



Teknologi Finansial, E-Commerce, Perkembangan Alternatif Pembayaran dan Kinerja Bisnis Toko Online: Suatu Kajian pada Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis

Muhammad Rakib^{1*}, Siti Arafah², Dian Anugrah Sanusi³

¹Universitas Negeri Makassar, m.rakib@unm.ac.id

²Universitas Negeri Makassar, sitiarafah042600@gmail.com

³Universitas Satya Wiyata Mandala, anugrah0105.da@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap pengaruh teknologi finansial dan *e-commerce* terhadap perkembangan alternatif pembayaran dan kinerja bisnis toko *online* pada mahasiswa ekonomi dan bisnis. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa FEB UNM yang aktif pada semester genap tahun 2022 yaitu 3124 orang dan sampel sebanyak 97 responden, diambil secara *Simple Random Sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen angket. Analisis yang digunakan yakni analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknologi finansial dan *e-commerce* baik secara simultan maupun parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan alternatif pembayaran dan kinerja bisnis toko *online*.

Kata Kunci: *Teknologi finansial; E-Commerce; alternatif pembayaran; kinerja bisnis toko online*

Abstract

This study aims to reveal the influence of financial technology, e-commerce on the development of payment alternatives and the performance of student online shop businesses. This study uses a type of quantitative research. The research population was all FEB UNM students who were active in the even semester of 2022, namely 3124 people and a sample of 97 respondents, taken by Simple Random Sampling. Data collection techniques were carried out through observation, questionnaires and documentation. The analysis used is multiple regression analysis. The results of the study show that financial technology and E-commerce both simultaneously and partially have a significant influence on payment alternatives and online shop business performance.

Keywords: *Financial technology; E-Commerce; alternative payments; online shop business performance*

*✉ Corresponding author: m.rakib@unm.ac.id

PENDAHULUAN

Pola perilaku manusia di era digital dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dalam sumber informasi terbuka dan berbagai layanan elektronik. Jika dilihat dari segi angka, penggunaan teknologi digital di Indonesia jauh lebih besar dibandingkan negara ASEAN lainnya. Per Januari 2023, terdapat 212,9 juta pengguna internet di Indonesia, atau 77% dari total populasi negara (Rizaty, 2023). Setiap elemen kehidupan telah dipengaruhi oleh transformasi digital, termasuk transaksi online, media sosial, e-book, angkutan umum (taksi dan ojek), jasa perjalanan, dan teknologi keuangan. Beberapa aspek kehidupan dan bagaimana layanan disampaikan telah berubah karena teknologi. Hal itu terlihat dari sejumlah perusahaan internet, seperti Gojek, Bukalapak, dan *Shopee* yang telah mengubah banyak aspek kehidupan. Sikap dan harapan orang terhadap kinerja perusahaan akan berubah ketika informasi menjadi lebih mudah diakses, membuat mereka lebih menuntut layanan yang mereka terima.

Perkembangan teknologi yang merupakan subjek studi terbaru di Indonesia terutama mengenai teknologi finansial dan *e-commerce*. Hal tersebut merupakan teknologi dalam bidang perdagangan dimana separuh masyarakat yang tinggal di perkotaan, sudah terpenuhi kebutuhan pangan dan kebutuhan lainnya dengan berbelanja di pasar modern. Kemunculan pasar modern bermanfaat bagi konsumen karena mengarah ke beragam alternatif tempat berbelanja di pasar modern yang sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen yang menyenangkan.

Studi terbaru di Indonesia berfokus pada kemajuan teknologi, khususnya di bidang teknologi finansial dan *e-commerce*. Dengan penggunaan teknologi ini, mayoritas penduduk kota yang ingin membeli makanan dan kebutuhan lainnya dapat melakukannya dengan mengunjungi toko *online*. Munculnya toko *online* menguntungkan pelanggan karena menciptakan sejumlah pilihan belanja alternatif yang sesuai dengan keinginan dan preferensi mereka. Konsumen khususnya di wilayah metropolitan telah beralih melakukan pembelian melalui toko *online* yang dikenal dengan *e-commerce* sebagai akibat dari perkembangan teknologi dalam industri perdagangan (Ahmadi, 2016). Bagi masyarakat Indonesia yang tidak mau menerima perubahan dalam kegiatan ekonomi, kebangkitan teknologi finansial telah menimbulkan disrupsi positif. Pilihan baru bagi perekonomian untuk meningkatkan aktivitas ekonomi secara lebih efektif dan efisien telah dimungkinkan oleh teknologi keuangan (Afifah, 2018).

E-commerce adalah pemasaran produk atau jasa melalui saluran informasi online (Sutabri, 2012). Dengan penggunaan *e-commerce*, kemajuan teknologi dalam perdagangan muncul dengan cepat di Indonesia. Masyarakat Indonesia telah menjadikan bisnis internet sebagai pusat perbelanjaan baru namun menjadi pusat perdagangan layaknya pasar modern berkat berbagai fasilitas perbelanjaan, barang, dan jasa yang tersedia. *E-commerce* memiliki beberapa manfaat, antara lain fleksibilitas untuk melakukan bisnis kapanpun dan dimanapun, akses dari lokasi manapun, adanya saluran distribusi, tersedianya pilihan pembelian langsung, dan penghematan biaya. Transaksi perdagangan versi *e-commerce* dapat dibayar dengan berbagai cara, termasuk metode tradisional (kartu kredit, transfer antar rekening bank), maupun *online* (Veza, 2019).

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Dalam masyarakat, sistem dan transaksi elektronik digunakan, dan pengguna diharapkan dapat bekerja dengan baik. Evolusi inovasi pembayaran elektronik dipengaruhi oleh kemajuan teknologi di bidang informasi dan komunikasi. Metode pembayaran dan strategi perusahaan terus berkembang setiap saat. Posisi uang tunai telah berubah akibat kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran, yang memunculkan pilihan pembayaran nontunai yang lebih efektif dan terjangkau.

Menurut data awal, mayoritas mahasiswa percaya bahwa pembayaran *online* menyederhanakan transaksi. Tidak dapat disangkal bahwa kemajuan teknologi dalam bisnis disertai dengan manfaat bagi masyarakat yang dibawa oleh digitalisasi ekonomi. Dari memesan barang atau jasa hingga membayarnya, seluruh transaksi dilakukan secara *online* dan melalui satu aplikasi. Tindakan yang mengurangi biaya terkait komunikasi dan transportasi sehingga individu dapat memilih pilihan pembayaran digital di berbagai perangkat. Kemajuan signifikan dalam teknologi keuangan dihasilkan dari sistem ini.

Aspek signifikan lain yang dapat mempengaruhi pembelian *online* adalah faktor kenyamanan. Selama terhubung dengan internet, siapapun yang ingin berbelanja *online* dapat melakukannya dengan mudah. Internet telah memudahkan orang untuk melakukan banyak aktivitas yang biasanya mereka lakukan secara konvensional, seperti jual beli. Pasar sering menyediakan empat langkah proses pembelian: pilih, beli, bayar, dan terima (Saputri & Rafelia, 2015).

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini menyelidiki variabel-variabel, khususnya yang terkait dengan teknologi finansial dan *e-commerce*, yang memengaruhi kesuksesan toko online dan opsi pembayaran. Pengguna teknologi keuangan dan layanan *e-commerce* akan mendapatkan manfaat dari informasi penelitian ini tentang opsi pembayaran alternatif seperti Go-Pay dan OVO, serta kesehatan keuangan pengecer online seperti Shopee, Lazada, dan Bukalapak yang memungkinkan transaksi jual beli online. Menurut data empiris, sistem pembayaran Indonesia dipengaruhi oleh teknologi finansial. Tidak dapat dipungkiri bahwa keberadaan teknologi finansial dan *e-commerce* memberikan dampak yang signifikan terhadap pembayaran dan kemudahan setiap transaksi jual beli dapat dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh teknologi finansial, *e-commerce* terhadap perkembangan alternatif pembayaran dan Kinerja Bisnis Toko *Online*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk memecahkan masalah tentang pengaruh teknologi finansial dan *e-commerce* terhadap perkembangan alternatif pembayaran dan kinerja bisnis toko online. Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Makassar yang terdaftar dan aktif pada tahun 2022 yaitu 3.124 mahasiswa. Sampel penelitian ditentukan berdasarkan rumus slovin yaitu 97 responden. Teknik pengambilan sampel peneliti yaitu *probability sampling* atau *simple random sampling*. Pengumpulan data menggunakan instrumen angket yang sudah dikembangkan dengan wujud skala likert. Pengujian dilakukan keabsahan data dengan uji validitas dan reliabilitas.

Tujuan uji validitas adalah untuk menilai sah atau valid suatu kuesioner (Ghozali, 2018). Uji validitas menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Dalam uji validitas ini, proses pengambilan keputusan menggunakan batas *r* tabel sebesar 0,361 dengan tingkat signifikansi 5%. Hasil pengujian validitas instrumen angket yaitu dari 63 item pernyataan yang telah dikembangkan dalam mengukur variabel penelitian diperoleh nilai *r* hitung lebih besar dari pada nilai *r* tabel sebesar 0,361 sehingga seluruh item pernyataan dinyatakan valid.

Sedangkan, dalam mengevaluasi reliabilitas instrumen menggunakan pendekatan Cronbach's Alpha dengan program software SPSS versi 25, suatu instrumen dianggap reliabel jika koefisien Cronbach's Alpha-nya lebih besar dari 0,600. Setelah dilakukan pengujian, variabel teknologi finansial sebesar 0,756, *e-commerce* sebesar 0,743, alternatif pembayaran sebesar 0,778, dan kinerja bisnis sebesar 0,756, sehingga dapat ditarik simpulan bahwa semua variabel dapat dipercaya atau reliabel dan dapat dilanjutkan dengan uji analisis yang diperlukan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah instrumen angket yang telah dikembangkan dari indikator-indikator setiap variabel penelitian. Instrumen angket tersebut dibagi ke responden untuk mendapatkan data terkait teknologi finansial dan *e-commerce*, perkembangan alternatif pembayaran, dan kinerja bisnis toko online. Data dianalisis menggunakan analisis statistik inferensial yaitu analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program statistik yaitu SPSS versi 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa tanggapan mahasiswa mengenai pemanfaatan teknologi finansial berada pada kategori sedang dilihat dari indikator cepat, efisien dan mudah diakses. Hal yang sama mengenai penggunaan *e-commerce*, tanggapan mahasiswa berada pada kategori sedang dilihat dari kualitas sistem, kualitas atau keakuratan informasi, kualitas atau mutu layanan, pemanfaatan, kepuasan pengguna dan manfaat penggunaan *e-commerce*. Selanjutnya, tanggapan mahasiswa mengenai perkembangan alternatif pembayaran juga berada pada kategori sedang dilihat dari penggunaan *e-money* lebih cepat, tepat, efisien, praktis, teliti, dan tidak menggunakan PIN atau kode, kesalahan dalam transaksi dapat meminimalisir dalam pengembalian keuntungan dan dapat memberikan keuntungan dimasa depan. Variabel kinerja bisnis toko online berada pada kategori sedang dilihat dari efektivitas bisnis, sasaran dan capaian bisnis, kepuasan konsumen dan konsistensi usaha.

Tabel 1.
Analisis Dekriptif

No.	Variabel	Interval Skor	Rata-rata Skor	Tingkat Capaian (%)	Kategori
1	Teknologi Finansial	38-60	49,68	71,13	Sedang
2	E-commerce	59-91	74,35	76,28	Sedang
3	Alternatif Pembayaran	64-105	85,99	76,28	Sedang
4	Kinerja Bisnis Online Shop	36-64	50,84	73,19	Sedang

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2022)

Hasil uji normalitas sebagaimana disajikan pada Tabel 2 dengan menggunakan analisis Kolmogrov-Smirnov menunjukkan bahwa teknologi finansial dan *e-commerce* terhadap alternatif pembayaran, dan kinerja bisnis memiliki nilai signifikansi (Asymp. Sig) sebesar 0,200 dan 0,056 yang berarti lebih besar dari batas signifikansi 0,05, hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

Tabel 2.
Hasil Pengujian Normalitas Data

No.	Variabel	Asymp.Sig	Taraf Signifikan	Keterangan
1.	Teknologi Finansial, <i>E-commerce</i> terhadap Alternatif Pembayaran	0,200	0,05	Normal
2.	Teknologi Finansial, <i>E-commerce</i> terhadap Kinerja Bisnis Toko <i>Online</i>	0,056	0,05	Normal

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2022)

Hasil uji linearitas sebagaimana disajikan pada Tabel 3, menunjukkan bahwa t nilai signifikan *deviation from linearity* untuk keseluruhan variabel lebih besar dari pada taraf signifikan 0,05, ini berarti data tentang teknologi finansial dan *e-commerce* linear dengan variabel alternatif pembayaran dan kinerja bisnis toko *online*.

Tabel 3.
Hasil Pengujian linearitas

No.	Variabel	Nilai Signifikansi <i>Deviation From Linearity</i>	Taraf Signifikan	Keterangan
1.	Pengaruh Teknologi Finansial terhadap Perkembangan Alternatif Pembayaran	0,275	0,05	Linear
2.	<i>E-commerce</i> terhadap Perkembangan Alternatif Pembayaran	0,627	0,05	Linear
3.	Teknologi Finansial terhadap Kinerja Bisnis Toko <i>Online</i>	0,715	0,05	Linear
4.	<i>E-commerce</i> terhadap Kinerja Bisnis Toko <i>Online</i>	0,354	0,05	Linear

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2022)

Uji Hipotesis

Hasil uji hipotesis sebagaimana disajikan pada Tabel 4 menunjukkan hasil uji secara parsial diperoleh nilai signifikan teknologi finansial adalah $0,000 < 0,05$, ini berarti secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan alternatif pembayaran dan nilai signifikan *e-commerce* adalah $0,000 < 0,05$, juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap alternatif pembayaran. Selanjutnya, nilai signifikan teknologi finansial adalah $0,000 < 0,05$ secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis toko *online* dan variabel *e-commerce* adalah $0,000 < 0,05$ secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis toko *online*.

Tabel 4.
Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian

Variabel Bebas	Variabel Terikat	Parsial	Sign.	Ket.	Simultan	Sign	Ket.
Teknologi Finansial <i>E-commerce</i>	Alternatif	8,401	0,000	Signifikan	61,787	0,000	Signifikan
	Pembayaran	8,769	0,000	Signifikan			
Teknologi Finansial <i>E-commerce</i>	Kinerja Bisnis	4,968	0,000	Signifikan	30,068	0,000	Signifikan
		7,424	0,000	Signifikan			

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2022)

Uji signifikan secara simultan variabel teknologi finansial dan *e-commerce* terhadap variabel alternatif pembayaran terdapat nilai signifikan sebesar 0,000, hal ini membuktikan bahwa variabel bebas tersebut memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan alternatif pembayaran, begitu pula halnya terhadap variabel kinerja bisnis toko *online*, dimana diperoleh nilai signifikan 0,000, hal tersebut dibuktikan bahwa variabel bebas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis online shop.

Pengaruh Teknologi Finansial Terhadap Alternatif Pembayaran pada Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis

Berdasarkan hasil penelitian uji signifikansi parsial disimpulkan bahwa koefisien regresi sebesar 8,401 atau t hitung sebesar 8,401 lebih besar daripada t tabel sebesar 1,985, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 atau berada di bawah batas penerimaan signifikansi 0,05. Dengan demikian perkembangan alternatif pembayaran secara positif dan signifikan dipengaruhi oleh teknologi finansial. Ini berarti bahwa teknologi finansial sering dipilih oleh mahasiswa ekonomi dan bisnis untuk memenuhi kebutuhan mereka secara cepat dan efektif. Temuan penelitian ini sejalan dengan sejumlah penelitian sebelumnya, antara lain penelitian terhadap 60 mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi dan Program Studi Informatika Universitas Indraprasta PGRI Jakarta Timur yang menggunakan dompet digital OVO dan *Go-Pay*, yang mengungkapkan bahwa 85,4 persen dari mereka tidak pernah menggunakan uang tunai untuk melakukan pembelian. Sebanyak 67,5 persen siswa melaporkan menggunakan kedua dompet digital secara bersamaan, dengan 26,3 persen memanfaatkan OVO dan 11,3 persen mengandalkan *Go-pay*. 28,2 persen pelajar memanfaatkan *Go-pay*, 71,8 persen siswa menganggap OVO lebih menarik karena OVO sering memberikan lebih banyak diskon atau promosi *cashback* daripada *Go-pay* pesaingnya, dan 81,3 persen mahasiswa mengaku menggunakan dompet digital untuk membeli atau memesan makanan dan minuman (Kumala dan Mutia, 2020). Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa di zaman sekarang ini, mahasiswa memiliki kecenderungan menggunakan dompet digital untuk semua kebutuhan mereka. Promosi intensif yang dijalankan oleh penyedia dompet digital di Indonesia juga berhasil membuat mahasiswa tergoda untuk melakukan transaksi.

Penelitian pada Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung menunjukkan bahwa sebanyak 70 persen mahasiswa memakai teknologi finansial dengan manfaat memenuhi pembayaran *online* dan 28 persen mahasiswa pengguna teknologi finansial memanfaatkan pembayaran digital banking. Hasil penelitian ini menyatakan 48 persen mahasiswa menerima bahwa memakai teknologi finansial dapat memudahkan layanan finansialnya (Alawi & Asih, 2020). Teknologi finansial merupakan inovasi baru jasa dan jasa keuangan. Teknologi Finansial adalah penerapan teknologi inovatif untuk membantu masyarakat dalam bertransaksi sehari-hari (Tripalupi, 2019). Perkembangan teknologi finansial di dunia ekonomi digital bisa dimengerti dan diikuti oleh mahasiswa sebagai generasi milenial dan penerus bangsa (Hasibuan at al, 2021). Seperti yang terjadi dalam Riset yang mengatakan media sosial berdampak untuk menolong pelaku UMKM ketika menawarkan produk. Untuk bisnis yang beroperasi dengan aplikasi yang berubah sebagai pembayaran elektronik. Metode pembayaran dalam transaksi yang efisien ketika memakai sebagian aplikasi pembayaran OVO (Stelzner, 2012). Peningkatan UMKM di tujukan bagi pelaku ekonomi yang berdaya saing melalui kekuatan kewirausahaan dan peningkatan produktivitas telah didukung dengan usaha meningkatkan, menyesuaikan diri dalam kebutuhan pasar, manfaat hasil inovasi dengan pelaksanaan teknologi. (Alyas, & Rakib (2017).

Pengaruh *E-commerce* terhadap Perkembangan Alternatif Pembayaran pada Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis

Koefisien regresi sebesar 8,769 dan nilai signifikansi 0,000 atau di bawah ambang batas yang dapat diterima untuk tingkat signifikansi 0,05 diperoleh berdasarkan hasil uji signifikansi parsial. Hal ini mengindikasikan bahwa perkembangan alternatif pembayaran secara parsial dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel *e-commerce*. meningkatnya penggunaan *e-commerce* di kalangan mahasiswa ekonomi dan bisnis, serta perkembangan alternatif pembayaran yang lebih besar. Pemanfaatan *e-commerce* dalam bisnis *online* berdampak pada berkembangnya alternatif pembayaran

yang dapat mempermudah pemesanan, pembayaran, dan penerimaan barang secara *online*. Misalnya, mahasiswa dapat berbelanja di shopee, Bukalapak, dan Lazada. Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa pelaku e-commerce dapat mengidentifikasi prospek bisnis jika mereka menemukan solusi yang bermanfaat, seperti alternatif pembayaran kartu kredit dan pembayaran cek elektronik sebagai alat yang dapat digunakan untuk transaksi online dengan menulis cek elektronik. dikirim secara digital (Marita, 2012). Beliau juga menyebutkan bahwa ada dua metode berbeda untuk melakukan pemesanan *online* yaitu menggunakan formulir pemesanan dan melakukan pemesanan melalui telepon. Pilihan pembayaran *online* juga sangat bervariasi di ranah *e-commerce*. Namun secara teori, menggunakan kartu kredit elektronik adalah cara melakukannya dalam skala dunia.

Pengaruh Teknologi Finansial terhadap Kinerja Bisnis Toko Online

Hasil uji signifikansi parsial menunjukkan bahwa variabel teknologi finansial berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kinerja bisnis toko *online*. Koefisien regresi sebesar 4,968, dan nilai signifikansi sebesar 0,006 atau di bawah batas penerimaan untuk tingkat signifikansi 0,05. Ini berarti bahwa teknologi finansial membantu memfasilitasi interaksi yang lebih sederhana antara bisnis dan pelanggan, seperti beralih dari uang tunai dan giro ke kartu seperti *e-money* dan *Go-pay*. Teknologi finansial menjadi garda terdepan perusahaan dalam mengembangkan bisnisnya di tengah perkembangan dunia teknologi, berdasarkan hasil survei bahwa dari seratus perusahaan mikro, kecil dan menengah yang menjadi sampel penelitian, lebih dari 90% pengusaha penggunaan teknologi finansial (Hasyim & Hasibuan, 2022).

Hasil penelitian ini juga sejalan penelitian yang dilakukan pada 377 UKM di Yaoundé dan Douala Kamerun bahwa teknologi finansial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UKM (Lontchi et al, 2023). Penggunaan teknologi finansial sangat membantu usaha khususnya dalam pencatatan laporan keuangan secara otomatis. Dengan mencatat transaksi penjualan secara otomatis dan mengirimkan laporan penjualan mingguan atau bulanan, fintech membantu UKM memahami kinerja perusahaan (Hau et al (2021)). Lebih lanjut, penelitian yang mendukung lainnya seperti bagaimana penggunaan teknologi digital meningkatkan kinerja bisnis, serta peran mediasi yang dimainkan oleh inovasi organisasi dan strategi transformasi digital. Temuan menunjukkan bahwa inovasi organisasi dan strategi transformasi digital dipengaruhi secara positif oleh teknologi digital, yang berdampak pada kinerja bisnis (Thanki et al, 2016). Selain itu, penelitian Purwantini et al (2018) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial (teknologi informasi) meningkatkan kinerja UKM di berbagai bidang termasuk layanan klien, pemasaran, operasi internal, dan akhirnya kinerja penjualan. Terkait pengelolaan keuangan berbasis teknologi, seperti digitalisasi laporan keuangan, teknologi pembayaran, dan pinjaman berbasis online, teknologi finansial dapat membantu pelaku UMKM dengan memberikan kemudahan dan efisiensi.

Pengaruh E-commerce terhadap Kinerja Bisnis Toko Online

Berdasarkan hasil penelitian uji signifikansi secara parsial menunjukkan bahwa koefisien regresi 7,424 atau t hitung (7,424) > t tabel (1,985) dan nilai signifikansi (0,006) < 0,05 maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Dengan begitu, variabel e-commerce berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kinerja bisnis toko *online*. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Ambrawati et al (2021) bahwa terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan shopee dan daya tanggap. Hal ini berarti pelayanan dapat diucapkan berkualitas bila perusahaan bisa menyediakan pelayanan yang sesuai dengan keinginan, kebutuhan, dengan harapan pelanggan. Untuk memaksimalkan prospek dan meningkatkan kinerja bisnis secara keseluruhan harus menggunakan e-commerce dalam beroperasi secara global. *E-commerce* juga telah meningkatkan manajemen operasi dan efisiensi manufaktur. Dengan kehadiran internet, bisnis kini dapat lebih mudah menerima pesanan pelanggan, membuatnya, dan mendistribusikannya secara efisien (Andonov et al (2021)). Perusahaan yang menggunakan model E-commerce sekarang memiliki opsi untuk mengirimkan produk mereka dengan cepat ke pelanggan. Integrasi berbagai divisi perusahaan, termasuk keuangan, pemasaran, dan lainnya, telah mengurangi waktu pemrosesan. Bisnis sekarang memiliki peluang untuk berkembang secara global dan menjangkau pasar baru berkat e-commerce. Bisnis sekarang memiliki kemampuan untuk terhubung dengan pelanggan di seluruh dunia dengan menggunakan platform online. Bisnis telah menentukan

bahwa untuk mengembangkan dan memperluas operasi mereka, harus ada kebutuhan akan barang dan jasa mereka di berbagai negara dan kelompok sosial. Perusahaan sekarang lebih condong ke arah global dan operasi di seluruh dunia sebagai akibat dari meningkatnya kompleksitas dan persaingan yang semakin ketat saat ini (Sharma, 2019).

Pengaruh Teknologi Finansial dan E-commerce Terhadap Alternatif Pembayaran pada Bisnis Toko Online

Berdasarkan hasil penelitian uji signifikansi secara simultan menentukan bahwa variabel bebas yaitu *Teknologi Finansial*, *e-commerce* cara simultan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat alternatif pembayaran. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Pambudi (2019) Dalam survei lanjutan terhadap mahasiswa di UIN Walisongo Semarang, dimana jenis fintech yang paling sering digunakan responden adalah layanan payment, clearing dan settlement, Ovo merupakan layanan fintech yang paling populer dan banyak digunakan oleh responden, 39% lebih banyak dari Produk Go-jek yaitu Go-pay Hanya 18% responden yang menggunakan. Penelitian selanjutnya menurut Nadhilah at al (2021) bahwa fitur cukup diminati mahasiswa yaitu pembayaran transportasi online, seperti yang diketahui Ovo dan *Go-pay* saling menjadi dompet digital atau sarana pembayaran pada aplikasi masing-masing. Adapun kunci kesuksesan *e-wallet* yaitu mudah dalam melakukan pengisian kembali saldo dipakai bertransaksi di *e-commerce*, media pembayaran telah diberikan saat melakukan transaksi dengan *e-commerce* yaitu kuitansi kredit online, dompet digital (*e-wallet*), uang digital, *stored-valued* online, akumulasi digital, pembayaran cek digital dan metode pembayaran nirkabel (Nawawi, 2020). Dengan demikian, kinerja bisnis dapat dimaksimalkan dengan transaksi melalui aplikasi-aplikasi di *Smartphone*. Ketersediaan teknologi *Smartphone* dalam menjalankan bisnis secara *online* sangat menentukan kinerja bisnis dalam bidang pemasaran (Rakib, 2015).

Pengaruh Teknologi Finansial dan E-commerce terhadap Kinerja Bisnis Toko Online

Berdasarkan hasil penelitian uji signifikansi secara simultan menentukan bahwa variabel bebas yaitu teknologi finansial dan *e-commerce* secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat kinerja bisnis toko *online*. Hasil penelitian ini didukung dengan adanya pernyataan bahwa kontribusi industri teknologi finansial dan *e-commerce* sangat besar dalam meningkatkan kinerja keuangan usaha kecil dan menengah di wilayah Jakarta, Depok, dan Tangerang (Hasyim & Hasibuan, 2022). Teknologi finansial merupakan inovasi dari sektor keuangan yang menggabungkan teknologi dan keuangan untuk menciptakan fasilitas tanpa perantara, mengubah cara bisnis memberikan layanan dan barang mereka sekaligus melindungi privasi pelanggan, menantang norma hukum, dan memungkinkan pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Begitu pula *e-commerce* berpotensi meningkatkan produktivitas usaha karena merupakan satu-satunya cara yang tersedia bagi pelanggan UMKM untuk memasarkan produknya selain mendapatkan akses pasar di era digital. Teknologi dapat dimanfaatkan oleh pelaku bisnis untuk mengembangkan usahanya melalui *e-commerce*, sehingga banyak inovasi produk yang menarik bagi konsumen. Konsumen akan menggunakan *e-commerce* untuk membeli sendiri barang atau jasa yang mereka inginkan. Kemudahan penggunaan sistem pembayaran elektronik baik berbasis kartu maupun elektronik akan meningkatkan efisiensi, biaya, dan waktu penyelesaian. Di era globalisasi, praktik pembayaran elektronik merupakan sarana untuk memajukan budaya yang menawarkan banyak keuntungan dibandingkan transaksi tunai tradisional.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan teknologi finansial sangat mempengaruhi perkembangan alternatif pembayaran dan kinerja bisnis toko *online* karena pemberian pelayanan dapat dilakukan secara cepat, tepat, efisien, praktis, teliti, dan tidak membutuhkan PIN atau kode serta kesalahan dalam transaksi dapat diminimalisir dalam pengembalian keuntungan. Pemanfaatan *e-commerce* sangat mempengaruhi perkembangan alternatif pembayaran dan kinerja bisnis toko *online*, dimana *e-commerce* menyiapkan sistem berkualitas,

informasi akurat dan berkualitas, layanan yang bermutu, dan jaminan kepuasan pengguna dan manfaatnya. Adapun saran penelitian yaitu diharapkan mahasiswa dapat menggunakan dengan baik berbagai macam teknologi finansial dan *e-commerce*, peneliti selanjutnya dapat mengkaji permasalahan yang relevan mempengaruhi alternatif pembayaran dan kinerja bisnis toko *online*.

DAFTAR PUSTAKA

- Alawi, N. W., & Vemy Suci Asih, D. H. S. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung Terhadap Penggunaan Sistem. *Jurnal MAPS (Manajemen Perbankan Syariah)*, 4 (1), 35-44. <https://doi.org/10.32627/maps.v4i1.190>
- Alyas & Rakib. M. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus Pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros). *Jurnal Sosiohumaniora*. Vol.19 (2), 114-120. <https://doi.org/10.35760/eb.2020.v25i2.2413>
- Ahmadi, R. (2016). Pengantar Pendidikan. Yogyakarta, Ar-Ruzz Media, 8.
- Ambarwati, N. R., Sinring, B., Ratna, R., & Taufan, S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna E-Commerce Di Kota Makassar (Studi Kasus Pelanggan Shopee). *Universitas Muslim Indonesia*, 3 (2), 102-110
- Andonov, A., Dimitrov, G.P., & Totev, V. (2021). Impact of E-commerce on Business Performance. *TEM Journal*, 10 (4), 1558-1564. DOI: 10.18421/TEM104-09
- Bank Indonesia. (2017). Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 19/14/PADG/2017 Tentang Ruang Uji Coba Terbatas (Regulatory Sandbox) Teknologi Finansial. Jakarta: Bank Indonesia. https://www.bi.go.id/id/peraturan/sistempembayaran/Pages/PADG_191417.aspx.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasyim, T. M., & Hasibuan, D. R. (2022). Analisis Peranan Fintech dan ECommerce Terhadap Perkembangan UMKM. *Keunis*, 10 (2), 19-28. DOI: <https://doi.org/10.32497/keunis.v10i2.3490>
- Hau, H., Huang, Y., Shan, H., & Sheng, Z. (2021). FinTech credit and entrepreneurial growth. *Swiss Financ. Inst. Res. Pap.* 21–47.
- Kumala, I. & Mutia, I. (2020). Pemanfaatan Aplikasi Dompot Digital Terhadap Transaksi Retail Mahasiswa. *Seminar Nasional Riset dan Teknologi (SEMNAS RISTEK) 2020*, 64–69.
- Lontchi, C.B.; Yang, B.; Shuaib, K.M. (2023). Effect of Financial Technology on SMEs Performance in Cameroon amid COVID-19 Recovery: The Mediating Effect of Financial Literacy. *Sustainability*, 15, 2171. <https://doi.org/10.3390/su15032171>
- Marita, L. S. (2012). Metode Pembayaran Belanja Dengan E-Commerce. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Universitas Bina Sarana Informatika*, 12 (2). 105-113. DOI: <https://doi.org/10.31294/jc.v12i2.3556>.
- Nadhilah, P., Jatikusumo, R. I., & Permana, E. (2021). Efektifitas Penggunaan E-Wallet Dikalangan Mahasiswa Dalam Proses Menentukan Keputusan Pembelian. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 4 (2), 128. <https://doi.org/10.35914/jemma.v4i2.725>
- Nasution, D. A., Hasibuan, R. R. A., & Prayoga, R. (2021). Tingkat Perkembangan Fintech (Financial Technology), Pemahaman Fintech (Financial Technology) dan Minat Mahasiswa UIN Sumatera Utara. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5 (3), 9080–9090.
- Paath, D. K., & Manurung, R. (2019). Analisis Persepsi Pengguna Layanan Transaksi Digital Terhadap Teknologi Finansial (Fintech) Dengan Model E-Money (Studi kasus: layanan Go-Pay “Gojek” di Purwokerto). *Jurnal HUMMANSI (Humaniora, Manajemen, Akuntansi)*, 2(2), 38–45.
- Pambudi, R. D. (2019). Perkembangan fintech di kalangan mahasiswa UIN Walisongo. *Harmony*, 4 (2), 74–81.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.
- Purwantini, A.H. & Anisa, F. (2018). Analisis Penggunaan Media Sosial Bagi UKM dan Dampaknya Terhadap Kinerja. In *Proceeding of The 7th URECOL*, Yogyakarta, Indonesia. 304–314
- Rakib, M. (2015). Economic Literacy and The Socio-Economic Conditional of Coastal Communities in Indonesia. *International Journal of Applied Business and Economics Research (IJABER)*, 13 (6), 4397-4410.

- Rakib, M., Yunus, M., & Amin, N. M (2018). Creative Industry Development Based on Entrepreneurship Training ini Developing Local Economy in Pare-Pare City. *Jurnal Kajian Pendidikan Ilmu Ekonomi*, 2 (1), 32-45
- Sharma, S., Mahajan, S., & Rana, V. (2019). A semantic framework for ecommerce search engine optimization. *International Journal of Information Technology*, 11 (1), 31-36.
- Stelzner, M. (2012). Social Media Marketing Industry Report. *How Marketers Are Using Social Media to Grow Their Business*. <https://doi.org/10.26714/mki.8.1.2018.1-15>
- Thanki, S., Govindan, K., & Thakkar, J. (2016). An investigation on lean-green implementation practices in Indian SMEs using analytical hierarchy process (AHP) approach. *J. Clean. Prod.*, 135, 284–298.
- Tripalupi, R. I. (2019). Pengelolaan Dokumen Elektronik Layanan Jasa Keuangan Berbasis Teknologi Finansial (Fintech). *Jurnal Ilmu Akuntansi Dan Bisnis Syariah*, 1 (1), 13–20
- Veza, O. (2019). Perancangan E-commerce Untuk Memperluas Produk Komunikasi di PT. Golden Communication Berbasis Web Mobile. *Jurnal Teknik Ibnu Sina*, 4 (1), 2541–2647.