

Pengaruh *Payment Gateway* terhadap Kinerja Keuangan UMKM

Deka Anggun Lestari, Endah Dewi Purnamasari & Budi Setiawan

Universitas Indo Global Mandiri

Email: dekaanggunlestari@gmail.com

Abstract

Financial Technology (Fintech) is a combination of technology and financial services. There are several types of fintech, including Peer to Peer Lending, Risk and Investment Management, Market Aggregator, Payment, Clearing and Settlement, which changes an old innovation with digital technology. One widely used fintech is Payment Gateways such as OVO and Go-Pay, which encourage cashless society. One indicator that is implemented to measure Payment Gateway's financial performance is sales revenue. This study aims to examine the effect of Payment Gateway on the Financial Performance of Small Medium Enterprises (SMEs) in Palembang Indah Mall. Data were collected through questionnaires involving 53 respondents by using normality test, validity test, reliability test, coefficient of determination, and t-test. The result of the t-test and the coefficient of the determination indicates that the Payment Gateway variable significantly influences the financial performance of SMEs measured by sales revenue.

Keywords: fintech, payment gateway, sales revenue, SME, Indonesia.

1. Pendahuluan

Financial Technology (Fintech) merupakan hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi modern. Konsumen yang awalnya membayar harus bertatap muka dan membawa sejumlah uang kas, kini dapat melakukan transaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran melalui aplikasi dalam hitungan detik saja (Bank Indonesia). Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2017) salah satu yang marak digunakan dari *Fintech* adalah *Payment Gateway* sebanyak 42,22%, sedangkan untuk P2P sebanyak 17,78%, *Aggregator* sebanyak 12,59%, *Risk and Investment Management* sebanyak 28%. Salah satu *Payment Gateway* di Indonesia yang sedang berkembang pesat adalah OVO dan Go-Pay.

Menurut OVO.id, OVO adalah aplikasi smart yang memberikan kemudahan dalam bertransaksi (OVO Cash) dan juga kesempatan yang lebih besar untuk mengumpulkan poin di banyak tempat (OVO Points). Sedangkan Menurut Gojek.com, Go-Pay adalah uang elektronik atau dompet virtual berupa saldo Go-Jek dan dapat digunakan untuk membayar berbagai layanan Go-Jek. Go-Jek sendiri merupakan sebuah perusahaan teknologi asal Indonesia yang melayani angkutan melalui jasa ojek seperti, Go-Ride, Go-Car, Go-Send, dan Go-Mart dll. Ekosistem Go-jek menunjang pertumbuhan usaha mikro kecil menengah (UMKM), mitra UMKM di Indonesia sebesar 93% mengalami peningkatan volume transaksi dan 55% mitra UMKM naik kelas dari sisi klasifikasi omzet. Riset oleh Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia tahun 2018, melibatkan 6.732 responden di 9 kota di Indonesia menyatakan Go-Jek menyumbang sekitar Rp 44,2 triliun (US\$3 miliar) bagi perekonomian Indonesia pada tahun 2018.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dinilai merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 orang sampai dengan 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20 orang sampai dengan 99 orang.

Menurut Donner dan Escobari (2010) ponsel telah membantu UMKM menjadi lebih produktif dan meningkatkan penjualan mereka sehingga meningkatkan kinerja keuangan. Menurut Sartono (2012) ada beberapa jenis profitabilitas seperti, ROA (*Return on Assets*), ROE (*Return on Equity*), ROI (*Return on Investment*), Pendapatan Penjualan (*Sales Revenue*). Selain itu, pendapatan penjualan juga bisa digunakan sebagai variabel untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan (Ngaruiya et al, 2014). Adapun tujuan penelitian adalah untuk menganalisis: (1) pengaruh *Payment Gateway* terhadap Kinerja Keuangan UMKM? dan (2) seberapa besar pengaruh *Payment Gateway* terhadap Kinerja Keuangan UMKM.

2. Tinjauan Literatur

2.1 Teori Biaya Transaksi

Teori biaya transaksi meneliti apakah perusahaan harus membuat sesuatu atau membelinya (Coase, 1937; Williamson, 1998). Jika suatu perusahaan dapat memperoleh sumber daya dan menghasilkan produk sendirian, maka perusahaan tidak perlu membuat perjanjian dengan perusahaan lain. Namun, ini biasanya tidak demikian, dan seringkali menguntungkan bagi perusahaan untuk mengadakan perdagangan atau jenis perjanjian lain dengan perusahaan lain. Sejalan dengan Transaction Cost Theory, Theory of Disruption (Clayton M. Christensen), juga membahas sebuah inovasi yang akan menggantikan seluruh sistem lama dengan cara – cara yang baru, seperti menggantikan teknologi lama dengan teknologi digital yang menghasilkan sesuatu yang benar-benar baru. Contohnya terdapat di salah satu jenis fintech, yaitu *Payment Gateway* yang menggunakan cashless society. erdasarkan kedua teori tersebut diharapkan *Payment Gateway*, dapat berfungsi sebagai alat untuk memberikan keyakinan kepada UMKM untuk menghasilkan produk dan memperoleh sumber daya sendiri serta memberikan peluang yang besar dengan bekerja sama dengan transaksi online seperti OVO dan Go-Pay.

2.2 Financial Technology (Fintech)

Fintech merupakan hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi modern. Pada September 2015, telah terbentuk Asosiasi *Fintech* Indonesia (AFI). AFI bertujuan untuk menyediakan partner bisnis untuk membangun ekosistem *fintech* di Indonesia. Ada beberapa jenis *Fintech* diantaranya:

1. *Peer to Peer Lending (P2P)*
Contohnya: Kredivo, UangTeman, Koinworks, dll.
2. *Risk and Investment Management*
Contohnya: Bareksa, Finansialku, TanamDuit, Cekpremi dan Rajapremi.
3. *Market Aggregator*
Contohnya: Cekaja, Cermati, KreditGogo, dan lainnya
4. *Payments, Clearing and Settlement*
Contohnya: Doku, Sakuku BCA, T-cash, Dana, Go-pay dan Ovo.

2.3 OVO

Menurut Dailysocial.id (2016) di bawah naungan PT Visionet Internasional (PT VI) *smart financial apps* diluncurkan bernama OVO. Aplikasi ini mencoba mengakomodasi berbagai kebutuhan terkait dengan *cashless* dan *mobile payment*. Aplikasi OVO saat ini tersedia untuk platform Android dan iOS. OVO menggunakan sistem *poin reward*, yang disebut dengan OVO *Point*, untuk menjaga dan meningkatkan transaksi pengguna. Menurut Tanessa (2018) salah satu brand yang menyediakan layanan pembayaran dengan sistem *mobile money* adalah OVO. OVO adalah aplikasi yang memberikan kemudahan dalam bertransaksi dengan OVO *Cash* dan juga dapat mengumpulkan *poin* di banyak tempat melalui *outlet* yang bekerja sama dengan OVO.

2.4 GO-Pay

Go-Pay adalah dompet virtual yang bisa digunakan untuk melakukan pembayaran semua transaksi dalam aplikasi Go-Jek. Go-Jek merupakan sebuah perusahaan teknologi asal Indonesia yang melayani angkutan melalui jasa ojek. Perusahaan ini di dirikan pada tahun 2010 di Jakarta oleh Nadiem Makarim (Go-Jek, 2018).

Menurut Priyono (2017) Go-Pay adalah salah satu layanan yang ditawarkan oleh perusahaan induknya yaitu Go-Jek. Go-Jek mengawali bisnisnya dari jasa transportasi sepeda motor yang kemudian memperluas jaringan bisnisnya dengan menawarkan berbagai layanan. Dari berbagai layanan yang ditawarkan, Go-Pay salah satunya. Layanan lain yang ditawarkan adalah Go-Shopping, Go-Salon, Go-Massage, Go-Box dan lainnya.

2.5 Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan adalah gambaran tentang keberhasilan perusahaan berupa hasil yang telah dicapai berkat berbagai aktivitas yang telah dilakukan. Kinerja keuangan merupakan suatu analisis untuk menilai sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan aktivitas sesuai aturan-aturan pelaksanaan keuangan. (Fahmi, 2012). Menurut Harahap (2010) beberapa rasio yang sering digunakan untuk menghitung kinerja keuangan adalah:

1. Rasio Likuiditas
Rasio Likuiditas, menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menyelesaikan kewajiban jangka pendeknya.
2. Rasio Solvabilitas
Rasio Solvabilitas, menggambarkan kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka panjangnya atau kewajiban-kewajiban apabila perusahaan dilikuidasi.
3. Rasio Lverage
Rasio Lverage, menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal maupun aset.
4. Rasio Profitabilitas
Rasio Profitabilitas, menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada.

Menurut Sartono (2012) Profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba baik dalam hubungannya dengan penjualan,

assets maupun laba bagi modal sendiri. Adapun jenis profitabilitas, sebagai berikut:

1. ROA (*Return on Assets*)
ROA (*Return on Assets*), menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan.
2. ROE (*Return On Equity*)
ROE (*Return On Equity*), mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan.
3. ROI (*Return On Investment*)
ROI (*Return On Investment*), menunjukkan hasil dari jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan atau suatu ukuran tentang efisiensi manajemen.
4. Pendapatan Penjualan (*Sales Revenue*)
Menurut Ngaruiya et al (2014) salah satu indikator kinerja keuangan adalah pendapatan penjualan. Pendapatan penjualan adalah jumlah seluruh penerimaan perusahaan dari hasil penjualan sejumlah produk (barang yang dihasilkan).

2.6 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Menurut Kementrian Koperasi, Usaha Kecil (UK), termasuk usaha Mikro (UMI) adalah usaha yang mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000. Sementara itu, Usaha Menengah (UM) merupakan usaha milik warga negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp. 200.000.000 s.d. Rp.10.000.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan. Menurut Bank Indonesia (BI) Usaha kecil adalah usaha produktif milik warga negara Indonesia, yang berbentuk badan usaha orang perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha berbadan hukum seperti koperasi, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang yang dimiliki, dikuasai atau berafiliasi, baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau besar.

2.7 Penelitian Sebelumnya

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Widjaja dan Tedjawidjaja (2012) dengan judul *Awal Niat Pedagang untuk Mengadopsi Gateway Pembayaran Online di Indonesia* dengan menggunakan metode pengumpulan data secara *servey* dan kuesioner yang dilakukan secara kuantitatif dengan hasil penelitian ini bahwa pembayaran online menarik pedagang dengan meningkatkan sistem, kegiatan pengaruh sosial, fasilitas dan lingkungan yang aman bagi pengguna atau konsumen.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ruhengeri Musanze (2012) dengan judul *Peran Sistem Pembayaran Elektronik pada Kinerja Keuangan Lembaga Keuangan di Rwanda* dengan menggunakan statistik deskriptif dan analisis regresi linier berganda menunjukkan hasil penelitian bahwa faktor yang mempengaruhi akses ke pembayaran elektronik adalah prosedur aplikasi sederhana untuk pinjaman dengan 33,5 persen ini menunjukkan bahwa semua faktor penentu pembayaran elektronik dianggap relevan oleh responden dalam mengakses sistem pembayaran elektronik.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Ngaruiya et al (2014) dengan judul *Pengaruh Transaksi Uang Beredar terhadap Kinerja Keuangan Usaha Kecil dan Menengah di Kawasan Pusat Bisnis Nakuru* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dan desain penelitian deskriptif dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa transaksi *mobile money* memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan penjualan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Anjar Priyono (2017) dengan judul *Analisis*

Pengaruh *Trust* dan *Risk* dalam Penerimaan Teknologi Dompot Elektronik Go-Pay dengan menggunakan variabel independen persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, risiko kepercayaan kepuasan, reputasi, dengan variabel dependen minat menggunakan Go-Pay menunjukkan hasil penelitian bahwa persepsi manfaat, kemudahan, reputasi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Go-Pay sedangkan kepercayaan berpengaruh negatif.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Masocha dan Limpopo (2017) dengan judul Penerapan Layanan *Mobile Money* dan Kinerja Usaha kecil dan Menengah di Zimbabwe dengan menggunakan metode kuantitatif dengan desain penelitian deskriptif menunjukkan hasil penelitian bahwa adopsi dari layanan *mobile money* memiliki pengaruh pada kinerja UKM.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Maghfira (2018) dengan judul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Sistem Pembayaran Go-Pay dengan metode penelitian menggunakan *quota sampling*, dan persepsi manfaat dan kemudahan sebagai variabel intervening memberikan hasil penelitian bahwa hasil uji intervening menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan berperan sebagai *part mediation* dan persepsi resiko tidak memiliki efek mediasi (*non mediation*).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Mulyana dan Wijaya (2018) dengan judul Perancangan *E-Payment System* dan *E-Wallet* menggunakan kode QR berbasis android dengan menggunakan metode studi literature, observasi, perancangan dan pengujian memberikan hasil penelitian bahwa pilihan bagi pengguna untuk bertransaksi menggunakan beberapa metode yaitu sidik jari atau aplikasi android.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Xena dan Rahadi (2018) dengan judul Penerapan *E-Payment* Untuk Mendukung Sistem Pembayaran Usaha Kecil Menengah: Model Konseptualisis dengan menggunakan enam variabel independen yaitu ekspektasi kinerja, budaya penerimaan teknologi, pengaruh sosial, keamanan dan harapan usaha dengan memberikan hasil penelitian yang berguna untuk memahami tentang adopsi pembayaran elektronik untuk mendukung sistem pembayaran usaha kecil menengah.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Luckandi (2018) dengan judul Analisis Transaksi Pembayaran Menggunakan *Finetch* pada UMKM di Indonesia menggunakan metode *adaptive structuration theory* dengan hasil penelitian pengguna teknologi dapat menjadi strategi UMKM dalam menjalankan bisnis, karena banyak manfaat yang didapat seperti kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Jumba dan Wepukhulu (2019) dengan judul Pengaruh Pembayaran Nontunai terhadap Kinerja Keuangan PT Supermarket di Kabupaten Nairobi, dengan variabel akseibilitas keuangan, inovasi keuangan, dan biaya transaksi mempengaruhi kinerja keuangan dengan hasil merekomendasikan bahwa supermarket harus mengurangi di luar biaya transaksi agar memiliki dampak positif pada kinerja keuangan supermarket yang di kelola.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, kuesioner dan data primer (Fauzi, Dencik & Asiati, 2019). Dengan menyebarkan 53 sampel dari 60 populasi menggunakan penghitungan rumus slovin. Objek penelitian ini dilakukan di UMKM Palembang Indah Mall. Penelitian ini ingin melihat apakah *Payment Gateway* berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM. Pada ruang lingkup penelitian, peneliti memberi batasan yaitu hanya membahas apakah ada pengaruh *Payment Gateway* terhadap kinerja keuangan UMKM.

Teknik analisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji koefisien determinasi (R^2) dan uji parsial (t).

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besarnya persentase hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. Besarnya persentase variabel berpengaruh kepada semua nilai variabel yang dapat diketahui dari besarnya koefisien determinasi (R^2). Angka koefisien determinasi dapat dilihat dari hasil penghitungan SPSS sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.603 ^a	.364	.351		.530	2.177

a. Predictors: (Constant), *Payment Gateway*

b. Dependent Variable: Kinerja Keuangan

Tabel 2. Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi (R^2)

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0% - 20%	Sangat Lemah
21% - 40%	Lemah
41% - 60%	Sedang/Cukup
61% - 80%	Kuat
81% - 100%	Sangat Kuat

Sumber: (Ghozali, 2013)

Hasil dari nilai R Square dalam tabel di atas ialah sebesar 0,364. Nilai R Square disebut juga sebagai Koefisien Determinasi. Besarnya nilai Koefisien Determinasi adalah 0,364 atau 36,4%, angka tersebut berarti menunjukkan tingkat hubungan cukup besar bahwa kinerja keuangan yang terjadi dapat dijelaskan dengan menggunakan variabel *Payment Gateway*, sedangkan sisanya yaitu 63,6% dijelaskan oleh faktor – faktor lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

4.2 Hasil Uji Parsial (t)

Tabel 3. Hasil Uji Parsial (t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.564	1.087		-1.438	.156
Payment Gateway	1.145	.212	.603	5.397	.000

a. Dependent Variable: Kinerja Keuangan

Bagian ini menggambarkan persamaan regresi untuk mengetahui angka konstan dan uji hipotesis signifikansi dengan menggunakan uji t untuk menguji variabel *Payment Gateway* yang digunakan sebagai variabel bebas untuk variabel kinerja keuangan. Diketahui nilai sig untuk variabel *Payment Gateway* (X) terhadap Kinerja Keuangan (Y) sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $5.397 > t \text{ tabel } (51) \ 2.007$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya koefisien regresi signifikansi, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima yang berarti terdapat pengaruh *Payment Gateway* (X) terhadap Kinerja Keuangan (Y).

4.3 Pembahasan

Dari uji analisis yang telah dilakukan, dapat diperoleh bahwa pengaruh *Payment Gateway* terhadap kinerja keuangan UMKM dapat diterima atau yang berarti signifikan dengan hasil uji t nilai sig untuk variabel *Payment Gateway* (X) terhadap Kinerja Keuangan (Y) sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $5.397 > t \text{ tabel } (51) \ 2.007$. Dengan terdapat lima indikator *Payment Gateway* dalam pengujian kuesioner yaitu Harapan Kinerja, Pengaruh Sosial, Kondisi Fasilitas, Harapan Usaha dan Keamanan. Dari ke lima indikator tersebut yang telah diisi oleh responden bahwa indikator Harapan Usaha lebih banyak berpengaruh bagi UMKM. Hal ini sejalan dengan hasil uji analisis yang dilakukan bahwa adanya pengaruh *Payment Gateway* terhadap kinerja keuangan UMKM, yang berarti UMKM yang telah memakai *Payment Gateway* sebagai alat transaksinya mengharapkan usaha mereka akan lebih maju mengikuti perkembangan zaman. Penelitian ini membuktikan pengaruh *Payment Gateway* seperti OVO dan Go-Pay sangat besar di bidang UMKM karena transaksi menjadi mudah dan pendapatan penjualan (*Sales Revenue*) mereka pun meningkat. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang diteliti oleh Ngaruiya et al (2014) bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa *Payment Gateway* memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan penjualan (*Sales Revenue*).

5. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Payment Gateway* terhadap kinerja keuangan, berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan maka dapat disimpulkan bahwa dari hasil uji normalitas data dinyatakan berdistribusi normal saat nilai signifikansi $> 0,05$. Terlihat dari nilai signifikansi untuk variabel *Payment Gateway* sebesar 0,18 dan untuk kinerja keuangan sebesar 0,234. Kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,05 dengan demikian data berdistribusi normal. Hasil dari Koefisien Determinasi (R^2) Hasil dari nilai R Square dalam tabel di atas ialah sebesar 0,364. Nilai R Square disebut juga sebagai Koefisien Determinasi. Besarnya nilai Koefisien Determinasi adalah 0,364 atau 36,4%, angka tersebut berarti menunjukkan tingkat hubungan cukup besar bahwa kinerja keuangan yang terjadi dapat dijelaskan dengan menggunakan variabel *Payment Gateway*, sedangkan sisanya yaitu 63,6% dijelaskan oleh faktor – faktor lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini. Sedangkan untuk hasil uji t dari nilai sig untuk variabel *Payment Gateway* (X) terhadap Kinerja Keuangan (Y) sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $5.397 > t \text{ tabel } (51) \ 2.007$, maka H_1 diterima yang artinya koefisien regresi signifikansi, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima yang berarti terdapat pengaruh *Payment Gateway* (X) terhadap Kinerja Keuangan (Y). Maka dapat dikatakan secara parsial variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Berdasarkan simpulan yang telah diperoleh dari penelitian ini, maka ada beberapa saran yang penulis berikan yaitu antara lain: (1) Dengan majunya perkembangan *Payment Gateway* diharapkan bisa membuat para pelaku usaha UMKM semakin memajukan bisnisnya dan membuka lapangan pekerjaan, sehingga pendapatan penjualan mereka pun juga semakin meningkat; (2) UMKM yang sudah memakai *Payment Gateway* sebagai alat transaksi diharapkan bisa memberikan masukan untuk UMKM lain agar lebih maju dalam bertransaksi secara online yang telah diteliti memberikan pengaruh yang baik bagi pendapatan penjualan UMKM; (3) UMKM yang bekerja sama dengan *Payment Gateway* sebagai alat transaksinya, harus siap menerima pesaing menjadi tau harga yang mereka tetapkan, karena semakin maju inovasi semakin ketat pula persaingan yang akan dilewati untuk itu produk UMKM yang di pasarkan pun harus bisa menarik para konsumen; (4) Agar perusahaan penyedia *Payment Gateway* dan pemakai jasa aplikasi sama – sama menguntungkan penulis mengharapkan prinsip *open platform* bisa memberikan manfaat yang besar bagi perusahaan yang akan berkerja sama. Karena layanan jenis *fintech* membutuhkan ekosistem yang terbuka dan saling mendukung satu sama lain, sehingga bisa sama-sama berkembang.

Referensi

Badan Pusat Statistik. (2019). Usaha Kecil Menengah. Retrieved September 21, 2019, from <https://www.bps.go.id/subject/35/usaha-mikro-kecil.html>

Bank Indonesia. (2015). Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Retrieved September 21, 2019, from https://www.bi.go.id/id/umkm/penelitian/nasional/kajia/Documents/profil_Bisnis_UMKM.pdf

Bank Indonesia. (2019). Transaksi Uang Elektronik Melonjak 209,8% pada 2018. Retrieved September 24, 2019, from databoks.katadata.co.id

Bank Indonesia. (2013). Teknologi Finansial. Retrieved September 20, 2019, from <https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/fintech/Contents/default.aspx>

Donner, J., & Escobari, M. (2010). Tinjauan tentang Penggunaan Seluler oleh Usaha Kecil dan Mikro di Negara berkembang. *Journal of International Development*, 22(641–658).

Eka, Randi. (2016). OVO dan Evolusi Layanan Pembayaran Mobile. Retrieved September 21, 2019, from 21 september 2019 website: <https://dailysocial.id/post/ovo-dan-evolusi-layanan-pembayaran-mobile>

Erlina. (2011). *Metode Penelitian*, USU Press. Medan.

Fahmi, Irham. (2012). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Bandung: Alfabeta.

Fauzia, Mutia. (2018). Sri Mulyani: UMKM Serap 96 Persen Tenaga Kerja. Retrieved September 21, 2019, from 20 september 2019 website: <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/10/31/204100326/sri-mulyani--umkm-serap-96-persen-tenaga-kerja>

Fauzi, F., Dencik, A. B., & Asiati, D. I. (2019). *Metodologi Penelitian Untuk Manajemen dan AKuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.

Finansial Stability Board. (2018). Empat Jenis Fintech di Indonesia. Retrieved September

21, 2019, from CNBC Indonesia website:
<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20180110145800-37-1126/ini-dia-empat-jenis-fintech-di-indonesia>

Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan program IBM SPSS 23* (edisi 8). Cetakan ke VIII Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Edisi 7). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gojek. (2019). Apa itu GOPAY. Retrieved September 20, 2019, from <https://www.gojek.com/blog/bayar-lebih-mudah-pakai-go-pay/>

Gojek. (2019). About Us Go-Jek. Retrieved September 20, 2019, from <https://www.gojek.com/about/>

Harahap, S. S. (2010). *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Persada.

Jumba, J & M, Wepukhulu, J. (2019). Pengaruh Pembayaran Nontunai terhadap Kinerja Keuangan PT Supermarket di Kabupaten Nairobi. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 9(3), 1372–1397. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v9-i3/5803>

Kementerian Koperasi dan UKM. (2018). Pemberdayaan Koperasi UMKM. Retrieved September 21, 2019, from <http://www.depkop.go.id/>

Luckandi, D. (2018). Analisis Transaksi Pembayaran Menggunakan Fintech Pada UMKM di Indonesia: Pendekatan Adaptive Structuration Theory. *Skripsi Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia*, 1–98.

Masocha, R., & Dzomonda, O. (2018). Penerapan Layanan Mobile Money dan Kinerja Usaha Kecil dan Menengah di Zimbabwe. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 22(3), 1–11.

Mulyana, A., & Wijaya, H. (2018). Perancangan E-Payment System pada E-Wallet Menggunakan Kode QR Berbasis Android. *Komputika: Jurnal Sistem Komputer*, 7(2), 63–69. <https://doi.org/10.34010/komputika.v7i2.1511>

Ngaruiya, B. (2014). Pengaruh Transaksi Uang Bergerak terhadap Kinerja Keuangan Usaha Kecil dan Menengah di Kawasan Pusat Bisnis Nakuru. *Journal of Finance and Accounting*, 5(12), 53–59.

OVO. (2017). About Us OVO. Retrieved from 20 september 2019 website: <https://ovo.id/>

Priyono, Anjar. (2017). Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik Go-Pay. *Jurnal Siasat Bisnis*

Riduwan. (2014). *Dasar-dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta.

Riduwan. (2010). *Skala Pengukuran variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sartono, Agus. (2012). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi* (Edisi 4). Yogyakarta: BPFE.

Setiawan, Budi. (2018). Edukasi E-Commerce Pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) di Kota Palembang. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 2(2), 106–110.

Siahaan, G. J. (2017). Fintech Picu Daya Saing. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 61(1), 215–223. Retrieved from www.ojk.go.id

solusi@finansialku.com. (2018). Definisi Payment Gateway. Retrieved from 20 september 2019 website: <https://www.finansialku.com/definisi-payment-gateway-adalah/>

Sugiyono. (2012). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.

Sugiyono. (2014). *Teori, Kuisisioner, dan Analisis Data*. CAPS, Yogyakarta.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V. W. (2014). *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Tanessa, Audrie. (2017). Menganalisis Dampak Perceived Ease of Use terhadap Attitude yang Mempengaruhi Intention to Use. *Jurnal Manajemen*, 9(1), 55–67.

Undang-Undang RI nomor 20 tahun 2008. *Tentang Usaha Kecil, Mikro dan Menengah*

Widjaja, N. D., & Tedjawidjaja, A. (2012). Studi Awal Niat Pedagang untuk Mengadopsi Online Payment Gateway di Indonesia. *International Journal of Future Computer and Communication*, 1(2), 155–159. <https://doi.org/10.7763/ijfcc.2012.v1.40>

Xena, P., & Rahadi, R. A. (2019). Adoption of E-Payment to Support Small Medium Enterprise Payment System: a Conceptualised Model. *International Journal of Accounting*, 4(18), 32–41.

Zindiye, S., Chiliya, N. & Masocha, R. (2012). Dampak dukungan pemerintah dan lembaga lainnya terhadap kinerja usaha kecil dan menengah di sektor manufaktur di Harare, Zimbabwe. *International Journal of Business Management & Economic Research*, 3(6), (655–667).

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)