMKM terhadap PDB adalah sebesar 61% atau setara dengan Rp8.573 triliun dan

tenaga kerja yang telah terserap adalah sebesar 97% dari jumlah keseluruhan penyerapan tenaga kerja nasional (Kominfo, 2022). Sinergi antara beragam produk jasa keuangan, terutama pada saat penyaluran Kredit Usaha Rakyat (KUR) akan semakin mudah tercapai dengan adanya digitalisasi pada UMKM. Pada saat ini, banyak bank umum yang telah mengembangkan perbankan digital untuk dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Sebagai bentuk penerapan digitalisasi keuangan pada sektor UMKM, UMKM dapat memanfaatkan platform digital banking yang terhubung dengan *digital payment*. Dengan adanya *digital payment* pada UMKM maka akan membuat UMKM lebih produktif dan dapat beradaptasi dengan kebutuhan konsumen yang semakin moderen.

Penggunaan *digital payment* pada UMKM akan membantu UMKM dalam pencatatan data transaksi harian, mingguan, bahkan bulanan (cash flow) karena semua transaksi yang terjadi pada UMKM akan langsung tercatat pada rekening bank pengguna secara otomatis. Dengan tercatatnya cash flow, maka akan mempermudah bank dalam melihat tingkat kesehatan usaha nasabah yang bersangkutan. Ketika bank telah mengetahui kesehatan usaha nasabahnya, maka bank akan lebih mudah untuk mengupayakan pengembangan usaha nasabahnya.

Adopsi teknologi *digital payment* pada UMKM di Indonesia, khususnya di Kota Medan telah mengalami peningkatan yang signifikan. Namun, penggunaan teknologi *digital payment* masih belum merata diberbagai sektor UMKM, khususnya di Kota Medan yang memiliki karakteristik dan berbagai tantangan yang berbeda. Meski potensi dan manfaat yang diberikan oleh *digital payment* sangat besar, namun tidak semua UMKM di Kota Medan mampu memanfaatkan teknologi

tersebut secara optimal. Masih banyak UMKM di kota Medan yang menghadapi tantangan dalam adopsi teknologi pembayaran digital yang dapat menghambat pertumbuhan dan daya saing mereka.

Dalam menggunakan suatu teknologi tentu memiliki faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna teknologi tersebut. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna *digital payment* dikalangan UMKM diantaranya adalah nilai yang dirasakan (*perceived value*), risiko yang dirasakan (*perceived risk*), dan kualitas informasi akuntansi.

*Perceived value* merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan untuk menggunakan teknologi pembayaran digital. *Perceived value* mencakup manfaat yang dirasakan oleh pengguna dalam menggunakan *digital payment*, seperti kenyamanan, keamanan, dan kemudahan transaksi dengan membandingkan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan teknologi tersebut. *Perceived value* akan membuat pengguna membandingkan nilai yang mereka terima dari penggunaan teknologi pembayaran digital dengan nilai yang mereka dapatkan pada saat menggunakan pembayaran secara tradisional. Faktor ini dapat meningkatkan kepuasan pengguna dalam menggunakan layanan digital.

*Perceived risk* juga berperan penting dalam menentukan kepuasan pengguna. *Perceived risk* mencakup kekhawatiran terhadap potensi kerugian atau ancaman yang mungkin timbul dari penggunaan teknologi *digital payment*, seperti masalah keamanan data atau kegagalan transaksi. Pengguna sering merasa khawatir akan risiko keamanan, kerugian finansial, dan masalah teknis yang mungkin akan

terjadi pada saat menggunakan pembayaran digital. Faktor ini dapat menjadi penghalang bagi kepuasan pengguna dalam menggunakan layanan digital.

*Perceived value* yang tinggi akan meningkatkan kepuasan pengguna *digital payment* pada UMKM, karena mereka merasa bahwa manfaat yang diperoleh akan lebih besar dibandingkan dengan biaya yang diberikan. *Perceived value* dapat berupa nilai ekonomis yang dirasakan oleh pengguna dan kemudahan dari penggunaan teknologi tersebut. Sebaliknya, *perceived risk* yang tinggi akan mengurangi kepuasan pengguna karena adanya kekhawatiran tentang keamanan, privasi, dan keandalan sistem pembayaran.

Kualitas informasi akuntansi yang disediakan oleh sistem pembayaran digital juga memiliki pengaruh dalam kepuasan pengguna *digital payment*. Kualitas informasi akuntansi mengacu pada penilaian subjektif pengguna mengenai karakteristik informasi akuntansi yang disajikan dalam memenuhi kebutuhan dan tujuan penggunaan dari *digital payment*. Kualitas informasi akuntansi yang baik dapat membantu pemilik UMKM dalam mengambil keputusan penting untuk menentukan keberlangsungan UMKM. Informasi akuntansi yang akurat, relevan, lengkap dan tepat waktu dapat memberikan gambaran yang jelas tentang manfaat dan risiko penggunaan sistem pembayaran digital, sehingga akan meningkatkan kepuasan pengguna *digital payment* dikalangan pelaku UMKM.

Oleh karena itu, memahami bagaimana ketiga faktor ini dapat mempengaruhi kepuasan pengguna *digital payment* pada UMKM sangat penting untuk merumuskan strategi yang dapat mendukung adopsi teknologi pembayaran digital yang lebih luas dan efektif.

Kota Medan merupakan salah satu kota besar di Indonesia dengan populasi UMKM yang cukup besar akan menjadi konteks yang menarik untuk penelitian ini. Kota Medan merupakan pusat ekonomi di Sumatera Utara dengan potensi pasar yang signifikan untuk penggunaan *digital payment*. Namun, terdapat tantangan dan kekhawatiran khusus yang mungkin dapat mempengaruhi kepuasan pengguna *digital payment* di Kota Medan sehingga tingkat adopsi pembayaran digital di Kota Medan masih tergolong rendah. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana *perceived value*, *perceived risk* dan kualitas informasi akuntansi dapat mempengaruhi kepuasan pengguna *digital payment* di kalangan UMKM di Kota Medan.

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis paparkan tersebut, maka penulis hendak melaksanakan penelitian dengan mengangkat judul **“Pengaruh *Perceived Value*, *Perceived Risk*, dan Kualitas Informasi Akuntansi Terhadap Kepuasan Pengguna *Digital Payment* Pada UMKM di Kota Medan”**.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang, maka yang menjadi identifikasi masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Digital payment* telah dikenal dan digunakan di seluruh Indonesia, namun tingkat kepuasan pengguna *digital payment* di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Medan masih rendah. Hal ini dapat menjadi masalah serius bagi keberlangsungan layanan dan pertumbuhan UMKM. Padahal pembayaran secara digital dapat menjadi solusi untuk kemudahan dan

efisiensi transaksi finansial pada UMKM yang merupakan penyangga perekonomian baik di tingkat lokal maupun nasional.

2. *Perceived Value* yang dirasakan pada saat menggunakan suatu teknologi dapat mempengaruhi kepuasan pengguna dalam menggunakan teknologi digital. *Perceived Value* yang ditawarkan masih menjadi keraguan bagi UMKM karena masih banyak UMKM yang mungkin belum memahami sepenuhnya penggunaan dari digital payment tersebut sehingga dapat berpengaruh kepada kepuasan pengguna *digital payment*.
3. *Perceived Risk* yang diakibatkan dari penggunaan *digital payment* seperti kekhawatiran pada keamanan data, keandalan sistem, dan potensi kerugian finansial dapat menjadi hambatan bagi kepuasan pengguna *digital payment* pada UMKM. UMKM mungkin khawatir terhadap kebocoran data atau gangguan teknis yang dapat mengganggu kegiatan operasional mereka sehingga akan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.
4. Kualitas informasi akuntansi yang disediakan oleh *digital payment* memegang peran penting bagi keputusan bisnis. Jika informasi akuntansi yang disediakan tidak akurat, tidak lengkap, dan sulit untuk dipahami, maka akan mempengaruhi kepuasan pengguna *digital payment*.

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Peneliti membatasi masalah untuk memfokuskan penelitian agar cakupan masalah yang hendak diteliti menjadi lebih jelas. Pembatasan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Penelitian ini hanya dilakukan di Kota Medan, sehingga hasil penelitian mungkin akan berbeda jika dilakukan di daerah lain di Indonesia.
2. Penelitian ini hanya meneliti pembayaran digital dengan melibatkan platform pembayaran elektronik seperti *e-wallet* dan transfer bank online, sehingga platform pembayaran lain seperti *cryptocurrency* ataupun sistem pembayaran internasional tidak termasuk dalam penelitian ini.
3. Penelitian ini dibatasi pada dimensi-dimensi tertentu dari *perceived value* (seperti nilai ekonomis dan kemudahan penggunaan yang dirasakan), *perceived risk* (seperti risiko keamanan, risiko teknis, dan risiko privasi yang ditimbulkan), serta kualitas informasi akuntansi (seperti keakuratan, kelengkapan, keterbacaan, dan konsistensi informasi akuntansi yang disediakan oleh *digital payment*). Penelitian ini tidak membahas hal-hal yang tidak terkait langsung dengan penggunaan *digital payment*.
4. Responden dari penelitian ini adalah para pelaku UMKM yang menggunakan *digital payment* pada usahanya.
5. Penelitian ini hanya akan menggunakan metode survei berupa kuesioner dan analisis kuantitatif untuk mengukur pengaruh *perceived value*, *perceived risk* dan kualitas informasi akuntansi terhadap kepuasan pengguna *digital payment*.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah pada penelitian ini didasarkan pada latar belakang dan permasalahan yang telah dibahas sebelumnya, yaitu:

1. Apakah *Perceived Value* dapat memengaruhi kepuasan pengguna *Digital Payment* pada UMKM di Kota Medan?

2. Apakah *Perceived Risk* dapat memengaruhi kepuasan pengguna *Digital Payment* pada UMKM di Kota Medan?
3. Apakah kualitas informasi akuntansi dapat memengaruhi kepuasan pengguna *Digital Payment* pada UMKM di Kota Medan?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Dari latar belakang dan rumusan masalah yang dibahas sebelumnya, tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh *Perceived Value* terhadap kepuasan pengguna *Digital Payment* pada UMKM di Kota Medan.
2. Untuk menganalisis pengaruh *Perceived Risk* terhadap kepuasan pengguna *Digital Payment* pada UMKM di Kota Medan.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas informasi akuntansi terhadap kepuasan pengguna *Digital Payment* pada UMKM di Kota Medan.

### 1.6 Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi manfaat dari penelitian ini, yaitu:

#### a. Bagi Peneliti

Untuk menambah pengetahuan dan pemahaman peneliti bahwa *perceived value*, *perceived risk*, dan kualitas informasi akuntansi dapat memberikan pengaruh kepada kepuasan pengguna *digital payment*.

#### b. Bagi UMKM

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan kepada para pelaku UMKM mengenai faktor-faktor yang dapat memengaruhi kepuasan pengguna *digital*

*payment* agar diharapkan dapat membantu UMKM untuk mengatasi hambatan yang mereka hadapi, serta dapat memanfaatkan teknologi *digital payment* secara optimal.

c. Bagi Penyedia Layanan

Untuk memberikan gambaran kepada penyedia layanan *digital payment* agar dapat mengetahui faktor apa saja yang dapat membuat UMKM tertarik untuk mengadopsi sistem *digital payment* sehingga penyedia layanan dapat melakukan evaluasi bagi fasilitas dan layanan sistem *digital payment* yang disediakan.

d. Bagi Masyarakat

Untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat bahwa niat adopsi *digital payment* pada UMKM tidak hanya akan mempengaruhi produktivitas dari UMKM, namun juga akan mempengaruhi perekonomian baik di tingkat lokal maupun nasional pada era digital saat ini.