



PROBABILITAS PENGGUNAAN PEMBAYARAN DIGITAL OLEH WIRAUUSAHA: STUDI DATA SURVEY EKONOMI DIGITAL 2020

AFILIASI:

¹MPKP, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Indonesia

²LPEM, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Indonesia

***KORRESPONDENSI:**

djamsh@gmail.com

THIS ARTICLE IS AVAILABLE IN: <https://e-journal.umc.ac.id/index.php/JPK>

DOI: [10.32534/jpk.v10i4.4843](https://doi.org/10.32534/jpk.v10i4.4843)

CITATION:

Jamhari, & Rezki, J. F. (2023). PROBABILITAS PENGGUNAAN PEMBAYARAN DIGITAL OLEH WIRAUUSAHA: STUDI DATA SURVEY EKONOMI DIGITAL 2020. Jurnal Proaksi, 10(4), 478–494.

<https://doi.org/10.32534/jpk.v10i4.4843>

Riwayat Artikel :**Artikel Masuk:**

30 September 2023

Di Review:

18 Oktober 2023

Diterima:

28 November 2023

Jamhari^{1*}, Jahen Fachrul Rezki²

Abstrak

Metode pembayaran digital menawarkan alternatif solusi untuk menjadikan transaksi lebih cepat, murah dan aman. Namun laporan statistik menunjukkan literasi pembayaran digital pelaku usaha masih rendah walaupun sejumlah upaya sudah dilakukan. Studi ini bertujuan untuk menganalisis beberapa karakteristik individu, rumah tangga dan wirausaha yang dapat meningkatkan kemungkinan penggunaan pembayaran digital oleh pelaku usaha. Dengan mengolah data Survei Rumah Tangga Ekonomi Digital Indonesia (DEHS) 2020 dari Bank Dunia yang dirilis tahun 2022 dan melakukan estimasi menggunakan *Model Probabilitas Linier (LPM)* serta regresi *Probit*, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa wirausaha yang merupakan lulusan perguruan tinggi, sudah teregistrasi dan menggunakan media sosial untuk penjualan online, memiliki kemungkinan penggunaan pembayaran digital lebih tinggi. Studi ini juga menemukan bahwa kemungkinan penggunaan pembayaran digital menurun pada beberapa kelompok umur, meskipun dengan tingkat pengaruh dan signifikansi yang berbeda-beda. Penelitian ini berkontribusi terhadap literatur dengan mengkaji penggunaan pembayaran digital dari sisi wirausaha di Indonesia dimana studi terkait hal ini masih terbatas.

Kata Kunci: DEHS 2020, Pembayaran Digital, LPM, Probit

Abstract

Digital payment methods offer alternative solutions to make faster, cheaper and safer transactions. However, statistical reports show that digital payment literacy among entrepreneurs is still low even though several attempts have been made. This study aims to analyze several individual, household and entrepreneurial characteristics that might increase entrepreneur probability to use the digital payments. By processing data Indonesian Digital Economy Household Survey (DEHS) 2020 from the World Bank which was released in 2022 and estimating using Linear Probability Model (LPM) and Probit regression, the results of this study show that entrepreneurs who are college graduates, have been registered and use social media for online sales, have a higher probability to use digital payments. The study also found that the probability of using digital payments decreased across several age groups, although with varying impact and significance. This research contributes to the literature by examining the digital payments from entrepreneurs side in Indonesia where related studies are still limited.

Keywords: DEHS 2020, Digital Payments, LPM, Probit

PENDAHULUAN

Seiring perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) (BPS, 2021a), muncul istilah ekonomi digital dimana TIK digunakan untuk mendukung berbagai aktifitas ekonomi, seperti untuk memasarkan produk atau jasa, menyediakan berbagai alternatif pembayaran dalam transaksi, mengelola kegiatan usaha atau mengelola hasil penjualan. Ekonomi digital menciptakan peluang baru bagi masyarakat yang ingin menjalankan usaha (Li et al., 2016). Berbagai laporan nasional maupun regional memproyeksikan bahwa perkembangan teknologi digital ke depan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi (Dalton et al., 2018; Bachtiar et al., 2020; Raimo et al., 2022). Google, Temasek and Bain & Company menyatakan dalam laporan Economy SEA tahun 2021, jumlah transaksi ekonomi digital Indonesia pada tahun 2025 diperkirakan mencapai USD 146 miliar atau setara Rp2.095 triliun rupiah (Trends, 2021). Potensi digitalisasi terhadap ekonomi di Indonesia pada tahun 2025 juga diharapkan dapat membawa dampak sekitar USD 150 miliar serta tambahan lapangan kerja bagi 3,7 juta jiwa (Das et al., 2016).

Hadirnya berbagai platform ekonomi digital seperti menggunakan media sosial, *marketplace*, atau *e-commerce* diharapkan dapat membuat aktifitas jual beli barang atau jasa menjadi lebih cepat, mudah dan murah karena bisa dilakukan secara *online*. Seiring dengan itu, metode pembayaran yang digunakan dalam bertransaksi juga semakin bervariasi, dimana selain menggunakan uang tunai, konsumen maupun pengusaha dapat menggunakan metode pembayaran elektronik atau digital seperti *internet banking*, *mobile banking*, *e-money* atau *e-wallet*.

Pembayaran digital dianggap memiliki berbagai keunggulan seperti mengurangi kebiasaan transaksi tunai, lebih mudah dan cepat, meningkatkan transparansi dan keamanan (dengan mengurangi potensi penipuan atau pencurian uang tunai), serta membantu pencatatan transaksi (Ligon et al., 2019). Metode pembayaran digital juga dapat mengurangi biaya karena transaksi bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja (Yin et al., 2019; Dai et al., 2023), memperluas area layanan keuangan (Huang et al., 2020), dan seringkali menawarkan promo berupa *cashback* atau diskon yang bisa menguntungkan konsumen maupun produsen karena dapat menarik calon konsumen untuk membeli barang atau jasa yang ditawarkan (Jain & Sabharwal, 2019).

Jika dikaitkan dengan wirausaha, walaupun sudah terdapat berbagai upaya pemerintah untuk mendorong digitalisasi wirausaha dalam rangka mengoptimalkan potensi dan produktivitas wirausaha, namun literasi pembayaran digital pelaku usaha di Indonesia dinilai masih sangat rendah. Jika melihat laporan Statistik E-Commerce tahun 2021, diketahui bahwa dari total sekitar 2.361.423 pelaku usaha *e-commerce* di Indonesia yang disurvei pada tahun 2020, sebagian besar masih bersifat non formal dengan ciri-ciri mayoritas masih menggunakan pesan instan dan media sosial sebagai media penjualan, nilai pendapatan total di bawah Rp300.000.000,- per tahun, dan metode pembayaran yang paling sering digunakan adalah pembayaran secara tunai atau *Cash On Delivery (COD)* (BPS, 2021b).

Permasalahan di atas memunculkan pertanyaan mengapa pelaku usaha di Indonesia sebagian besar masih menggunakan pembayaran secara tunai, padahal potensi pertumbuhan ekonomi digital Indonesia di masa depan sangat menjanjikan. Terdapat beberapa penelitian yang membahas topik pembayaran digital yang berhubungan dengan wirausaha diluar negeri seperti yang dilakukan oleh Ligon et al (2019), Yin et al (2019), maupun Aurazo & Vega (2021). Terdapat juga penelitian lain yang mencoba membahas bagaimana karakteristik individu maupun rumah tangga dari sisi konsumen dapat mempengaruhi penggunaan pembayaran digital seperti penelitian Jain & Sabharwal (2019), Lohana & Roy (2021), Said et al (2021), maupun dalam konteks Indonesia seperti penelitian Indrawati & Putri (2018) dan Kelana et al (2018). Namun demikian, belum terdapat

penelitian yang mengkaji faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penggunaan pembayaran digital dengan fokus dari sisi wirausaha di Indonesia yang memiliki karakteristik sosial, ekonomi dan budaya yang berbeda dengan negara lain sehingga hal ini dianggap merupakan *research gap*.

Oleh karena itu, dengan mempertimbangkan permasalahan tersebut atas dan adanya keterbatasan pada literatur, penulis tertarik untuk mengkaji apa yang dapat mempengaruhi penggunaan pembayaran digital dengan fokus dari sisi wirausaha. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis hubungan atau pengaruh beberapa karakteristik individu (pendidikan, usia, jenis kelamin, status pernikahan), karakteristik rumah tangga (ukuran rumah tangga, status penerima bantuan sosial, lokasi urban atau rural, berada di Pulau Jawa atau luar Pulau Jawa) dan karakteristik wirausaha (registrasi wirausaha, penggunaan media sosial) terhadap kemungkinan wirausaha menggunakan pembayaran digital.

KAJIAN PUSTAKA

Pembayaran digital sering disebut juga dengan istilah lain seperti *online payment*, *electronic payment* atau *e-payment* dan *mobile payment* yang semuanya dapat dikategorikan pembayaran secara non tunai (*cashless*). Dalam konteks penelitian ini, penulis mengkategorikan pembayaran digital adalah pembayaran yang dilakukan secara non tunai atau elektronik (Najdawi et al., 2019) dengan jenis instrumen dan saluran pembayaran yang termasuk transaksi ritel sebagaimana diatur dalam sistem pembayaran di Indonesia yaitu : Alat Pembayaran Memakai Kartu (APMK), Uang elektronik, Pembayaran dengan menggunakan jaringan bersama (*shared delivery channel*), Pembayaran dengan menggunakan jaringan kepemilikan (*proprietary channel*) serta *Quick Response Code (QR Code)* (Bank Indonesia).

Terkait dengan adopsi pembayaran digital, karakteristik individu, rumah tangga, maupun wirausaha dinilai memiliki hubungan atau pengaruh baik secara langsung (Jain & Sabharwal, 2019; Said et al., 2021) maupun sebagai moderasi dari variabel utama lain seperti persepsi pengguna, sikap pengguna, niat atau dampak sosial yang mengacu pada teori dasar penerimaan teknologi seperti *Technology Acceptance Model (TAM)* (Maharoesman & Wiratmadja, 2016; Chandra et al., 2018; Najib & Fahma, 2020), *The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT)* (Indrawati & Putri, 2018; Rahman et al., 2020; Kurniasari et al., 2022; Qu et al., 2022; Susanto et al., 2022) atau teori lainnya seperti teori mikroekonomi yang lebih sederhana (Ligon et al., 2019). Sehingga dengan mengacu teori dasar penerimaan teknologi (yang lebih dekat kepada UTAUT) dan beberapa penelitian yang terkait topik pembayaran digital di atas, pada penelitian ini penulis mencoba fokus untuk mengkaji hubungan atau pengaruh beberapa karakteristik individu, rumah tangga dan wirausaha terhadap penggunaan pembayaran digital oleh wirausaha.

Said et al (2021) dalam penelitiannya mencoba menganalisis faktor demografi yang mempengaruhi teknologi pembayaran elektronik baru di kota Dubai. Hasil penelitian mereka menemukan bahwa tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap penggunaan pembayaran digital. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian Lohana & Roy (2021) yang mencoba menyelidiki dampak faktor demografis pada penggunaan konsumen pembayaran digital selama pasca-demonetisasi di India dimana mereka menemukan bahwa pembayaran digital dipengaruhi secara signifikan oleh variabel pendidikan, usia, pekerjaan, dan pendapatan. Dalam penelitian Lohana & Roy (2021) dan Said et al (2021), variabel pendidikan dibuat kategori untuk melihat perbedaan pengaruh berdasarkan jenjang pendidikan.

Studi di atas berkontribusi pada literatur dengan memberikan wawasan mengenai faktor penting yang berpengaruh terhadap penggunaan pembayaran digital oleh konsumen, salah satunya

pendidikan. Orang dengan tingkat pendidikan tinggi biasanya memiliki pengetahuan dan literasi yang lebih baik untuk menggunakan teknologi, sehingga lebih mungkin mengadopsi pembayaran digital. Namun demikian, pengaruh variabel pendidikan terhadap penggunaan pembayaran digital oleh wirausaha di negara lain mungkin saja berbeda dikarenakan kondisi ekonomi sosial dan budaya yang berbeda juga, sebagaimana [Yaokumah et al \(2017\)](#) yang menemukan bahwa tingkat pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan pembayaran elektronik di Ghana dengan alasan pengguna dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi merasa kurang aman dalam menggunakan layanan pembayaran elektronik.

H1 : Perbedaan jenjang pendidikan berpengaruh terhadap kemungkinan penggunaan pembayaran digital oleh wirausaha.

Perbedaan usia mungkin mempengaruhi penggunaan pembayaran digital karena konsumen yang berusia muda biasanya lebih memahami teknologi dan termotivasi untuk belajar menggunakan inovasi teknologi baru. Namun jika merujuk hasil penelitian [Aurazo & Vega \(2021\)](#), [Jain & Sabharwal \(2019\)](#) dan [Said et al \(2021\)](#), mereka menyimpulkan bahwa perbedaan kelompok usia tidak berpengaruh terhadap penggunaan pembayaran digital di Peru, Delhi atau Dubai. Sehingga bagaimana pengaruh usia terhadap penggunaan pembayaran digital oleh wirausaha di Indonesia masih menjadi pertanyaan yang ingin dijawab oleh penulis.

H2 : Perbedaan kelompok umur berpengaruh terhadap kemungkinan penggunaan pembayaran digital oleh wirausaha.

[Qu et al \(2022\)](#) juga mencoba menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan konsumen terhadap uang elektronik di Cina. Hasil penelitian mereka menemukan bahwa persepsi kegunaan, kemudahan, sikap dan keamanan berdampak positif terhadap penggunaan uang elektronik bagi pria dan wanita, sementara biaya dan kebijakan pemerintah tidak berpengaruh signifikan bagi pria, namun bagi wanita memiliki efek negatif dan signifikan. Hasil ini memberikan wawasan bahwa variabel jenis kelamin penting untuk dimasukkan ke dalam model penelitian dimana dalam konteks penerimaan teknologi variabel ini berperan cukup penting ([Chawla & Joshi, 2020](#)), walaupun penelitian lain menemukan hasil yang berbeda seperti hasil penelitian [Jain & Sabharwal \(2019\)](#) yang menemukan bahwa variabel jenis kelamin tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-wallet* di Delhi, India.

H3 : Perbedaan jenis kelamin berpengaruh terhadap kemungkinan penggunaan pembayaran digital oleh wirausaha.

[Aurazo & Vega \(2021\)](#) mempelajari data *National Household Surveys* (ENAHO) Peru untuk mencoba menemukan determinan utama terhadap pembayaran digital dengan memasukkan variabel keterlibatan dengan produk finansial (seperti kepemilikan rekening bank), informasi penggunaan pembayaran digital, usia, pendidikan, jenis kelamin, jenis pekerjaan, program sosial, status pernikahan, tempat tinggal (perkotaan/pedesaan), akses internet, pinjaman hipotek, pengeluaran rumah tangga per kapita dan keberadaan sistem keuangan di lingkungan pengguna. Studi ini menunjukkan bahwa karakteristik individu termasuk status pernikahan bisa menjadi variabel kontrol dalam mempelajari penggunaan pembayaran digital dikarenakan berhubungan dengan pola konsumsi individu.

H4 : Perbedaan status pernikahan berpengaruh terhadap kemungkinan penggunaan pembayaran digital oleh wirausaha.

Berkaitan dengan ukuran rumah tangga, biasanya semakin banyak anggota keluarga maka pengeluaran untuk memenuhi kebutuhan dasar semua anggota keluarga menjadi lebih banyak. Hal ini mungkin mempengaruhi pengeluaran rumah tangga yang berdampak pada pola konsumsi

sehingga berpengaruh terhadap keputusan untuk menggunakan pembayaran digital. Kemudian, informasi mengenai program sosial dapat digunakan untuk memperkirakan apakah suatu rumah tangga masuk dalam kategori miskin, tidak mampu, dan/atau penyandang masalah kesejahteraan sosial (Kementerian Sosial, 2019). Apabila suatu rumah tangga menerima bantuan sosial, dapat diasumsikan bahwa pendapatan rumah tangga tersebut masih tergolong rendah, dimana rumah tangga cenderung akan mengeluarkan sebagian besar pendapatannya untuk membeli kebutuhan pokok, walaupun disisi lain dengan adanya bantuan sosial menyebabkan adanya tambahan pendapatan yang bisa meningkatkan konsumsi.

H5 : Perbedaan ukuran rumah tangga berpengaruh terhadap kemungkinan penggunaan pembayaran digital oleh wirausaha.

H6 : Status penerima bantuan sosial berpengaruh terhadap kemungkinan penggunaan pembayaran digital oleh wirausaha.

Kemungkinan pembayaran digital oleh wirausaha yang tinggal di kawasan perkotaan dengan kawasan pedesaan mungkin saja berbeda karena terdapat perbedaan dukungan infrastruktur dan fasilitas jaringan internet diantara kawasan tersebut (W. Yang et al., 2023). Perkotaan sering diidentikkan dengan wilayah padat penduduk, industrialisasi skala tinggi, dan karakteristik lingkungan buatan dimana terdapat akses yang mudah ke berbagai fasilitas, seperti transportasi, hiburan, pendidikan, fasilitas kesehatan, termasuk fasilitas jaringan internet. Dukungan infrastruktur dan fasilitas teknologi informasi dapat diukur salah satunya dengan Indeks Pembangunan TIK (IP-TIK) dari BPS, dimana pada tahun 2020 rata-rata IP-TIK provinsi di Pulau Jawa berada di atas rata-rata IP-TIK nasional yaitu sebesar 5,59, sedangkan sebagian besar provinsi di luar Pulau Jawa kecuali Bali, Kepulauan Riau, Kalimantan Timur, Kalimantan Utara, Riau, Sulawesi Utara, Kalimantan Selatan, dan Sulawesi Selatan berada dibawah rata-rata nasional (BPS, 2021a), sehingga kemungkinan penggunaan pembayaran digital di Pulau Jawa dan luar Pulau Jawa mungkin saja berbeda.

H7 : Perbedaan lokasi rural/urban berpengaruh terhadap kemungkinan penggunaan pembayaran digital oleh wirausaha.

H8 : Perbedaan lokasi di Pulau Jawa berpengaruh terhadap kemungkinan penggunaan pembayaran digital oleh wirausaha.

Ligon et al (2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa walaupun sudah terdapat upaya-upaya promosi untuk meningkatkan adopsi pembayaran digital seperti misalnya menurunkan biaya, namun penggunaan pembayaran digital oleh pedagang di Jaipur, India masih saja rendah. Mereka menyimpulkan bahwa rendahnya tingkat adopsi pembayaran digital juga disebabkan karena adanya hambatan di sisi permintaan seperti kurangnya persepsi pelanggan yang mau menggunakan pembayaran digital, dan adanya kekhawatiran bahwa catatan pembayaran seluler dapat meningkatkan kewajiban pajak. Dalam penelitiannya mereka menambahkan beberapa variabel karakteristik pelaku usaha sebagai variabel kontrol diantaranya apakah bisnis sudah terdaftar dan apakah bisnis juga melakukan penjualan secara online.

Wirausaha yang sudah terdaftar atau memiliki izin biasanya akan mendapatkan perlindungan hukum yang lebih baik, pendampingan bisnis agar bisa lebih berkembang, akses pembiayaan yang lebih mudah dan terlihat lebih profesional. Dengan beberapa kelebihan tersebut, maka pelaku usaha akan lebih mudah menerapkan pembayaran digital dalam bisnisnya.

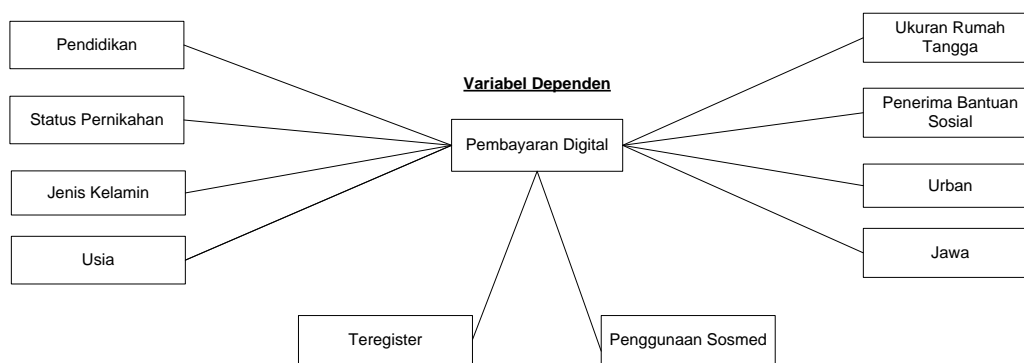
H9 : Perbedaan status registrasi wirausaha berpengaruh terhadap kemungkinan penggunaan pembayaran digital.

Berikutnya, saat bisnis mulai melakukan penjualan barang secara online, maka salah satu media yang bisa dimanfaatkan untuk melakukan pemasaran produk adalah dengan menggunakan

media sosial. Di era pemasaran online, perilaku konsumen terhadap pemasaran berubah, dimana perubahan tersebut bisa dilihat dari cara konsumen mencari, membayar atau menggunakan barang atau jasa yang dibeli. Tersedianya berbagai metode pembayaran yang bisa dipilih calon konsumen diharapkan akan meningkatkan penjualan karena metode pembayaran menjadi salah satu hal yang menjadi perhatian dan pertimbangan calon konsumen saat membeli barang (Shabrina et al., 2019).

H10 : Penggunaan media sosial berpengaruh terhadap kemungkinan penggunaan pembayaran digital.

Untuk menggambarkan kerangka berfikir dalam penelitian ini dapat dilihat dari gambar di bawah ini:



Gambar 1. Kerangka Berfikir

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mencoba menganalisis apa yang mempengaruhi penggunaan pembayaran digital oleh wirausaha dengan mengolah data *cross section* hasil survey *Indonesia Digital Economy Household Survey (DEHS) 2020* yang dirilis oleh Bank Dunia di tahun 2022 (Imam Setiawan & Tiwari, 2020). Data *DEHS 2020* adalah data hasil survey terhadap individu dan rumah tangga di Indonesia yang dikumpulkan selama periode 01 Maret 2020 sd 20 April 2020 untuk memperoleh gambaran detail mengenai kondisi ekonomi digital di Indonesia¹.

Penelitian ini menggunakan 190 data tingkat rumah tangga dan individu yang tersebar di 26 provinsi di Indonesia yang menyatakan memiliki usaha rumah tangga dan menginformasikan jenis pembayaran yang digunakan dalam usahanya. Berdasarkan sampel data *DEHS 2020* yang diambil dengan menggunakan teknik *probability sampling*, penulis mengetahui bahwa dari 3.063 sampel data rumah tangga, terdapat sebanyak 1.544 rumah tangga yang menyatakan memiliki usaha. Kemudian dari 1.544 rumah tangga yang memiliki usaha tersebut, hanya sebanyak 191 responden yang menjawab jenis pembayaran yang digunakan dalam usahanya. Terakhir, 1 baris data dikeluarkan karena tidak ditemukan jawaban mengenai variabel pendidikan kepala rumah tangga, sehingga didapatkan sebanyak 190 observasi.

Dengan merujuk penelitian sebelumnya, variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian antara lain karakteristik individu seperti pendidikan, usia, jenis kelamin, status pernikahan (Jain & Sabharwal, 2019; Aurazo & Vega, 2021; Lohana & Roy, 2021; Said et al., 2021; Qu et al., 2022), kemudian karakteristik rumah tangga seperti ukuran rumah tangga, status penerima bantuan sosial,

lokasi urban atau rural (Aurazo & Vega, 2021; C. Yang et al., 2022), lokasi di Pulau Jawa atau luar Pulau Jawa, serta karakteristik wirausaha seperti status registrasi pada instansi atau otoritas yang berwenang dan penggunaan media sosial untuk penjualan *online* (Ligon et al., 2019). Berikut deskripsi variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 1 Deskripsi Variabel

Nama Variabel	Keterangan	Penjelasan	Unit	Sumber
<i>Payment</i>	Jenis pembayaran yang diterima wirausaha	Variabel <i>dummy</i> , untuk wirausaha rumah tangga yang menerima pembayaran digital diberi nilai = 1, dan jika tidak diberi nilai = 0	Kategori	DEHS 2020, Bank Dunia
<i>Graduate</i>	Pendidikan tertinggi kepala rumah tangga	Pendidikan yang ditempuh kepala rumah tangga, dibagi dalam jenjang Bukan Lulusan Perguruan Tinggi (nilai = 0) dan Lulusan Perguruan Tinggi (nilai = 1)	Kategori	DEHS 2020, Bank Dunia
<i>Age</i>	Kelompok usia kepala rumah tangga	Usia kepala rumah tangga dibuat kategori dan dikelompokkan menjadi 21-30 tahun (diberi nilai = 1), 31-40 tahun (diberi nilai = 2), 41-50 tahun (diberi nilai = 3), 51-60 tahun (diberi nilai = 4), 61 tahun ke atas (diberi nilai = 5).	Kategori	DEHS 2020, Bank Dunia
<i>Gender</i>	Jenis kelamin kepala rumah tangga	Variabel <i>dummy</i> , untuk jenis kelamin wanita diberi nilai = 0, sedangkan untuk jenis kelamin pria diberi nilai = 1	Kategori	DEHS 2020, Bank Dunia
<i>Married</i>	Status pernikahan kepala rumah tangga	Status pernikahan kepala rumah tangga, jika status belum menikah diberi nilai = 0, jika sudah menikah, cerai atau janda/duda = 1	Kategori	DEHS 2020, Bank Dunia
<i>HHSize</i>	Ukuran Rumah Tangga	Jumlah atau banyaknya anggota dalam rumah tangga	Rasio	DEHS 2020, Bank Dunia
<i>HHSocial</i>	Status Penerima Bantuan Sosial	Variabel <i>dummy</i> , bernilai 0 jika rumah tangga tidak termasuk penerima bantuan sosial dari pemerintah, dan bernilai 1 termasuk penerima bantuan sosial	Kategori	DEHS 2020, Bank Dunia
<i>HHUrban</i>	Rumah tangga yang berlokasi di kawasan urban	Variabel <i>dummy</i> , bernilai 0 jika wirausaha berada di lokasi perkampungan/ rural, dan bernilai 1 jika berada di lokasi perkotaan/ urban	Kategori	DEHS 2020, Bank Dunia
<i>HHJava</i>	Rumah tangga yang berlokasi di Pulau Jawa	Variabel <i>dummy</i> , bernilai 0 jika wirausaha berada di luar Pulau Jawa dan bernilai 1 jika wirausaha berada di Pulau Jawa,	Kategori	DEHS 2020, Bank Dunia
<i>ERegis</i>	Wirausaha yang teregister pada instansi berwenang	Variabel <i>dummy</i> , bernilai 0 jika wirausaha belum terdaftar/ teregistrasi pada instansi yang berwenang, dan bernilai 1 jika sudah terdaftar/ teregistrasi	Kategori	DEHS 2020, Bank Dunia
<i>Hesocmed</i>	Wirausaha yang menggunakan media sosial dalam menjual produk/jasanya	Variabel <i>dummy</i> , bernilai 0 jika wirausaha tidak menggunakan media sosial dan bernilai 1 jika wirausaha menggunakan media sosial dalam usahanya	Kategori	DEHS 2020, Bank Dunia

Sumber : hasil olah data DEHS 2020

Adapun persamaan yang digunakan penulis dengan memasukan variabel-variabel di atas adalah sebagai berikut:

$$Payment_{ijk} = \beta_0 + \beta_1 Graduate_i + \beta_2 Age_i + \beta_3 Gender_i + \beta_4 Married_i + \beta_5 HHsize_j + \beta_6 HHSocial_j + \beta_7 HHUrban_j + \beta_8 HHJava_j + \beta_9 ERegis_k + \beta_{10} Hesocmed_k + U_{ijk} \quad \dots (1)$$

dimana :

- Payment* : Jenis pembayaran yang diterima oleh wirausaha *ijk*;
- Graduate* : Jenjang pendidikan kepala rumah tangga *i*;

<i>Age</i>	: Usia kepala rumah tangga <i>i</i> ;
<i>Gender</i>	: Jenis kelamin kepala rumah tangga <i>i</i> ;
<i>Married</i>	: Status pernikahan kepala rumah tangga <i>i</i> ;
<i>HHSize</i>	: Ukuran rumah tangga <i>j</i> ;
<i>HHSocial</i>	: Rumah tangga <i>j</i> penerima bantuan sosial;
<i>HHUrban</i>	: Rumah tangga <i>j</i> berada di lokasi urban;
<i>HHJava</i>	: Rumah tangga <i>j</i> berada di Pulau Jawa;
<i>ERegis</i>	: Wirausaha <i>k</i> teregistrasi pada instansi berwenang;
<i>Hesocmed</i>	: Wirausaha <i>k</i> menggunakan media sosial untuk transaksi online;
<i>U</i>	: <i>Error term</i>

Untuk mengkaji dan menganalisis hubungan variabel bebas seperti pendidikan dan variabel kontrol lainnya seperti usia, jenis kelamin, ukuran rumah tangga, status penerima bantuan sosial, lokasi urban atau rural, berada di Pulau Jawa atau luar Pulau Jawa, registrasi wirausaha, dan penggunaan media sosial terhadap penggunaan pembayaran digital oleh wirausaha, di tahap awal penulis melakukan estimasi dengan metode *Linear Probability Model (LPM)*. Metode LPM mirip seperti metode regresi OLS dimana metode ini digunakan karena variabel *payment* (dependen) bersifat kategorik atau kualitatif dengan nilai 0 atau 1 yang dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang bisa bersifat kategorik, nominal, interval dan/atau rasio. Model LPM dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y_{ijk} = X'_{ijk} + U_{ijk} \dots (2)$$

dimana :

<i>Y</i>	: Variabel dependen;
<i>X</i>	: Vektor regresi (variabel independen);
<i>U</i>	: <i>error term</i>

LPM merupakan pendekatan yang cukup baik dan banyak digunakan dalam melakukan estimasi variabel dependen yang bersifat kategorik karena hasilnya mudah untuk diinterpretasikan (Vele & Khamis, 2019). Namun demikian, terdapat beberapa kritik mengenai potensi permasalahan yang mungkin ditemukan dalam model LPM dimana terdapat kemungkinan *error* (residual) tidak berdistribusi normal, mudah bersifat heteroskedastis dan nilai prediksi variabel dependen (*Y*) tidak selalu terletak di antara 0 dan 1 (Chatla & Shmueli, 2016). Sehingga ditahap berikutnya, analisis hubungan antara pendidikan dan variabel kontrol lain terhadap kemungkinan penggunaan pembayaran digital oleh wirausaha digunakan analisis model Probit untuk mengatasi potensi masalah dari LPM (Chatla & Shmueli, 2016).

Model Probit adalah model regresi untuk menghitung probabilitas variabel terikat yang bersifat kualitatif atau kategorik sukses dan variabel-variabel bebas yang bersifat kualitatif atau kuantitatif menggunakan *Normal Cumulative Distribution Function (CDF)* untuk menjelaskan fungsi persamaannya. Model regresi probit dapat ditulis seperti berikut:

$$F(x'\beta) = \Phi(x'\beta) \dots (3)$$

dimana Φ mewakili *cumulative density function (cdf)* untuk standar distribusi normal.

Karena estimasi model Probit tidak berdasarkan nilai koefisien model, maka untuk melakukan interpretasi dilakukan perhitungan besarnya pengaruh tiap variabel independen terhadap variabel dependen diantaranya dengan perhitungan *Marginal Effect*. *Marginal effect* yaitu perubahan probabilitas dari sebuah kejadian sebagai hasil dari satu unit perubahan pada nilai variabel independen manakala variabel lainnya konstan (Mize et al., 2019).

HASIL

Untuk mendapatkan ringkasan statistik atas setiap variabel penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2 Statistik Deskriptif Data

Variable	Obs	Mean	Std. Dev.	Min	Max
payment	190	.5052632	.5012932	0	1
graduate	190	.3052632	.4617355	0	1
age	190	2.684211	1.129341	1	5
gender	190	.8578947	.3500805	0	1
married	190	.9684211	.1753383	0	1
hhsized	190	4.163.158	1.772.724	1	12
hhsocial	190	.1842105	.38868	0	1
hhurban	190	.8684211	.3389255	0	1
hhjava	190	.1736842	.3798386	0	1
eregis	190	.3578947	.4806475	0	1
hesocmed	190	.6736842	.4701031	0	1

Sumber : hasil olah data DEHS 2020

Variabel jenis pembayaran memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,005 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,501. Jika dilihat lebih detail, diketahui jumlah wirausaha yang sudah menggunakan pembayaran digital sebanyak 96 rumah tangga atau sekitar 50,53%, sedangkan jumlah wirausaha yang hanya menerima pembayaran secara tunai atau *COD* sebanyak 94 rumah tangga atau sekitar 49,47%. Angka ini menunjukkan perbedaan komposisi jumlah wirausaha yang sudah menggunakan pembayaran digital dengan wirausaha yang belum menggunakan pembayaran digital di dalam sampel penelitian tidak jauh berbeda yaitu hanya sebesar 1,06%. Berikut informasi demografi dari sampel penelitian:

Tabel 3 Informasi Demografi

Variabel	Value	Digital Payment (0)	Digital Payment (1)	Total
Graduate	0 Lulusan Perguruan Tinggi	77	55	132
	1 Bukan Lulusan Perguruan Tinggi	17	41	58
Age	1 (21 sd 30 tahun)	11	17	28
	2 (31 sd 40 tahun)	32	31	63
	3 (41 sd 50 tahun)	27	26	53
	4 (51 sd 60 tahun)	18	15	33
	5 (61 tahun ke atas)	6	7	13
Gender	0 Wanita	15	12	27
	1 Pria	79	84	163
Married	0 Belum Menikah	3	3	6
	1 Menikah	91	93	184
Hhsized	1	3	4	7
	2	11	5	16
	3	23	26	49
	4	25	30	55
	5	16	12	28
	6	6	13	19
	7	6	2	8
	8	1	2	3
	9	1	1	2
	10	1	0	1
	11	0	1	1
	12	1	0	1
Hhsocial	0 Bukan Penerima bantuan sosial	77	78	155

	1 Penerima bantuan sosial	17	18	35
Hhurban	0 Rural	15	10	25
	1 Urban	79	86	165
Hhjava	0 Luar Jawa	79	78	157
	1 Jawa	15	18	33
Eregis	0 Belum Register	70	52	122
	1 Register	24	44	68
Hesocmed	0 Bukan Pengguna Sosmed	41	21	62
	1 Pengguna Sosmed	53	75	128

Sumber : hasil olah data DEHS 2020

Dari 190 observasi, diketahui sebagian besar wirausaha bukan lulusan perguruan tinggi yaitu sebanyak 132 orang (69,47%). Namun jika dilihat dari jenjang lulusan perguruan tinggi, diketahui bahwa komposisi wirausaha yang sudah menggunakan pembayaran digital lebih besar yaitu sebanyak 41 orang (71,69%) jika dibandingkan dengan yang bukan lulusan perguruan tinggi. Selain variabel jenjang pendidikan, diketahui mayoritas individu berusia 31-40 tahun yaitu sebanyak 63 orang (33,16%), berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 163 orang (85,79%) dan 184 orang menyatakan sudah menikah (96.84%). Terkait karakteristik rumah tangga, diketahui bahwa yang menyatakan tidak menerima bantuan sosial sebanyak 155 rumah tangga (81.58%), 165 berada di kawasan urban (86.84%) dan 157 berlokasi di luar pulau Jawa (82.63%). Adapun terkait karakteristik wirausaha, sebagian besar menyatakan belum terdaftar atau teregistrasi pada instansi yang berwenang yaitu sebanyak 122 wirausaha (64.21%), dan sebanyak 128 wirausaha (67,37%) menyatakan menggunakan media sosial untuk melakukan penjualan secara *online*.

Sebelum melakukan regresi, untuk melihat hubungan antara variabel yang digunakan dalam model, dilakukan uji korelasi Pearson. Dari hasil korelasi Pearson dihasilkan bahwa variabel jenjang pendidikan (*graduate*), status registrasi wirausaha (*eregis*) dan penggunaan media sosial untuk penjualan online berkorelasi positif dan signifikan terhadap penggunaan pembayaran digital yaitu masing-masing sebesar 0.2673, 0.2117 dan 0.2318 dengan nilai *p-value* < *alpha* (0,001) untuk pendidikan dan status registrasi wirausaha dan nilai *p-value* < *alpha* (0,05) untuk penggunaan media sosial. Untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel-variabel yang ada, selanjutnya dilakukan estimasi menggunakan metode LPM dan Probit.

Tabel 4 Hasil Regresi LPM

Linear regression	Number of obs	=	190
	F(12, 177)	=	5.46
	Prob > F	=	0.0000
	R-squared	=	0.1938
	Root MSE	=	.46642

payment	Coef.	Robust Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval
1.graduate	.2721025	.0732478	3.71	0.000	.1275453 .4166596
age					
2 (31 sd 40 tahun)	-.1607014	.1089547	-1.47	0.142	-.3757272 .0543245
3 (41 sd 50 tahun)	-.194921	.1140151	-1.71	0.089	-.4199338 .0300917
4 (51 sd 60 tahun)	-.2648641	.1252173	-2.12	0.036	-.5119848 -.0177435
5 (61 tahun ke atas)	-.1767647	.1494932	-1.18	0.239	-.4717947 .1182652
1.gender	-.005834	.103901	-0.06	0.955	-.2108862 .1992181
1.married	.0566296	.1783715	0.32	0.751	-.2953927 .4086518
hhszise	.0000267	.0198459	0.00	0.999	-.0391399 .0391932
1.hhsocial	.0111763	.0967033	0.12	0.908	-.179671 .2020236
1.hhurban	.0397099	.1025081	0.39	0.699	-.1625933 .2420131
1.hhjava	.2074035	.0893552	2.32	0.021	.0310579 .3837491

payment	Coef.	Robust Std. Err.	t	P> t	[95% Conf.	Interval
1.eregis	.2776607	.0711418	3.90	0.000	.1372599	.4180615
1.hesocmed	.2246061	.0782832	2.87	0.005	.0701114	.3791007
_cons	.2147549	.2078971	1.03	0.303	-.1955371	.6250469

Sumber : hasil olah data DEHS 2020

Berdasarkan hasil regresi pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa jenjang pendidikan (*graduate*) memiliki korelasi positif dan signifikan pada tingkat alpha sebesar 1% terhadap kemungkinan penggunaan pembayaran digital oleh wirausaha. Hasil ini dapat diinterpretasikan, individu yang lulusan perguruan tinggi memiliki 27,2% kemungkinan menggunakan pembayaran digital lebih tinggi jika dibandingkan dengan individu yang bukan lulusan perguruan tinggi (*ceteris paribus*). Berikutnya, dapat dilihat bahwa hubungan variabel usia (*age*) terhadap penggunaan pembayaran digital menunjukkan arah negatif untuk semua kelompok. Pada kelompok usia 41 sd 50 tahun dan usia 51 sd 60 tahun, pengaruh usia signifikan pada tingkat alpha sebesar 10% dan 5%. Hasil ini secara umum dapat diinterpretasikan bahwa kemungkinan wirausaha menggunakan pembayaran digital semakin rendah sekitar 19,5% dan 26,5% ketika usia kepala rumah tangga bertambah sebanyak 10 tahun menjadi usia 41 s.d. 50 tahun atau 51 s.d. 60 tahun. Sedangkan penambahan usia menjadi usia 31 s.d. 40 tahun dan 61 tahun ke atas cenderung tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Adapun untuk variabel individu lain seperti jenis kelamin (*gender*) dan status pernikahan (*married*) memiliki hubungan yang positif namun tidak signifikan. Hasil ini dapat diinterpretasikan bahwa jenis kelamin laki-laki atau status sudah menikah tidak terlalu berdampak dalam meningkatkan kemungkinan penggunaan pembayaran digital oleh wirausaha (Lohana & Roy, 2021; Said et al., 2021).

Variabel lain terkait rumah tangga seperti ukuran rumah tangga (*hhsz*), status sebagai penerima bantuan sosial dan lokasi (*hhurban*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kemungkinan penggunaan pembayaran digital. Hasil berbeda ditunjukkan oleh variabel lokasi di Pulau Jawa (*hhjava*), dimana variabel tersebut memiliki korelasi positif dan signifikan pada tingkat alpha sebesar 10% terhadap kemungkinan penggunaan pembayaran digital oleh wirausaha. Hasil ini dapat diinterpretasikan, dengan asumsi variabel lain konstan (*ceteris paribus*), rumah tangga yang berlokasi di Pulau Jawa memiliki 20,7% kemungkinan menggunakan pembayaran digital lebih tinggi jika dibandingkan dengan wirausaha yang berlokasi di luar Pulau Jawa.

Status registrasi wirausaha dan penggunaan media sosial juga memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap penggunaan pembayaran digital oleh wirausaha pada tingkat alpha sebesar 1% dan 10%. Interpretasi untuk variabel status registrasi wirausaha yaitu dengan asumsi variabel lain tetap, kemungkinan penggunaan pembayaran digital oleh wirausaha yang sudah terdaftar pada instansi atau otoritas yang berwenang lebih besar 27,7% jika dibandingkan dengan wirausaha yang statusnya belum atau tidak teregistrasi. Adapun ketika wirausaha menggunakan media sosial dalam melakukan penjualan secara online, kemungkinan wirausaha tersebut menggunakan pembayaran digital lebih tinggi 22,5% jika dibandingkan dengan wirausaha yang tidak menggunakan media sosial dalam usahanya.

Setelah dilakukan analisis menggunakan LPM, ditahap berikutnya digunakan analisis model Probit. Dibawah ini hasil dari regresi Probit:

Tabel 4 Tabel Hasil Regresi Probit

Iteration 0: log likelihood = -131.68744
 Iteration 1: log likelihood = -111.38591
 Iteration 2: log likelihood = -111.31149
 Iteration 3: log likelihood = -111.31146
 Iteration 4: log likelihood = -111.31146
 Probit regression
 Log likelihood = -111.31146

Number of obs = 190
 LR chi2 (13) = 40.75
 Prob > chi2 = 0.0001
 R2 = 0.1547

payment	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf.	Interval]
1.graduate	.8064778	.230688	3.50	0.000	.3543376	1.258618
age						
2 (31 sd 40 tahun)	-.4567542	.3092221	-1.48	0.140	-1.062.818	.14931
3 (41 sd 50 tahun)	-.565543	.3220348	-1.76	0.079	-1.196.719	.0656335
4 (51 sd 60 tahun)	-.8107407	.3707239	-2.19	0.029	-1.537.346	-.0841353
5 (61 tahun ke atas)	-.5722931	.4720275	-1.21	0.225	-.149.745	.3528638
1.gender	-.0428096	.2957386	-0.14	0.885	-.6224466	.5368275
1.married	.2299109	.6011225	0.38	0.702	-.9482676	1.408.089
hhsized	-.0065092	.0602607	-0.11	0.914	-.1246181	.1115996
1.hhsocial	.0198009	.2553687	0.08	0.938	-.4807127	.5203144
1.hhurban	.1143658	.3028284	0.38	0.706	-.479167	.7078987
1.hhjava	.620454	.2879006	2.16	0.031	.0561793	1.184.729
1.eregis	.8307157	.2189778	3.79	0.000	.4015272	1.259.904
1.hesocmed	.6736479	.2317444	2.91	0.004	.2194372	1.127.859
_cons	-.8606633	.6870838	-1.25	0.210	-2.207.323	.4859962

Sumber : hasil olah data DEHS 2020

Dari estimasi Probit di atas dihasilkan nilai *chi square* sebesar 40,75 dan nilai *p-value* sebesar 0,0001. Dengan menggunakan α sebesar 0,05, diketahui nilai *p-value* (0,0001) lebih kecil dari α (0,05) sehingga hasil pengujian variabel secara keseluruhan mendukung hipotesis bahwa hubungan variabel bebas signifikan terhadap penggunaan pembayaran digital oleh wirausaha.

Untuk menghitung besarnya pengaruh tiap variabel independen terhadap variabel dependen dari hasil estimasi Probit digunakan perhitungan *marginal effect*. Berikut hasil perhitungan *marginal effect* dari variabel-variabel yang digunakan:

Tabel 5 Hasil Perhitungan Marginal Effect

Variable	dy/dx	Delta-method Std. Err.	z	P> z	[95% Conf.	Interval]
1.graduate	.2751119	.0736178	3.74	0.000	.1308236	.4194001
age						
2 (31 sd 40 tahun)	-.1475829	.0968271	-1.52	0.127	-.3373606	.0421948
3 (41 sd 50 tahun)	-.1837604	.1004967	-1.83	0.067	-.3807302	.0132094
4 (51 sd 60 tahun)	-.2641153	.1136507	-2.32	0.020	-.4868665	-.0413641
5 (61 tahun ke atas)	-.1860014	.1516101	-1.23	0.220	-.4831518	.1111489
1.gender	-.0142256	.0981154	-0.14	0.885	-.2065282	.1780769
1.married	.0761842	.197079	0.39	0.699	-.3100835	.4624519
hhsized	-.0021656	.0200436	-0.11	0.914	-.0414504	.0371192
1.hhsocial	.0065867	.0849364	0.08	0.938	-.1598856	.1730591
1.hhurban	.038147	.1011333	0.38	0.706	-.1600707	.2363647
1.hhjava	.1983001	.0843562	2.35	0.019	.032965	.3636352
1.eregis	.2775244	.0667909	4.16	0.000	.1466168	.4084321
1.hesocmed	.2292187	.075757	3.03	0.002	.0807376	.3776998

Sumber : hasil olah data DEHS 2020

Dengan asumsi *ceteris paribus*, hasil estimasi variabel jenjang pendidikan (*graduate*) menunjukkan angka *marginal effect* positif sebesar 0.275 pada tingkat signifikansi 1%. Sehingga dapat diinterpretasikan bahwa kemungkinan wirausaha menggunakan pembayaran digital ($Y=1$) saat berstatus lulusan perguruan tinggi meningkat sebesar 27,5% jika dibandingkan dengan wirausaha yang bukan lulusan perguruan tinggi.

Pengaruh yang berbeda ditunjukkan oleh variabel usia (*age*) yang menunjukkan hasil *marginal effect* negatif untuk semua kelompok usia namun dengan besaran *marginal effect* dan tingkat signifikansi yang berbeda pada setiap kelompok usia. Dari nilai z statistik diketahui penambahan usia 10 tahun menjadi kelompok usia 31 s.d. 40 tahun dan 60 tahun ke atas tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan pembayaran digital. Namun pada saat usia bertambah sebanyak 10 tahun menjadi usia 41 s.d. 50 tahun dan usia 51 s.d. 60 tahun, kemungkinan wirausaha menggunakan pembayaran digital ($y=1$) semakin berkurang antara 18,3% dan 26,4% pada tingkat signifikansi 10% dan 5% jika dibandingkan dengan kelompok usia dibawahnya.

Untuk variabel individu lain seperti jenis kelamin (*gender*) dan status pernikahan (*married*) memiliki hubungan yang positif namun tidak signifikan yang artinya jenis kelamin laki-laki atau status pernikahan tidak terlalu berdampak dalam meningkatkan kemungkinan penggunaan pembayaran digital oleh wirausaha (Chellapalli & Kumar, 2016; Jain & Sabharwal, 2019; Lohana & Roy, 2021; Said et al., 2021). Kurangnya variasi data dimana hampir 85,79% atau sekitar 163 responden berjenis kelamin laki-laki dan 96,84% atau sekitar 184 responden menyatakan sudah menikah mungkin juga mempengaruhi hasil ini. Pengaruh yang sama juga ditemukan terhadap variabel ukuran rumah tangga (*hhsz*), status penerima bantuan sosial dan lokasi (*hhurban*) dimana data yang cenderung homogen dari sampel yang terbatas mungkin membuat hasil estimasi variabel ini tidak signifikan.

Hasil berbeda ditunjukkan oleh variabel lokasi di Pulau Jawa (*hhjava*) yang menunjukkan angka *marginal effect* positif sebesar 0.198 pada tingkat signifikansi 5%. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa kemungkinan wirausaha menggunakan pembayaran digital ($Y=1$) saat berlokasi di Pulau Jawa meningkat sebesar 19,8% jika dibandingkan dengan wirausaha yang bukan berlokasi di Pulau Jawa. Begitupun variabel register usaha yang menunjukkan angka *marginal effect* sebesar 0.277 pada tingkat signifikansi 1% sehingga dapat diinterpretasikan bahwa kemungkinan penggunaan pembayaran digital oleh wirausaha yang sudah terdaftar lebih besar 27,7% jika dibandingkan dengan wirausaha yang statusnya belum atau tidak teregistrasi.

Selanjutnya, *marginal effect* variabel penggunaan media sosial menunjukkan angka sebesar 0.229 dengan arah positif dan signifikan pada level 5%. Artinya, kemungkinan penggunaan pembayaran digital oleh wirausaha yang sudah memanfaatkan media sosial dalam penjualannya lebih tinggi sebesar 22,9% jika dibandingkan dengan wirausaha yang masih menjual secara konvensional (*ceteris paribus*).

PEMBAHASAN

Variabel pendidikan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi penggunaan pembayaran digital. Orang dengan pendidikan yang lebih tinggi, cenderung lebih terbiasa dan berpengalaman dalam menggunakan perangkat komputer dan internet, dimana hal ini akan memudahkan dalam mempelajari penggunaan pembayaran digital (Sfenrianto et al., 2018). Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian (Said et al., 2021) yang meneliti pengaruh variabel demografis terhadap adopsi teknologi *e-payment* di Dubai atau penelitian (Lohana & Roy, 2021) yang menyelidiki dampak faktor demografis pada penggunaan konsumen pembayaran digital selama pasca-demonetisasi di India.

Pertambahan usia secara umum berpengaruh negatif terhadap penggunaan pembayaran digital namun dengan tingkat signifikansi yang berbeda pada setiap kelompok usia. Generasi yang lebih tua secara umum cenderung tidak sefleksibel generasi muda ketika harus mengubah metode pembayaran tradisional ke pembayaran elektronik (Jain & Sabharwal, 2019). Generasi Y atau milenial (yang lahir antara tahun 1980-1994) dan generasi Z (yang lahir pada tahun 1995 ke atas), tumbuh atau lahir di masa pesatnya perkembangan dan pemanfaatan komputer, internet, *smartphone* dan media sosial, sehingga mereka cenderung lebih mudah dalam menerima pembayaran digital. Adapun generasi yang lebih tua kebanyakan mungkin lahir atau tumbuh disaat teknologi belum berkembang seperti saat ini, sehingga generasi yang lebih tua mungkin merasakan pembayaran digital sulit untuk digunakan (Kelana et al., 2018).

Terkait dengan lokasi wirausaha yang berada di Pulau Jawa, dukungan sarana dan prasarana penggunaan teknologi informasi dan komunikasi yang lebih baik tentunya akan lebih mendorong penggunaan pembayaran digital karena akses pembayaran digital lebih mudah. Kemudian, status sudah terdaftar bagi wirausaha dapat menunjukkan bahwa wirausaha memiliki pengetahuan atau pendanaan yang lebih memadai karena lebih mudah untuk mendapatkan dukungan pembiayaan maupun pendampingan bisnis sehingga kemungkinan untuk mengadopsi pembayaran digital lebih tinggi.

Selanjutnya, adanya pemanfaatan media sosial untuk melakukan penjualan menunjukkan pelaku usaha sudah berupaya memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan pangsa pasarnya. Salah satu strategi yang kemudian bisa dilakukan untuk menarik sebanyak mungkin calon konsumen agar mau membeli barang atau jasa yang ditawarkan adalah dengan tersedianya berbagai metode pembayaran dimana salah satunya menggunakan metode pembayaran digital. Metode pembayaran ini merupakan hal yang cukup penting dalam strategi pemasaran karena menjadi salah satu pertimbangan konsumen ketika memutuskan untuk membeli suatu produk barang atau jasa (Shabrina et al., 2019).

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan karakteristik individu, rumah tangga, dan wirausaha memiliki pengaruh terhadap penggunaan pembayaran digital. Seorang wirausaha yang merupakan lulusan perguruan tinggi memiliki kemungkinan lebih tinggi untuk menggunakan pembayaran digital dalam usahanya jika dibandingkan dengan yang bukan lulusan perguruan tinggi. Selain itu, variabel kelompok usia menunjukkan hasil yang negatif untuk semua kelompok usia namun dengan tingkat signifikansi yang berbeda-beda. Adapun, wirausaha yang berlokasi di Pulau Jawa, sudah teregistrasi pada instansi yang berwenang dan sudah memanfaatkan media sosial untuk penjualan *online*, maka kemungkinan wirausaha tersebut Meganathan penggunaan pembayaran digital juga semakin tinggi hingga lebih dari 20% jika dibandingkan dengan wirausaha dengan kondisi sebaliknya.

SARAN

Beberapa saran praktis yang bisa dilakukan oleh pemerintah diantaranya memfasilitasi dan mendorong lebih banyak wirausaha yang berpendidikan tinggi dan berusia muda untuk menggunakan pembayaran digital karena dinilai lebih berpotensi meningkatkan penggunaan pembayaran digital secara agregat dengan cara diantaranya sosialisasi dengan konsep kekinian terkait manfaat dan prosedur penggunaan pembayaran digital, maupun potongan biaya administrasi atau transaksi. Kemudian tetap memberikan pemahaman mengenai keuangan digital termasuk *digital marketing* kepada wirausaha dengan literasi digital rendah atau berpendidikan rendah agar tetap mampu bersaing dan terus berkembang di era ekonomi digital, mempermudah perizinan

wirausaha serta melakukan pendampingan jika diperlukan, serta meningkatkan pemerataan dan pembangunan TIK di Indonesia guna mengurangi kesenjangan (*inequality*) literasi digital antara daerah baik di Pulau Jawa dan maupun luar Pulau Jawa.

Adapun dari sisi teoritis beberapa hal yang bisa disarankan untuk penelitian serupa dimasa yang akan datang yaitu agar dapat melibatkan lebih banyak sampel, maupun menambahkan variabel lain salah satunya pendapatan (penghasilan atau gaji) kepala rumah tangga (Ligon et al., 2019). Selain itu, penelitian berikutnya juga dapat mengkaji bagaimana kondisi penggunaan pembayaran digital oleh wirausaha pada saat sebelum, ketika dan pasca pandemi Covid-19 (Mishrif & Khan, 2023).

REFERENCE

- Aurazo, J., & Vega, M. (2021). Why people use digital payments: Evidence from micro data in Peru. *Latin American Journal of Central Banking*, 2(4), 100044. doi.org/10.1016/j.latcb.2021.100044
- Bachtiar, P. P., Diningrat, R. A., Kusuma, A. Z. D., Izzati, R. Al, & Diandra, A. (2020). *Ekonomi Digital untuk Siapa? Menuju Ekonomi Digital yang Inklusif di Indonesia*. Jakarta. Smeru Research Institute. Retrived from <https://smeru.or.id/id/publication-id/ekonomi-digital-untuk-siapa-menuju-ekonomi-digital-yang-inklusif-di-indonesia>
- Bank Indonesia. *Sistem Pembayaran & Pengelolaan Uang Rupiah*. Jakarta. Retrived from <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/default.aspx>
- BPS. (2021a). Indeks Pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi (IP-TIK) 2020. Jakarta. Retrived from <https://www.bps.go.id/publication/2021/10/06/c17a0162c93579c862278ae6/indeks-pembangunan-teknologi-informasi-dan-komunikasi-2020.html>
- BPS. (2021b). *Statistik E-Commerce 2021*. Jakarta. Retrived from <https://www.bps.go.id/publication/2021/12/17/667821e67421afd2c81c574b/statistik-e-commerce-2021.html>
- Chandra, Y. U., Kristin, D. M., Suhartono, J., Sutarto, F. S., & Sung, M. (2018). Analysis of Determinant Factors of User Acceptance of Mobile Payment System in Indonesia (A Case Study of Go-Pay Mobile Payment). *Proceedings of 2018 International Conference on Information Management and Technology, ICIMTech 2018, September*, 454–459. doi.org/10.1109/ICIMTech.2018.8528182
- Chatla, S., & Shmueli, G. (2016). Linear Probability Models (LPM) and Big Data: The Good, the Bad, and the Ugly. *Indian School of Business Research Paper Series*, 1–45. Retrived from <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2353841>
- Chawla, D., & Joshi, H. (2020). The moderating role of gender and age in the adoption of mobile wallet. *Foresight*, 22(4), 483–504. hdoi.org/10.1108/FS-11-2019-0094
- Chellapalli, T., & Kumar, D. V. S. (2016). Electronic Payment Systems : Role of Demographics. *SCMS Journal of Indian Management*, 13(4), 41–52. Retrived from <https://scms.edu.in/jms/past-issues-2>
- Dai, D., Fu, M., Ye, L., & Shao, W. (2023). Can Digital Inclusive Finance Help Small- and Medium-Sized Enterprises Deleverage in China ?. *Sustainability* 15, no. 8: 6625. doi.org/10.3390/su15086625
- Dalton, P. S., Pamuk, H., Ramrattan, R., van Soest, D. P., & Uras, B. R. (2018). Payment Technology Adoption and Finance: A Randomized-Controlled-Trial with SMEs. *CentER Discussion Paper Series No. 2018-042*. doi.org/10.2139/ssrn.3267254
- Das, K., Gryseels, M., Sudhir, P., & Tan, K. T. (2016). *Unlocking Indonesia's Digital Opportunity*. McKinsey & Company. Retrived from <https://www.mckinsey.com/featured-insights/asia-pacific/unlocking-indonesias-digital-opportunity>

- Huang, Y., Wang, X., & Wang, X. (2020). Mobile payment in China: Practice and its effects. *Asian Economic Papers*, 19(3), 1–18. Retrived from https://doi.org/10.1162/asep_a_00779
- Imam Setiawan, & Tiwari, S. (2020). *Digital Economy Household Survey (DEHS) 2020*. Worldbank. doi.org/10.48529/3vrg-x206
- Indrawati, & Putri, D. A. (2018). Analyzing factors influencing continuance intention of E-payment adoption using modified UTAUT 2 Model: (A case study of Go-Pay from Indonesia). *2018 6th International Conference on Information and Communication Technology, ICoICT 2018, c*, 167–173. doi.org/10.1109/ICoICT.2018.8528748
- Jain, M., & Sabharwal, P. (2019). A Study of Relationship between Demographic Variables and Usage of E-Wallets. *Delhi Business Review*, 20(2), 49–55. doi.org/10.51768/dbr.v20i2.202201905
- Kelana, B., Riskinanto, A., & Hilmawan, D. R. (2018). The acceptance of E-payment among Indonesian millennials. *Proceedings - 2017 International Conference on Sustainable Information Engineering and Technology, SIET 2017, 2018-Janua*, 348–352. doi.org/10.1109/SIET.2017.8304162
- Kementerian Sosial. (2019). *Peraturan Menteri Sosial Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2019 Tentang Penyaluran Belanja Bantuan Sosial Di Lingkungan Kementerian Sosial*. Jakarta. Retrived from <https://peraturan.bpk.go.id/Details/129443/permensos-no-1-tahun-2019>
- Kurniasari, F., Tajul Urus, S., Utomo, P., Abd Hamid, N., Jimmy, S. Y., & Othman, I. W. (2022). Determinant Factors of Adoption of Fintech Payment Services in Indonesia Using The UTAUT Approach. *Asia-Pacific Management Accounting Journal*, 17(1), 97–125. doi.org/10.24191/apmaj.v17i1-04
- Li, W., Liu, K., Belitski, M., Ghobadian, A., & O'Regan, N. (2016). e-Leadership through strategic alignment: An empirical study of small- and medium-sized enterprises in the digital age. *Journal of Information Technology*, 31(2), 185–206. doi.org/10.1057/jit.2016.10
- Ligon, E., Malick, B., Sheth, K., & Trachtman, C. (2019). What explains low adoption of digital payment technologies? Evidence from small-scale merchants in Jaipur, India. *PLoS ONE*, 14(7), 1–23. doi.org/10.1371/journal.pone.0219450
- Lohana, S., & Roy, D. (2021). Impact of Demographic Factors on Consumer's Usage of Digital Payments. *FIIB Business Review*, 2016, 1–15. doi.org/10.1177/23197145211049586
- Maharoesman, Z. R., & Wiratmadja, I. I. (2016). Technology Acceptance Model of Internet banking service for student's tuition fee payment (Case study: Public government university). *IEEE International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management, 2016-Decem*, 616–620. doi.org/10.1109/IEEM.2016.7797949
- Mishrif, A., & Khan, A. (2023). Technology adoption as survival strategy for small and medium enterprises during COVID - 19. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*. doi.org/10.1186/s13731-023-00317-9
- Mize, T. D., Doan, L., & Long, J. S. (2019). A General Framework for Comparing Predictions and Marginal Effects across Models. *Sociological Methodology* (Vol. 49, Issue 1). doi.org/10.1177/0081175019852763
- Najdawi, A., Chabani, Z., Said, R., & Starkova, O. (2019). Analyzing the Adoption of E-Payment Technologies in UAE Based on Demographic Variables. *Proceeding of 2019 International Conference on Digitization: Landscaping Artificial Intelligence, ICD 2019*, 244–248. doi.org/10.1109/ICD47981.2019.9105908
- Najib, M., & Fahma, F. (2020). Investigating the adoption of digital payment system through an extended technology acceptance model: An insight from the Indonesian small and medium enterprises. *International Journal on Advanced Science, Engineering and Information Technology*, 10(4), 1702–1708. doi.org/10.18517/ijaseit.10.4.11616
- Qu, B., Wei, L., & Zhang, Y. (2022). Factors affecting consumer acceptance of electronic cash in China: an empirical study. *Financial Innovation*, 8(1). doi.org/10.1186/s40854-021-00312-7

- Rahman, M., Ismail, I., & Bahri, S. (2020). Analysing consumer adoption of cashless payment in Malaysia. *Digital Business*, 1(1), 100004. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2021.100004>
- Raimo, N., Turi, I. De, Rubino, M., & Vitolla, F. (2022). Which Italian SMEs fall in love with digitalisation? An exploration into the determinants. 30(4), 1077–1092. doi.org/10.1108/MEDAR-02-2021-1210
- Said, R., Najdawi, A., & Chabani, Z. (2021). Analyzing the Adoption of E-payment Services in Smart Cities using Demographic Analytics: The Case of Dubai. *Advances in Science, Technology and Engineering Systems Journal*, 6(2), 113–121. doi.org/10.25046/aj060214
- Sfenrianto, S., Junadi, J., & Saragih, M. H. (2018). The analysis of consumer's intention model for using E-payment system in Indonesia. *Proceedings - 2017 International Conference on Sustainable Information Engineering and Technology, SIET 2017, 2018-Janua*, 78–82. doi.org/10.1109/SIET.2017.8304113
- Shabrina, V. G.. (2019). Pengaruh Revolusi Digital terhadap Pemasaran dan Perilaku Konsumen. *Jurnal Pewarta Indonesia*. 1(2), 131–141. Retrived from <http://dx.doi.org/10.25008/jpi.v1i2.16>
- Susanto, E., Solikin, I., & Purnomo, B. S. (2022). a Review of Digital Payment Adoption in Asia. *Advanced International Journal of Business, Entrepreneurship and SMEs*, 4(11), 01–15. doi.org/10.35631/aijbes.411001
- Trends, G. (2021). *e-Economy Report SEA 2021*. Bain & Company. Retrived from https://www.bain.com/globalassets/noindex/2021/e_economy_sea_2021_report.pdf
- Vele, L., & Khamis, H. J. (2019). *Analysis Of Binary Dependent Variables Using Linear Probability Model And Logistic Regression : A Replication Study*. (Thesis, Uppsala Universitet, Sweden). Retrived from <https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:uu:diva-385535>
- Yang, C., He, X., Wang, X., & Nie, J. (2022). The Influence of Family Social Status on Farmer Entrepreneurship: Empirical Analysis Based on Thousand Villages Survey in China. *Sustainability* 14, no. 14: 8450. doi.org/10.3390/su14148450
- Yang, W., Yang, P., Shi, H., & Sun, W. (2023). Mobile Payment Application and Rural Household Consumption — Evidence from China Household Finance Survey. *Sustainability* 15, no. 1: 341. doi.org/10.3390/su15010341
- Yaokumah, W., Kumah, P., & Okai, E. S. A. (2017). Demographic influences on E-payment services. *International Journal of E-Business Research*, 13(1), 44–65. doi.org/10.4018/IJEBR.2017010103
- Yin, Z., Gong, X., Guo, P., & Wu, T. (2019). What Drives Entrepreneurship in Digital Economy? Evidence from China. *Economic Modelling*, 82(September), 66–73. doi.org/10.1016/j.econmod.2019.09.026