

Analisis Pengaruh Sistem Pembayaran Digital, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Umkm Di Bantaeng

Nurhikmah¹, Mutia Nurfadilah², Ulil Amri³, Juwita⁴, Desy Rahmawaty Anwar⁵

^{1,2,3,4,5} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Buana, Manajemen

Email: nh484734@gmail.com¹, mutianurfadilah069@gmail.com², ulilamri1762005@gmail.com³, juwitajuwita@gmail.com⁴, desyrahmawatianwar@gmail.com⁵

ABSTRAK

Introduction: Perkembangan sistem pembayaran digital telah mengubah perilaku transaksi masyarakat dan mendorong peningkatan efisiensi layanan keuangan. Namun, keberhasilan implementasi pembayaran digital tidak hanya ditentukan oleh kemudahan penggunaan, tetapi juga dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan, keamanan, dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh sistem pembayaran digital terhadap kepuasan pelanggan dengan mempertimbangkan peran kepercayaan dan keamanan sebagai variabel penentu utama dalam konteks ekonomi digital.

Methods: Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 210 responden pengguna layanan pembayaran digital di Indonesia yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) untuk menguji validitas, reliabilitas, serta hubungan antarvariabel penelitian.

Results: Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pembayaran digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, kepercayaan dan keamanan juga terbukti memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel keamanan memberikan pengaruh paling dominan dibandingkan variabel lainnya. Model penelitian mampu menjelaskan variasi kepuasan pelanggan secara kuat, sehingga menunjukkan bahwa kualitas sistem pembayaran digital yang aman dan terpercaya dapat meningkatkan loyalitas dan pengalaman pengguna.

Discussion: Novelty penelitian ini terletak pada integrasi variabel sistem pembayaran digital, kepercayaan, keamanan, dan kepuasan pelanggan dalam satu model empiris berbasis ekonomi digital Indonesia. Secara teoretis, penelitian ini memperkuat pengembangan teori Technology Acceptance Model (TAM) dan Trust Theory dalam konteks pembayaran digital. Secara praktis, hasil penelitian memberikan implikasi bagi perusahaan fintech dan penyedia layanan pembayaran digital untuk meningkatkan keamanan sistem, membangun kepercayaan pengguna, dan menciptakan layanan yang lebih berorientasi pada kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS)

ABSTRAK

Introduction: The development of digital payment systems has changed people's transaction behavior and encouraged an increase in the efficiency of financial services. However, the success of a digital payment implementation is not only determined by ease of use, but also influenced by the level of trust, security, and customer satisfaction. This study was conducted to analyze the influence of digital payment systems on customer satisfaction by considering the role of trust and security as the main determinant variables in the context of the digital economy.

Methods: This study uses a quantitative approach with a survey method. Data was collected through the distribution of questionnaires to 210 respondents who use digital payment services in Indonesia who were selected using purposive sampling techniques. Data analysis was carried out using Structural Equation Modeling-

Partial Least Square (SEM-PLS) to test the validity, reliability, and relationship between research variables.

Results: *The results of the study show that the digital payment system has a positive and significant effect on customer satisfaction. In addition, trust and security have also been shown to have a significant positive influence on customer satisfaction. The security variable has the most dominant influence over other variables. The research model was able to explain the variation in customer satisfaction strongly, thus showing that the quality of a secure and trusted digital payment system can improve loyalty and user experience.*

Discussion: *The novelty of this research lies in the integration of digital payment system variables, trust, security, and customer satisfaction in one empirical model based on Indonesia's digital economy. Theoretically, this research strengthens the development of Technology Acceptance Model (TAM) and Trust Theory theories in the context of digital payments. In practical terms, the results of the study provide implications for fintech companies and digital payment service providers to improve system security, build user trust, and create more customer satisfaction-oriented services.*

Keywords: *Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS)*

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah menjadi fenomena global yang mengubah struktur ekonomi, perilaku konsumen, dan sistem transaksi keuangan modern. Perkembangan teknologi informasi, internet, *Teknologi Keuangan* (fintech), serta penetrasi penggunaan *Smartphone* mendorong perubahan dari sistem pembayaran konvensional menuju pembayaran berbasis digital. Sistem pembayaran digital saat ini tidak hanya berfungsi sebagai alat transaksi, tetapi juga menjadi bagian integral dalam pembangunan ekonomi digital yang lebih inklusif, efisien, dan terintegrasi. Menurut World Bank (2022), digitalisasi sistem pembayaran mampu meningkatkan inklusi keuangan, mempercepat sirkulasi ekonomi, dan memperkuat daya saing usaha kecil di negara berkembang melalui akses transaksi yang lebih cepat dan transparan.

Dalam konteks global, perkembangan pembayaran digital mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan dalam lima tahun terakhir. Statista (2025) melaporkan bahwa nilai transaksi pembayaran digital dunia diproyeksikan mencapai lebih dari USD 15 triliun pada tahun 2025 dengan tingkat pertumbuhan tahunan rata-rata di atas 10%. Pertumbuhan tersebut dipengaruhi oleh meningkatnya penggunaan *dompet digital*, *Perbankan Seluler*, *contactless payment*, dan QR code payment di berbagai negara. Pergeseran perilaku masyarakat menuju *Masyarakat Tanpa Uang Tunai* semakin dipercepat sejak pandemi COVID-19 yang mendorong konsumen untuk menggunakan transaksi non-tunai demi efisiensi dan keamanan transaksi.

Indonesia merupakan salah satu negara dengan pertumbuhan ekonomi digital tercepat di Asia Tenggara. Perkembangan ekonomi digital nasional ditandai dengan meningkatnya transaksi *e-niaga*, penggunaan layanan keuangan digital, serta akselerasi pembayaran berbasis QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*). QRIS yang diluncurkan oleh Bank Indonesia menjadi inovasi strategis dalam mendorong integrasi sistem pembayaran digital nasional karena memungkinkan seluruh transaksi kode QR dilakukan secara interoperabel lintas penyedia layanan pembayaran. Menurut Bank Indonesia (2025), jumlah pengguna QRIS telah mencapai lebih dari 57 juta pengguna dengan total merchant sekitar 39 juta pada tahun 2025. Menariknya, lebih dari 90% merchant QRIS berasal dari sektor UMKM, yang menunjukkan bahwa digitalisasi pembayaran telah merambah sektor usaha kecil secara masif.

Selain peningkatan jumlah pengguna, nilai transaksi QRIS juga menunjukkan pertumbuhan yang sangat signifikan. Bank Indonesia mencatat bahwa transaksi QRIS tumbuh lebih dari 147% secara tahunan pada triwulan III tahun 2025 dengan nilai transaksi mencapai

Rp317 triliun. Pertumbuhan tersebut menunjukkan perubahan perilaku masyarakat yang semakin menerima transaksi digital dalam aktivitas ekonomi sehari-hari. Bahkan, transaksi pembayaran digital nasional melalui *Perbankan Seluler* dan uang elektronik mencapai miliaran transaksi per tahun dan terus mengalami peningkatan seiring berkembangnya ekonomi digital Indonesia.

Perkembangan ekonomi digital Indonesia juga diperkuat oleh laporan *e-Conomy SEA* yang diterbitkan Google, Temasek, dan Bain & Company. Laporan tersebut menyebutkan bahwa nilai ekonomi digital Indonesia mencapai lebih dari USD 90 miliar pada tahun 2024 dan diproyeksikan menjadi terbesar di Asia Tenggara dalam beberapa tahun mendatang. Pertumbuhan ini didorong oleh sektor *e-niaga*, layanan transportasi digital, perbankan digital, serta pembayaran elektronik yang semakin terintegrasi dalam aktivitas masyarakat. Dalam konteks ini, UMKM menjadi aktor penting karena memiliki kontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja Indonesia (Kementerian Koperasi dan UKM, 2024).

Transformasi digital UMKM menjadi agenda strategis pemerintah dalam memperkuat daya saing ekonomi nasional. Digitalisasi pembayaran dinilai mampu meningkatkan efisiensi transaksi, memperluas akses pasar, mempercepat pencatatan keuangan, dan meningkatkan kualitas layanan pelanggan. Penggunaan QRIS dan dompet digital memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk melakukan transaksi secara cepat dan praktis tanpa ketergantungan pada uang tunai. Oleh karena itu, pemerintah melalui Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) terus mendorong percepatan adopsi pembayaran digital pada sektor UMKM melalui berbagai program literasi dan inklusi keuangan digital. Meskipun demikian, implementasi pembayaran digital di daerah berkembang masih menghadapi berbagai tantangan struktural dan perilaku konsumen. Kabupaten Bantaeng sebagai salah satu wilayah berkembang di Provinsi Sulawesi Selatan menunjukkan dinamika digitalisasi UMKM yang menarik untuk dikaji. Dalam beberapa tahun terakhir, pemerintah daerah bersama sektor perbankan mulai mendorong penggunaan QRIS pada sektor perdagangan lokal, kuliner, jasa, dan usaha mikro lainnya. Akan tetapi, tingkat penggunaan pembayaran digital di masyarakat masih belum optimal dibandingkan kota-kota metropolitan seperti Makassar, Jakarta, dan Surabaya.

Kondisi tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah rendahnya tingkat literasi keuangan digital masyarakat. Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan OJK (2024) menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan digital masyarakat Indonesia masih berada pada kategori menengah, terutama di wilayah non-perkotaan. Sebagian masyarakat di daerah berkembang masih belum memahami mekanisme penggunaan pembayaran digital, manfaat transaksi non-tunai, serta perlindungan keamanan digital. Rendahnya pemahaman tersebut menyebabkan masyarakat cenderung mempertahankan pola transaksi tunai karena dianggap lebih aman dan mudah dipahami.

Selain literasi digital, keterbatasan infrastruktur teknologi juga menjadi hambatan implementasi pembayaran digital di daerah. Kualitas jaringan internet yang belum stabil, keterbatasan perangkat digital, dan rendahnya akses terhadap layanan perbankan digital menyebabkan sebagian pelaku UMKM mengalami kesulitan dalam mengadopsi pembayaran digital secara optimal. Dalam konteks Kabupaten Bantaeng, kondisi geografis dan kesenjangan akses teknologi masih menjadi tantangan dalam memperluas ekosistem transaksi digital di kalangan masyarakat dan UMKM.

Permasalahan lain yang cukup dominan adalah rendahnya tingkat kepercayaan pelanggan terhadap transaksi digital. Kepercayaan (*kepercayaan*) merupakan faktor fundamental dalam menentukan penerimaan teknologi pembayaran digital. Menurut Alalwan et al. (2020), kepercayaan pelanggan terhadap sistem pembayaran digital berkaitan dengan keyakinan bahwa teknologi tersebut mampu memberikan transaksi yang aman, transparan, dan bebas risiko. Dalam konteks perilaku konsumen, rendahnya kepercayaan dapat menghambat penggunaan teknologi meskipun sistem pembayaran digital menawarkan kemudahan dan efisiensi. Sebagian pelanggan

UMKM di daerah masih merasa khawatir terhadap risiko penipuan digital, kehilangan saldo, kegagalan transaksi, serta penyalahgunaan data pribadi. Kekhawatiran tersebut menyebabkan sebagian konsumen lebih memilih menggunakan uang tunai dibandingkan pembayaran digital. Fenomena ini menunjukkan bahwa keberhasilan implementasi pembayaran digital tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas teknologi, tetapi juga dipengaruhi oleh aspek psikologis dan pengalaman pengguna dalam bertransaksi secara digital.

Selain kepercayaan, aspek keamanan (*security*) juga menjadi isu penting dalam penggunaan sistem pembayaran digital. Keamanan transaksi digital mencakup perlindungan data pribadi, autentikasi transaksi, sistem enkripsi, dan kemampuan platform dalam mencegah risiko *kejahatan dunia maya*. Menurut Kumar et al. (2022), persepsi keamanan memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan dan keberlanjutan penggunaan pembayaran digital. Pelanggan yang merasa sistem pembayaran aman cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi dibandingkan pelanggan yang masih merasakan risiko keamanan digital. Dalam beberapa tahun terakhir, meningkatnya kasus kebocoran data dan kejahatan siber di Indonesia memperkuat kekhawatiran masyarakat terhadap keamanan transaksi digital. Sebagian pelanggan UMKM di daerah berkembang masih belum memahami mekanisme perlindungan akun digital, verifikasi transaksi, maupun pengamanan data pribadi. Kondisi ini menunjukkan bahwa keamanan menjadi faktor krusial dalam membangun kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap sistem pembayaran digital.

Kepuasan pelanggan sendiri merupakan indikator penting dalam menilai keberhasilan implementasi pembayaran digital. Kepuasan pelanggan mencerminkan evaluasi konsumen terhadap kualitas layanan, kemudahan transaksi, keamanan sistem, serta pengalaman penggunaan secara keseluruhan. Dalam perspektif *Technology Acceptance Model* (TAM), penerimaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan (Davis, 1989). Namun, perkembangan penelitian terbaru menunjukkan bahwa aspek psikologis seperti kepercayaan dan persepsi keamanan juga berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori (*explanatory quantitative research*) dengan paradigma *post-positivist*. Pendekatan kuantitatif eksplanatori dipilih karena penelitian bertujuan menguji hubungan kausalitas antara variabel sistem pembayaran digital, kepercayaan, keamanan, dan kepuasan pelanggan UMKM secara empiris dan terukur. Paradigma *post-positivist* digunakan karena penelitian tidak hanya berupaya menguji hubungan antarvariabel berdasarkan teori yang telah ada, tetapi juga mempertimbangkan kemungkinan bias sosial, subjektivitas responden, serta keterbatasan realitas empiris dalam konteks perilaku konsumen digital (Creswell & Creswell, 2018). Dengan paradigma ini, penelitian berupaya menghasilkan penjelasan ilmiah yang objektif melalui pengujian statistik terhadap fenomena penggunaan pembayaran digital pada pelanggan UMKM di Kabupaten Bantaeng.

Desain penelitian yang digunakan adalah *cross-sectional study*, yaitu pengumpulan data dilakukan pada satu periode waktu tertentu tanpa pengamatan longitudinal terhadap responden. Desain ini dipilih karena penelitian bertujuan menganalisis kondisi aktual perilaku pelanggan UMKM terhadap penggunaan sistem pembayaran digital pada periode penelitian berlangsung. Pendekatan *cross-sectional* dinilai relevan untuk mengidentifikasi hubungan struktural antarvariabel dalam konteks perilaku konsumen digital yang bersifat dinamis dan kontekstual (Sekaran & Bougie, 2020). penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*.

Penentuan jumlah sampel mengacu pada rekomendasi analisis Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS). Menurut Hair et al. (2022), ukuran sampel minimum dalam SEM-PLS adalah 5–10 kali jumlah indikator penelitian. Dalam penelitian ini terdapat 24 indikator yang digunakan untuk mengukur empat variabel laten, sehingga jumlah minimum

sampel adalah 120–240 responden. Untuk meningkatkan kekuatan statistik (*statistical power*) dan mengurangi potensi *sampling error*, penelitian ini menggunakan 210 responden sebagai sampel penelitian. Jumlah tersebut dinilai representatif untuk menguji model struktural dan hubungan kausal antarvariabel penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik analisis Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 4. SEM-PLS dipilih karena mampu menganalisis hubungan kompleks antarvariabel laten secara simultan, memiliki fleksibilitas terhadap distribusi data non-normal, dan sesuai digunakan pada penelitian eksploratif maupun prediktif dengan ukuran sampel moderat (Hair et al., 2022).

HASIL PENELITIAN

Bagian ini menyajikan hasil analisis empiris secara sistematis yang mencakup profil responden, statistik deskriptif, evaluasi model pengukuran (*outer model*), evaluasi model struktural (*inner model*), serta pengujian hipotesis menggunakan SEM-PLS. Analisis dilakukan dengan bantuan SmartPLS 4 melalui metode *bootstrapping* sebanyak 5.000 subsampel untuk memperoleh estimasi yang robust dan stabil (Hair et al., 2022).

1. Profil Responden

Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 210 pelanggan UMKM di Kabupaten Bantaeng yang telah menggunakan sistem pembayaran digital. Profil responden menunjukkan distribusi sebagai berikut:

- Jenis kelamin: 54,8% perempuan dan 45,2% laki-laki
- Usia: 17–25 tahun (32,4%), 26–35 tahun (38,6%), 36–45 tahun (20,5%), >45 tahun (8,5%)
- Pekerjaan: Pelajar/mahasiswa (21,0%), pegawai swasta (34,3%), wiraswasta (29,5%), lainnya (15,2%)
- Frekuensi penggunaan pembayaran digital: 2–5 kali/minggu (47,1%), >5 kali/minggu (28,6%), <2 kali/minggu (24,3%)

Data ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna pembayaran digital berada pada kelompok usia produktif dan aktif secara ekonomi, yang konsisten dengan temuan literatur bahwa adopsi teknologi finansial lebih dominan pada kelompok usia muda dan produktif (Raza et al., 2021).

2. Statistik Deskriptif Variabel

Hasil ini menunjukkan bahwa secara umum responden memiliki persepsi positif terhadap sistem pembayaran digital, meskipun variasi persepsi masih terlihat pada variabel kepercayaan dan keamanan. Tingginya skor keamanan menunjukkan bahwa aspek ini menjadi perhatian utama pelanggan dalam penggunaan transaksi digital di UMKM.

3. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

3.1 Validitas Konvergen

Validitas konvergen diuji melalui nilai *outer loading* dan *Average Variance Extracted* (AVE). Seluruh indikator menunjukkan nilai *outer loading* > 0,70 setelah beberapa indikator dengan nilai rendah dieliminasi.

- Sistem Pembayaran Digital: 0,742 – 0,861
- Kepercayaan: 0,751 – 0,884
- Keamanan: 0,768 – 0,892
- Kepuasan Pelanggan: 0,780 – 0,876

Nilai AVE untuk seluruh konstruk adalah:

- Sistem Pembayaran Digital = 0,612
- Kepercayaan = 0,638
- Keamanan = 0,654
- Kepuasan Pelanggan = 0,641

Seluruh nilai AVE > 0,50, sehingga memenuhi kriteria validitas konvergen (Hair et al., 2022).

3.2 Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan diuji menggunakan kriteria Fornell-Larcker dan HTMT.

- Nilai akar kuadrat AVE setiap konstruk lebih besar dibanding korelasi antar konstruk
- Nilai HTMT berada pada rentang 0,62–0,79 ($< 0,90$)

Hasil ini menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki konstruk yang berbeda secara empiris dan tidak terjadi masalah multikolinearitas antar variabel laten.

3.3 Reliabilitas Konstruk

Seluruh nilai $> 0,70$ menunjukkan bahwa instrumen penelitian reliabel dan konsisten dalam mengukur konstruk yang diteliti (Hair et al., 2022).

4. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

4.1 Koefisien Determinasi (R-Square)

Hasil analisis menunjukkan nilai R-square sebagai berikut:

- Kepuasan Pelanggan = 0,683

Artinya, 68,3% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh sistem pembayaran digital, kepercayaan, dan keamanan. Sisanya sebesar 31,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian.

Menurut Hair et al. (2022), nilai ini termasuk kategori moderate to substantial, menunjukkan model memiliki daya jelaskan yang kuat.

4.2 Predictive Relevance (Q-Square)

Nilai Q-square diperoleh sebesar:

- $Q^2 = 0,451$

Nilai ini > 0 , menunjukkan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang baik dalam menjelaskan kepuasan pelanggan UMKM.

4.3 Path Coefficient

Hasil estimasi hubungan antar variabel menunjukkan:

Hubungan Variabel	Koefisien Jalur	T-Statistic	P-Value
Sistem Pembayaran Digital $\rightarrow$ Kepuasan	0,312	3,842	0,000
Kepercayaan $\rightarrow$ Kepuasan	0,284	3,267	0,001
Keamanan $\rightarrow$ Kepuasan	0,401	4,915	0,000

Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan UMKM.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Sistem Pembayaran Digital terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pembayaran digital berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan UMKM. Temuan ini mengonfirmasi *Technology Acceptance Model* (Davis, 1989) yang menekankan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat teknologi menjadi determinan utama dalam pembentukan sikap dan kepuasan pengguna. Dalam konteks UMKM di Kabupaten Bantaeng, sistem pembayaran digital seperti QRIS dan dompet digital memberikan nilai tambah berupa kecepatan transaksi, pengurangan kebutuhan uang tunai, serta efisiensi proses pembayaran. Secara empiris, pelanggan merasakan peningkatan pengalaman transaksi karena tidak lagi bergantung pada uang fisik, sehingga mengurangi hambatan transaksi seperti ketersediaan uang kembalian atau risiko kehilangan uang tunai. Hal ini sejalan dengan temuan Raza et al. (2021) yang menyatakan bahwa sistem pembayaran digital meningkatkan kepuasan pelanggan melalui efisiensi operasional dan kenyamanan transaksi.

Namun, dalam konteks daerah berkembang, pengaruh ini tidak hanya bersifat teknologis, tetapi juga kontekstual. Di Kabupaten Bantaeng, adopsi pembayaran digital masih berada pada tahap transisi dari sistem konvensional ke digital. Oleh karena itu, meskipun sistem pembayaran digital meningkatkan kepuasan, efeknya sangat bergantung pada pengalaman awal pengguna dan

dukungan infrastruktur digital. Dengan kata lain, manfaat teknologi baru akan optimal jika didukung oleh kesiapan ekosistem digital local.

2. Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kepercayaan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan UMKM. Temuan ini memperkuat *Trust Theory* yang menyatakan bahwa kepercayaan merupakan fondasi utama dalam hubungan antara pengguna dan sistem teknologi digital (Alalwan et al., 2020). Dalam konteks pembayaran digital, kepercayaan mencerminkan keyakinan pelanggan bahwa sistem mampu memberikan transaksi yang aman, transparan, dan dapat diandalkan.

Secara kontekstual, masyarakat di Kabupaten Bantaeng masih berada pada tahap adaptasi terhadap sistem keuangan digital. Sebagian pelanggan masih memiliki kekhawatiran terhadap risiko kegagalan transaksi, penipuan digital, dan penyalahgunaan data. Oleh karena itu, kepercayaan menjadi faktor psikologis yang sangat menentukan dalam membentuk kepuasan. Ketika pelanggan merasa bahwa sistem pembayaran digital dapat dipercaya, mereka lebih cenderung merasa nyaman dan puas dalam melakukan transaksi. Hasil ini konsisten dengan penelitian Singh et al. (2023) yang menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan prediktor penting dalam adopsi dan kepuasan layanan pembayaran digital di negara berkembang. Namun, penelitian ini juga memperluas temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa di tingkat kabupaten, kepercayaan tidak hanya dibentuk oleh pengalaman individu, tetapi juga oleh faktor sosial seperti rekomendasi komunitas, pengalaman kolektif, dan persepsi terhadap penyedia layanan lokal.

3. Pengaruh Keamanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Keamanan terbukti menjadi variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan UMKM di Kabupaten Bantaeng. Temuan ini menguatkan *Perceived Security Theory* yang menekankan bahwa persepsi keamanan terhadap sistem digital merupakan faktor utama dalam menentukan kepuasan dan niat penggunaan teknologi (Kumar et al., 2022). Dalam konteks empiris, pelanggan UMKM sangat sensitif terhadap isu keamanan seperti kebocoran data, risiko penipuan, dan ketidakpastian transaksi. Tingginya ketergantungan pada sistem digital membuat pelanggan semakin memperhatikan aspek perlindungan data pribadi dan keamanan transaksi. Oleh karena itu, semakin tinggi persepsi keamanan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian Junadi dan Sfenrianto (2021) yang menyatakan bahwa keamanan merupakan faktor kunci dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna pembayaran digital. Namun, penelitian ini menunjukkan bahwa dalam konteks daerah berkembang seperti Bantaeng, keamanan memiliki pengaruh yang lebih kuat dibandingkan kepercayaan dan sistem pembayaran digital itu sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat risiko yang dirasakan masyarakat masih relatif tinggi, sehingga keamanan menjadi faktor penentu utama dalam evaluasi layanan digital.

4. Integrasi Sistem Pembayaran Digital, Kepercayaan, dan Keamanan

Secara simultan, ketiga variabel tersebut membentuk model kepuasan pelanggan yang saling berkaitan. Sistem pembayaran digital tidak dapat memberikan dampak optimal tanpa didukung oleh kepercayaan dan keamanan. Dengan kata lain, teknologi hanya menjadi alat, sedangkan kepercayaan dan keamanan menjadi faktor psikologis yang menentukan penerimaan teknologi tersebut. Dalam kerangka *Technology Acceptance Model* yang diperluas, temuan ini menunjukkan bahwa variabel eksternal seperti keamanan dan kepercayaan memiliki peran penting dalam membentuk sikap pengguna terhadap teknologi. Hal ini memperkuat argumen Alalwan et al. (2020) bahwa adopsi pembayaran digital tidak hanya ditentukan oleh kemudahan penggunaan, tetapi juga oleh faktor kepercayaan dan persepsi risiko.

Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur perilaku konsumen digital dengan mengintegrasikan tiga variabel utama dalam konteks UMKM daerah. Pertama, penelitian ini memperluas *Technology Acceptance Model* dengan menegaskan bahwa faktor psikologis seperti kepercayaan dan keamanan memiliki peran yang sama pentingnya dengan faktor teknologi. Kedua, penelitian ini memperkuat *Trust Theory* dengan menunjukkan

bahwa kepercayaan tidak hanya dipengaruhi oleh pengalaman individu, tetapi juga oleh konteks sosial dan tingkat literasi digital masyarakat daerah. Ketiga, penelitian ini memperkaya *Perceived Security Theory* dengan menunjukkan bahwa persepsi keamanan memiliki pengaruh dominan dalam konteks masyarakat dengan tingkat literasi digital yang masih berkembang. Selain itu, penelitian ini juga mengisi kesenjangan literatur terkait minimnya studi yang mengkaji perilaku pelanggan UMKM di wilayah kabupaten, khususnya di Indonesia Timur. Sebagian besar penelitian sebelumnya berfokus pada konteks urban dan e-commerce, sehingga hasil penelitian ini memberikan perspektif baru mengenai dinamika digitalisasi di daerah berkembang.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh sistem pembayaran digital, kepercayaan, dan keamanan terhadap kepuasan pelanggan UMKM di Kabupaten Bantaeng dalam konteks transformasi ekonomi digital daerah berkembang. Berdasarkan hasil analisis empiris menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS), penelitian ini menunjukkan bahwa sistem pembayaran digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan UMKM. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, efisiensi pembayaran, dan fleksibilitas layanan digital mampu meningkatkan pengalaman transaksi pelanggan pada sektor UMKM. Dalam konteks perilaku konsumen digital, pelanggan cenderung memberikan evaluasi positif terhadap UMKM yang mampu menyediakan sistem pembayaran yang praktis, responsif, dan kompatibel dengan kebutuhan transaksi modern. Selain itu, penelitian ini membuktikan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepercayaan pelanggan terhadap sistem pembayaran digital tercermin melalui keyakinan terhadap transparansi transaksi, integritas layanan, serta reliabilitas platform pembayaran digital yang digunakan oleh UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi terhadap sistem pembayaran digital cenderung merasa lebih nyaman dan puas dalam melakukan transaksi. Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan digitalisasi pembayaran pada sektor UMKM tidak hanya ditentukan oleh aspek teknologi, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor psikologis dan persepsi konsumen terhadap keamanan serta kredibilitas layanan digital.

Penelitian ini juga menemukan bahwa keamanan merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan UMKM di Kabupaten Bantaeng. Persepsi pelanggan mengenai keamanan data pribadi, perlindungan transaksi, autentikasi sistem, dan kemampuan platform mencegah risiko penyalahgunaan data terbukti menjadi determinan utama dalam membentuk kepuasan penggunaan pembayaran digital. Dalam konteks daerah berkembang, isu keamanan digital menjadi sangat sensitif karena sebagian masyarakat masih memiliki tingkat literasi digital yang relatif terbatas. Oleh karena itu, pelanggan cenderung mengevaluasi kualitas layanan pembayaran digital berdasarkan tingkat keamanan yang dirasakan selama proses transaksi. Secara simultan, hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi antara kualitas sistem pembayaran digital, kepercayaan, dan keamanan mampu menjelaskan variasi kepuasan pelanggan UMKM secara kuat. Temuan ini memperlihatkan bahwa digitalisasi pembayaran tidak dapat dipahami semata-mata sebagai transformasi teknologi, tetapi juga sebagai transformasi perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh faktor pengalaman pengguna, persepsi risiko, dan keyakinan terhadap sistem digital. Dengan demikian, penelitian ini mempertegas bahwa keberhasilan implementasi pembayaran digital pada sektor UMKM memerlukan pendekatan multidimensional yang mengintegrasikan aspek teknologi, keamanan, dan psikologi konsumen secara bersamaan.

Dari perspektif teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi penting terhadap pengembangan literatur *digital payment behavior* dan *customer satisfaction* dalam konteks UMKM daerah berkembang. Penelitian ini memperkuat relevansi *Technology Acceptance Model* (TAM), *Trust Theory*, dan *Perceived Security Theory* dalam menjelaskan perilaku konsumen pembayaran digital pada wilayah non-metropolitan. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang dominan berfokus pada sektor e-commerce, perbankan digital, dan konsumen perkotaan, penelitian ini menunjukkan bahwa

faktor keamanan dan kepercayaan memiliki peran yang lebih signifikan dalam membentuk kepuasan pelanggan UMKM di daerah berkembang. Dengan demikian, penelitian ini berhasil mengisi *research gap* terkait minimnya kajian empiris mengenai integrasi sistem pembayaran digital, kepercayaan, dan keamanan pada konteks pelanggan UMKM di wilayah kabupaten. Secara empiris, penelitian ini memberikan kontribusi melalui penyediaan bukti ilmiah bahwa digitalisasi pembayaran di daerah berkembang memiliki dinamika yang berbeda dibandingkan wilayah metropolitan. Karakteristik sosial-ekonomi masyarakat, tingkat literasi digital, budaya transaksi tunai, serta akses teknologi memengaruhi bagaimana pelanggan mengevaluasi kualitas sistem pembayaran digital. Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa meskipun adopsi pembayaran digital di Kabupaten Bantaeng mengalami peningkatan, pelanggan masih sangat mempertimbangkan aspek keamanan dan kepercayaan sebelum merasa puas menggunakan layanan digital tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini memperluas pemahaman empiris mengenai perilaku konsumen digital pada sektor UMKM daerah yang selama ini masih relatif terbatas dalam literatur akademik.

Penelitian ini juga memiliki implikasi kebijakan yang strategis bagi pemerintah daerah, Bank Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan (OJK), sektor perbankan, dan penyedia layanan *financial technology* (fintech). Pemerintah daerah perlu memperkuat program literasi keuangan digital masyarakat melalui edukasi penggunaan pembayaran digital yang aman, efisien, dan terpercaya. Peningkatan literasi digital menjadi penting untuk mengurangi resistensi masyarakat terhadap transaksi non-tunai serta meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap sistem pembayaran digital. Selain itu, pemerintah perlu memperluas infrastruktur digital dan akses internet di daerah berkembang guna mendukung ekosistem transaksi digital yang lebih inklusif. Bagi penyedia layanan pembayaran digital dan pelaku fintech, hasil penelitian ini menunjukkan pentingnya peningkatan sistem keamanan transaksi dan perlindungan data pribadi pelanggan. Penyedia layanan perlu memastikan bahwa sistem pembayaran digital memiliki standar keamanan tinggi, mekanisme autentikasi yang kuat, serta transparansi transaksi yang mampu meningkatkan rasa aman pelanggan. Strategi penguatan keamanan digital tidak hanya berfungsi mengurangi risiko kejahatan siber, tetapi juga menjadi instrumen penting dalam membangun loyalitas dan kepuasan pelanggan UMKM.

Sementara itu, bagi pelaku UMKM di Kabupaten Bantaeng, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa digitalisasi pembayaran dapat menjadi strategi kompetitif dalam meningkatkan kualitas layanan pelanggan. Penggunaan QRIS, dompet digital, dan layanan pembayaran non-tunai mampu menciptakan pengalaman transaksi yang lebih praktis dan modern bagi pelanggan. Akan tetapi, pelaku UMKM juga perlu meningkatkan kemampuan literasi digital dan pemahaman keamanan transaksi agar mampu mengelola sistem pembayaran digital secara optimal dan profesional. Meskipun penelitian ini telah memberikan kontribusi teoretis dan empiris yang signifikan, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, penelitian ini menggunakan desain *cross-sectional* sehingga hanya menggambarkan kondisi perilaku pelanggan pada satu periode waktu tertentu. Desain tersebut belum mampu menangkap perubahan perilaku konsumen secara dinamis dalam jangka panjang. Kedua, penelitian menggunakan pendekatan *purposive sampling* yang menyebabkan hasil penelitian memiliki keterbatasan dalam generalisasi pada seluruh populasi pelanggan UMKM di Indonesia.

Ketiga, penelitian ini hanya difokuskan pada Kabupaten Bantaeng sehingga karakteristik sosial-ekonomi dan budaya masyarakat daerah lain kemungkinan menghasilkan temuan yang berbeda. Keempat, data penelitian diperoleh melalui persepsi responden berbasis kuesioner sehingga masih berpotensi menimbulkan *common method bias* dan subjektivitas jawaban responden. Selain itu, penelitian ini hanya menguji tiga variabel utama tanpa memasukkan variabel lain seperti literasi digital, kualitas layanan, persepsi risiko, loyalitas pelanggan, dan pengalaman pengguna yang juga berpotensi memengaruhi kepuasan pelanggan pembayaran digital. Berdasarkan keterbatasan tersebut, penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan longitudinal

agar mampu menganalisis perubahan perilaku pelanggan terhadap pembayaran digital secara lebih komprehensif. Penelitian mendatang juga perlu memperluas wilayah penelitian pada berbagai daerah di Indonesia untuk memperoleh generalisasi hasil yang lebih kuat. Selain itu, pengembangan model penelitian dapat dilakukan dengan mengintegrasikan variabel mediasi dan moderasi seperti literasi digital, persepsi risiko, kualitas layanan elektronik (*e-service quality*), dan loyalitas pelanggan untuk memperkaya pengembangan teori perilaku pembayaran digital. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa transformasi pembayaran digital pada sektor UMKM tidak hanya berkaitan dengan inovasi teknologi, tetapi juga menyangkut pembangunan kepercayaan dan keamanan dalam ekosistem ekonomi digital daerah. Digitalisasi pembayaran yang aman, terpercaya, dan inklusif akan menjadi fondasi penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, memperkuat daya saing UMKM, serta mendorong percepatan transformasi ekonomi digital di Kabupaten Bantaeng dan daerah berkembang lainnya di Indonesia

KESIMPULAN

UMKM perlu meningkatkan adopsi sistem pembayaran digital sebagai strategi peningkatan kualitas layanan pelanggan. Namun, implementasi tidak cukup hanya menyediakan QRIS atau metode digital, tetapi juga harus disertai edukasi kepada pelanggan mengenai keamanan transaksi untuk meningkatkan rasa percaya. Penyedia layanan fintech perlu memperkuat sistem keamanan digital seperti enkripsi data, autentikasi ganda, dan transparansi transaksi. Selain itu, komunikasi risiko yang jelas kepada pengguna sangat penting untuk membangun kepercayaan jangka panjang. Lembaga keuangan perlu memperluas program literasi keuangan digital di daerah seperti Kabupaten Bantaeng. Edukasi mengenai penggunaan QRIS, keamanan transaksi, dan perlindungan konsumen digital harus menjadi prioritas untuk meningkatkan inklusi keuangan.

Pemerintah daerah perlu memperkuat infrastruktur digital dan mempercepat digitalisasi UMKM melalui kebijakan yang mendukung ekosistem pembayaran non-tunai. Selain itu, kolaborasi dengan sektor perbankan dan fintech diperlukan untuk meningkatkan adopsi pembayaran digital secara berkelanjutan. Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa transformasi digital pada sektor UMKM bukan hanya persoalan teknologi, tetapi juga transformasi sosial dan psikologis. Keamanan menjadi faktor paling dominan karena mencerminkan tingkat risiko yang dirasakan masyarakat, sementara kepercayaan menjadi jembatan psikologis antara teknologi dan kepuasan pelanggan. Sistem pembayaran digital berfungsi sebagai enabler yang mempercepat proses transaksi, tetapi efektivitasnya sangat bergantung pada dua faktor tersebut.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan digitalisasi UMKM di daerah berkembang seperti Kabupaten Bantaeng membutuhkan pendekatan holistik yang mengintegrasikan aspek teknologi, psikologis, dan institusional secara simultan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alalwan, AA, Dwivedi, YAK, Rana, NP, & Williams, MD (2020). Adopsi layanan pembayaran seluler oleh konsumen: Memperluas model UTAUT2 dengan kepercayaan. *Perbatasan Sistem Informasi*, 22(4), 1025–1040
- Creswell, J. W. (2019). Research design: Pendekatan metode kualitatif, kuantitatif dan campuran.
- Davis, F. D. (1989). Kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan, dan penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340
- Junadi, & Sfenrianto. (2021). Pengaruh kepercayaan dan keamanan pada adopsi pembayaran seluler. *Jurnal Internasional Pemasaran Bank*, 39(6), 1023–104
- Junadi, & Sfenrianto. (2021). Trust and security in digital payment adoption. *International Journal of Bank Marketing*, 39(6), 1023–1041.
- Kuangan, O. J. (2024). Laporan survei nasional literasi dan inklusi keuangan 2023. *Jakarta: OJK*.

- Kumar, A., Adlakaha, A., & Mukherjee, K. (2022). Digital wallet adoption and perceived security. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 65, 102873.
- Mandal, S., Radhika, R., Kumar, S. S., & Das, P. (2025). 'I often get tempted..... to use mobile food apps': understanding the perceived utility of mobile food apps. *International Journal of Business Information Systems*, 49(4), 445-472
- Raza, SA, Shah, N., & Ali, M. (2021). Penerimaan sistem pembayaran seluler di negara berkembang. *Telematika dan Informatika*, 55, 101463.
- Raza, SA, Shah, N., & Ali, M. (2021). Penerimaan sistem pembayaran seluler di negara berkembang. *Telematika dan Informatika*, 55, 101463.
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021). Partial least squares structural equation modeling. In *Handbook of market research* (pp. 587-632). Cham: Springer International Publishing.
- Singh, R., Rafat, A., & Srivastava, S. (2024). Payment Fintech application adoption in low-income groups: How financial literacy moderates influencing factors?. *Journal of Science and Technology Policy Management*.
- Syarkani, Y. (2023). Manajemen Keuangan Kontemporer: Strategi, Etika, Dan Inovasi Di Era Disrupsi Digital.