



PENGARUH DIGITAL PAYMENT TERHADAP KEMUDAHAN BERTRANSAKSI MASYARAKAT KOTA PAREPARE

Audhina Reghia Putri¹, Anggita Resky Cahyani², Nurma Halimatussadiya³,
Nur Haslinda⁴, Siti Hestyanti⁵, Rusnaeni⁶, Andini Feeri⁷, Trian Fisman
Adisaputra⁸

Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri
Parepare, Indonesia

⁸Prodi Manajemen Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama
Islam Negeri Parepare, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received November 30, 2024

Revised November 30, 2024

Accepted November 30, 2024

Available online November 1, 2024

Keywords:

Digital Payment, Ease of
Transactions, Parepare Community

Paper type: Research paper

Please cite this article: Asriadi
Arifin Adi, Dian Novianti, Trian
Fisman Adisaputra "Manajemen
Zakat Baznas" MONETA : Jurnal
Manajemen dan Keuangan Syariah
[ONLINE], Volume 01 Number 02
(May, 2023)

Cite this document:

Turabian 8th edition

*Corresponding author

e-mail: audhinareghia@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine how much influence digital payments have on the ease of making transactions for the people of Parepare City. This research method is quantitative in nature which presents data in the form of numbers. The data collection technique used was in the form of distributing questionnaires online using the Google form to be given to respondents. The sample of respondents to this study was 72 respondents with criteria using digital payments. This study uses a Likert scale technique by conducting several tests such as validity test, reliability test, normality test, correlation test, simple linear regression test, one sample t test and hypothesis test with a significant level of 0.05. The conclusion is that variable X (Digital Payment) and variable Y (Ease of Transaction) have a strong correlation and digital payment has an effect and significance on the ease of making transactions for the people of Parepare City.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh digital payment terhadap kemudahan bertransaksi masyarakat Kota Parepare. Metode penelitian ini bersifat kuantitatif yang menyajikan data berupa angka. Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa pembagian kuesioner secara online dengan memanfaatkan google form untuk diberikan ke responden. Sampel responden penelitian ini sebanyak 72 responden dengan kriteria yang menggunakan digital payment. Penelitian ini menggunakan teknik skala likert dengan melakukan beberapa uji. seperti uji validitas, uji reliabilitas, uji

normalitas, uji korelasi, uji regresi linear sederhana, uji one sample t test dan uji hipotesis serta taraf signifikan sebesar 0,05. Adapun kesimpulannya variabel X (Digital Payment) dengan variabel Y (Kemudahan Bertransaksi) memiliki korelasi yang kuat dan digital payment berpengaruh serta signifikansi terhadap kemudahan bertransaksi masyarakat Kota Parepare.

Kata Kunci : Digital Payment, Kemudahan Transaksi, Masyarakat Parepare

PENDAHULUAN

Penyebaran sains dan ilmu teknologi (STEM) yang pesat telah berdampak pada ekspansi ekonomi Indonesia. Mayoritas penduduk Indonesia memiliki atau mengoperasikan bisnis mereka sendiri, yang merupakan bagian integral dari perekonomian Indonesia. Fitur hasil dari kebijakan moneter ini merupakan penemuan orang yang dimana akan menimbulkan persaingan dalam kegiatan bisnis yang akan semakin pesat. Terwujudnya persaingan yang pesat, Hal ini menyebabkan para pelaku usaha saling bersaing untuk mendapatkan keuntungan dalam upaya menarik investor untuk menanamkan modalnya pada usaha tersebut. Laporan keuangan akan memberikan informasi yang dibutuhkan para investor untuk mengetahui keadaan Perusahaan (Trian Fisman Adisaputra, 2022). Sistem digital payment yang menawarkan berbagai aplikasi yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran nontunai dan biasa disebut dengan Digital Payment merupakan salah satu pilar pendukung stabilitas sistem keuangan. Awalnya, sistem pembayaran ini menggunakan uang tunai. Penggunaan kartu ATM menandai dimulainya era Digital Payment yang ditandai dengan munculnya m- dan e-banking di Indonesia.

Pondasi awal uang elektronik adalah kartu kredit yang seringkali diterbitkan bank dalam M-Banking dan e-wallet (Riska, 2022). Penggunaan digital payment ini hanya membutuhkan perangkat elektronik saja dalam proses transaksinya. Digital payment sebagai bentuk dari perkembangan teknologi ini biasa digunakan untuk transaksi apapun, misalnya untuk pembayaran ketika berbelanja di swalayan, belanja online, membayar tagihan Air/Listrik, dan lain-lain. Dengan adanya digital payment tersebut memberikan kemudahan dalam pembayaran disaat seseorang sedang tidak membawa atau memegang uang cash maka menyimpan uang di E-Wallet dan M-banking dapat membantu karena akan membuat urusan pembayaran cepat terselesaikan kapanpun dan dimanapun.

Dilihat dari latar belakang diatas, hal ini menarik untuk melakukan penelitian tentang pengaruh digital payment terhadap kemudahan bertransaksi pada masyarakat parepare.

TEORI

1. Digital Payment

Transaksi pembayaran digital tentu bukan fenomena baru di era teknologi yang sudah semaju sekarang ini. Pembayaran yang dilakukan secara elektronik disebut sebagai pembayaran digital atau pembayaran elektronik.

Proses transfer diawali oleh alat pembayaran elektronik, yang disimpan, diproses, dan diterima sebagai informasi digital (Davis, 1989).

Pembayaran digital merupakan metode baru dalam melakukan pembayaran yang saat ini banyak digunakan. Pada tahun 1887, pembayaran digital pertama kali dikembangkan. Saat itu, transaksi kartu kredit merupakan satu-satunya bentuk pembayaran digital. Looking Backward menulis sebuah novel pada tahun 1887 yang menjelaskan hal ini. Kemudian, pada tahun 1969, Tim Berners-Lee menciptakan internet berupa website atau halaman internet untuk berbagi informasi. Hal ini membuka pintu bagi pertumbuhan pembayaran digital yang semakin pesat. Michael Agustioo Gosal dan Nanik Linawati memaparkan beberapa persepsi indikator digital payment kedalam beberapa kelompok (Gosal & Linawati, 2018), yaitu:

a. Perceived Ease of Use (Persepsi kemudahan penggunaan)

Persepsi kemudahan penggunaan adalah suatu keadaan seorang telah meyakini bahwa teknologi yang dia gunakan gampang untuk dimengerti dan dalam penggunaannya sangat efisien waktu dan tenaga. Begitupula dalam mencari informasinya..

b. Perceived Usefulness (Persepsi Manfaat)

Perceived Usefulness adalah suatu keadaan dimana seorang telah meyakini bahwa penggunaan suatu system dapat memberikan motivasi dan meningkatkan prestasi dalam bekerja.

c. Perceived Credibility

Yaitu suatu bentuk kepercayaan seorang yang berkaitan dengan pemikiran pengguna yang percaya bahwa mereka data mereka aman saat menggunakan aplikasi tersebut dan dengan membagikan kepercayaan pada informasi merek produk kepada orang lain.

d. Social Influence

Social influence maksudnya dimana dalam penggunaan digital payment disebabkan karena perilaku seseorang yang mempercayai orang lain.

e. Behavior Intentions

Behavior Intentions atau intentitas penggunaan adalah kondisi dimana pelanggan setia pada produk brand, dan akan secara rela mengenalkan keunggulan dari produk tersebut kepada orang lain.

2. Kemudahan Bertransaksi

Situasi kemudahan dan kenyamanan terjadi ketika seseorang merasakan bahwa menggunakan sistem tidak lagi memerlukan banyak usaha dari pihak pengguna sehingga mudah di pahami (Lowga & Lowga, n.d.). Pertukaran digital atau biasa juga disebut transaksi adalah keadaan atau peristiwa yang penting bagi kerangka yang berisi data, termasuk pencatatan perdagangan

instrumen moneter. Kemudahan Transaksi mengacu pada situasi di mana pelanggan merasa mudah untuk berbelanja dan berinteraksi sementara juga membutuhkan upaya yang minimal untuk mendapatkan informasi produk. Saat orang meyakini bahwa dia tidak perlu mengeluarkan banyak tenaga atau energi untuk menggunakan teknologi baru secara normal, disinilah era kemudahan dalam transaksi terjadi. Indikator persepsi kemudahan menurut Davis (Davis, 1989), Persepsi kemudahan terdiri dari:

- a. Mudah digunakan (easy to use).

Mudah digunakan maksudnya adalah dengan penggunaan digital payment ini membuat pekerjaan terasa lebih mudah dibandingkan tanpa menggunakan digital payment. Kemudahan yang diberikan berupa mudah dipelajari dan digunakan dalam menunjang aktivitas keseharian. Misalnya pembayaran kebutuhan sehari-hari seperti berbelanja yang bisa langsung dilakukan dengan berbasis kode (QR).

- b. Mudah dipelajari (easy to learn).

Maksud digital payment mudah dipelajari adalah bahwa saat seseorang melakukan transaksi dengan menggunakan Digital Payment, orang tersebut akan mudah memahami terkait tata cara transaksi atau cara penggunaan fitur-fitur yang ada diaplikasi digital payment dalam waktu yang singkat, dengan digital payment yang mudah dipelajari akan memudahkan seseorang dalam pemanfaatannya.

- c. Jelas dan dimengerti (clear and understandable).

Jelas dan Dimengerti maksudnya dalam mengoperasionalkan aplikasi digital payment sangatlah mudah, dimana fitur-fiturnya yang disediakan lengkap dan sesuai dengan kegunaannya. Dalam menggunakan digital payment tadi sangat mudah karena hanya dengan masuk keaplikasi lalu masukkan User Id dan password kedalam aplikasi digital payment yang dimiliki, lalu setelah itu nasabah dapat melakukan transaksi menggunakan fitur yang telah disediakan.

- d. Dapat dikendalikan (controllable).

Artinya fitur-fitur yang tersedia dalam website atau aplikasi digital payment dapat berfungsi dengan baik.

- e. Menjadi seseorang yang cakap dengan mudah (easy to become skillful).

Seseorang yang terampil dimana dimaksud adalah dalam penggunaan digital payment masyarakat dapat dengan mudah mengakses website sesuai setelah satu kali menggunakan digital payment tersebut.

- f. Fleksibel (flexible)

Fleksibel dalam menggunakan Digital Payment, artinya bahwa menggunakan digital payment dilakukan tanpa hambatan dan dapat dilakukan dimana dan kapanpun tanpa terikat tempat dan waktu. sehingga dapat

disimpulkan bahwa digital payment ini merupakan aplikasi yang fleksibel, karena dapat digunakan dimana dan kapan pun karena tersedia selama 24 jam.

METODE

Metode penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian kami. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan angka. Data berupa angka (skor atau grade, peringkat frekuensi), dan analisis statistik digunakan untuk menjawab pertanyaan, menguji hipotesis, atau memprediksi variabel tertentu). Populasi dalam penelitian ini masyarakat yang berdomisili di Kota Parepare , kedua masyarakat pengguna Aplikasi digital payment (M-Banking,Dana,OVO,dan Shoopepay) (Tarantang, 2018).Dari kriteria sampel tersebut diperoleh 72 responden yang menggunakan digital payment yang dipilih sebagai sampel dengan Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling dengan purposive sampling yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria yang telah ditentukan (Latief & Dirwan, 2020).

Sumber data primer dalam penelitian ini didapat melalui pembagian kuesioner secara online kepada masyarakat parepare yang menggunakan digital payment,dan Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa Jurnal terdahulu, artikel, buku, dan data-data yang berhubungan dengan materi yang kami ambil (Mala, 2019).Untuk mengolah dan menganalisis data yang berkaitan dengan penelitian kami digunakan program SPSS 22.0 untuk langkah awal melakukan teknik analisis deskriptif dengan cara membuat deskripsi dan gambaran dari data yang telah terkumpul dan menalar hasil penelitian (Arifin1 et al., n.d.).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang terkumpul mulai 20 November-18 Desember 2022 dengan pembagian kuesioner yang dilakukan secara online mendapatkan jumlah responden yaitu 72 responden (Gosal & Linawati, 2018). Karakteristik responden yang diteliti dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin dan jenis digital payment yang digunakan (Monsuwé et al., 2004). Lalu kemudian setelah mengumpulkan data primer, selanjutnya dilakukan pengolahan data dengan langkah pertama yaitu menyusun tabulasi data sesuai karakteristik responden yang telah mengisi kuisoner (Trihan Fisman Adisaputra, 2021). Kemudian dilakukan uji analisis data yang telah terkumpul sebanyak 72 reponden tersebut menggunakan SPSS 22.0.

1. Karakteristik Responden

Responden yang diteliti juga dibagi berdasarkan jenis kelamin. Adapun hasilnya dapat dilihat dibawah ini:

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-Laki	27	38,4%
Perempuan	45	61,6%
Total	72	100%

Tabel Data Responden

Tabel di atas menunjukkan jumlah responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 27 orang dan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 45 orang. Jika dipersentasekan sebanyak 38,4% laki-laki dan 61,6% perempuan. Artinya Penggunaan Digital Payment di Kota Parepare didominasi oleh perempuan.

Responden yang diteliti juga dibagi berdasarkan aplikasi digital payment yang digunakan. Adapun hasilnya dapat dilihat dibawah ini:

Jenis Digital Payment	Frekuensi	Presentase
Shopee Pay	19	26%
OVO	11	15,1%
DANA	15	21,9%
M-Banking	27	37%
Total	72	100%

Responden Berdasarkan Aplikasi Payment

Tabel di atas menunjukkan pengguna digital payment Shopee Pay sebanyak 19 orang atau jika dinyatakan dalam persentase sebesar 26%, untuk responden yang menggunakan digital payment OVO berjumlah 11 orang atau jika dinyatakan dalam bentuk persentase sebesar 15,1%, untuk responden yang menggunakan digital payment DANA sebanyak 15 orang atau jika dinyatakan dalam bentuk persentase sebesar 21,9%, dan untuk responden yang

menggunakan digital payment M-Banking berjumlah 27 orang atau jika dinyatakan dalam bentuk persentase sebesar 37%. Artinya Penggunaan Digital Payment di Kota Parepare didominasi oleh digital payment M-Banking.

1. Statistik Deskriptif

Tabel Statistik Deskriptif										
	N	Mini mu m	Max imu m	Sum	Mean	Std. Deviation	Skewness		Kurtosis	
	Statis tic	Statis tic	Statis tic	Statist ic	Statist ic	Statist ic	Statist ic	Std. Error	Statist ic	Std. Error
Digital Payment	72	34	50	3149	43.74	4.246	-.150	.283	-.884	.559
Kemudahan Bertransaksi	72	36	50	3240	45.00	4.176	-.332	.283	-1.219	.559
Valid N (listwise)	72									

Tabel Statistik Deskriptif

Dari output diatas, dapat dilihat bahwa umlah responden atau (N) ada 72, dan ini nilai minimum dari variabel Digital Payment adalah 34 dan nilai dari variabel Digital Payment yang terbesar (Maximum) adalah 50. Kemudian nilai minimum untuk variable kemudahan bertransaksi adalah 36 dan nilai dari variabel Kemudahan Bertransaksi yang terbesar (Maximum) adalah 50. Sedangkan nilai Sum adalah hasil penjumlahan dari nilai Digital Payment ke 72 responden yaitu sebesar 3149, dan Kemudahan Bertransaksi yakni 3240. Rata-rata nilai yang diperoleh dari 72 responden sebesar 43.74 (Digital Payment) dan 45.00 (Kemudahan Bertransaksi) dan simpangan baku sebesar 4.246 (Digital Payment) dan 4.176 (kemudahan Bertansaksi).

2. Uji Validitas

Pada uji validitas ini diperlukan di setiap penelitian yang menggunakan metode anket atau kuisioner. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kesesuaian pernyataan yang dimasukkan di kuisioner yang digunakan untuk menguji.

Correlations

	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	X.10	Total_ X

X.1	Pearson Correlation	1	.593**	.432**	.532**	.523**	.399**	.256*	.219	.308**	.380**	.681**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.001	.030	.065	.008	.001	.000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
X.2	Pearson Correlation	.593**	1	.512**	.451**	.279*	.219	.445**	.234*	.319**	.373**	.639**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.018	.065	.000	.048	.006	.001	.000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
X.3	Pearson Correlation	.432**	.512**	1	.515**	.316**	.085	.572**	.325**	.214	.475**	.652**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.007	.477	.000	.005	.071	.000	.000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
X.4	Pearson Correlation	.532**	.451**	.515**	1	.450**	.514**	.215	.172	.317**	.306**	.678**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.069	.149	.007	.009	.000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
X.5	Pearson Correlation	.523**	.279*	.316**	.450**	1	.547**	.319**	.315**	.270*	.311**	.684**
	Sig. (2-tailed)	.000	.018	.007	.000		.000	.006	.007	.022	.008	.000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
X.6	Pearson Correlation	.399**	.219	.085	.514**	.547**	1	.094	.122	.330**	.153	.582**
	Sig. (2-tailed)	.001	.065	.477	.000	.000		.431	.307	.005	.200	.000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72

N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
Pearson Correlation	.256*	.445**	.572**	.215	.319**	.094	1	.467**	.223	.366**	.614**
X.7 Sig. (2-tailed)	.030	.000	.000	.069	.006	.431		.000	.060	.002	.000
N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
Pearson Correlation	.219	.234*	.325**	.172	.315**	.122	.467**	1	.297*	.306**	.593**
X.8 Sig. (2-tailed)	.065	.048	.005	.149	.007	.307	.000		.011	.009	.000
N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
Pearson Correlation	.308**	.319**	.214	.317**	.270*	.330**	.223	.297*	1	.386**	.609**
X.9 Sig. (2-tailed)	.008	.006	.071	.007	.022	.005	.060	.011		.001	.000
N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
Pearson Correlation	.380**	.373**	.475**	.306**	.311**	.153	.366**	.306**	.386**	1	.624**
X.10 Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000	.009	.008	.200	.002	.009	.001		.000
N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
Pearson Correlation	.681**	.639**	.652**	.678**	.684**	.582**	.614**	.593**	.609**	.624**	1
Total_X Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tabel Uji Validitas Variabel X

Tabel diatas menunjukkan bahwa variabel Digital Payment (X) memiliki kriteria valid untuk semua pernyataan berdasarkan kriteria r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} .

Tabel Uji Validitas Variabel Y

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Total_Y
Y.1	Pearson											
	Correlation	1.617**	.530**	.661**	.574**	.646**	.533**	.424**	.680**	.534**		.820**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
Y.2	Pearson											
	Correlation	.617**	1	.287*	.544**	.525**	.480**	.482**	.644**	.560**	.372**	.742**
	Sig. (2-tailed)	.000		.014	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
Y.3	Pearson											
	Correlation	.530**	.287*	1	.604**	.483**	.512**	.332**	.408**	.438**	.472**	.672**
	Sig. (2-tailed)	.000	.014		.000	.000	.000	.004	.000	.000	.000	.000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
Y.4	Pearson											
	Correlation	.661**	.544**	.604**	1	.579**	.734**	.480**	.524**	.699**	.554**	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72

Y.5	Pearson	Correlatio	.574**	.525**	.483**	.579**	1.501**	.600**	.406**	.626**	.566**	.778**
		n										
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N		72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
Y.6	Pearson	Correlatio	.646**	.480**	.512**	.734**	.501**	1.503**	.434**	.591**	.437**	.781**
		n										
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N		72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
Y.7	Pearson	Correlatio	.533**	.482**	.332**	.480**	.600**	.503**	1.382**	.516**	.270*	.686**
		n										
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.004	.000	.000	.000	.001	.000	.022	.000
	N		72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
Y.8	Pearson	Correlatio	.424**	.644**	.408**	.524**	.406**	.434**	.382**	1.494**	.416**	.692**
		n										
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000
	N		72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
Y.9	Pearson	Correlatio	.680**	.560**	.438**	.699**	.626**	.591**	.516**	.494**	1.527**	.809**
		n										
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N		72	72	72	72	72	72	72	72	72	72

Y.10	Pearson											
Correlation		.534**	.372**	.472**	.554**	.566**	.437**	.270*	.416**	.527**	1	.677**
n												
Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000	.000	.000	.022	.000	.000		.000
N		72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72

Total_Y	Pearson											
Correlation		.820**	.742**	.672**	.849**	.778**	.781**	.686**	.692**	.809**	.677**	1
n												
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N		72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tabel Uji Validasi

Variabel	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
<i>DIGITAL PAYMENT</i>	1	0,681	0,227	Valid
	2	0,639	0,227	Valid
	3	0,652	0,227	Valid
	4	0,678	0,227	Valid
	5	0,684	0,227	Valid
	6	0,582	0,227	Valid
	7	0,614	0,227	Valid
	8	0,593	0,227	Valid
	9	0,609	0,227	Valid
	10	0,624	0,227	Valid
<i>KEMUDAHAN BERTRANSAKSI</i>	1	0,820	0,227	Valid
	2	0,742	0,227	Valid

(Y)	3	0,672	0,227	Valid
	4	0,689	0,227	Valid
	5	0,778	0,227	Valid
	6	0,781	0,227	Valid
	7	0,686	0,227	Valid
	8	0,692	0,227	Valid
	9	0,809	0,227	Valid
	10	0,677	0,227	Valid

Tabel diatas menunjukkan bahwa Digital Payment (X) dan Kemudahan Bertransaksi (Y) memiliki kriteria valid untuk semua pernyataan berdasarkan kriteria r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} .

3. Uji Reliabilitas

Dalam uji reliabilitas dilakukan pada data berfungsi untuk mengetahui seberapa besar tingkat keselarasan anket yang digunakan oleh peneliti. dan sebuah instrument dapat dikatakan reliabel jika nilai cronbach alpha $> 0,60$.

Uji Reliabilitas Variabel X (Digital Payment)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.814	10

Berdasarkan tabel di atas, tampak nilai Cronbach-Alpha $0,814 > 0,60$ maka data dapat dikatakan reliabel..

Variabel Y (Kemudahan Bertransaksi) Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.912	10

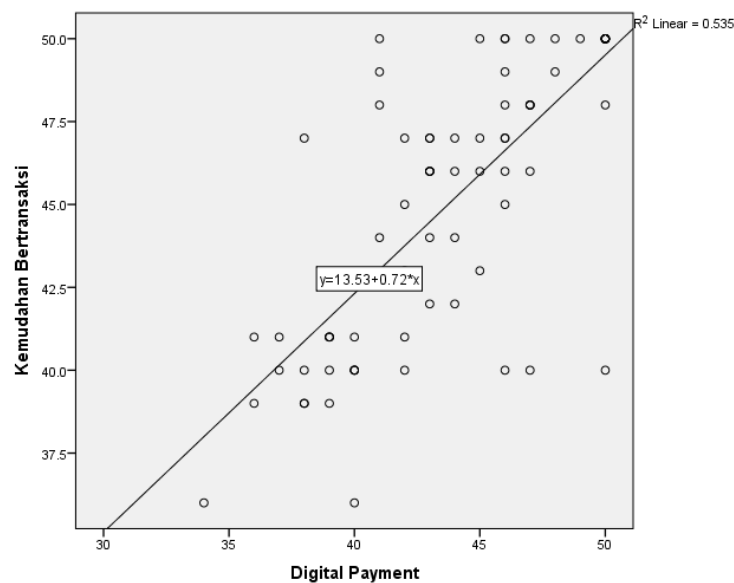
Berdasarkan tabel di atas, tampak nilai Cronbach-Alpha 0,912 > 0,60 maka data dapat dikatakan reliabel.

4. Uji Normalitas

Tabel Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		72
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.84655593
Most Extreme Differences	Absolute	.107
	Positive	.097
	Negative	-.107
Test Statistic		.107
Asymp. Sig. (2-tailed)		.039 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Berdasarkan output SPSS tersebut, diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp.sig (2-tailed) sebesar 0,039 lebih kecil dari 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas kolmogrov-smirnov, dapat disimpulkan bahwa data tidak berdistribusi normal (Trian Fismasn Adisaputra, 2021).

Grafik Uji Normal Probability Dot



Berdasarkan gambar grafik diatas, dapat dilihat bahwa titik-titik plotting yang terdapat pada gambar diatas menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah dengan garis diagonal menandakan bahwa model asumsi regresi memenuhi asumsi normalitas dan model regresi layak untuk dianalisis pengaruh variabel bebas (Digital Payment) terhadap variabel terikat (Kemudahan Bertransaksi) (Sugiyono, 2019).

5. Uji Korelasi

Correlations

		Total_X	Total_Y
Total_X	Pearson Correlation	1	.732**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	72	72
Total_Y	Pearson Correlation	.732**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	72	72

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel output diatas diketahui nilai sig. (2-tailed) Digital Payment (X) dan Kemudahan Bertransaksi (Y) $0,000 < 0,05$ yang berarti terdapat korelasi signifikan antara Digital Payment dan Kemudahan Bertransaksi.

6. Uji Regresi Linear Sederhana

Tujuan uji regresi linier sederhana adalah mengetahui bagaimana hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat yaitu kemudahan dalam melakukan transaksi (Y) apakah saling mempengaruhi. Data yang valid dan dapat dipercaya diperlukan untuk uji regresi linier sederhana. Dalam penelitian ini digunakan program SPSS 22.0 untuk menguji regresi linier sederhana. Berikut Hasil Uji Linear (Sugiyono, 2013).

Hasil Uji Linear Sederhana

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.732 ^a	.535	.529	2.867

a. Predictors: (Constant), Digital Payment

b. Dependent Variable: Kemudahan Bertransaksi

Tabel diatas menjelaskan besarnya nilai korelasi/hubungan “R” yaitu sebesar 0,732 dan dijelaskan besarnya presentase pengaruh variable bebas terhadap variable terikat yang disebut koefisien determinasi yang merupakan hasil dari penguadratan R. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi sebesar 0,535 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variable Digital Payment terhadap variable Kemudahan bertransaksi adalah sebesar 53,5%.

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	662.695	1	662.695	80.633	.000 ^b
Residual	575.305	70	8.219		
Total	1238.000	71			

a. Dependent Variable: Kemudahan Bertransaksi

b. Predictors: (Constant), Digital Payment

Pada bagian ini untuk menjelaskan apakah ada pengaruh yang nyata (signifikan) variable Digital Payment (X) terhadap Variabel Kemudahan Bertransaksi (Y). Dari output tersebut terlihat bahwa F hitung = 80,633 dengan tingkat signifikansi/Profabilitas $0,000 < 0,05$, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variable partisipasi.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13.530	3.521		3.843	.000
Digital Payment	.720	.080	.732	8.980	.000

a. Dependent Variable: Kemudahan Bertransaksi

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai constant (a) sebesar 13.530 sedangkan pada nilai penggunaan digital payment (b/koeffisien regresi) sebesar 0.720 yang menunjukkan adanya pengaruh positif pada penggunaan digital payment terhadap kemudahan bertransaksi masyarakat parepare.
2. Didapatkan persamaan regresi sebagai berikut :
$$Y = a + bX \text{ atau } 13.530 + 0.720X$$

Keterangan:

Y= VariabelKemudahan Bertransaksi

X= Variabel Digital Payment

Sesuai dengan hasil uji diatas, maka disimpulkan bahwa jika setiap kenaikan pada jumlah penggunaan digital payment maka akan diiringi oleh kenaikan nilai kemudahan bertransaksi sebesar 72%

7. Uji One Sampel t-test

Tabel uji one sample t-test Digital Payment (X)

One-Sample Test						
Test Value = 75						
					95% Confidence Interval of the Difference	
	T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Lower	Upper
Digital Payment	-62.479	71	.000	-31.264	-32.26	-30.27

Hasil one sample t-test diatas dengan taraf kepercayaan 95% dilihat bahwa thitung adalah -62,479 dan signifikansi 0,000, Maka nilai $t_{hitung} (-62,479) < t_{tabel} (0,227)$ maka H_0 ditolak dan signifikansi $(0,000) < 0,05$ H_0 diterima. Adapun yang menjadi H_0 pada penelitian ini adalah Digital payment memberikan kemudahan dalam bertransaksi sebesar 75%

Tabel uji one sampe t-tes Kemudahan Bertransaksi (Y)

One-Sample Test

Test Value = 75						
	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Kemudahan Bertransaksi	-60.962	71	.000	-30.000	-30.98	-29.02

Hasil one sample t-test diatas dengan taraf kepercayaan 95% dilihat bahwa t_{hitung} adalah -60,962 dan signifikansi 0,000. Maka nilai t_{hitung} (60,962) < t_{tabel} (0,227) maka H_0 ditolak dan signifikansi (0,000) < 0,05 H_0 diterima. Adapun yang menjadi H_0 pada penelitian ini adalah masyarakat parepare yang merasakan kemudahan bertransaksi dengan baik dalam operasionalnya 75%.

8. Uji Hipotesis

Uji T (Parsial) bertujuan untuk mengetahui apakah secara individual ada atau tidaknya hubungan yang layak untuk diuji antara variabel digital payment dan kemudahan betransaksi.

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.530	3.521		3.843	.000
	Digital Payment	.720	.080	.732	8.980	.000

a. Dependent Variable: Kemudahan Bertransaksi

Sesuai dengan tabel uji hipotesis diatas maka diperoleh t_{hitung} sebesar 8,980 pada level provabilitas 0,05 diperoleh t_{tabel} sebesar 0,227.

Berdasarkan pehitungan di atas diketahui bahwa nilai t_{hitung} (8,980) > t_{tabel} (0,227) hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan digital payment terhadap kemudahan bertransaksi pada masyarakat Parepare.

Pengaruh Penggunaan Digital Payment terhadap Kemudahan Bertransaksi Masyarakat Parepare.

Berdasarkan temuan riset yang telah dilakukan, penggunaan digital payment berdampak positif terhadap kemudahan bertransaksi. Hal ini ditunjukkan oleh persamaan regresi linier sederhana yang memiliki koefisien sebesar 0,720 dan nilai konstanta sebesar 13,530. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap kali terjadi peningkatan variabel penggunaan digital payment maka nilai kemudahan bertransaksi juga akan meningkat sebesar 0,720 atau 72%. T) diketahui variabel cicilan terkomputerisasi nilai thitung sebesar 8,980 dan nilai tabel sebesar 0,227 dengan nilai signnifikansi 0,000 atau dibawah 0,05. Akibatnya, nilai thitung lebih besar dari nilai tabel. Dari penjelasan ini dapat diasumsikan bahwa H_0 ditolak dan H_a dapat diakui, dan itu menyiratkan angsuran variabel digital payment (X) pada dasarnya mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel kemudahan bertransaksi(Y). Hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel digital payment (X) memiliki pengaruh sebesar 0,535, menunjukkan bahwa pengaruh variabel X (Digital Payment) terhadap variabel Y (Kemudahan Bertransaksi) sebesar 53,5 persen. Jika total pengaruhnya 100 persen, maka sisanya 46,5% dapat dikaitkan dengan faktor lain.

Kemudahan transaksi semakin meningkat terlihat pada masa sekarang banyaknya pembayaran digital digunakan. Kemudahan transaksi tersebut akan mendorong lebih banyak masyarakat untuk menggunakan metode pembayaran digital (Makmur et al., 2023). Artinya, masyarakat akan lebih tertarik menggunakan pembayaran digital jika aplikasi lebih mudah digunakan. Pembayaran digital menawarkan sejumlah kemudahan, antara lain portabilitas dan kemudahan penggunaan, serta fitur yang sangat memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi sehari-hari. Keputusan masyarakat untuk beralih dari uang kertas ke mata uang elektronik pada akhirnya karena dipengaruhi oleh berbagai kemudahan tersebut. Anggapan tersebut diperkuat dengan pernyataan Latief dan Dirwan serta Widi Yanto dan Ery Baskoro, kedua pemeriksaan tersebut menyatakan pandangan kemudahan premi dalam memanfaatkan uang elektronik. Temuan penelitian ini sebanding dengan konstruk TAM, yang menyatakan bahwa salah satu faktor penting dalam minat menggunakan teknologi adalah kemudahan penggunaannya.

KESIMPULAN

Dari penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa digital payment (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemudahan bertransaksi (Y) berdasarkan temuan penelitian yang telah dilakukan. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,529 atau 51,9 persen. Hal ini menunjukkan bahwa

variabel kemudahan bertransaksi (Y) dipengaruhi oleh variabel digital payment (X), sedangkan sisanya sebesar 47,1 persen dipengaruhi oleh faktor lain. Dengan tumbuhnya fintech di industri keuangan dapat memudahkan penggunaan pembayaran digital atau melakukan transaksi digital untuk kebutuhan sehari-hari dan aktivitas lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputra, Trian Fisman. (2021). Pengaruh Islamic Social Reporting Terhadap Kinerja Keuangan, Zakat Sebagai Intervening Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(3), 706. <https://doi.org/10.30651/jms.v6i3.7997>
- Adisaputra, Trian Fisman. (2022). *Manajemen Investasi Syariah* (Vol. 1). LPP Balai Insan Cendekia.
- Adisaputra, Trian Fismasn. (2021). Pengaruh Islamic Social Reporting. *Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan*, 6(30), 733–753. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/index>
- Arifin1, A., Novianti2, D., & Fisman, T. (n.d.). MONETA : *Jurnal Manajemen & Keuangan Syariah MANAJEMEN ZAKAT BAZNAS*. 1–11. <https://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/Moneta>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 319–340.
- Gosal, M. A., & Linawati, N. (2018). *Pengaruh Intensitas Penggunaan Layanan Mobile Payment terhadap Spending Behavior*.
- Latief, F., & Dirwan, D. (2020). Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(1), 16–30.
- Lowga, E. T., & Lowga, N. B. (n.d.). User Acceptance of Mobile Payment: The Effect of User-Centric Security, System Characteristic and Gender. *The Electronic Journal of Information System of Developing Countries*, 1.
- Makmur, M., Taufiq, M., & Adisaputra, T. F. (2023). Pengaruh BI Rate Dan Nilai Tukar Mata Uang Terhadap Profitabilitas Bnak Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Moneta : Jurnal Manajemen Dan Keuangan Syariah*, 02(01), 230–232. <https://doi.org/10.35905/moneta.v2i1.5649>
- Mala, S. (2019). Effects of income and fund management of state civil apparatus

- on bank credit granting (Case study of the academic community of IAIN Manado). *Tasharruf: Journal Economics and Business of Islam*, 3(2).
- Riska, R. (2022). *Pengaruh Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI IAIN Parepare (Analisis Ekonomi Islam)*. IAIN Parepare.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. https://digilib.unigres.ac.id/index.php?p=show_detail&id=43
- Syarifuddin, A. D. I. (2022). Service Quality and Online Customer Rating on F&B Purchase Decisions. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 15(2), 133-141.
- Syarifuddin, A. D. I., Basalamah, S., Sinring, B., & Mas'ud, M. (2021). The Effect of Marketing Mix on Consumer Purchase Intention and Decisions on Frozen Food in Makassar, Indonesia. *Am J Humanit Soc Sci Res*, 5(4), 32-40.
- Tarantang, J. (2018). Penyelesaian Sengketa Melalui Lembaga Arbitrase. *Jurnal Al-Qordh*, 4(2).
- Thian, Alexander, Pasar Modal Syariah, Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2021.
- Tijiang, B., Nurfadhilah, N., Putra, P., Jayadi, U., & Ilham, R. (2022, August). The Influence of Product Quality and Purchase Decisions on Helmet LTD's Brand Image. In *Proceedings of the 6th Batusangkar International Conference, BIC 2021, 11-12 October, 2021, Batusangkar-West Sumatra, Indonesia*.
- Wibowo, Dedi dan Sandi Nugraha Sutanto, 'Reksa Dana Saham: Metode Alternatif Investasi Reksa Dana Saham Pada 5 Manajer Investasi Dengan Kelolaan Terbesar Di Indonesia Periode 2006-2015', *Jurnal Bisnis & Akuntansi Unsurya*, 1.1 (2016)
- Yunus, M., Muhammadun, M., Mahsyar, M., & Abubakar, A. (2022). Apropriasi Tradisi Mappanre Temme menjelang Pernikahan pada Masyarakat Bugis (Studi Living Quran). *AL QUDS: Jurnal Studi Alquran dan Hadis*, 6(1), 363-384.
- Constantinides, 'A Note On The Suboptimality Of Dollar-Cost Averaging As An Investment Policy', *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 14.2 (1979).
- y Monsuwé, T. P., Dellaert, B. G. C., & De Ruyter, K. (2004). What drives consumers to shop online? A literature review. *International Journal of Service Industry Management*, 15(1), 102-121.