



**KAJIAN STRATEGI SISTEM PEMBAYARAN *DIGITAL*
PADA TOKO REGAR**

SKRIPSI

Dibuat oleh:

Zakiah Hayati Siregar
021119184

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR**

AGUSTUS 2023



**KAJIAN STRATEGI SISTEM PEMBAYARAN *DIGITAL*
PADA TOKO REGAR**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan
Bogor

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
(Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA)



Ketua Program Studi Manajemen
(Prof. Dr. Yohanes Indrayono, Ak., MM., CA)



**KAJIAN STRATEGI SISTEM PEMBAYARAN *DIGITAL*
PADA TOKO REGAR**

SKRIPSI

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus
Pada hari Kamis tanggal 3 Agustus 2023

Zakiah Hayati Siregar
021119184

Menyetujui,

Ketua Penguji Sidang
(Dr. H. Erik Irawan Suganda, MA.)

Ketua Komisi Pembimbing
(Fredy Andria, STp., MM.)

Anggota Komisi Pembimbing
(Hasrul., SE., MM.)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zakiah Hayati Siregar
Npm : 021119184
Judul Skripsi : Kajian Strategi Sistem Pembayaran *Digital* Pada
Toko Regar

Dengan ini saya menyatakan bahwa Paten dan Hak Cipta dari produk skripsi di atas adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun.

Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan Paten, Hak Cipta dari karya tulis saya kepada Universitas Pakuan.

Bogor, 4 Agustus 2023



Zakiah Hayati Siregar
021119184

**© Hak Cipta milik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan, tahun
2023
Hak Cipta Dilindungi Undang-undang**

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

Dilarang mengumumkan dan atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

ABSTRAK

ZAKIAH HAYATI SIREGAR. 021119184. Strategi Sistem Pembayaran *Digital* Pada Toko Regar. Di bawah bimbingan FREDI ANDRIA dan HASRUL. 2023.

Kemajuan teknologi pada saat terjadinya pandemi di bidang ekonomi terus berkembang pesat salah satu dampaknya yaitu sistem pembayaran *digital* untuk menghindari penyebaran virus kontak dengan manusia pada saat melakukan transaksi. Pembayaran *digital* ini menjadi sebuah kebiasaan baru pada masyarakat yang sudah mulai menyadari akibat dari pandemi Covid-19 sehingga banyak pesaing yang menjadikan pembayaran digital sebagai peluang untuk menarik minat beli masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan strategi baru yang tepat untuk dapat bertahan dalam menghadapi persaingan. Salah satu strategi yang tepat yaitu dengan menerapkan sistem pembayaran *digital* pada Toko Regar. Tujuan dari penelitian ini: (1) Untuk mengkaji potensi meningkatkan penjualan Toko Regar menggunakan sistem pembayaran *digital* setelah pandemi. (2) Untuk menentukan alternatif alat pembayaran *digital* di Toko Regar.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Pemilihan responden dengan menggunakan metode *purposive sampling* pada *sampling quota* yang berdasarkan dari perhitungan rumus *Cochran*. Pengolahan data analisis dengan menggunakan *Analytical Hierarchy Process (AHP)* untuk menentukan keputusan alternatif pembayaran *digital* yang dapat diterapkan. Terdapat 5 pilihan pembayaran *digital* yang akan dijadikan sebagai alternatif dari pembayaran *digital* di Toko Regar yaitu *M-banking*, *Gopay*, *Shopeepay*, Dana, dan Ovo.

Hasil dari penelitian perankingan keputusan alternatif pada perhitungan AHP yaitu *M-banking* dengan nilai peringkat tertinggi. Rekomendasi hasil keputusan pada analisis deskriptif berdasarkan hasil jawaban responden yaitu *Gopay* pada kategori *e-wallet*. Hasil tersebut terpilih karena melihat manfaat pengguna paling tinggi sehingga dapat sesuai dengan kebutuhan di Toko Regar. *M-banking* dapat meminimalisir terjadinya resiko, sedangkan *Gopay* merupakan peluang untuk menarik konsumen dari Toko Regar sehingga dua alternatif tersebut dapat membantu untuk meningkatkan penjualan dari Toko Regar.

PRAKATA

Alhamdulillah rabbil‘alamin, puji dan syukur kehadiran Allah SWT, karena atas izin, rahmat serta hidayah-Nya, yang diberikan kepada penyusun sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Kajian Strategi Sistem Pembayaran *Digital* Pada Toko Regar”. Salawat serta salam tak lupa tercurah limpahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen, Universitas Pakuan Bogor.

Proses panjang yang penulis lalui dalam menyelesaikan skripsi penelitian ini, banyak rintangan dan cobaan yang penulis hadapi, namun terlepas dari itu semua saya sangat bersyukur dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan semangat dan kesabaran. Skripsi ini saya persembahkan dan berterima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua saya yaitu Bapak Maliddin Siregar dan Ibu Sri Rahayu Siregar yang setiap waktunya selalu mendoakan saya dalam kemudahan, kesuksesan. Perjuangan bapak dan Ibu dalam memberikan fasilitas Pendidikan yang terbaik serta segala ketidakmungkinan yang bisa terjadi tanpa kemustahilan. Terimakasih banyak atas cinta, kasih, dan pengorbanan Bapak dan Ibu berikan kepada saya yang tidak bisa saya balas dengan apapun selama ini hingga saya menjadi manusia yang berguna untuk diri sendiri, keluarga, dan masyarakat.

Ucapan terima kasih ini juga penulis sampaikan juga kepada pembimbing yang saya hormati yaitu Bapak Fredi Andria, S.Tp., M.M. selaku Ketua Komisi Pembimbing dan Bapak Hasrul, S.E., M.M. selaku Anggota Komisi Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan dan masukan yang sangat berguna dalam menyelesaikan penelitian skripsi. Penulis menyadari masih banyak terdapat berbagai kekurangan dan kelemahan dalam membuat skripsi, namun semua itu dapat diatasi karena bantuan yang sangat tulus dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta yaitu Bapak Maliddin Siregar dan Ibu Sri Rahayu Siregar yang senantiasa selalu memberikan doa, kasih sayang dan dukungannya baik moral maupun materil yang tiada henti-hentinya.
2. Bapak Prof. Dr. rer. pol. Ir. H. Didik Notosudjono, M.Sc. selaku Rektor Universitas Pakuan.
3. Bapak Dr. Hendro Sasongko, AK., M.M. CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
4. Ibu Dr. Retno Martanti Endah L, S.E., M.Si., MCA., CAPM. selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
5. Ibu Enok Rusmanah, M. Acc., S.E. selaku Wakil Dekan 2 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

6. Bapak Prof. Dr. Yohanes Indrayono, Ak., M.M., CA. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
7. Ibu Tutus Rully, S.E., M.M. selaku Asisten Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
8. Fredi Andria, S.Tp., M.M. selaku Ketua Komisi Pembimbing.
9. Hasrul, S.E., M.M. selaku Anggota Komisi Pembimbing.
10. Seluruh dosen, staf pengajar dan karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan, yang tidak dapat disebut satu per satu.
11. Seluruh keluargaku tercinta yang telah mendukung, memberikan semangat penuh dalam mengerjakan skripsi penelitian.
12. Seluruh responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner.
13. Teman-teman dekatku Syifa, Vadilah, Anisa dan Fauzi yang telah berjuang Bersama-sama dan memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
14. Teman-teman Manajemen 2019 khususnya kelas F yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu terimakasih telah saling memberikan semangat dan dukungannya.
15. Sahabat-sahabatku Maya, Zakiyyah, Rury, Hanny dan Amanda yang tidak pernah berhenti untuk memberi semangat dan dukungannya sampai saat ini.
16. Super Junior idola ku yaitu Leeteuk, Heechul, Yesung, Shindong, Eunhyuk, Donghae, Ryeowook, Kyuhyun terimakasih telah hadir sebagai *moodbooster* saya ketika saya mulai pusing saat menyusun skripsi sehingga saya menjadi lebih semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
17. Temen-temen ELF ku terimakasih banyak atas dukungan kalian untuk saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
18. Terimakasih untuk diri saya sendiri yang hebat karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik dan semaksimal mungkin.

Penulis, 4 Agustus 2023

Zakiah Hayati Siregar

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
PRAKATA	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	8
1.2.1. Identifikasi Masalah	8
1.2.2. Perumusan Masalah.....	8
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	8
1.3.1. Maksud Penelitian.....	8
1.3.2. Tujuan Penelitian	8
1.4. Kegunaan Penelitian	9
1.4.1. Kegunaan Praktis	9
1.4.2. Kegunaan Akademis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Strategi.....	10
2.1.1. Manajemen Strategi.....	10
2.1.2. Tujuan Manajemen Strategi	10
2.1.3. Karakteristik Manajemen Strategi	10
2.1.4. Proses Manajemen Strategi	11
2.2. Usaha Mikro Kecil dan Menengah	11
2.3. Bisnis Ritel.....	12
2.3.1. Klasifikasi Ritel.....	12
2.3.1. Jenis Ritel.....	13
2.4. Sistem Pembayaran.....	15
2.4.1. Prinsip Kebijakan Sistem Pembayaran	15

2.4.2. Komponen Sistem Pembayaran	16
2.4.3. Jenis-jenis Sistem Pembayaran	16
2.4.4. Metode Pembayaran	16
2.5 Pembayaran <i>digital</i>	17
2.5.1. Keuntungan Dari Sistem Pembayaran <i>Digital</i>	17
2.5.2. Kekurangan Sistem Pembayaran <i>Digital</i>	18
2.6. Uji Validitas	19
2.7. Uji Reliabilitas	19
2.8. Analisis Deskriptif	20
2.9. <i>Analytical Hierarchy Process</i>	20
2.9.1. Prinsip Dasar Metode AHP	20
2.9.2. Struktur AHP	21
2.9.3. Keuntungan Metode AHP	22
2.9.4. Kelemahan Metode AHP	22
2.10. Penelitian Terdahulu	23
2.11. Kerangka Berpikir	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1. Jenis Penelitian	27
3.2. Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian	27
3.3. Jenis dan Sumber Data penelitian	27
3.3.1. Jenis Data	27
3.3.2. Sumber Data	27
3.4. Operasional Variabel	28
3.5. Metode Penarikan Sampel	28
3.6. Metode Pengumpulan Data	29
3.7. Metode Analisis Data	29
BAB IV PEMBAHASAN	34
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	34
4.1.1. Struktur Organisasi Toko Regar	35
4.1.2. Tantangan yang dihadapi oleh Toko Regar	35
4.2. Karakteristik Responden	36

4.3. Analisis dan Bahasan.....	41
4.3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	41
4.3.2. Deskriptif Analisis	44
4.3.4. Analisis AHP	55
4.2. Rekomendasi Alternatif.....	65
BAB V KESIMPULAN	67
5.1. Simpulan.....	67
5.2. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	68
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	72
LAMPIRAN.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pesaing Toko Regar.....	6
Tabel 1.2 Pra-survei Data yang Sudah Memiliki Pembayaran <i>Digital</i>	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 2.2 Kerangka Berpikir.....	26
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	28
Tabel 3.2 Skor Skala Ordinal	29
Tabel 3.3 Penilaian Kriteria	31
Tabel 3.4 Tabel Nilai IR.....	33
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.2 Uji Validitas Kemudahan.....	41
Tabel 4.3 Uji Validitas Manfaat Pengguna	42
Tabel 4.4 Uji Validitas Kepercayaan	42
Tabel 4.5 Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Pembayaran <i>digital</i>	44
Tabel 4.6 Jawaban Responden Pembayaran <i>digital</i> Mudah Untuk Dipahami.....	45
Tabel 4.7 Jawaban Responden Pembayaran <i>digital</i> Mudah Untuk Dipelajari.....	46
Tabel 4.8 Jawaban Responden Mudah Melakukan Isi Ulang Saldo	47
Tabel 4.9 Jawaban Responden Pembayaran <i>digital</i> Menjadikan Transaksi	48
Tabel 4. 10 Jawaban Responden Pembayaran <i>digital</i> Dapat Meningkatkan	48
Tabel 4.11 Jawaban Responden Pembayaran <i>digital</i> Dapat Meningkatkan Efisien..	49
Tabel 4.12 Jawaban Responden Pembayaran <i>digital</i> Membuat Transaksi Menjadi..	50
Tabel 4.13 Jawaban Responden Pembayaran <i>digital</i> Memberikan Rasa Aman Dalam Bertransaksi.....	51
Tabel 4.14 Jawaban Responden Pembayaran <i>digital</i> Menjamin Keamanan Transaksi	52
Tabel 4.15 Jawaban Responden Pembayaran <i>digital</i> Menjamin Transaksi.....	53
Tabel 4.16 Jawaban Responden Pembayaran <i>digital</i> Meminimalisir Kesalahan Perhitungan Harga.....	54
Tabel 4. 17 Matrik Perbandingan Berpasangan Antar Kriteria.....	56
Tabel 4.18 Normalisasi Berpasangan Antar Kriteria	56
Tabel 4. 19 <i>Principal Eigen Vector</i> antar Kriteria	56

Tabel 4.20 Matrik Hasil Penilaian Perbandingan Berpasangan Alternatif	57
Tabel 4.21 Matriks Normalisasi Berpasangan Alternatif Pada Kriteria Kemudahan	58
Tabel 4.22 <i>Principal Eigen Vector</i> Pada Kriteria Kemudahan	58
Tabel 4.23 Matrik Hasil Penilaian Perbandingan Berpasangan Alternatif	59
Tabel 4.24 Matriks Normalisasi Berpasangan Alternatif Pada Kriteria Manfaat Pengguna	60
Tabel 4.25 <i>Principal Eigen Vector</i> Pada Kriteria Manfaat Pengguna	60
Tabel 4.26 Matrik Hasil Penilaian Perbandingan Berpasangan Alternatif	61
Tabel 4.27 Matriks Normalisasi Berpasangan Alternatif Pada	62
Tabel 4.28 <i>Principal Eigen Vector</i> Pada Kriteria Kepercayaan	63
Tabel 4.29 Total Perangkingan Akhir AHP	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Transaksi Belanja Menggunakan Uang Elektronik Di Indonesia Tahun 2018-2021	1
Gambar 1.2 Provinsi dengan Jumlah Uang Elektronik yang Paling Banyak Terdaftar Pada Tahun 2022	2
Gambar 1.3 Perkembangan UMKM Di Kabupaten Sukabumi Tahun 2016-2021	3
Gambar 1.4 Jumlah Pendapatan Omzet Toko Regar 2018-2022	4
Gambar 2.1 Struktur Hirarki AHP	21
Gambar 4.1 Lokasi Toko Regar	34
Gambar 4.2 Struktur Toko Regar	35
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Asal Daerah	40
Gambar 4.5 Responden Berdasarkan Pembayaran <i>Digital</i> yang Dimiliki	41
Gambar 4.6 Uji Reliabilitas Kemudahan	43
Gambar 4.7 Uji Reliabilitas Manfaat Pengguna	43
Gambar 4.8 Uji Reliabilitas Kepercayaan	44
Gambar 4. 9 Struktur Hierarki AHP Pembayaran <i>Digital</i> pada Toko Regar	55

DAFTAR LAMPIRAN

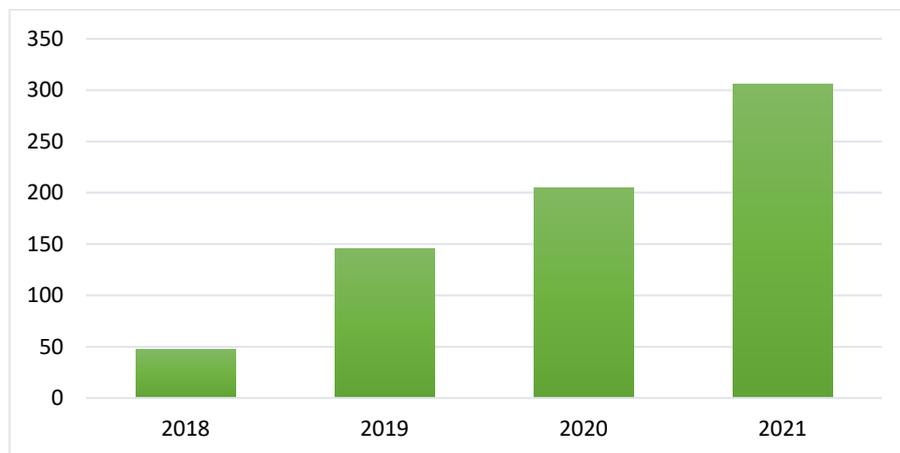
Lampiran 1 Kuesioner Konsumen Toko Regar	73
Lampiran 2 Jawaban Responden Toko Regar.....	75
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	78
Lampiran 4 Jawaban AHP <i>Stakeholder</i>	80
Lampiran 5 Dokumentasi.....	86

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi pada era 4.0 sekarang ini manusia dituntut untuk mengambil keputusan secara cepat dan tepat, diiringi dengan fasilitas yang mendukung untuk memudahkan manusia dalam upaya menyelesaikan pekerjaan. *Fintech* merupakan suatu inovasi baru di bidang jasa keuangan yang mengadaptasi perkembangan teknologi untuk mempermudah pelayanan keuangan dan sistem keuangan. *Fintech payment* merupakan jenis *fintech* yang banyak digunakan oleh masyarakat dibandingkan dengan jenis *fintech* lainnya karena memberikan efisiensi waktu dan biaya dalam melakukan transaksi (Ananda *et al.*, 2021). Kemudahan dengan adanya teknologi saat ini maka terciptanya uang elektronik seperti menurut Lestari dan Nofriantika (2018) uang elektronik merupakan alat pembayaran dengan unsur tertentu yang dikeluarkan sesuai dengan nilai mata uang yang pertama disetorkan kemudian disimpan pada *chip* tertentu, sehingga uang elektronik bisa dikelola menjadi media pembayaran elektronik di kemudian hari. Pembayaran saat ini berbentuk pembayaran non tunai tidak hanya berbentuk sebuah kartu, namun juga dapat disimpan pada *smartphone* dengan berbagai metode pembayaran tersebut diantaranya seperti penggunaan kartu kredit, transfer melalui *mobile banking*, *e-wallet* atau *e-money*, serta COD atau *Cash on Delivery*.

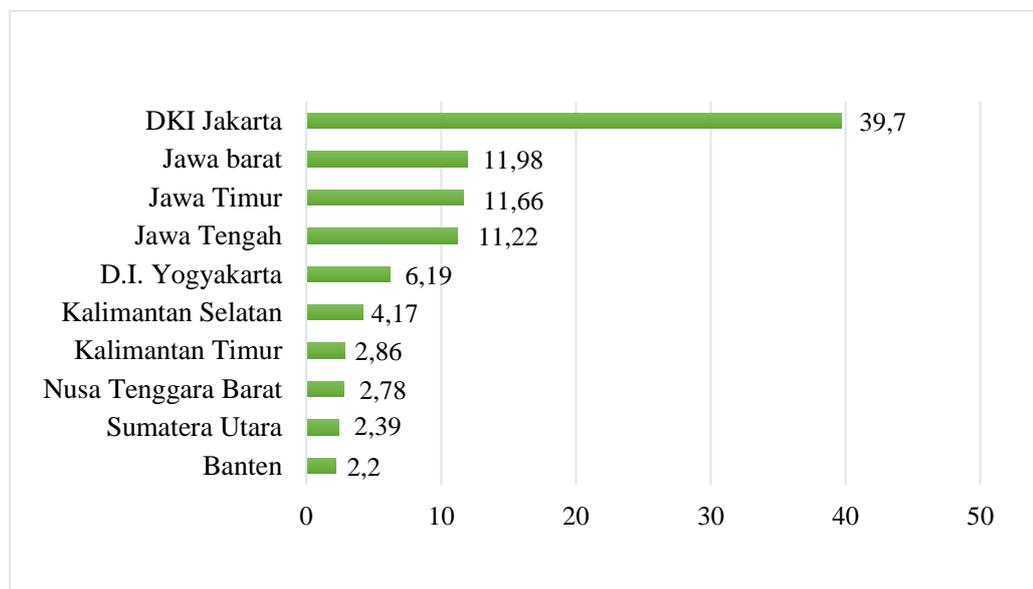


Sumber :Data Sekunder Kusnandar, Katadata.co.id 2022.

Gambar 1.1 Jumlah Transaksi Belanja Menggunakan Uang Elektronik Di Indonesia Tahun 2018-2021

Berdasarkan gambar di atas bahwa jumlah transaksi belanja dengan menggunakan uang elektronik mengalami kenaikan setiap tahunnya. Jumlah transaksi uang elektronik pada tahun 2021 mencapai sebesar 305,4 Triliun Rupiah. Penggunaan uang elektronik sebagai alternatif pembayaran memiliki potensi yang cukup besar karena uang elektronik menawarkan transaksi yang lebih cepat dan nyaman

dibandingkan dengan uang tunai, khususnya untuk transaksi yang bernilai kecil, yang dapat dilakukan dengan lebih mudah dan murah serta menjamin keamanan dan kecepatan transaksi, baik bagi konsumen maupun bagi penjual.



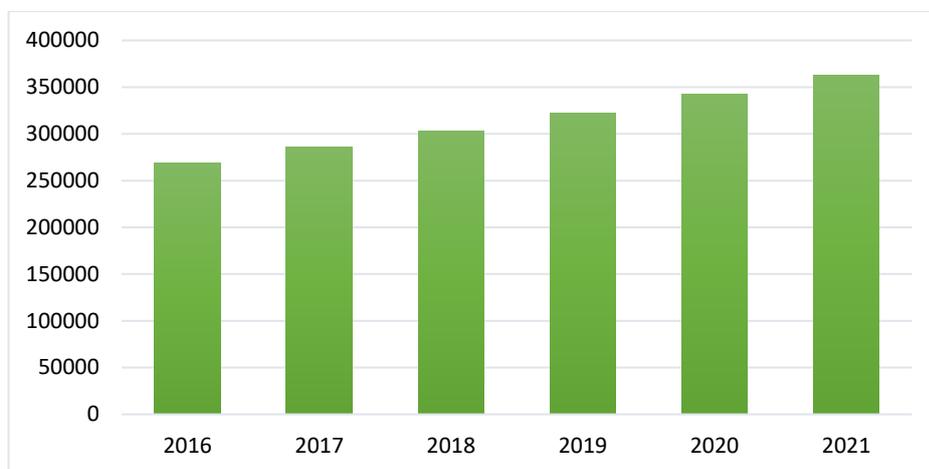
Sumber: Data Sekunder Kusnandar, katadata.co.id 2022.

Gambar 1.2 Provinsi dengan Jumlah Uang Elektronik yang Paling Banyak Teraftar Pada Tahun 2022

Berdasarkan gambar di atas jumlah uang elektronik yang terdaftar paling banyak sebanyak 39,7% berada di ibu kota DKI Jakarta. Jumlah uang elektronik terdaftar terbesar berikutnya adalah provinsi Jawa Barat mencapai 11,98%. Uang elektronik paling sedikit terdaftar ada di Banten dengan 2,2%. Melihat banyaknya masyarakat Jawa Barat yang telah memiliki uang elektronik membuat para pelaku bisnis memanfaatkan peluang dengan adanya kemudahan dalam sistem pembayaran tidak hanya para usaha besar saja tetapi pedagang kecil juga sudah banyak yang memanfaatkan peluang tersebut seperti usaha UMKM.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kategori bisnis berskala kecil yang dipercaya mampu memberikan kontribusi terhadap perekonomian Indonesia. Selain sebagai salah satu alternatif lapangan kerja baru. UMKM juga berperan dalam menanggulangi masalah kemiskinan dan mendorong laju pertumbuhan ekonomi. Sektor ini mampu menyerap tenaga kerja cukup besar dan memberi peluang bagi UMKM untuk berkembang dan bersaing dengan perusahaan yang lebih cenderung menggunakan modal besar (*capital intensive*). Eksistensi UMKM memang tidak dapat diragukan lagi karena terbukti mampu bertahan dan menjadi roda penggerak ekonomi, terutama pasca krisis ekonomi (Sedyastuti, 2018). Kadeni dan Srijani (2020) menyatakan bahwa UMKM mempunyai pengaruh besar besarnya dalam menopang perekonomian suatu negara sehingga keberadaan UMKM sangat diharapkan oleh suatu negara karena perannya yang vital dalam

perkembangan dan kemajuan perekonomian untuk mencapai kesejahteraan masyarakat. Jumlah berkurangnya pengangguran berarti sektor UMKM banyak merekrut tenaga kerja yang berarti akan membantu pemerintah dalam upaya mengurangi angka kemiskinan.



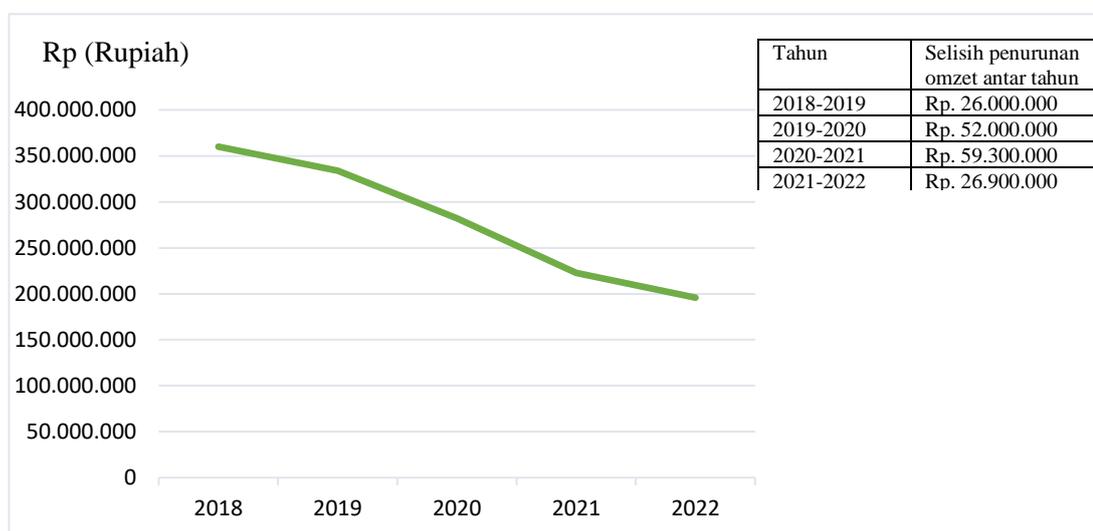
Sumber : Data Sekunder opendata.jabarprov.go.id 2021.

Gambar 1.3 Perkembangan UMKM Di Kabupaten Sukabumi Tahun 2016-2021

Berdasarkan data di atas didapatkan bahwa perkembangan usaha UMKM di Kabupaten Sukabumi pada 2016 sampai 2021 peningkatan pada setiap tahunnya. Pada tahun 2021 UMKM Kabupaten Sukabumi mencapai 363.176 unit UMKM pada saat terjadi pandemi Covid-19 pada tahun 2020 yang menyebabkan banyak pekerja yang mengalami pemutusan hubungan kerja (PHK) pada tempat kerjanya sehingga banyak masyarakat yang mulai mendirikan usaha kecil-kecilan untuk meningkatkan pendapatan finansial agar dapat memenuhi kebutuhan pokoknya.

Bisnis UMKM yang banyak diminati masyarakat menengah adalah bisnis kelontong atau sembako dimana bisnis ini memberikan peluang bisnis yang menjanjikan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan bisnis ini masih dibutuhkan oleh banyak orang karena harganya relatif lebih murah daripada di *supermarket* dan keberadaan Toko kelontong ini yang dekat dengan rumah. Menurut Novriady dan Nasrudin (2021) Pedagang eceran (ritel) merupakan perdagangan yang sangat strategis di Indonesia karena mampu menyerap tenaga kerja setelah sektor pertanian. Jenis perdagangan ritel terbagi dua, yakni ritel tradisional yang secara langsung diwakili oleh pedagang kecil atau kelontong yang berada di pasar tradisional maupun di perumahan atau pada sekitar jalan besar dan ritel *modern* dalam bentuk *supermarket* dan *minimarket*.

Toko Regar adalah Toko kelontong yang didirikan pada tahun 1994 oleh Bapak Maliddin yang terletak di Desa Bojong Kokosan, Kecamatan Parungkuda, Kabupaten Sukabumi. Toko Regar menjual beraneka ragam kebutuhan rumah tangga atau bahan pokok utama. Keunggulan dari Toko Regar ini adalah letak Toko Regar yang strategis membuat Toko ini ramai dikunjungi konsumen karena berada di jalan besar yaitu pada pinggir jalan raya kabupaten, selain tempat yang strategis Toko Regar juga mempunyai konsumen tetap yang berbelanja setiap hari sehingga Toko Regar memberikan produk terbaik yang mereka inginkan atau dengan menjaga komunikasi yang baik terhadap pelanggan sehingga dengan hal tersebut dapat membuat terciptanya *customer loyalty* pada Toko Regar. Toko Regar juga menerapkan B2B (*Business to Business*) yang dimana Toko Regar ini menjual barang eceran kepada warung yang lebih kecil lagi dengan menjual barang tersebut pada harganya yang hampir sama dengan harga dipasar hal tersebutlah yang membuat keunggulan dari Toko Regar untuk menarik para pelanggan dari Toko kecil.



Sumber: Data Primer Toko Regar, Diolah Peneliti 2023.

Gambar 1.4 Jumlah Pendapatan Omzet Toko Regar 2018-2022

Gambar data omzet Toko Regar dari tahun ke tahun mengalami penurunan sebesar Rp. 59.300.000 dari tahun 2020 ke 2021. Pada tahun 2022 terus mengalami penurunan hingga mencapai Rp. 26.900.000 sejak dari tahun 2021. Toko Regar mengalami penurunan omzet yang disebabkan oleh faktor eksternal yaitu Covid-19 di awal tahun 2020 sehingga pembeli mengalami kesulitan untuk berbelanja seperti biasanya. Menurut Pramana (2020) Dengan adanya wabah pandemi Covid-19 yang melanda ke seluruh dunia, telah merubah tatanan kehidupan di segala bidang dengan adanya kebijakan menjaga jarak fisik (*physical distancing*) dan jaga jarak sosial (*social distancing*). Pandemi Covid-19 menyebabkan semua orang mengalami pembatasan *social distancing* sehingga membuat para konsumen dari Toko Regar menjadi takut untuk berbelanja secara langsung di Toko Regar karena takut terpapar

virus Covid-19 pada saat transaksi dengan penjual. Terjadinya pemutusan hubungan kerja (PHK) membuat pendapatan masyarakat menurun tentunya hal tersebut berdampak pada menurunnya daya beli masyarakat terhadap Toko Regar.

Faktor eksternal lainnya yang membuat penjualan menurun yaitu liburunya anak sekolah karena anak sekolah merupakan salah satu konsumen utama di Toko Regar dimana biasanya banyak orang tua dari murid yang berbelanja di Toko Regar karena letak Toko yang berdekatan dengan sekolah menjadi sepi karena sekolah libur lalu pedagang yang biasa berjualan di depan sekolah dimana bahan bakunya didapatkan dengan berbelanja dari Toko Regar juga menjadi sedikit, dan koperasi yang biasanya pendistribusian barang beli dari Toko Regar menjadi terhenti. Kegiatan-kegiatan perbelanjaan tersebut menjadi hilang akibat libur panjang anak sekolah tersebut dari akibat adanya Covid-19. Faktor lain dengan bertambahnya persebaran jumlah minimarket yang masuk ke setiap kecamatan juga membuat penjualan menjadi menurun karena minimarket memiliki banyak keunggulan dibandingkan Toko Regar seperti dengan menawarkan kenyamanan dalam berbelanja, memberikan kualitas barang yang lebih baik, beraneka macam pilihan terhadap suatu produk, tata letak tempat penyusunan barang yang tersusun dengan rapi, dan kemudahan dalam melakukan berbagai transaksi pada sistem pembayaran yaitu pembayaran *E-Toll*, KAI, token listrik dan masih banyak lagi. Akibat terjadinya *pandemic* masyarakat mulai memperhitungkan tempat mereka dalam berbelanja dilihat dari berbagai aspek seperti kenyamanan atau kemudahan yang diterima oleh konsumen saat berbelanja.

Masalah pada faktor internal yaitu Toko Regar masih bersifat konvensional dalam melayani konsumen saat berbelanja seperti adanya tawar-menawar antara penjual dengan pembeli sehingga seringkali konsumen membandingkan harga dengan Toko yang lain. Toko Regar masih menggunakan kalkulator dalam perhitungan harga yang membuat sering kali terjadinya *human error* dalam proses perhitungan sehingga dapat memakan waktu yang lama dalam transaksi. Pembayaran di Toko Regar masih menggunakan uang tunai sehingga sering terjadi mendapatkan uang palsu atau uang yang sudah jelek sehingga tidak dapat digunakan kembali ketika akan membeli barang persediaan jualan.

Toko Regar tidak mempunyai manajemen dalam menginput persediaan barang sehingga sering kali banyak barang persediaan yang kosong. Tidak tersedia CCTV (*Closed Circuit Television*) mengakibatkan hilangnya beberapa barang berupa gas, galon, makanan ringan (*snack*) yang bentuk fisiknya lebih kecil sehingga mudah untuk disembunyikan membuat Toko Regar mengalami kerugian atas kehilangan barang-barang tersebut, dan Toko Regar dalam penataan barang masih kurang tertata secara rapi hal tersebut mempengaruhi minat beli masyarakat menurun karena sering kali barang dianggap habis tetapi ternyata masih ada karena tidak terlihat.

Berdasarkan kondisi masalah faktor eksternal dan internal tersebut membuat para pesaing memanfaatkan untuk dijadikan peluang atau munculnya para pesaing

seperti *minimarket* yang saling berdekatan satu sama lain sehingga eksistensi keberadaan Toko Regar ini kurang dilirik oleh masyarakat sehingga banyak masyarakat yang lebih memilih untuk berbelanja di *minimarket* daripada di Toko Regar. Munculnya *e-commerce* pada saat *pandemic* dimana sangat mendukung untuk melakukan berbagai pembelian tanpa harus keluar rumah sehingga masyarakat malas keluar rumah, hal tersebut mampu menggeser Toko Regar secara perlahan. Berikut nama pesaing Toko Regar yang ada di daerah Kabupaten Sukabumi:

Tabel 1.1 Data Pesaing Toko Regar

No.	Nama Toko	Alamat
1	Indomaret	Bojong Kokosan, Kecamatan Parungkuda, Kabupaten Sukabumi
2	Alfamart	Kampung Lewi, Kecamatan Parungkuda, Kabupaten Sukabumi
3	Warung Dodi	Bojong Kokosan, Kecamatan Parungkuda, Kabupaten Sukabumi
4.	Alfamidi Parungkuda	Jalan Raya Sukabumi, Kecamatan Parungkuda, Kabupaten Sukabumi
5.	Alfamart Raya parungkuda	Jalan Raya Sukabumi, Kecamatan Parungkuda, Kabupaten Sukabumi
6.	Toko Sekawa Budi	Jalan Raya Sukaraja No. 18, Kecamatan Parungkuda, Kabupaten Sukabumi
7.	Yomart Parungkuda	Jalan Raya Sukabumi, Sundawenag, Kecamatan Parungkuda, Kabupaten Sukabumi
8.	Indomaret	Jalan Raya Sukabumi, Sundawenag, Kecamatan Parungkuda, Kabupaten Sukabumi
9..	Toko Sari Alam	Jalan Sundawenag No. 24175, Kecamatan Parungkuda, Kabupaten Sukabumi
10.	Toko Batu Bara	Jalan Sundawenag, Kecamatan Parungkuda, Kabupaten Sukabumi
11.	Toko Idola	Bojong Kokosan, Kecamatan Parungkuda, Kabupaten Sukabumi

Sumber: Data Primer Toko Regar 2022.

Masuknya investasi untuk berinvestasi di sektor pasar *modern*, menjadi tantangan tersendiri bagi aktivitas dan perkembangan ekonomi rakyat kecil dalam hal ini adalah usaha mikro, kecil dan menengah di pasar tradisional. Bahkan keberadaan pasar tradisional di perkotaan semakin memprihatinkan dan bahkan terancam gulung tikar dengan semakin pesatnya pertumbuhan dan perkembangan pembangunan pasar *modern* (Dewi 2018). Semakin marak dan berkembangnya Toko sembako mengakibatkan persaingan dalam penjualan sembako sangatlah ketat, baik dalam segi harga, pelayanan, dan jarak Toko yang berdekatan seringkali membuat persaingan tidak sehat sehingga gulung tikar karena kalah bersaing.

Pandemic ini telah mengubah pola hidup masyarakat untuk melakukan bertransaksi dengan menggunakan pembayaran non tunai untuk menghindari penyebaran Covid-19. Terciptanya Pembayaran *digital* ini agar meminimalisir resiko terjadinya penularan virus Covid-19 yang ada pada uang tunai karena sudah tersentuh oleh banyak orang. *World Health Organization* (WHO) menghimbau agar *Cashless Society* dapat diterapkan di masyarakat (Rohmah dan tristianini 2021). *Cashless Society* yang dimaksudkan adalah untuk mengurangi kontak dengan manusia lain pada pembayaran tunai menjadi menggunakan alat elektronik atau *e-wallet* (Prasetya, 2020). Setelah *pandemic* masyarakat sudah terbiasa menggunakan pembayaran *digital* dalam bertransaksi dan sudah banyak juga usaha yang melakukan pembayaran berbasis *digital*.

Tahun 2022 tercatat bahwa nilai transaksi uang elektronik naik hingga 66,65% dimana hal ini menunjukkan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan uang elektronik sangat besar yang menjadikan pengguna uang elektronik mengalami peningkatan yang pesat dalam waktu 2 tahun terakhir. Peningkatan tersebut didukung dengan tersedianya berbagai macam bentuk jasa pembayaran non tunai salah satunya QRIS. Menurut Silalahi (2022) bahwa pembayaran *digital* melalui uang elektronik *server based*, dompet elektronik (*e-wallet*), atau *mobile banking* termasuk kedalam QRIS. Sudah diatur oleh BI Pada PADG No.21/18/2019 mengenai implement standar internasional QRIS untuk melakukan transaksi. Berikut adalah Pra-survei yang dilakukan pada konsumen yang berbelanja di Toko Regar:

Tabel 1.2 Pra-survei Data yang Sudah Memiliki Pembayaran *Digital*

No.	Pembayaran <i>Digital</i>	Persentase
1.	<i>M-banking</i>	24%
2.	Dana	11%
3.	<i>Gopay</i>	30%
4.	Ovo	6%
5.	<i>Shopeepay</i>	27%
6.	Lainnya	3%
Total		100%
Total Responden		30 Responden

Sumber: Data Primer pra-survei Toko Regar 2023.

Berdasarkan data pada tabel pra-survei diatas dilakukan dengan 30 responden dari konsumen Toko Regar yang menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen Toko Regar sudah banyak yang memiliki pembayaran *digital* untuk digunakan sebagai alat transaksi. Sebagian konsumen dari Toko Regar 30% banyak yang memiliki *Gopay* lalu pada urutan ke-2 yaitu memiliki pembayaran *digital Shopeepay* sebesar 27% dan sisanya pada pembayaran lainnya. Melihat banyaknya konsumen yang sudah memiliki pembayaran *digital* maka adanya potensi besar untuk bisa menerapkan pembayaran *digital* di Toko Regar karena melihat banyaknya antusias masyarakat dalam mengikuti

trend teknologi pembayaran yang ada. Akan tetapi Toko Regar belum menerapkan inovasi metode pembayaran apapun, masih menggunakan uang sebagai transaksi pembayaran di saat teknologi sudah maju dan Toko Regar tidak memiliki strategi baru sehingga hal tersebut menjadi peluang bagi pesaing.

Berkenaan dengan permasalahan yang dihadapi oleh Toko Regar maka dari itu peneliti ingin mengkaji apakah pembayaran *digital* ini dapat diterapkan di Toko Regar dan pembayaran *digital* apa yang tepat untuk diterapkan di Toko Regar, sehingga diperlukannya strategi yang tepat bagi peneliti untuk membedah apakah pembayaran digital ini dapat membantu dalam meningkatkan omzet penjualan. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan analisis penelitian yang berjudul “Kajian Strategi Sistem Pembayaran Pada Toko Regar.”

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diidentifikasi permasalahan-permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Terjadinya penurunan penjualan Toko Regar dari tahun 2019 sampai 2023.
2. Sistem pembayaran yang masih konvensional di jaman yang sudah *modern*.
3. Bertambahnya pesaing Toko Regar yang ada di sekitar Kecamatan Parungkuda.

1.2.2. Perumusan Masalah

1. Bagaimana meningkatkan penjualan pada sistem pembayaran *digital* di Toko Regar setelah masa pandemi?
2. Bagaimana membuat perencanaan strategi alternatif pada sistem pembayaran *digital* di Toko Regar?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Penelitian ini untuk memperoleh data dan informasi yang berkaitan dengan sistem pembayaran, digunakan sebagai bahan analisis untuk mencari solusi masalah yang ada di Toko Regar karena terjadinya penurunan penjualan dan ketatnya persaingan saat ini yang sedang dihadapi oleh Toko Regar.

1.3.2. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengkaji potensi meningkatkan penjualan di Toko Regar pada sistem pembayaran *digital* setelah terjadinya pandemi.
2. Untuk menentukan alternatif strategi dalam sistem pembayaran *digital* di Toko Regar.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman baru terhadap pelaku bisnis terhadap sistem pembayaran *digital* yang dapat memberikan dampak terhadap peningkatan bisnis dan mempertahankan posisi terhadap daya saing.

1.4.2. Kegunaan Akademis

1. Bagi penulis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan fungsi dari sistem pembayaran *digital* pada Toko Regar.

2. Bagi pembaca

Dengan adanya penulisan skripsi ini, penulis berharap skripsi ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi pembaca khususnya mengenai strategi pemasaran dengan sistem pembayaran *digital* pada Toko Regar.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Strategi

2.1.1. Manajemen Strategi

Menurut Wijandari dan Sumilah (2021), manajemen strategi pemasaran merupakan perencanaan strategi yang berorientasi pada jangkauan masa depan yang jauh (visi), dan ditetapkan sebagai keputusan pimpinan tertinggi keputusan yang bersifat mendasar dan prinsipil agar memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif (misi), dalam usaha menghasilkan sesuatu yang bermutu, dengan ditunjukkan pada optimalisasi pencapaian tujuan strategi dan dari berbagai sasaran organisasi. Sedangkan menurut David (2016), manajemen strategi dapat didefinisikan sebagai "seni dan sains dalam memformulasi, mengimplementasi, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang membuat organisasi dapat memperoleh tujuannya".

Manajemen strategi ialah pengelolaan mengenai formulasi, implementasi serta evaluasi kebijakan terkait strategi yang mengarahkan organisasi kepada tujuannya tercapai. Manajemen strategi sebagai sebuah kerangka kerja untuk menyelesaikan masalah dalam organisasi, yang utama mengenai persaingan (Hefniy dan Fairus 2019).

Berdasarkan definisi dari para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa manajemen strategis adalah manajemen pengembangan, implementasi, dan evaluasi kebijakan yang berkaitan dengan strategi yang memimpin organisasi untuk mencapai tujuannya. Manajemen strategis sebagai kerangka kerja untuk memecahkan masalah dalam suatu organisasi, terutama yang berkaitan dengan persaingan.

2.1.2. Tujuan Manajemen Strategi

David (2016), tujuan manajemen strategi adalah untuk menemukan dan menciptakan kesempatan yang baru serta berbeda untuk, perencanaan jangka panjang, sebaliknya mencoba untuk mengoptimalkan *trend* esok berdasarkan *trend* saat ini, sehingga dapat disimpulkan tujuan manajemen strategi di atas adalah untuk berinovasi hal yang baru, sesuai perkembangan zaman saat ini. Mengikuti *trend-trend* yang terjadi di zaman ini agar organisasi atau perusahaan bisa maju dan berkembang dan memiliki daya saing.

2.1.3. Karakteristik Manajemen Strategi

Karakteristik manajemen strategi menurut Yunus (2016) terdapat 6 karakteristik dalam merealisasikan tujuan yang telah ditetapkan sebagai berikut :

1. Manajemen strategis bersifat jangka panjang.
2. Manajemen strategis bersifat dinamik.

3. Manajemen strategis merupakan sesuatu yang berpadu oleh manajemen operasional.
4. Manajemen strategis perlu dimotori oleh unsur-unsur pada manajer tingkat puncak.
5. Manajemen strategis berorientasi dan mendekat untuk masa depan.
6. Manajemen strategis senantiasa harus didorong dan didukung pelaksanaannya oleh semua sumber daya ekonomi yang tersedia.

2.1.4. Proses Manajemen Strategi

Proses Manajemen Strategi Menurut Widiyono dan Hakim (2018), Tahapan kegiatan untuk menjalankan strategi sebagai berikut :

1. Perumusan strategi
Meliputi pembangunan misi dan tujuan jangka panjang, mengidentifikasi peluang dan ancaman dari luar serta kekuatan dan kelemahan organisasi, pengembangan alternatif strategi dan penentuan strategi yang sesuai untuk diadopsi. Termasuk perkembangan visi dan bisnis, mengenali peluang dan kelemahan internal menetapkan objektif jangka panjang, menghasilkan strategi alternatif dan memahami strategi tertentu untuk dilaksanakan.
2. Implementasi strategi
Meliputi penentuan sasaran-sasaran operasional tahunan, kebijakan organisasi memotivasi anggota dan mengalokasikan sumber-sumber daya agar strategi yang telah diterapkan dapat diimplementasikan. Dalam implementasi strategi menurut perusahaan untuk menetapkan target dan rencana tahunan, melengkapi dengan kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya sehingga strategi di yang dirumuskan dapat dilaksanakan.
3. Evaluasi strategi
Mencakup usaha-usaha untuk memonitor seluruh hasil dari pembuatan dan penerapan strategi, dari mulai mengukur kinerja individu dan organisasi serta mengambil langkah-langkah jika diperlukan. Evaluasi strategi adalah tahap akhir dalam manajemen strategi. Semua strategi dapat di modifikasi di masa depan karena, aktivitas mendasar untuk mengevaluasi strategi dimulai dari meninjau faktor-faktor eksternal dan internal menjadi dasar strategi yang sekarang, mengukur prestasi dan mengambil tindakan korektif.

2.2. Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Menurut Hendrawan *et al.*, (2019), usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia merupakan bisnis masyarakat yang utama dalam kegiatan perekonomian. Mereka merupakan pemercepat dalam pengembangan ekonomi masyarakat. UMKM selama ini terbukti dapat diandalkan sebagai bisnis pengaman di masa krisis, melalui mekanisme penciptaan lapangan kerja dan memungkinkan dihimpunnya penerimaan negara berupa pajak. Sedangkan menurut Naufalin (2020), UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu. Usaha Mikro Kecil

Menengah merupakan sektor yang mampu bertahan di tengah perekonomian yang kritis.

UMKM menurut Novitasari *et al.*, (2019), UMKM adalah suatu usaha ekonomi yang mampu berdiri sendiri tanpa bantuan pihak lain, didirikan oleh perorangan atau badan usaha yang tidak termasuk kedalam anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki oleh perusahaan lain.

Berdasarkan definisi dari para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa UMKM merupakan usaha kecil yang dimiliki dan dioperasikan oleh seseorang atau sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu dan dapat membuka peluang usaha bagi masyarakat ekonomi menengah kebawah.

2.3. Bisnis Ritel

Bisnis retail menurut Nurwahyuningsih *et al.*, (2021), merupakan salah satu bisnis yang kegiatan usahanya meliputi penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan untuk bisnis. Bisnis retail ini disebut juga usaha eceran sebab biasanya produk dijual dalam jumlah satuan serta target marketing dari bisnis retail ini ialah konsumen akhir yang membeli produk barang atau jasa untuk kegiatan konsumsi bukan untuk dijual kembali. Retail juga merupakan perangkat dari aktivitas-aktivitas bisnis yang melakukan penambahan nilai terhadap produk-produk dan layanan penjualan kepada para konsumen untuk penggunaan atau konsumsi perseorangan maupun keluarga (Siswahyudianto 2017).

Menurut Miranda *et al.*, (2018), bisnis ritel merupakan kegiatan usaha menjual aneka barang dan jasa untuk konsumsi langsung atau tidak langsung. Bisnis ritel dalam mata rantai perdagangan, merupakan suatu bagian terakhir dari proses distribusi suatu barang atau jasa yang berhubungan langsung dengan konsumen.

Berdasarkan definisi dari para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa bisnis ritel merupakan serangkaian kegiatan bisnis yang menambah nilai produk dan layanan yang dijual kepada konsumen untuk penggunaan atau konsumsi pribadi atau rumah. Pengecer umumnya tidak memproduksi barang dan tidak menjual ke pengecer lain.

2.3.1. Klasifikasi Ritel

Klasifikasi bentuk ritel menurut Utomo (2011), bahwa regulasi pemerintah mengenai bisnis ritel berada dalam arus pemikiran seperti pada umumnya karena cenderung menggunakan pendekatan yang membatasi bisnis ritel hanya pada *in-store retailing*. Berdasarkan peraturan Perpres No 112 Tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan Toko *modern*, memberikan batasan pasar tradisional dan Toko *modern* dalam pasal 1 sebagai berikut:

1. Ritel Tradisional

Ritel tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik negara dan badan usaha milik daerah

termasuk kerja sama dengan swasta dengan tempat usaha berupa Toko, kios, los dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.

2. Ritel *Modern*

Ritel *modern* adalah Toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk *Minimarket*, *Supermarket*, *Department Store*, *Hypermarket* ataupun grosir. Batasan pada Toko *Modern* ini dipertegas di pasal 3, dalam hal luas lantai penjualan sebagai berikut:

- a. *Minimarket*, kurang dari 400 m² (empat ratus meter persegi).
- b. *Supermarket*, 400 m² (empat ratus meter persegi) sampai dengan 5.000 m² (lima ribu meter persegi).
- c. *Hypermarket*, diatas 5.000 m² (lima ribu meter persegi).
- d. *Department Store*, diatas 400 m² (empat ratus meter persegi).
- e. Perkulakan, diatas 5.000 m² (lima ribu meter persegi).

2.3.1. Jenis Ritel

Jenis ritel menurut Fadillah *et al.*, (2018), ada 6 jenis ritel berdasarkan kepemilikannya, sebagai berikut :

1. *Independent Retailers*

Peritel Independen yaitu retail yang berdiri secara mandiri dan hanya memiliki satu unit *outlet* retail. Ritel Independen perlu :

- a. Berperan besar dalam menangani pelanggan yang ditargetkannya.
- b. Melakukan semua hal untuk dapat menyenangkan pembeli dengan cara ramah.
- c. Komunikasi secara lisan merupakan hal penting.
- d. Pengecer mestinya tidak mencoba untuk melayani terlalu banyak pelanggan.
- e. Tidak mencoba masuk pada kondisi perang harga.

2. *Chain Retailers*

Retailer berantai (*Chain*) yaitu Retail yang terdiri dari beberapa *outlet* yang dimiliki secara bersama, biasanya setiap pembelian dan pengambilan keputusan dilakukan secara terpusat. Peritel berantai perlu :

- a. Berperan besar pada *image* yang dikenalnya.
- b. Meyakinkan masing-masing Toko berkembang sampai pada *image* tersebut.
- c. Mengambil keuntungan dari skala ekonomi dan berbagai kemungkinan promosi massa.
- d. Mestinya tidak menjadi yang terlalu kaku (tidak *fleksibel*) dalam melakukan adaptasi kepada perubahan pasar.

3. *Franchising*

Franchising berwujud kontrak yang disusun antara *franchisor* (produsen, pedagang besar atau *service sponsors*) dengan *franchisee* (waralaba) yang diberi

kewenangan untuk melakukan bisnis dibawah nama yang sudah terbentuk atau terkenal dan menurut aturan yang telah ditetapkan. *Franchisor* perlu :

- a. Berperan besar pada luas wilayah yang digarap termasuk yang mungkin dibuat melalui investasi *franchisee*.
- b. Berperan pada pembentukan motivasi *franchisee* sebagai pemilik.
- c. Mestinya tidak terjerumus dalam perdebatan kebijakan dengan *franchisee*.
- d. Tidak membebani *franchisee* dengan pembayaran *royalti* yang berlebihan.

4. *Leased Department*

Leased department merupakan lokasi atau tempat Toko yang disewakan kepada pihak luar. Umumnya merupakan kategori yang berada di samping garis produk inti mereka. *Leased Department* harus :

- a. Memungkinkan operator Toko dan pihak luar untuk menggabungkan diri.
- b. Menawarkan suatu peningkatan pengalaman dalam berbelanja, di saat berbagi biaya dan keahlian.
- c. Mestinya tidak merusak *image* Toko.
- d. Tidak terlalu banyak memberi tekanan pada penyewa (*lessee*) untuk menghasilkan arus atau lalu lintas pelanggan dalam Toko.

5. *Vertical Marketing System*

Vertical marketing system (Sistem Pemasaran Vertikal) merupakan sistem pemasaran yang terdiri dari semua tingkatan yang dengan bebas dimiliki perusahaan sepanjang suatu saluran distribusi.

- a. Sistem independen, retail secara terpisah dimiliki produsen, pedagang besar, dan pengecer.
- b. Sistem terintegrasi, retail dimiliki oleh dua perusahaan, pada umumnya pengecer dan produsen melaksanakan semua fungsi distribusi dan produksi tanpa bantuan pihak ketiga.
- c. Sistem terintegrasi Penuh, hanya perusahaan tunggal yang melakukan semua fungsi distribusi dan produksi.
- d. Beberapa perusahaan menggunakan sistem pemasaran vertikal rangkap, dengan mana mereka dilibatkan di (dalam) lebih dari satu jenis sistem.

6. *Consumer Cooperative*

Koperasi konsumen adalah perusahaan eceran yang dimiliki oleh anggota mereka, yang menginvestasikan, memiliki saham perusahaan, memilih pegawai, mengatur operasi, dan berbagi uang tabungan atau laba. Mereka meliputi Toko eceran yang melakukan penjualan yang relatif kecil. Koperasi dibentuk di kala:

- a. Konsumen meyakini bahwa mereka dapat membentuk atau menjalankan fungsi penjualan eceran.
- b. Penawaran dari pengecer tradisional tidak cukup.
- c. Harga pedagang eceran tradisional terlalu tinggi.

2.4. Sistem Pembayaran

Menurut Abidin (2015), sistem pembayaran adalah menetapkan penggunaan alat pembayaran dalam masyarakat untuk memenuhi persyaratan keamanan dan efisiensi bagi penggunaannya. Perkembangan teknologi di bidang informasi dan komunikasi memberi dampak terhadap munculnya inovasi-inovasi baru dalam pembayaran. Bank Indonesia (2020), menyatakan bahwa sistem pembayaran adalah sistem yang berkaitan dengan kegiatan pemindahan dana dari satu pihak kepada pihak lain yang melibatkan berbagai komponen sistem pembayaran, antara lain alat pembayaran, kliring, dan setelmen. Kegiatan sistem pembayaran melibatkan berbagai lembaga yang berperan sebagai penyelenggara jasa sistem pembayaran seperti bank, lembaga keuangan selain bank, dan bahkan perorangan.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa sistem pembayaran merupakan suatu kegiatan pemindahan dana dari satu pihak kepada pihak lainnya. Sistem pembayaran merupakan seperangkat lembaga dan aturan yang akan digunakan untuk menjalankan suatu kegiatan ekonomi. Sistem pembayaran berupa sebuah transaksi antara pembeli dengan penjual yang disetujui oleh kedua belah pihak.

2.4.1. Prinsip Kebijakan Sistem Pembayaran

Menurut Fernando dan Krisnadi (2020) prinsip kebijakan sistem pembayaran dalam melaksanakan kewenangan tersebut, Bank Indonesia mengacu kepada empat prinsip kebijakan, yaitu:

1. Keamanan merupakan prinsip keamanan, Bank Indonesia harus dapat mengelola segala resiko dalam sistem pembayaran seperti resiko likuiditas, resiko kredit, resiko fraud (kecurangan yang dapat menimbulkan kerugian finansial) dll.
2. Efisiensi merupakan prinsip efisiensi, Bank Indonesia harus menjamin bahwa penyelenggaraan sistem pembayaran bersifat efisien yaitu harus dapat digunakan secara luas dan menyeluruh, sehingga biaya yang harus ditanggung oleh masyarakat akan menjadi lebih murah.
3. Kesetaraan akses merupakan Bank Indonesia menjamin kesetaraan akses dimana BI tidak menyetujui segala praktek monopoli pada penyelenggaraan suatu sistem pembayaran yang dapat menghambat pelaku ekonomi lain untuk ikut masuk dan ikut menyelenggarakan sistem pembayaran.
4. Perlindungan konsumen merupakan Bank Indonesia harus dapat menjamin seluruh aspek-aspek dalam perlindungan konsumen yaitu menjamin adanya kepastian hukum kepada konsumen serta pembuat jasa melalui divisi perlindungan konsumen. Konsumen serta pembuat jasa sistem pembayaran dapat menghubungi Bank Indonesia secara langsung untuk melakukan pengaduan jika mengalami hal-hal yang dirasa merugikan.

2.4.2. Komponen Sistem Pembayaran

Menurut Fernando dan krisnadi (2020) komponen dalam sistem pembayaran ini juga terdiri dari beberapa komponen, diantaranya:

1. Regulator
Memiliki wewenang untuk mengatur aturan main ketentuan dan kebijakan yang mengikat bagi seluruh komponen dalam sistem pembayaran.
2. Pihak penyelenggara
Lembaga yang bisa memastikan penyelesaian akhir dari semua transaksi yang terjadi pada penggunaannya.
3. Infrastruktur
Komponen sistem pembayaran berupa sarana fisik yang dapat mendukung operasional dari sistem pembayaran.
4. Pengguna Komponen
Sistem pembayaran ini adalah konsumen yang telah memanfaatkan sistem pembayaran yang ada.

2.4.3. Jenis-jenis Sistem Pembayaran

Jenis pembayaran menurut Aly dan Trianasari (2020), ada dua jenis sistem pembayaran yaitu pembayaran tunai (*cash*) dan pembayaran non tunai (*non-cash*).

1. Pembayaran Tunai (*cash*)
Instrumen pembayaran tunai adalah mata uang yang berlaku di Indonesia, yaitu Rupiah yang terdiri dari uang kertas dan uang logam.
2. Pembayaran Non Tunai (*non-cash*)
Instrumen pembayaran berbasis kartu telah berkembang dengan berbagai inovasi, mulai dari kartu debit sampai berbagai uang elektronik, berikut adalah jenis pembayaran tunai dengan beberapa kategori :
 - a. *Transfer Bank*
Transfer bank merupakan metode pembayaran dengan menggunakan aplikasi *mobile banking* pada *smartphone*.
 - b. *E-wallet*
Metode ini mulai marak digunakan di Indonesia. Metode ini digunakan untuk menyimpan uang kita dalam bentuk *digital*, dan akan bias kita gunakan untuk melakukan transaksi secara *online*, misalnya *Gopay*, *Ovo* ataupun *T-cash*.

2.4.4. Metode Pembayaran

Menurut Fernando dan krisnadi (2020) metode pembayaran transaksi terbagi menjadi dua jenis yaitu:

1. Metode pembayaran tunai.
Metode pembayaran tunai merupakan proses pembayaran yang terjadi antara satu pihak dengan pihak lainnya secara langsung. Metode ini merupakan metode konvensional yang sering kita lakukan dimana, saling bertatap muka dan

menyerahkan uang. Dalam pembayaran tunai, instrumennya berupa uang kartal atau berbentuk fisik berupa uang logam dan uang kertas

2. Metode pembayaran non tunai.

Metode pembayaran non tunai merupakan sistem pembayaran tanpa menggunakan uang tunai yang mulai diperkenalkan dalam transaksi ritel pada tahun 1990an. Sistem pembayaran nontunai sendiri bukan sebagai pengganti sistem pembayaran tunai, tapi saling melengkapi satu sama lain. Penggunaan uang tunai dalam transaksi pembayaran sebenarnya sudah jauh lebih praktis dibandingkan sistem barter ataupun sistem *commodity currency* yang digunakan oleh manusia zaman dulu. Tapi sejalan dengan kebutuhan masa perkembangan teknologi, penggunaan tunai dianggap kurang praktis dan aman. Alat instrumen pembayaran nontunai yang resmi diterbitkan Bank Indonesia selaku regulator sistem pembayaran adalah instrumen berbasis kertas, berbasis kartu dan berbasis elektronik. sistem pembayaran non tunai instrumen yang dipakai adalah alat pembayaran dengan kartu cek, bilyet giro, nota debit dan juga uang elektronik.

2.5 Pembayaran *Digital*

Pembayaran *digital* atau *digital payment* menurut Houston (2019), adalah sistem pembayaran yang dilakukan menggunakan teknologi dimana di dalam pembayaran *digital* uang disimpan, diproses, dan diterima dalam bentuk Informasi *digital* dan proses pemindahannya melalui alat pembayaran elektronik. Sedangkan menurut Kurniawan *et al.*, (2023) pembayaran *digital* adalah pembayaran yang dilakukan melalui perangkat *digital* yang diterima oleh penjual dan pembeli dengan mentransfer dan menerima uang selama transaksi pembayaran. Indikator-indikator yang mempengaruhi pembayaran *digital* adalah:

1. Kemudahan, terdapat indikator kemudahan yang terdiri dari:
 - a. Mudah dalam menggunakan alat transaksi *digital*.
 - b. Mudah memahami sistem pembayaran.
2. Manfaat pengguna menurut Pratiwi *et al.*, (2017) dalam menggunakan sistem pembayaran *digital* yang terdiri dari:
 - a. Transaksi lebih cepat.
 - b. Meningkatkan produktivitas.
 - c. Meningkatkan efektifitas,
3. Kepercayaan, menurut Utami dan Kusumawati (2017) terdapat indikator kepercayaan pada sistem pembayaran *digital* yang terdiri dari:
 - a. Menjaga Keamanan proses transaksi.
 - b. Menjaga kepercayaan pengguna.

2.5.1. Keuntungan Dari Sistem Pembayaran *Digital*

Manfaat keuntungan dari adanya sistem pembayaran *digital* dari Widiastika (2019). Berikut adalah manfaat keuntungan sistem pembayaran *digital*:

1. Meningkatkan efisiensi dalam pembayaran sebuah produk secara *online* karena pilihan produk layanan dapat ditingkatkan terus-menerus seiring perkembangan zaman.
2. Memberikan kemudahan pembayaran serta perluasan media pembayaran dengan sudah tersedianya berbagai alat pembayaran *online*.
3. Meningkatkan efektivitas dan efisiensi waktu sehingga transfer uang antar rekening virtual yang biasanya memakan waktu beberapa menit, sementara transfer antar bank atau satu pos dapat berlangsung beberapa hari. Konsumen juga tidak akan membuang waktu untuk menunggu antrian di sebuah bank atau kantor pos.
4. Meningkatkan *customer loyalty*
5. Dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja karena biasanya setiap layanan dirancang untuk menjangkau khalayak seluas mungkin, sehingga memiliki antarmuka pengguna intuitif dimengerti. Selain itu, selalu ada kesempatan untuk mengajukan pertanyaan kepada tim dukungan, yang sering bekerja 24 jam dalam seminggu.
6. Pengendalian biaya jika seseorang ingin membawa pengeluaran di bawah kendali, perlu untuk kesabaran untuk menuliskan semua biaya kecil, yang sering mengambil sebagian besar dari jumlah total pengeluaran. Akun virtual berisi sejarah semua transaksi yang menunjukkan Toko dan jumlah yang konsumen habiskan. Dan konsumen dapat memeriksa kembali kapan saja mereka inginkan. Keuntungan sistem pembayaran *digital* cukup penting dalam kasus ini.
7. Komisi rendah jika konsumen membayar untuk penyedia layanan internet atau pengisian akun ponsel melalui UPT (terminal pembayaran tanpa pengawasan), konsumen akan menemukan biaya tinggi. Sedangkan untuk sistem pembayaran elektronik: biaya semacam ini operasi terdiri dari 1% dari jumlah total, dan ini merupakan keuntungan yang cukup besar.

2.5.2. Kekurangan Sistem Pembayaran *Digital*

Kekurangan dari sistem pembayaran *digital* menurut Feradhita (2022). Berikut adalah manfaat keuntungan sistem pembayaran *digital*:

1. Kemungkinan bisa terkena serangan *hacker*.
Hal ini berkaitan dengan semakin canggihnya perkembangan *digital* maka pola kejahatan pun semakin beragam jenisnya, salah satunya adalah kejahatan yang menyerang sistem *digital*. Jika aplikasi yang digunakan tidak menggunakan sistem keamanan yang baik maka risiko terjadinya peretasan data juga dapat terjadi. Oleh karena itu keamanan menjadi hal yang harus menjadi prioritas utama dari setiap aplikasi *digital payment*.
2. Kurangnya privasi data pengguna.
Pada saat melakukan pendaftaran maka sistem aplikasi akan meminta pengguna untuk memenuhi persyaratan data yang dibutuhkan aplikasi mulai dari data identitas, izin untuk mengetahui semua informasi mengenai transaksi seperti siapa

penerima, jumlah dana serta waktu pembayaran yang nantinya akan disimpan di *database*. Hal ini tentunya berakibat pada kurangnya privasi pada sistem *digital payment*.

3. Selalu membutuhkan akses internet.

Pengguna ketika sedang melakukan transaksi, maka dibutuhkan koneksi internet untuk melakukan pembayaran *online*. Tanpa koneksi internet transaksi pembayaran *online* tidak bisa dilakukan oleh pengguna.

4. Seringnya terjadi error pada sistem aplikasi yang digunakan pada saat transaksi berlangsung.

2.6. Uji Validitas

Menurut Amanda *et al.*, (2019) uji validitas merupakan suatu indeks yang menunjukkan alat ukur itu benar-benar mengukur apa yang hendak diukur. Semakin tinggi validitas instrumen menunjukkan semakin akurat alat pengukur itu mengukur suatu data. Sedangkan Hidayat (2021) uji validitas adalah alat ukur sebuah instrumen yang akan dilakukan penelitian untuk menjadi alat ukur yang bisa diterima atau standar maka alat ukur tersebut harus uji validitas terlebih dahulu.

Menurut Janna (2021) uji validitas merupakan uji yang berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid (sahih) atau tidak valid. Alat ukur yang dimaksud disini merupakan pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan tersebut pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa uji validitas merupakan pengujian data untuk mengetahui apakah data yang diukur tersebut valid atau tidak valid. Pengolahan Kuesioner dapat dilanjutkan apabila pertanyaan di dalam kuesioner tersebut dinyatakan valid sehingga data tersebut terbukti akurat.

2.7. Uji Reliabilitas

Menurut Livia *et al.*, (2019) uji Reliabilitas adalah pengujian indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Hal ini menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran itu tetap konsisten bila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama, dengan menggunakan alat ukur yang sama. Alat ukur dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran berkali-kali. Sedangkan Uji reliabilitas menurut Hakim *et al.*, (2021) adalah suatu hal yang bisa dipercaya atau suatu keadaan bisa dipercaya, sehingga mengetahui tingkatan konsistensi dari sebuah angket yang dipakai oleh peneliti, sehingga angket tersebut bisa diandalkan untuk mengukur variabel penelitian meskipun dilakukan secara berkali-kali menggunakan angket dan kuisisioner yang sama.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa uji reliabilitas merupakan pengukuran terhadap instrumen atau alat ukur untuk dapat dilihat sejauh

mana instrument tersebut dapat diandalkan. Instrumen yang ada di dalam kuesioner jika dinyatakan reliabel maka dapat penelitian dapat dilanjutkan.

2.8. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif menurut Riyanto dan Arini (2021) merupakan akumulasi data dasar yang sifatnya hanya menerangkan tanpa melakukan penarikan kesimpulan atau membuat prediksi. Menurut Masyitah dan Harahap (2018) Analisis deskriptif merupakan teknik analisis data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data, mengklasifikasikan data, menjelaskan dan menganalisis sehingga memberikan informasi dan gambaran yang jelas mengenai masalah yang diteliti.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa analisis deskriptif merupakan teknik analisis yang dilakukan dengan cara pengumpulan data. Data tersebut diolah untuk mendapatkan informasi dan gambaran yang jelas terkait penelitian yang sedang diteliti.

2.9. Analytical Hierarchy Process

Narti *et al.*, (2017), *Analytical Hierarchy Process* (AHP) adalah sebuah metode memecah permasalahan yang kompleks atau rumit dalam situasi yang tidak terstruktur menjadi bagian-bagian komponen. Mengatur bagian atau variabel ini menjadi suatu bentuk susunan hierarki, kemudian memberikan nilai numerik untuk penilaian subjektif terhadap kepentingan relatif dari setiap variabel dan mensintesis penilaian untuk variabel mana yang memiliki prioritas tertinggi yang akan mempengaruhi penyelesaian dari situasi tersebut.

Analytical hierarchy process adalah suatu teori umum tentang pengukuran yang digunakan untuk menemukan skala rasio, baik dari perbandingan berpasangan yang diskrit maupun *Continue* (Hadianti dan Mubarak, 2017). Sedangkan *analytical hierarchy process* menurut Santoyo *et al.*, (2017), mampu memecah-mecah suatu situasi yang kompleks, tak terstruktur ke dalam bagian-bagian komponennya, menata bagian atau variabel dalam suatu susunan hierarki, memberi nilai numerik pada pertimbangan subyektif tentang relatif pentingnya setiap variabel, dan mensintesiskan berbagai pertimbangan ini untuk menetapkan variabel mana yang memiliki prioritas paling tinggi dan bertindak untuk mempengaruhi pada suatu situasi.

2.9.1. Prinsip Dasar Metode AHP

Prinsip dasar metode AHP menurut Supriadi *et al.*, (2018), terdapat 3 prinsip-prinsip dasar dalam metode AHP sebagai berikut :

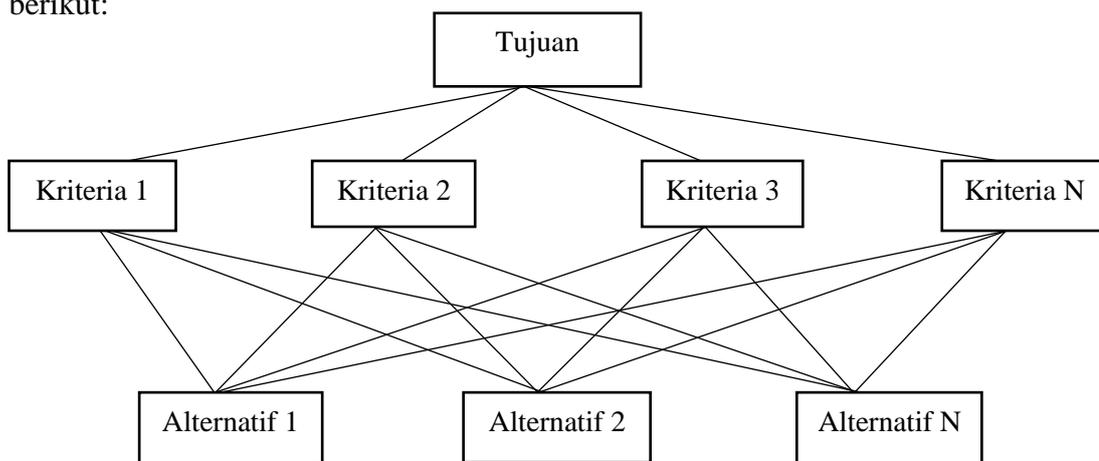
1. Dekomposisi dengan prinsip ini struktur masalah yang kompleks dibagi menjadi bagian-bagian secara hierarki. Tujuan didefinisikan dari yang umum sampai khusus. Bentuk yang paling sederhana struktur akan dibandingkan tujuan, kriteria dan level alternatif. Setiap himpunan alternatif mungkin akan dibagi lebih jauh menjadi tingkatan yang lebih detail, mencakup lebih banyak kriteria yang lain. Level paling atas dari hierarki merupakan tujuan yang terdiri atas satu elemen.

Level berikutnya mungkin mengandung beberapa elemen, di mana elemen-elemen tersebut bisa dibandingkan, memiliki kepentingan yang hampir sama dan tidak memiliki perbedaan yang terlalu mencolok. Jika perbedaan terlalu besar harus dibuatkan level yang baru.

2. Perbandingan penilaian atau pertimbangan (*comparative judgments*) dengan prinsip ini akan dibangun perbandingan berpasangan dari semua elemen yang ada dengan tujuan menghasilkan skala kepentingan relatif dari elemen. Penilaian menghasilkan skala penilaian yang berupa angka. Perbandingan berpasangan dalam bentuk matriks jika dikombinasikan akan menghasilkan prioritas.
3. Sintesa Prioritas dilakukan dengan mengalikan prioritas lokal dengan prioritas dari kriteria bersangkutan di level atasnya dan menambahkannya ke tiap elemen dalam level yang dipengaruhi kriteria. Hasilnya berupa gabungan atau dikenal dengan prioritas global yang kemudian digunakan untuk pembobotan prioritas lokal dari elemen di level terendah sesuai dengan kriterianya.

2.9.2. Struktur AHP

Menurut Putri dan Mahendra (2019) dalam memahami AHP terdapat susunan struktur hierarki yang terdiri dari metode AHP dan prinsip-prinsip AHP sebagai berikut:



Sumber: Data Sekunder, Putri dan Mahendra 2019.

Gambar 2.1 Struktur Hirarki AHP

1. Tujuan (*Goal*). Tujuan yang telah ditetapkan yang selanjutnya diuraikan secara sistematis kedalam struktur dengan menyusun dari rangkaian sistem hingga tujuan dapat dicapai secara rasional.
2. Kriteria. Kriteria yang dipilih harus mencakup semua aspek penting terkait dengan tujuan yang ingin dicapai. Memilih kriteria harus dipertimbangkan agar kriteria yang dipilih benar-benar mempunyai makna penting dalam pengambilan keputusan.
3. Alternatif. Setelah kriteria ditetapkan, selanjutnya yaitu menentukan alternatif atau pilihan penyelesaian masalah.

2.9.3. Keuntungan Metode AHP

Kelebihan AHP menurut Supriadi *et al.*, (2018), Kelebihan metode AHP adalah sebagai berikut :

1. Kesatuan (*Unity*) AHP membuat permasalahan yang luas dan tidak terstruktur menjadi suatu model yang *fleksibel* dan mudah dipahami.
2. Kompleksitas (*Complexity*) AHP memecahkan permasalahan yang kompleks melalui pendekatan sistem dan pengintegrasian secara deduktif.
3. Saling ketergantungan (*Inter Dependence*) AHP dapat digunakan pada elemen-elemen sistem yang saling bebas dan tidak memerlukan hubungan linier.
4. Struktur Hierarki (*Hierarchy Structuring*) AHP mewakili pemikiran alamiah yang cenderung mengelompokkan elemen sistem ke level-level yang berbeda dari masing-masing level berisi elemen yang serupa.
5. Pengukuran (*Measurement*) AHP menyediakan skala pengukuran dan metode untuk mendapatkan prioritas.
6. Konsistensi (*Consistency*) AHP mempertimbangkan konsistensi logis dalam penilaian yang digunakan untuk menentukan prioritas.
7. Sintesis (*Synthesis*) AHP mengarah pada perkiraan keseluruhan mengenai seberapa diinginkannya masing-masing alternatif.
8. *Trade Off* AHP mempertimbangkan prioritas relatif faktor-faktor pada sistem sehingga orang mampu memilih alternatif terbaik berdasarkan tujuan mereka.
9. Penilaian dan Konsensus (*Judgement and Consensus*) AHP tidak mengharuskan adanya suatu konsensus, tapi menggabungkan hasil penilaian yang berbeda.
10. Pengulangan Proses (*Process Repetition*) AHP mampu membuat orang menyaring definisi dari suatu permasalahan dan mengembangkan penilaian serta pengertian mereka melalui proses pengulangan.

2.9.4. Kelemahan Metode AHP

Kelemahan AHP menurut Supriadi *et al.*, (2018), Kelebihan metode AHP adalah sebagai berikut:

1. Ketergantungan model AHP pada input utamanya. Input utama ini berupa persepsi seorang ahli sehingga dalam hal ini melibatkan subyektifitas sang ahli selain itu juga model menjadi tidak berarti jika ahli tersebut memberikan penilaian yang keliru.
2. Metode AHP ini hanya metode matematis tanpa ada pengujian secara statistik sehingga tidak ada batas kepercayaan dari kebenaran model yang terbentuk.

2.10. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

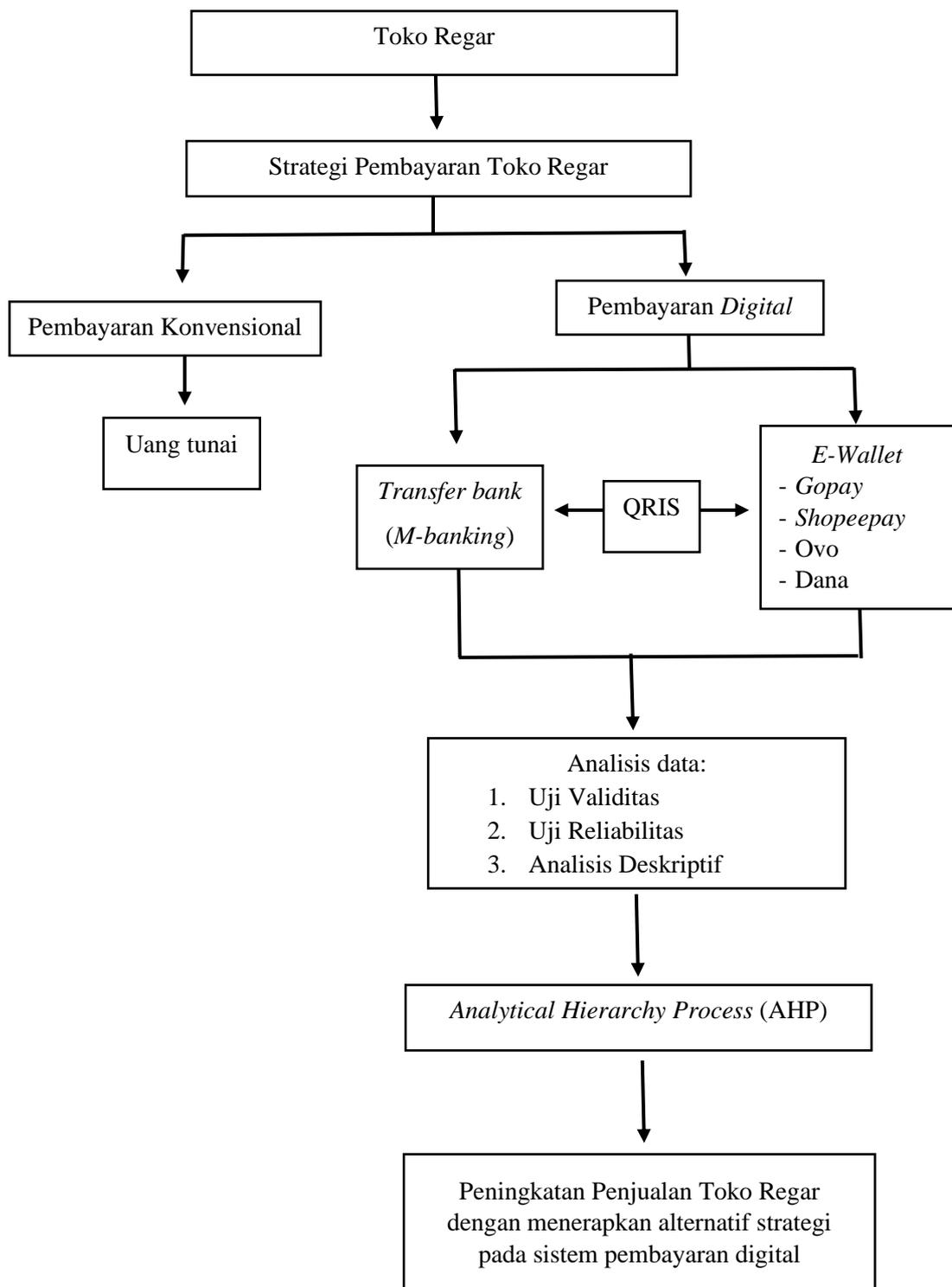
No	Nama Penelitian, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Meinarini Catur Utami, 2019, Implementasi <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP) Dalam Pemilihan <i>E-Wallet</i> Untuk Mahasiswa	Sistem pembayaran <i>digital</i>	1. Keamanan 2. Kemudahan	<i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP)	Hasil dari penelitian tersebut adalah Promosi merupakan kriteria dengan bobot tertinggi bila dibandingkan dengan kriteria yang lain, hal ini menunjukkan bahwa kriteria ini membuat masyarakat terutama mahasiswa semakin antusias untuk bertransaksi. Keanggotaan premium merupakan kriteria dengan bobot yang paling kecil karena mahasiswa tidak melakukan transaksi dengan nominal yang besar. <i>Gopay</i> merupakan <i>E-Wallet</i> yang tepat untuk mahasiswa dibuktikan dengan perolehan bobot tertinggi, diikuti selanjutnya oleh Dana dan terakhir LinkAja.
2.	Rafindo Sitinjak dan Siti Nurlela, 2022, Pemilihan <i>E-Wallet</i> Pada Karry Parcel Outlet Menggunakan Metode <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP).	Sistem pembayaran <i>digital</i>	1. Kemudahan 2. Kenyamanan	<i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP)	Hasil dari penelitian tersebut adalah aplikasi <i>e-wallet</i> dapat menjadikan masyarakat terutama pelanggan Kerry Parcel <i>Outlet</i> percaya akan dengan transaksi non-tunai dan non-perbankan sebagai pengganti atau alternatif dari pembayaran tunai. Kriteria yang menjadi landasan tingkat kepercayaan dalam bertransaksi menggunakan aplikasi <i>e-wallet</i> yaitu kriteria <i>real time</i> , yang artinya pengguna aplikasi <i>e-wallet</i> memerlukan kecepatan dan keakuratan dalam bertransaksi. Sedangkan <i>merchant</i> sebagai kriteria yang paling kecil dikarenakan pengguna aplikasi <i>e-wallet</i> kurang menggunakan fitur <i>merchant</i> sebagai tujuan mereka dalam menggunakan aplikasi.
3.	Windy Amalia Putri, Dyana Rachmawati, dan Widya Sarah Silalahi, 2022, <i>E-Wallet Selection Decision Support System Using Analytic Hierarchy Process-TOPSIS Method</i>	Sistem pembayaran <i>digital</i>	1. Keamanan 2. Kemudahan	<i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP).	Hasil dari penelitian tersebut adalah metode AHP dan TOPSIS dapat dipakai menjadi alternatif guna menentukan <i>e-wallet</i> terbaik. Berdasarkan perhitungan didapatkan hasil perankingan dimana <i>Shopeepay</i> adalah alternatif terbaik, dilanjutkan dengan <i>Gopay</i> , Dana, OVO dan LinkAja.

No	Nama Penelitian, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
4.	Adi Susanto, Lina Krisnawati, dan Sutarmin, 2019, Analisis Faktor Pendukung Implementasi Transaksi Non Tunai Dengan Pendekatan <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP).	Sistem pembayaran <i>digital</i>	1. Kemudahan 2. Keamanan 3. Efisien dan efektif	<i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP).	Hasil dari penelitian tersebut adalah faktor pendukung utama yang mendapatkan prioritas tertinggi adalah efisiensi atau kepraktisan sebesar 23%. Pemangku kepentingan dapat mempertimbangkan dalam strategi peningkatan implementasi non tunai dengan mengedepankan efisiensi atau kepraktisan dan berusaha menekan masalah lingkungan bisnis UKM retail yang belum mendukung.
5.	Refgiufi Patria Avrianto, Januponsa Dio Firizqi, Rido Dwi Kurniawan, Richardus Eko Indrajit, dan Erik Dazki, 2022, <i>Selection of Payment Methods In Online Markets Using Analytical Hierarchical Process</i> .	Sistem Pembayaran <i>digital</i>	1. Keamanan 2. Kemudahan 3. Kepercayaan 4. Kenyamanan	<i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP).	Hasil dari penelitian tersebut adalah kepercayaan memiliki tempat yang amat penting dalam penggunaan metode pembayaran. Keamanan membuat konsumen terhindar dari risiko kegagalan dalam transaksi, keamanan dan kerahasiaan privasi data, risiko akan kehilangan uang yang disebabkan oleh celah pada sistem maupun penipuan. Keuntungan dalam bertransaksi. Kemudahan dalam bertransaksi yang mempermudah proses transaksi oleh konsumen sehingga lebih praktis tanpa ada kendala, kenyamanan, rasa nyaman dalam melakukan transaksi yang cepat dan lancar.
6.	Adjat Sudrajat, Muhammad Sodiqin, Ishak komarudin, 2020, Penerapan Metode <i>Analytical Hierarchy Process</i> . Terhadap Pemilihan merek CCTV.	Metode analisis	1. Harga 2. Kualitas gambar 3. Kapasitas Penyimpanan	<i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP).	Hasil dari penelitian tersebut adalah proses pembuatan sistem pendukung keputusan dalam pemilihan CCTV menggunakan metode <i>analytical hierarchy process</i> dengan menentukan kriteria dan bobot untuk dihitung secara sistematis terbukti mampu menghasilkan pemecahan berbagai macam masalah pengambilan keputusan multikriteria, diantaranya menentukan CCTV yang diminati konsumen.

2.11. Kerangka Berpikir

Bisnis Toko kelontong saat ini sedang banyak diminati masyarakat dengan modal yang kecil namun penghasilan cukup menjanjikan sehingga banyak masyarakat yang membuka usaha Toko kelontong. Toko Regar adalah usaha yang bergerak dibidang kelontong sedang dihadapkan oleh permasalahan dimana bukan hanya warung-warung kecil saja tetapi minimarket yang berkembang secara pesat dengan membuka cabang dimana-mana yang berdekatan dengan Toko Regar. Ritel *modern* memiliki kelebihan dengan kondisi yang nyaman, bersih dan memberikan kemudahan kepada konsumen salah satunya yaitu dengan penerapan inovasi teknologi *digital* seperti pemasaran produk dari *e-commerce*, sistem pembayaran menggunakan pembayaran *digital*, hingga pembayaran tagihan apapun bisa dilakukan di ritel *modern*. Fenomena *digital* tersebut menjadi ancaman bagi Toko Regar sehingga perlu adanya perubahan untuk meningkatkan penjualan salah satunya dengan beradaptasi mengikuti teknologi pada zaman sekarang yang semua serba canggih. Salah satu cara yang dapat diikuti oleh Toko Regar dalam perkembangan teknologi ini yaitu sistem pembayaran, saat ini sistem pembayaran ada dua pilihan yaitu pembayaran konvensional dan pembayaran *digital*. Pembayaran konvensional yaitu dengan pembayaran secara tunai seperti menggunakan uang lalu ada pembayaran *digital* yaitu pembayaran non-tunai seperti *Mobile banking*, dan *e-wallet*, kedua kategori tersebut dapat melakukan pembayaran dengan melalui QRIS pada saat bertransaksi. *Fintech* menurut Ansori (2019) adalah sebuah layanan yang menyediakan produk produk keuangan dengan menggunakan dan memanfaatkan teknologi informasi yang sedang berkembang.

Terjadinya fenomena tersebut maka dilakukan kajian untuk menentukan alternatif pembayaran untuk peningkatan penjualan Toko Regar di kabupaten Sukabumi. Metode analisis yang digunakan untuk dapat menentukan alternatif yang akan didapat yaitu pertama peneliti menggunakan sampel pada 100 responden dengan menggunakan deskriptif analisis untuk memberikan gambaran data yang sudah terkumpul lalu diolah mengenai masalah yang ada pada Toko Regar. Setelah terkumpulnya instrumen dalam kuesioner maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk menguji keakuratan *instrument* alat ukur sebagai penentu penelitian ini dapat dilanjutkan. Langkah selanjutnya setelah melakukan validitas dan reliabilitas adalah perhitungan menggunakan *analytical hierarchy process* (AHP) metode yang digunakan untuk memecahkan masalah yang kompleks dan tidak terstruktur ke dalam kelompok-kelompoknya, dengan mengatur kelompok tersebut ke dalam suatu hierarki, kemudian memasukkan nilai numerik sebagai pengganti persepsi manusia dalam melakukan perbandingan relatif (Oliviani *et al.*, 2018). Hasil dari perhitungan AHP merupakan hasil akhir dari alternatif terbaik yang didapatkan untuk menentukan sistem pembayaran *digital* yang akan diterapkan di Toko Regar untuk meningkatkan potensi penjualan di Toko Regar.



Sumber : Data Primer, Diolah Peneliti, (2023).

Tabel 2.2 Kerangka Berpikir

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif eksploratif dengan menggunakan metode penelitian survei yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi dan data dengan menggunakan kuesioner mengenai masalah yang akan dipecahkan yaitu strategi untuk meningkatkan penjualan dengan memberikan alternatif baru pada sistem pembayaran.

3.2. Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian

Objek yang digunakan pada penelitian ini adalah bisnis ritel yaitu Toko Regar. Ada beberapa indikator dari sistem pembayaran *digital* yaitu kemudahan, manfaat pengguna dan kepercayaan.

Unit Analisis dalam penelitian ini adalah *outlet* Toko Regar. Lokasi penelitian ini dilakukan pada Toko Regar, yang merupakan salah bisnis kelontong yang ada di Kabupaten Sukabumi yang terletak di Desa Bojong Kokosan, Kecamatan Parungkuda, Kabupaten Sukabumi, Provinsi Jawa Barat.

3.3. Jenis dan Sumber Data penelitian

3.3.1. Jenis Data

Jenis data pada penelitian ini adalah data kualitatif yang datanya diambil melalui observasi ke Toko Regar dan wawancara langsung kepada pemilik Toko Regar dan para konsumen dari Toko Regar mengenai kemudahan sistem dalam berbagai metode pembayaran yang sedang *trend* saat ini untuk bisa diterapkan di Toko Regar. Melakukan observasi langsung ke Toko Regar untuk melihat kondisi Toko saat ini.

3.3.2. Sumber Data

1. Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara. Penelitian ini dilakukan kepada pemilik dari Toko Regar dengan melakukan wawancara langsung untuk mendapatkan data dan informasi mengenai Toko Regar.

2. Data sekunder

Data sekunder diperoleh dari kajian terhadap studi pustaka seperti buku, penelitian terdahulu dan mengunduh (*download*) melalui media *online* internet berupa data dari jurnal dan artikel terkait analisis strategi sistem pembayaran *digital* pada Toko Regar.

3.4. Operasional Variabel

Tabel 3.1 Operasional Variabel
Sistem Pembayaran *Digital* Toko Regar di kabupaten Sukabumi

Variabel	Indikator	Pengukuran	Skala
Sistem Pembayaran <i>Digital</i>	Kemudahan	Mudah dalam menggunakan alat transaksi <i>digital</i>	Ordinal
		Mudah memahami sistem pembayaran	
	Manfaat pengguna	Transaksi lebih cepat	Ordinal
		Meningkatkan produktivitas	
		Meningkatkan efektifitas	
	Kepercayaan	Menjaga keamanan proses transaksi	Ordinal
		Menjaga kepercayaan pengguna	

Sumber : Data Sekunder, diolah peneliti 2022.

3.5. Metode Penarikan Sampel

Penelitian ini menggunakan metode penarikan sampel *Purposive Sampling* yaitu pemilihan responden yang sesuai dengan kriteria dari permasalahan yang akan diteliti. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui sehingga perhitungan pada jumlah sampel menggunakan rumus *Cochran*. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *sampling quota* dimana sampel ini diambil dari jumlah populasi yang diinginkan. Penulis dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cochran* dengan persentase yang sebesar 10% yang digunakan, sebagai berikut:

Rumus *Cochran*:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan.

z = harga untuk simpangan *kurve* normal untuk simpangan 5% = 1,96.

p = Peluang benar 50% = 0,5.

q = Peluang salah 50% = 0,5.

e = Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*) = 10%.

Sampel dalam penelitian ini untuk mengetahui jumlah responden pada Toko Regar jika menggunakan *sampling error* sebesar 10% maka jumlah responden adalah 100 orang. Berikut cara penyelesaiannya:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2} = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{0,10^2} = 96,04 \text{ (dibulatkan menjadi 100)}$$

Jadi jumlah sampel yang digunakan oleh Toko Regar sebanyak 105 responden yang terdiri dari 5 orang responden untuk *Analytical Hierarchy Process* yang terdiri

dari pemilik Toko Regar 1 orang, dan 4 karyawan Toko Regar. Sampel 100 responden menggunakan analisis deskriptif yang terdiri dari pelanggan Toko Regar.

3.6. Metode Pengumpulan Data

Metode penarikan sampel pada penelitian dengan menggunakan jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan cara observasi pengamatan langsung pada Toko Regar dengan bertujuan untuk mengetahui keadaan sesungguhnya yang terjadi di lapangan, melakukan wawancara langsung dengan bapak Maliddin selaku pemilik Toko Regar untuk mengetahui secara langsung masalah-masalah yang akan dibahas dalam penyusunan skripsi ini. Dokumentasi sebagai penunjang data-data objek secara subjektif. Penyebaran kuesioner yang terdapat daftar pertanyaan untuk mendapatkan data mengenai Toko Regar dengan menggunakan skala ordinal sebagai skala pengukuran dengan pilihan skor 1-4 sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skor Skala Ordinal

Skor	Kategori
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Setuju (S)
4	Sangat Setuju (SS)

Sumber: Data Sekunder Maria, 2013.

Data sekunder diperoleh dengan mengumpulkan data melalui literatur buku, penelitian terdahulu dan mengunduh (*download*) melalui media *online* internet berupa data dari jurnal dan artikel terkait.

3.7. Metode Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas yaitu membandingkan Nilai r hitung (*Pearson Correlation*) dengan nilai r tabel. Nilai r hitung ini nantinya yang akan digunakan sebagai tolak ukur yang menyatakan valid atau tidaknya item pertanyaan yang digunakan untuk mendukung penelitian. Berikut rumus dari uji validitas (Hidayat, 2021):

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \cdot \{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{hitung} : Koefisien korelasi

$\sum Xi$: Jumlah skor item

$\sum Y_i$: Jumlah skor total (item)

n : Jumlah Responden

Terdapat langkah-langkah dalam menentukan uji validitas pada penelitian untuk menentukan bahwa instrument tersebut dapat dilanjutkan atau tidak. Berikut adalah langkah-langkah uji validitas:

- a. Dalam menentukan nilai r hitung, digunakan nilai yang tertera pada baris *Pearson Correlation*.
- b. Sedangkan untuk menentukan nilai r tabel, pada kolom df digunakan rumus $n-2$, dimana n adalah banyaknya responden.
- c. Selanjutnya tentukan tingkat signifikansi yang disesuaikan pengujian satu arah atau dua arah.

Lalu ada 2 kriteria pengujian Uji Validitas sebagai berikut:

- a. Jika r hitung $>$ r tabel, maka instrumen penelitian dikatakan valid.
- b. Jika r hitung $<$ r tabel, maka instrumen penelitian dikatakan invalid.

2. Reliabilitas

Uji reliabilitas mengukur variabel yang digunakan melalui pertanyaan atau pernyataan yang digunakan. Uji reliabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai *Cronbach's alpha* dengan tingkat atau taraf signifikan yang digunakan. Tingkat atau taraf signifikan yang digunakan bisa 0,5, 0,6, hingga 0,7 tergantung kebutuhan dalam penelitian. Menguji reliabilitas dengan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* (Yusup, 2018) sebagai berikut:

$$r_i = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum s_b^2}{s_t^2} \right]$$

Keterangan:

r_i = Nilai Reliabilitas

$\sum s_b^2$ = Jumlah varian skor tiap-tiap item pernyataan

s_t^2 = Varian Total

k = Jumlah item pernyataan

Adapun kriteria pengujian dari reliabilitas untuk menentukan instrumen penelitian tersebut reliabel atau tidak. Berikut kriteria dari pengujian reliabilitas:

- a. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $>$ tingkat signifikan, maka instrumen dikatakan reliabel.
- b. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $<$ tingkat signifikan, maka instrument dikatakan tidak reliabel.

3. Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mengetahui besarnya jawaban angket dari responden. Berikut langkah-langkah yang dilakukan dalam mengolah analisis deskriptif:

- a. *Skoring* adalah kegiatan penilaian pada jawaban responden dalam daftar pertanyaan dengan ketentuan skor yang telah ditetapkan untuk memperoleh

data yang kemudian dianalisis dengan tujuan untuk mengetahui keadaan atau kategori tersebut.

- b. Menjumlahkan skor jawaban yang diperoleh dari setiap responden
- c. Teknik persentase yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus berikut (Arikunto, 2021):

$$P = \frac{F}{N} \times 100$$

Keterangan rumus:

P= Besaran persentase

F= Frekuensi jawaban

N = Jumlah sampel responden.

4. Analisis AHP (*Analytical Hierarchy Process*)

Langkah- langkah yang dilakukan dalam analisis menggunakan metode AHP adalah sebagai berikut :

- a. *Decomposition*

Mendefinisikan persoalan dengan cara memecah persoalan yang utuh menjadi unsur-unsur dan digambarkan dalam bentuk hierarki

- b. *Comparative Judgment*

Langkah pertama adalah menentukan elemen dengan membuat perbandingan berpasangan, yaitu membandingkan elemen secara berpasangan sesuai kriteria yang diberikan. Sebagai dasar dalam penggunaan metode AHP maka harus mengacu pada skala fundamental AHP yang ditunjukkan oleh Tabel 3.2.

Tabel 3.3 Penilaian Kriteria

Intensitas	Definisi
1	Kedua elemen sama pentingnya.
3	Elemen yang satu sedikit lebih penting daripada elemen yang lainnya.
5	Elemen yang satu lebih penting daripada elemen lainnya.
7	Satu elemen jelas lebih mutlak penting daripada elemen lainnya.
9	Satu elemen mutlak penting daripada elemen lainnya.
2,4,6,8	Nilai-nilai antara dua nilai pertimbangan yang berdekatan.
Kebalikan	Jika aktifitas i mendapat satu angka dibandingkan dengan aktifitas j, maka j memiliki nilai kebalikannya dibandingkan.

Sumber: Data Sekunder Kusriani 2007.

c. *Synthesis of Priority*

Matriks perbandingan selanjutnya dibuat *eigen vector* untuk mendapatkan *local priority*. Pertimbangan terhadap perbandingan berpasangan disintesis untuk memperoleh keseluruhan atau *global priority*. Hal-hal yang dilakukan dalam langkah ini adalah:

- 1) Menjumlahkan nilai dari setiap kolom pada matriks. Menurut Aurachman (2019) Setiap baris terdiri dari 17 opsi penilaian. Mulai dari 9 sebelah kiri dan pada 9 di sebelah kanan.

9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Namun untuk memudahkan dalam proses perhitungan, maka nilai setiap cell disesuaikan secara relative pada *cell* kiri sehingga menjadi:

9	8	7	6	5	4	3	2	1	½	1/3	1/4	1/5	1/6	1/7	1/8	1/9
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

- 2) Membagi setiap nilai dari kolom dengan total total kolom yang bersangkutan untuk memperoleh normalisasi matriks.
- 3) Menjumlahkan nilai dari setiap baris dan membagi dengan jumlah elemen untuk mendapatkan nilai rata-rata.

d. *Consistency*

Dalam pembuatan keputusan, mengetahui seberapa baik konsistensi merupakan hal yang penting karena penelitian tidak menginginkan keputusan berdasarkan konsistensi yang rendah. Untuk itu beberapa hal yang dilakukan dalam langkah ini adalah:

Lakukan perkalian pada setiap nilai pada kolom pertama dengan prioritas relatif elemen pertama, nilai pada kolom kedua dengan prioritas relatif elemen kedua, dan seterusnya.

- 1) Jumlahkan setiap baris yang ada.
- 2) Hasil dari penjumlahan baris dibagi dengan elemen prioritas relatif yang bersangkutan.
- 3) Jumlahkan hasil bagi dengan banyaknya elemen yang ada, kemudian hasilnya disebut λ maks.

Menghitung *Consistency Indeks* (CI) dengan rumus:

$$CI = \frac{(\lambda_{maks} - n)}{(n - 1)}$$

Hitung Rasio Konsistensi/*Consistency Ratio* (CR) dengan rumus:

$$CR = \frac{CI}{IR}$$

Keterangan:

CR= *Consistency Ratio*.

CI = *Consistency Index*.

IR = Index *Random Consistency*.

Nilai IR dapat diperoleh dari tabel rata-rata konsistensi untuk matrik yang berbeda berdasarkan jumlah elemen yang terlibat. Berikut nilai rata-rata konsistensinya:

Tabel 3.4 Tabel Nilai IR

Ukuran matriks	Nilai IR
1	0,0
2	0,5
3	0,58
4	0,90
5	1,12
6	1,24
7	1,321

Sumber: Data Sekunder Kusrini 2007.

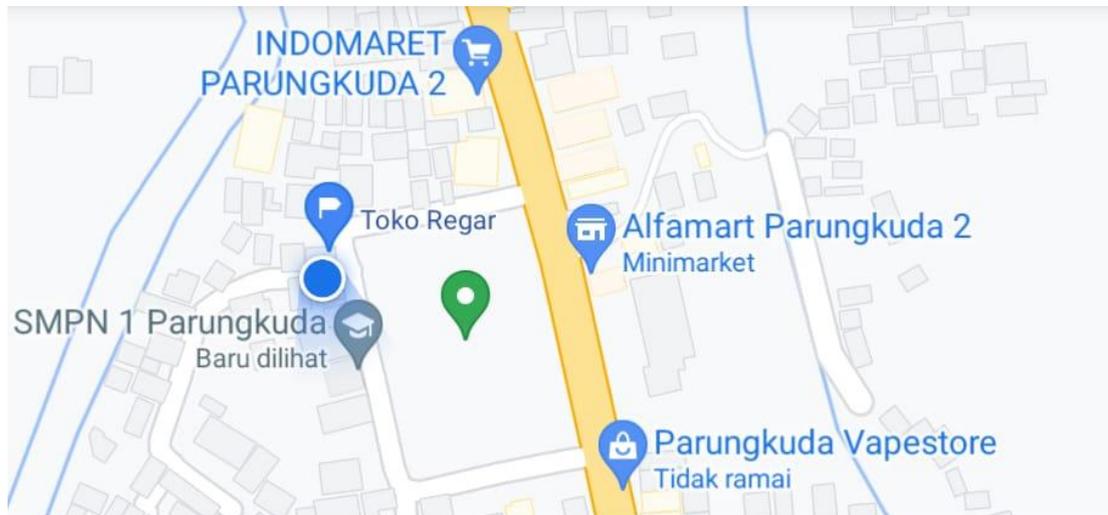
e. Memeriksa konsistensi hierarki.

Jika nilainya lebih dari 10%, maka penilaian data *judgment* harus diperbaiki. Namun jika rasio konsistensi (CI/IR) kurang atau sama dengan 0.1, maka hasil perhitungan bisa dinyatakan benar.

BAB IV PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Toko Regar yang terletak di Ds. Bojong Kokosan, Kec. Parungkuda, Kab. Sukabumi, Prov. Jawa Barat, kode pos 43357. Letak Toko Regar yang strategis yaitu berada di samping lapangan sepak bola Parungkuda lalu berdekatan dengan SMP Negeri 1 Parungkuda. Jalan untuk menuju lokasi dari jalan raya terdiri dari dua jalur pada jalur masuk sebelah kiri dengan patokan masjid Darrul Sholihin sedangkan pada jalur masuk sebelah kanan dengan patokan SD Negeri 1 Kompa.



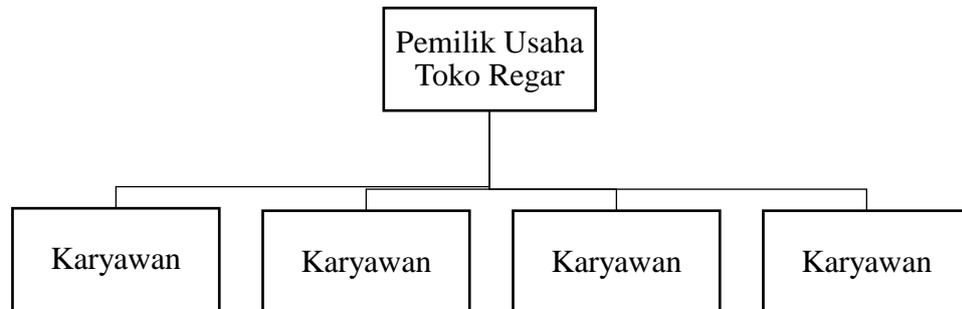
Sumber : Data sekunder, *GoogleMaps* 2023.

Gambar 4.1 Lokasi Toko Regar

Toko Regar merupakan salah satu dari sekian banyak Toko kelontong di parungkuda. Toko Regar terletak di Ds. Bojong Kokosan, Kec. Parungkuda, Kab. Sukabumi, Prov. Jawa Barat. Toko Regar didirikan sejak tahun 1996. Toko ini terdiri dari 1 pemilik dan 4 orang karyawan. Tempatnya yang strategis yang terletak dengan Kawasan sekolah dan dekat dengan jalan raya dan tidak jauh dari pemukiman warga membuat Toko Regar ramai dikunjungi oleh konsumen. Toko Regar menjual berbagai macam barang kebutuhan sehari-hari mulai dari bahan sembako, kebutuhan rumah tangga (sabun mandi, pasta gigi, deterjen dan lainnya), alat tulis, obat-obatan, *snack* dan masih banyak lagi. Visi dari Toko Regar menjadikan kebutuhan semua orang dapat terpenuhi dan untuk dapat mengembangkan usaha menjadi lebih besar dan maju. Misi dari Toko Regar meningkatkan kualitas produk di Toko dan memberikan kepuasan dari Toko Regar terhadap konsumen dengan memberikan pelayanan terbaik.

4.1.1. Struktur Organisasi Toko Regar

Struktur organisasi di Toko Regar merupakan susunan yang sistematis untuk mempermudah dalam pekerjaan sehingga dapat bertanggung jawab atas tugasnya. Dapat dilihat struktur organisasi di Toko Regar sebagai berikut:



Sumber: Data Primer Toko Regar 2023.

Gambar 4.2 Struktur Toko Regar

Tugas-tugas dalam Struktur Toko:

1. Pemilik Toko
 - a. Bertanggung jawab atas mengatur dan mengelola Toko.
 - b. Mengatur keuangan Toko.
 - c. Mengawasi jalannya rencana Toko untuk mencapai tujuan
2. Karyawan
 - a. Menjual produk di Toko.
 - b. Melaksanakan kegiatan yang diinstruksi oleh pemilik usaha.
 - c. Melayani pelanggan dengan baik.
 - d. Membantu koordinator dalam mengelola barang dagangan di Toko

4.1.2. Tantangan yang dihadapi oleh Toko Regar

Toko Regar mengalami penurunan omzet penjualan yang disebabkan oleh terjadinya *pandemic* Covid-19 dimana mempengaruhi minat beli masyarakat untuk berbelanja di Toko Regar menjadi sedikit seperti terjadinya PHK, liburannya anak sekolah, dan menjauhi keramaian yang terjadi di Toko. Setelah pandemi konsumen mulai berpindah atau mempertimbangkan tempat berbelanja dilihat dari berbagai aspek seperti kenyamanan dan kemudahan. Munculnya *minimarket* dan bisnis *online* yang memberikan kenyamanan dan kemudahan yang diberikan membuat para konsumen beralih. Saat ini masyarakat sudah mulai banyak yang menggunakan pembayaran *digital* akibat dari pandemi Covid-19 sehingga peneliti mengaji terhadap pilihan alternatif pada pembayaran bagi konsumen di Toko Regar yang masih menggunakan uang tunai sebagai alat transaksi. Berbagai kemudahan dan

kenyamanan yang ditawarkan dompet *digital* langsung dinikmati oleh konsumen. Kemudahan dan kenyamanan yang telah dirasakan membuat konsumen terus menggunakan dompet *digital* (Rangkuty, 2021). Alternatif pembayaran yang diberikan dapat meningkatkan potensi penjualan dari Toko Regar.

4.2. Analisis dan Bahasan

4.3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji *instrument-instrument* yang ada pada indikator untuk dijadikan kuesioner untuk memastikan apa yang akan diteliti. Syarat untuk menjadi valid harus nilai r hitung \geq dari nilai r tabel. Sampel yang diambil pada penelitian ini berjumlah 100 responden maka nilai r tabel yang digunakan adalah rumus $df = n = 100$ dengan tingkat signifikansi 5% yaitu 0,195.

a. Uji Validitas Kemudahan

Uji validitas pada kemudahan menggunakan r tabel sebesar 0,195. Kuesioner dapat dikatakan valid apabila r hitung \geq 0,195. Hasil uji validitas dari indikator kemudahan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.1 Uji Validitas Kemudahan

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,647	0,195	Valid
2	0,633	0,195	Valid
3	0,726	0,195	Valid
4	0,746	0,195	Valid

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 4 dari instrumen kemudahan dinyatakan valid. Instrumen ini dapat digunakan sebagai alat ukur untuk kemudahan karena nilai r hitung \geq r tabel.

b. Uji Validitas Manfaat Pengguna

Uji validitas pada manfaat pengguna menggunakan r tabel sebesar 0,195. Kuesioner dapat dikatakan valid apabila r hitung \geq 0,195. Hasil uji validitas dari indikator manfaat pengguna dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.2 Uji Validitas Manfaat Pengguna

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,759	0,195	Valid
2	0,869	0,195	Valid
3	0,761	0,195	Valid

4	0,674	0,195	Valid
---	-------	-------	-------

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 4 dari instrumen manfaat pengguna dinyatakan valid. Instrumen ini dapat digunakan sebagai alat ukur untuk manfaat pengguna karena nilai r hitung $\geq r$ tabel.

c. Uji Validitas Kepercayaan

Uji validitas pada kepercayaan menggunakan r tabel sebesar 0,195. Kuesioner dapat dikatakan valid apabila r hitung $\geq 0,195$. Hasil uji validitas dari indikator kepercayaan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.3 Uji Validitas Kepercayaan

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,712	0,195	Valid
2	0,762	0,195	Valid
3	0,733	0,195	Valid
4	0,767	0,195	Valid

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 4 instrumen kepercayaan tersebut dinyatakan valid. Instrumen ini dapat digunakan sebagai alat ukur untuk kepercayaan karena nilai r hitung $\geq r$ tabel.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dapat dilakukan untuk mengukur sejauh mana *Instrument* pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Menurut Livia *et al.*, (2019) mengatakan bahwa Nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ atau sama dengan 0,6 maka kuesioner tersebut reliabel atau dapat dipercaya untuk mengukur instrumen indikator.

a. Uji Reliabilitas Kemudahan

Uji Reliabilitas kemudahan pada 4 instrumen pengukuran. Hasil dapat dilihat pada gambar 4.6 sebagai berikut:

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.628	.634	4

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Gambar 4.3 Uji Reliabilitas Kemudahan

Berdasarkan gambar diatas menunjukan bahwa nilai koefisien reliabilitas terhadap 4 instrumen untuk kemudahan mendapatkan hasil sebesar 0,628. Hasil ini

lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa 4 pernyataan kebudahan ini reliabel.

b. Uji Reliabilitas Manfaat pengguna

Uji Reliabilitas manfaat pengguna pada 4 instrumen pengukuran. Hasil dapat dilihat pada gambar 4.7 sebagai berikut:

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.768	.765	4

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Gambar 4.4 Uji Reliabilitas Manfaat Pengguna

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien reliabilitas terhadap 4 instrumen untuk manfaat pengguna mendapatkan hasil sebesar 0,768. Hasil ini lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa 4 pernyataan manfaat pengguna ini reliabel.

c. Uji Reliabilitas Kepercayaan

Uji Reliabilitas kepercayaan pada 4 instrumen pengukuran. Hasil dapat dilihat pada gambar 4.8 sebagai berikut:

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.744	.747	4

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Gambar 4.5 Uji Reliabilitas Kepercayaan

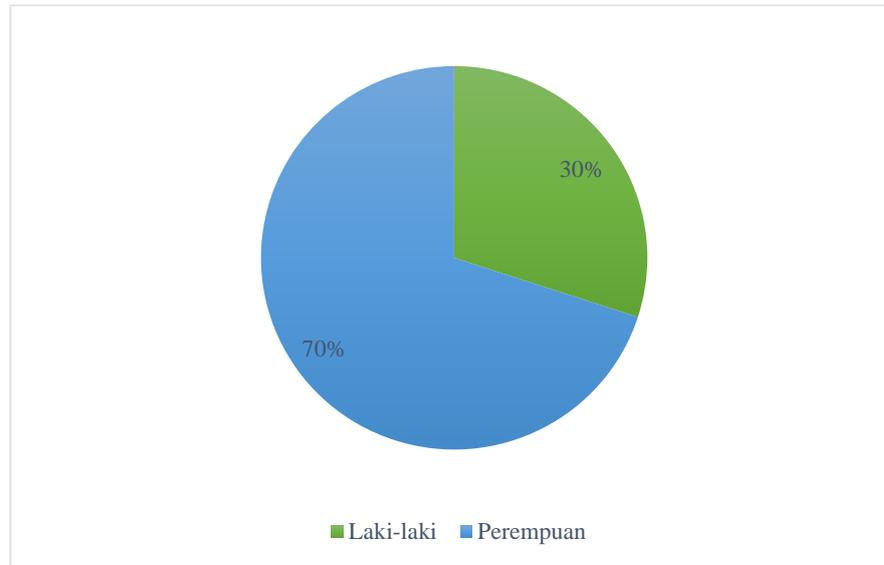
Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien reliabilitas terhadap 4 instrumen untuk kepercayaan mendapatkan hasil sebesar 0,744. Hasil ini lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa 4 pernyataan kepercayaan ini reliabel.

4.3. Karakteristik Responden

Sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu konsumen dari Toko Regar yang sudah mempunyai pembayaran *digital* dalam bertransaksi. Sampel pada penelitian ini diambil sebanyak 100 konsumen dengan identifikasi sebagai berikut:

2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin yang ada di dalam kuesioner ini terdiri dari dua jenis kelamin yaitu laki-laki dan perempuan. Berikut merupakan hasil yang telah di survei berdasarkan jenis kelamin:



Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Gambar 4.6 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa terdapat 30 responden laki-laki dan perempuan sebanyak 70 responden jadi total keseluruhan ada 100 responden. Dapat disimpulkan bahwa konsumen yang berbelanja di Toko Regar didominasi oleh perempuan yang membeli kebutuhan pokok sehari-hari.

3. Responden Berdasarkan Usia

Responden diminta untuk mengisi kuesioner sesuai dengan usianya agar nantinya dapat dikelompokkan berdasarkan usia untuk dilihat pada usia berapa responden yang sudah memiliki pembayaran *digital*. Adapun hasil survei pada konsumen yang sudah memiliki pembayaran *digital* berdasarkan usia sebagai berikut:

Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Usia

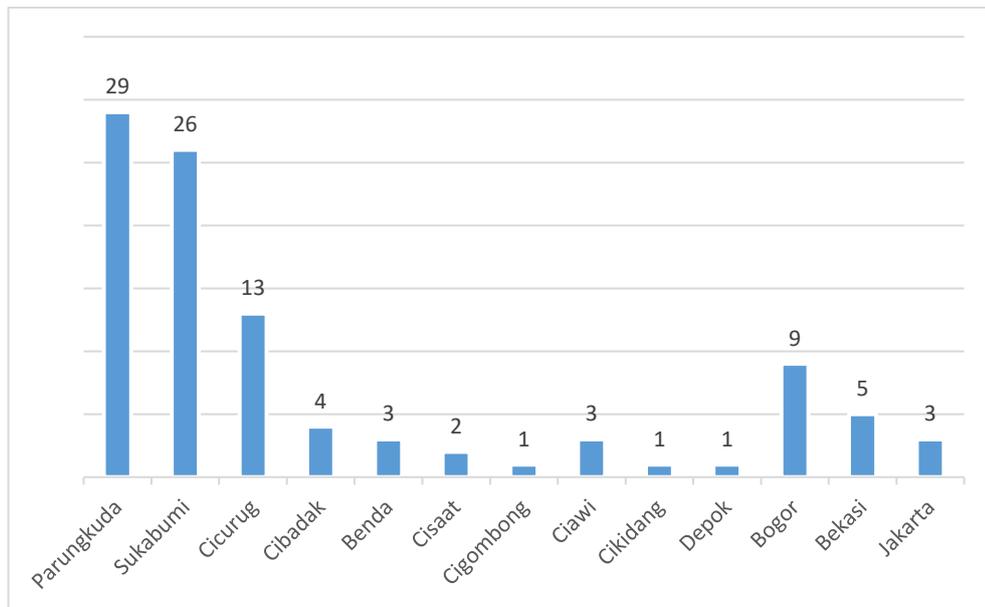
Usia	Responden
< 20	16
21-29	70
30>	14
100 Responden	

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa responden dengan usia 20 tahun kebawah sebanyak 16 orang, pada umur 20 sampai 29 tahun sebanyak 70 orang, dan usia 30 tahun ke atas sebanyak 14 orang. Menilik dari hasil survei pada responden di atas dapat disimpulkan banyaknya konsumen berbelanja di Toko Regar dengan rentang usia 21-29 tahun dimana konsumen tersebut yang sudah memiliki pembayaran *digital*.

4. Berdasarkan Asal daerah

Responden diminta untuk mengisi kuesioner sesuai dengan tempat tinggalnya untuk dapat dikelompokkan berdasarkan asal daerah untuk dilihat pada asal daerah mana responden yang sudah memiliki pembayaran *digital*. Adapun hasil survei pada konsumen yang sudah memiliki pembayaran *digital* berdasarkan asal daerah sebagai berikut:



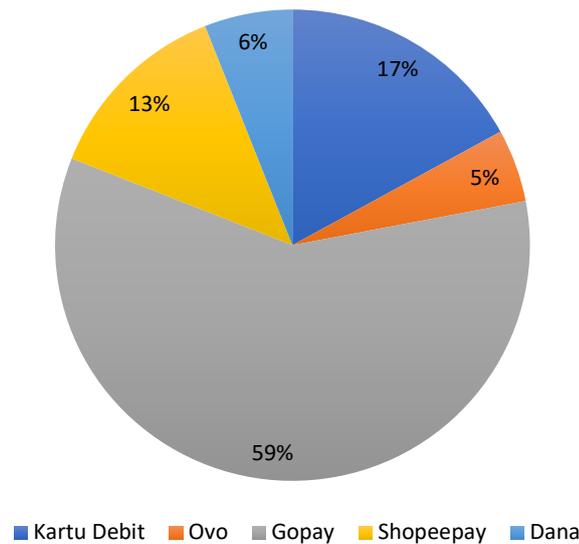
Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Gambar 4.7 Responden Berdasarkan Asal Daerah

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang berasal dari daerah Parungkuda sebanyak 29 orang, daerah Sukabumi sebanyak 26, daerah Cicurug sebanyak 13 orang, daerah Cibadak sebanyak 4 orang, daerah Cisaat 4 orang, dan sisanya berada diluar kawasan dari Toko Regar yaitu berbeda kabupaten. Dapat disimpulkan konsumen yang berbelanja di Toko Regar tidak hanya dari masyarakat sekitar saja tapi dari luar daerah juga banyak yang datang ke Toko akan tetapi dari hasil responden di atas daerah yang banyak masih dari konsumen setempat yaitu Parungkuda.

5. Responden Berdasarkan Pembayaran *digital* yang dimiliki

Terdapat 5 pilihan pembayaran *digital* yang dimiliki oleh responden untuk bertransaksi. Berikut merupakan hasil dari responden berdasarkan pembayaran *digital* yang paling banyak dimiliki untuk bertransaksi:



Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Gambar 4.8 Responden Berdasarkan Pembayaran *Digital* yang Dimiliki

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa responden yang memiliki kartu debit sebanyak 17 orang, Ovo sebanyak 5 orang, *Gopay* sebanyak 59 orang, *Shopeepay* sebanyak 13 orang dan Dana sebanyak 6 orang responden. Dapat disimpulkan bahwa hasil survei pada responden di atas paling banyak konsumen Toko Regar yang sudah mempunyai pembayaran *digital*. Pembayaran *digital* yang paling banyak dimiliki yaitu pada aplikasi *Gopay* sebagai alat untuk bertransaksi dalam pembayaran *digital*.

4.4. Analisis dan Bahasan

4.3.2. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji *instrument-instrument* yang ada pada indikator untuk dijadikan kuesioner untuk memastikan apa yang akan diteliti. Syarat untuk menjadi valid harus nilai r hitung \geq dari nilai r tabel. Sampel yang diambil pada penelitian ini berjumlah 100 responden maka nilai r tabel yang digunakan adalah rumus $df = n = 100$ dengan tingkat signifikansi 5% yaitu 0,195.

a. Uji Validitas Kemudahan

Uji validitas pada kemudahan menggunakan r tabel sebesar 0,195. Kuesioner dapat dikatakan valid apabila r hitung \geq 0,195. Hasil uji validitas dari indikator kemudahan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.5 Uji Validitas Kemudahan

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,647	0,195	Valid

2	0,633	0,195	Valid
3	0,726	0,195	Valid
4	0,746	0,195	Valid

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 4 dari instrumen kemudahan dinyatakan valid. Instrumen ini dapat digunakan sebagai alat ukur untuk kemudahan karena nilai r hitung $\geq r$ tabel.

b. Uji Validitas Manfaat Pengguna

Uji validitas pada manfaat pengguna menggunakan r tabel sebesar 0,195. Kuesioner dapat dikatakan valid apabila r hitung $\geq 0,195$. Hasil uji validitas dari indikator manfaat pengguna dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.6 Uji Validitas Manfaat Pengguna

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,759	0,195	Valid
2	0,869	0,195	Valid
3	0,761	0,195	Valid
4	0,674	0,195	Valid

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 4 dari instrumen manfaat pengguna dinyatakan valid. Instrumen ini dapat digunakan sebagai alat ukur untuk manfaat pengguna karena nilai r hitung $\geq r$ tabel.

c. Uji Validitas Kepercayaan

Uji validitas pada kepercayaan menggunakan r tabel sebesar 0,195. Kuesioner dapat dikatakan valid apabila r hitung $\geq 0,195$. Hasil uji validitas dari indikator kepercayaan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.7 Uji Validitas Kepercayaan

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,712	0,195	Valid
2	0,762	0,195	Valid
3	0,733	0,195	Valid
4	0,767	0,195	Valid

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 4 instrumen kepercayaan tersebut dinyatakan valid. Instrumen ini dapat digunakan sebagai alat ukur untuk kepercayaan karena nilai r hitung $\geq r$ tabel.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dapat dilakukan untuk mengukur sejauh mana *Instrument* pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Menurut Livia *et al.*, (2019) mengatakan bahwa Nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ atau sama dengan $0,6$ maka kuesioner tersebut reliabel atau dapat dipercaya untuk mengukur instrumen indikator.

a. Uji Reliabilitas Kemudahan

Uji Reliabilitas kemudahan pada 4 instrumen pengukuran. Hasil dapat dilihat pada gambar 4.6 sebagai berikut:

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.628	.634	4

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Gambar 4.9 Uji Reliabilitas Kemudahan

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien reliabilitas terhadap 4 instrumen untuk kemudahan mendapatkan hasil sebesar $0,628$. Hasil ini lebih besar dari $0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa 4 pernyataan kemudahan ini reliabel.

b. Uji Reliabilitas Manfaat pengguna

Uji Reliabilitas manfaat pengguna pada 4 instrumen pengukuran. Hasil dapat dilihat pada gambar 4.7 sebagai berikut:

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.768	.765	4

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Gambar 4.10 Uji Reliabilitas Manfaat Pengguna

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien reliabilitas terhadap 4 instrumen untuk manfaat pengguna mendapatkan hasil sebesar $0,768$. Hasil ini lebih besar dari $0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa 4 pernyataan manfaat pengguna ini reliabel.

c. Uji Reliabilitas Kepercayaan

Uji Reliabilitas kepercayaan pada 4 instrumen pengukuran. Hasil dapat dilihat pada gambar 4.8 sebagai berikut:

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.744	.747	4

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Gambar 4.11 Uji Reliabilitas Kepercayaan

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien reliabilitas terhadap 4 instrumen untuk kepercayaan mendapatkan hasil sebesar 0,744. Hasil ini lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa 4 pernyataan kepercayaan ini reliabel.

4.3.2. Deskriptif Analisis

1. Deskriptif indikator kemudahan

Pendapat responden mengenai kemudahan dalam menggunakan pembayaran *digital* melalui pernyataan-pernyataan di dalam kuesioner. Pilihan jawaban dari konsumen yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan kurang setuju pada Tabel 3.2 di atas. Berikut kumpulan jawaban dari hasil perhitungan yang diperoleh:

- a. Pembayaran *digital* mudah digunakan dalam melakukan transaksi.

Tabel 4.8 Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Pembayaran *Digital* Mudah Digunakan dalam Melakukan Transaksi.

No.	Pernyataan	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
1	Sangat Setuju	4	70	280	70%
2.	Setuju	3	29	87	29%
3.	Tidak Setuju	2	1	2	1%
4.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total			100	369	100%
Total Tanggapan Responden		92,3			

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Berdasarkan tabel yang ada di atas dapat diketahui bahwa hasil jawaban dari jumlah sampel 100 responden. Responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 70 orang dengan persentase 70%, responden yang menjawab setuju sebanyak 29 orang dengan persentase 29%, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 1 orang dengan persentase 1%, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

$$P = \frac{\text{Angket Responden}}{\text{Jumlah Sampel Responden}} = 100$$

$$P = \frac{369}{4 \times 100} \times 100 = 92,3$$

Berdasarkan tanggapan responden pada tabel di atas mengenai pernyataan bahwa pembayaran *digital* mudah digunakan dalam melakukan transaksi memiliki penilaian yaitu sebesar 92,3. Dapat disimpulkan bahwa responden dari Toko Regar sangat setuju bahwa pembayaran *digital* sangat mudah digunakan saat bertransaksi hal tersebut tentu saja membantu pelayanan Toko Regar khususnya transaksi menjadi lebih mudah seperti tidak perlu menyiapkan uang kembalian.

b. Pembayaran *digital* mudah dipahami sistem pembayaran

Tabel 4.9 Jawaban Responden Pembayaran *Digital* Mudah Untuk Dipahami Sistem Pembayaran

No.	Pernyataan	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
1	Sangat Setuju	4	63	252	63%
2.	Setuju	3	37	111	37%
3.	Tidak Setuju	2	0	0	0
4.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total			100	363	100%
Total Tanggapan Responden		90,8			

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Berdasarkan tabel yang ada di atas dapat diketahui bahwa hasil jawaban dari jumlah sampel 100 responden. Responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 63 orang dengan persentase 63%, responden yang menjawab setuju sebanyak 37 orang dengan persentase 37%, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

$$P = \frac{\text{Angket Responden}}{\text{Jumlah Sampel Responden}} = 100$$

$$P = \frac{363}{4 \times 100} \times 100 = 90,8$$

Berdasarkan tanggapan responden pada tabel di atas mengenai pernyataan bahwa pembayaran *digital* mudah untuk dipahami sistem pembayaran memiliki penilaian yaitu sebesar 90,8. Dapat disimpulkan bahwa responden dari Toko Regar sangat setuju bahwa pembayaran *digital* sangat mudah digunakan saat bertransaksi. Artinya pembayaran *digital* ini bisa dipahami oleh konsumen dari Toko Regar

sehingga mudah untuk memberi arahan apabila pembayaran *digital* ini diterapkan di Toko Regar.

c. Pembayaran *digital* mudah untuk dipelajari

Tabel 4.10 Jawaban Responden Pembayaran *Digital* Mudah Untuk Dipelajari

No.	Pernyataan	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
1	Sangat Setuju	4	58	232	58%
2.	Setuju	3	41	123	41%
3.	Tidak Setuju	2	1	2	1%
4.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total			100	357	100%
Total Tanggapan Responden		89,3			

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Berdasarkan tabel yang ada di atas dapat diketahui bahwa hasil jawaban dari jumlah sampel 100 responden. Responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 58 orang dengan persentase 58%, responden yang menjawab setuju sebanyak 41 orang dengan persentase 41%, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 1 orang dengan persentase 1%, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

$$P = \frac{\text{Angket Responden}}{\text{Jumlah Sampel Responden}} = 100$$

$$P = \frac{357}{4 \times 100} \times 100 = 89,3$$

Berdasarkan tanggapan responden pada tabel di atas mengenai pernyataan bahwa pembayaran *digital* mudah untuk dipelajari memiliki penilaian yaitu sebesar 89,3. Dapat disimpulkan bahwa responden dari Toko Regar sangat setuju bahwa pembayaran *digital* sangat mudah untuk dipelajari. Pembayaran *digital* ini mudah dipelajari hampir dari 63 orang dari 100 responden artinya pembayaran *digital* ini mudah dipelajari baik dari konsumen maupun owner dan karyawan dari Toko Regar dalam bertransaksi, karena yang berbelanja tidak hanya anak muda saja tetapi dari semua kalangan. Melihat peluang dari tanggapan responden bahwa pembayaran *digital* mudah apabila dipelajari cara transaksi penggunaannya terlebih dahulu.

d. Mudah melakukan isi ulang saldo pembayaran *digital* dimana saja

Tabel 4.11 Jawaban Responden Mudah Melakukan Isi Ulang Saldo Pembayaran *Digital* Dimana Saja

No.	Pernyataan	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
1	Sangat Setuju	4	53	212	53%
2.	Setuju	3	38	114	38%
3.	Tidak Setuju	2	9	18	9%
4.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total			100	344	100%
Total Tanggapan Responden		86			

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Berdasarkan tabel yang ada di atas dapat diketahui bahwa hasil jawaban dari jumlah sampel 100 responden. Responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 53 orang dengan persentase 53%, responden yang menjawab setuju sebanyak 38 orang dengan persentase 38%, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 9 orang dengan persentase 9%, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

$$P = \frac{\text{Angket Responden}}{\text{Jumlah Sampel Responden}} = 100$$

$$P = \frac{344}{4 \times 100} \times 100 = 86$$

Berdasarkan tanggapan responden pada tabel di atas mengenai pernyataan bahwa mudah melakukan isi ulang saldo pembayaran *digital* dimana saja memiliki penilaian yaitu sebesar 86. Dapat disimpulkan bahwa responden dari Toko Regar sangat setuju bahwa pembayaran *digital* sangat mudah untuk melakukan isi ulang saldo dimana saja. Toko Regar berdekatan dengan minimarket dimana minimarket memang menyediakan pengisian saldo pembayaran *digital* apapun.

2. Deskriptif indikator manfaat pengguna

Pendapat responden mengenai manfaat pengguna dalam menggunakan pembayaran *digital* melalui pernyataan-pernyataan di dalam kuesioner. Pilihan jawaban dari konsumen yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan kurang setuju pada Tabel 3.2 di atas. Berikut kumpulan jawaban dari hasil perhitungan yang diperoleh:

a. Pembayaran *digital* menjadikan transaksi lebih cepat

Tabel 4.12 Jawaban Responden Pembayaran *Digital* Menjadikan Transaksi Lebih Cepat

No.	Pernyataan	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
1	Sangat Setuju	4	48	192	48%
2.	Setuju	3	46	138	46%
3.	Tidak Setuju	2	6	12	6%
4.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total			100	342	100%
Total Tanggapan Responden		85,5			

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Berdasarkan tabel yang ada di atas dapat diketahui bahwa hasil jawaban dari jumlah sampel 100 responden. Responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 48 orang dengan persentase 48%, responden yang menjawab setuju sebanyak 46 orang dengan persentase 46%, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 6 orang dengan persentase 6%, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

$$P = \frac{\text{Angket Responden}}{\text{Jumlah Sampel Responden}} = 100$$

$$P = \frac{342}{4 \times 100} \times 100 = 85,5$$

Berdasarkan tanggapan responden pada tabel di atas mengenai pernyataan bahwa pembayaran *digital* menjadikan transaksi lebih cepat memiliki penilaian yaitu sebesar 85,5. Dapat disimpulkan bahwa responden dari Toko Regar sangat setuju bahwa pembayaran *digital* menjadikan transaksi menjadi lebih cepat. Artinya pembayaran *digital* ini akan membuat transaksi di Toko Regar menjadi cepat seperti mengurangi antrian saat berbelanja dan menghemat waktu saat bernegosiasi.

b. Pembayaran *digital* dapat meningkatkan Produktivitas

Tabel 4. 13 Jawaban Responden Pembayaran *Digital* Dapat Meningkatkan Produktivitas

No.	Pernyataan	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
1	Sangat Setuju	4	40	160	40%

2.	Setuju	3	51	153	51%
3.	Tidak Setuju	2	6	12	6%
4.	Sangat Tidak Setuju	1	3	3	3%
Total			100	328	100%
Total Tanggapan Responden		82			

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Berdasarkan tabel yang ada di atas dapat diketahui bahwa hasil jawaban dari jumlah sampel 100 responden. Responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 40 orang dengan persentase 48%, responden yang menjawab setuju sebanyak 51 orang dengan persentase 51%, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 6 orang dengan persentase 6%, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3 orang dengan persentase 3%.

$$P = \frac{\text{Angket Responden}}{\text{Jumlah Sampel Responden}} = 100$$

$$P = \frac{382}{4 \times 100} \times 100 = 82$$

Berdasarkan tanggapan responden pada tabel di atas mengenai pernyataan bahwa Pembayaran *digital* dapat meningkatkan produktivitas memiliki penilaian yaitu sebesar 82. Dapat disimpulkan bahwa responden dari Toko Regar setuju bahwa pembayaran *digital* dapat meningkatkan produktivitas. Karyawan di Toko Regar seringkali tidak kondusif karena melayani pembeli baik dari bernegosiasi sampai pengambilan barang sehingga sering terjadi barang kosong, salah perhitungan harga, Toko yang kotor. Pembayaran *digital* ini mampu membantu Toko Regar untuk mengatasi masalah tersebut karena pembayaran *digital* ini menyelesaikan transaksi dalam beberapa detik sehingga bisa membuat karyawan meningkatkan produktivitas lagi.

- c. Pembayaran *digital* dapat meningkatkan efisien dan efektifitas dalam bertransaksi

Tabel 4.14 Jawaban Responden Pembayaran *Digital* Dapat Meningkatkan Efisien dan Efektifitas Dalam Bertransaksi

No.	Pernyataan	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
1	Sangat Setuju	4	47	188	47%

2.	Setuju	3	46	138	46%
3.	Tidak Setuju	2	7	14	7%
4.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total			100	340	100%
Total Tanggapan Responden		85			

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Berdasarkan tabel yang ada di atas dapat diketahui bahwa hasil jawaban dari jumlah sampel 100 responden. Responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 47 orang dengan persentase 47%, responden yang menjawab setuju sebanyak 46 orang dengan persentase 46%, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 7 orang dengan persentase 7%, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

$$P = \frac{\text{Angket Responden}}{\text{Jumlah Sampel Responden}} = 100$$

$$P = \frac{340}{4 \times 100} \times 100 = 85$$

Berdasarkan tanggapan responden pada tabel di atas mengenai pernyataan bahwa pembayaran *digital* dapat meningkatkan efisien dan efektifitas dalam bertransaksi memiliki penilaian yaitu sebesar 85. Dapat disimpulkan bahwa responden dari Toko Regar sangat setuju bahwa pembayaran *digital* dapat meningkatkan efisien dan efektifitas. Pembayaran *digital* dapat meningkatkan efisien dan efektifitas dari Toko Regar hanya hanya masih menggunakan transaksi tunai.

d. Pembayaran *digital* membuat transaksi menjadi lebih praktis

Tabel 4.15 Jawaban Responden Pembayaran *Digital* Membuat Transaksi Menjadi Lebih Praktis

No.	Pernyataan	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
1	Sangat Setuju	4	53	212	53%
2.	Setuju	3	42	126	42%
3.	Tidak Setuju	2	4	8	4%
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1%
Total			100	347	100%

Total Tanggapan Responden	86,8
---------------------------	------

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Berdasarkan tabel yang ada di atas dapat diketahui bahwa hasil jawaban dari jumlah sampel 100 responden. Responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 53 orang dengan persentase 53%, responden yang menjawab setuju sebanyak 42 orang dengan persentase 42%, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 4 orang dengan persentase 4%, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang dengan persentase 1%.

$$P = \frac{\text{Angket Responden}}{\text{Jumlah Sampel Responden}} = 100$$

$$P = \frac{347}{4 \times 100} \times 100 = 86,8$$

Berdasarkan tanggapan responden pada tabel di atas mengenai pernyataan bahwa pembayaran *digital* membuat transaksi menjadi lebih praktis memiliki penilaian tertinggi yaitu sebesar 86,8. Dapat disimpulkan bahwa responden dari Toko Regar sangat setuju bahwa pembayaran *digital* membuat transaksi menjadi lebih praktis. Pembayaran *digital* ini membuat transaksi menjadi praktis sehingga cocok untuk diterapkan di Toko Regar yang semuanya masih bersifat konvensional seperti pembukuan omzet.

3. Deskriptif indikator kepercayaan

Pendapat responden mengenai kepercayaan dalam menggunakan pembayaran *digital* melalui pernyataan-pernyataan di dalam kuesioner. Pilihan jawaban dari konsumen yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan kurang setuju pada Tabel 3.2 di atas. Berikut kumpulan jawaban dari hasil perhitungan yang diperoleh:

a. Pembayaran *digital* memberikan rasa aman dalam bertransaksi

Tabel 4.16 Jawaban Responden Pembayaran *Digital* Memberikan Rasa Aman Dalam Bertransaksi

No.	Pernyataan	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
1	Sangat Setuju	4	49	196	48%
2.	Setuju	3	48	144	46%
3.	Tidak Setuju	2	3	6	3%
4.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total			100	346	100%
Total Tanggapan Responden		86,5			

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Berdasarkan tabel yang ada di atas dapat diketahui bahwa hasil jawaban dari jumlah sampel 100 responden. Responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 49 orang dengan persentase 49%, responden yang menjawab setuju sebanyak 48 orang dengan persentase 48%, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 3 orang dengan persentase 3%, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

$$P = \frac{\text{Angket Responden}}{\text{Jumlah Sampel Responden}} = 100$$

$$P = \frac{346}{4 \times 100} \times 100 = 86,5$$

Berdasarkan tanggapan responden pada tabel di atas mengenai pernyataan bahwa pembayaran *digital* memberikan rasa aman dalam bertransaksi memiliki penilaian yaitu sebesar 86,5. Dapat disimpulkan bahwa responden dari Toko Regar sangat setuju bahwa pembayaran *digital* memberikan rasa aman dalam bertransaksi. Toko Regar sering terjadi kehilangan uang sehingga mengurangi pemasukan omzet sehingga pembayaran *digital* ini menjadi pilihan yang tepat untuk menghindari terjadinya pencurian.

b. Pembayaran *digital* menjamin keamanan transaksi dan kerahasiaan pengguna

Tabel 4.17 Jawaban Responden Pembayaran *Digital* Menjamin Keamanan Transaksi dan Kerahasiaan Pengguna

No.	Pernyataan	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
1	Sangat Setuju	4	46	184	46%
2.	Setuju	3	47	141	47%
3.	Tidak Setuju	2	5	10	5%
4.	Sangat Tidak Setuju	1	2	2	2%
Total			100	337	100%
Total Tanggapan Responden		84,3			

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Berdasarkan tabel yang ada di atas dapat diketahui bahwa hasil jawaban dari jumlah sampel 100 responden. Responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 46 orang dengan persentase 46%, responden yang menjawab setuju sebanyak 47 orang dengan persentase 47%, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 5 orang dengan persentase 5%, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 orang dengan persentase 2%.

$$P = \frac{\text{Angket Responden}}{\text{Jumlah Sampel Responden}} = 100$$

$$P = \frac{337}{4 \times 100} \times 100 = 84,3$$

Berdasarkan tanggapan responden pada tabel di atas mengenai pernyataan bahwa pembayaran *digital* menjamin keamanan transaksi dan kerahasiaan pengguna memiliki penilaian yaitu sebesar 84,3. Dapat disimpulkan bahwa responden dari Toko Regar setuju dengan pembayaran *digital* menjamin keamanan transaksi dan kerahasiaan pengguna. Pembayaran *digital* menjamin keamanan transaksi dan kerahasiaan tentu saja ini dibutuhkan Toko Regar untuk meminimalisir terjadinya uang palsu dan hutang pada konsumen.

c. Pembayaran *digital* menjamin transaksi karna melalui perangkat pribadi

Tabel 4.18 Jawaban Responden Pembayaran *Digital* Menjamin Transaksi Melalui Perangkat Pribadi

No.	Pernyataan	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
1	Sangat Setuju	4	52	208	52%
2.	Setuju	3	45	135	45%
3.	Tidak Setuju	2	3	6	3%
4.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total			100	349	100%
Total Tanggapan Responden		87,3			

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Berdasarkan tabel yang ada di atas dapat diketahui bahwa hasil jawaban dari jumlah sampel 100 responden. Responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 52 orang dengan persentase 52%, responden yang menjawab setuju sebanyak 45 orang dengan persentase 45%, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 3 orang dengan persentase 3%, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

$$P = \frac{\text{Angket Responden}}{\text{Jumlah Sampel Responden}} = 100$$

$$P = \frac{349}{4 \times 100} \times 100 = 87,3$$

Berdasarkan tanggapan responden pada tabel di atas mengenai pernyataan bahwa pembayaran *digital* menjamin transaksi karna melalui perangkat pribadi

memiliki penilaian yaitu sebesar 87,3. Dapat disimpulkan bahwa responden sangat setuju dengan pembayaran *digital* menjamin transaksi karna melalui perangkat pribadi. Artinya payment ini aman digunakan baik oleh konsumen maupun Toko Regar sendiri karena hanya bisa diakses oleh penggunanya.

d. Pembayaran *digital* meminimalisir kesalahan perhitungan harga

Tabel 4.19 Jawaban Responden Pembayaran *Digital* Meminimalisir Kesalahan Perhitungan Harga

No.	Pernyataan	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
1	Sangat Setuju	4	37	148	37%
2.	Setuju	3	50	150	50%
3.	Tidak Setuju	2	11	22	11%
4.	Sangat Tidak Setuju	1	2	2	2%
Total			100	322	100%
Total Tanggapan Responden		80,5			

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Berdasarkan tabel yang ada di atas dapat diketahui bahwa hasil jawaban dari jumlah sampel 100 responden. Responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 37 orang dengan persentase 37%, responden yang menjawab setuju sebanyak 50 orang dengan persentase 50%, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 11 orang dengan persentase 11%, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 orang dengan persentase 2%.

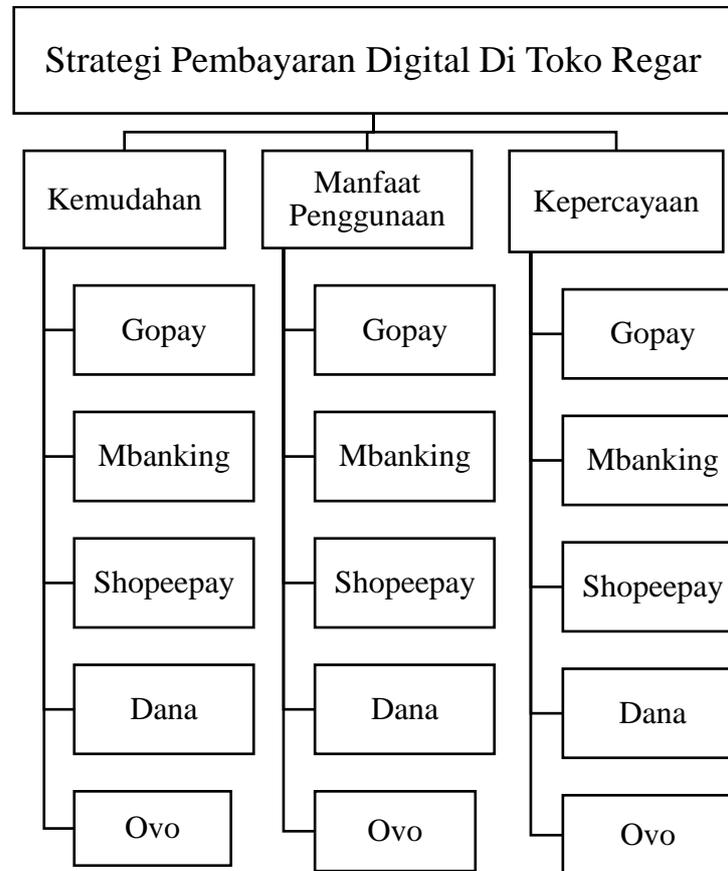
$$P = \frac{\text{Angket Responden}}{\text{Jumlah Sampel Responden}} = 100$$

$$P = \frac{322}{4 \times 100} \times 100 = 80,5$$

Berdasarkan tanggapan responden pada tabel di atas mengenai pernyataan bahwa pembayaran *digital* meminimalisir kesalahan perhitungan harga memiliki penilaian yaitu sebesar 80,5. Dapat disimpulkan bahwa responden setuju dengan pembayaran *digital* meminimalisir kesalahan perhitungan harga. Toko Regar seringkali salah perhitungan harga oleh sebab itu untuk meminimalisir kesalahan perhitungan baik harga ataupun kembalian pembayaran *digital* ini sangat membantu kepada dua belah pihak yaitu Toko Regar dengan konsumen.

4.3.4. Analisis AHP

Menyusun hierarki dalam bagan struktur hierarki AHP pada Toko Regar



Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Gambar 4. 12 Struktur Hierarki AHP Pembayaran *Digital* pada Toko Regar

Berkenaan dengan permasalahan yang ada maka dapat diuraikan pada struktur hierarki diatas yang terdiri dari tujuan, kriteria, sub kriteria dan alternatif. Prioritas utama pada pembayaran *digital* memiliki 3 kriteria penting yaitu kriteria kemudahan, kriteria manfaat pengguna, dan kriteria kepercayaan sehingga hasil akhirnya menjadi pertimbangan untuk menentukan alternatif pada strategi pembayaran *digital* yang nantinya digunakan untuk diterapkan di Toko Regar.

1. Matrik Perbandingan Berpasangan Antar Kriteria

Setelah memperoleh Informasi dengan menggunakan kuesioner selanjutnya data akan diolah dengan menggunakan *excel* untuk analisis AHP dengan membuat matriks perbandingan berpasangan antar kriteria. Hasil dari matriks matriks perbandingan berpasangan agar mendapatkan nilai dari prioritas yang nantinya akan berpengaruh terhadap hasil akhir pada penentuan kriteria.

Tabel 4. 20 Matrik Perbandingan Berpasangan Antar Kriteria

Kriteria	Kemudahan	Manfaat pengguna	Kepercayaan
Kemudahan	1	1	3
Manfaat pengguna	1,00	1	5
Kepercayaan	0,33	0,20	1

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Setelah membuat matriks perbandingan berpasangan antar kriteria maka dilakukan normalisasi untuk mendapatkan bobot prioritas dan eigen value dari setiap kriteria. Berikut adalah tabel dari normalisasi berpasangan:

Tabel 4.21 Normalisasi Berpasangan Antar Kriteria

Kriteria	Kemudahan	Manfaat pengguna	Kepercayaan	Jumlah	Bobot Prioritas
Kemudahan	0,429	0,455	0,333	1,216	0,405
Manfaat pengguna	0,429	0,455	0,556	1,439	0,480
Kepercayaan	0,143	0,091	0,111	0,345	0,115
TOTAL	1,000	1,000	1,00	3,000	1,000

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Berdasarkan hasil tabel di atas menunjukkan bahwa manfaat pengguna mendapatkan nilai bobot tertinggi yaitu sebesar 0,480, selanjutnya nilai bobot kriteria tertinggi yaitu kriteria kemudahan dengan nilai bobot 0,405, dan nilai bobot kriteria paling kecil adalah kepercayaan dengan nilai bobot 0,115. Setelah mendapatkan nilai bobot prioritas maka selanjutnya mencari nilai *eigen vector*. Berikut adalah matrik dari nilai *eigen vector*:

Tabel 4. 22 *Principal Eigen Vector* antar Kriteria

Kriteria	Kemudahan	Manfaat pengguna	Kepercayaan	Jumlah	Eigen Vector
Kemudahan	0,405	0,480	0,345	1,230	3,033
Manfaat pengguna	0,405	0,480	0,575	1,460	3,044
Kepercayaan	0,135	0,096	0,115	0,346	3,010
Total					9,087

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Perhitungan ini digunakan untuk memastikan bahwa nilai dari *Consistency Ratio* (CR) adalah $CR < 0,1$. Jika nilai CR dibawah dari 0,1 maka perhitungan dapat dilanjutkan namun apabila nilai CR diatas 0,1 maka harus diperbaiki. Untuk memperoleh nilai CR maka Harus menghitung nilai *Consistency Index* (CI) dengan rumus perhitungan sebagai berikut:

$$CI = \frac{\lambda_{maks} - n}{n - 1}$$

$$CI = \frac{3,029 - 3}{3 - 1} = 0,015$$

Setelah menemukan hasil dari CI yaitu 0,015 maka rumus CR dapat dihitung. Berikut perhitungan rumus CR:

$$CR = \frac{CI}{RI}$$

$$CR = \frac{0,015}{0,58} = 0,025$$

Jadi hasil dari nilai CR yaitu 0,031 maka artinya nilai CR yang diperoleh lebih kecil dari 0,1 yang artinya konsisten atau dapat dilanjutkan, sebab rasio konsistensi masih $< 10\%$. Hasil Perhitungan di atas menunjukkan bahwa prioritas utama yang dijadikan pertimbangan untuk menentukan alternatif strategi pembayaran *digital* pada Toko Regar dengan nilai bobot tertinggi yaitu kriteria manfaat pengguna dengan nilai bobot sebesar 0,480, berikutnya kriteria kemudahan dengan bobot nilai 0,405 dan yang terakhir kriteria kepercayaan dengan bobot nilai 0,115.

2. Perbandingan matrik berpasangan alternatif pada setiap kriteria.

Matriks perbandingan berpasangan untuk kriteria kemudahan terdiri dari 5 alternatif yaitu *Gopay*, *M-banking*, *Shopeepay*, Dana, dan Ovo. Data diperoleh dari rata-rata 5 responden dalam bentuk matriks berikut:

a. Matrik Perbandingan berpasangan alternatif pada kriteria kemudahan

Tabel 4.23 Matrik Hasil Penilaian Perbandingan Berpasangan Alternatif Pada Kriteria Kemudahan

Kriteria	<i>Gopay</i>	<i>M-banking</i>	<i>Shopeepay</i>	Dana	Ovo
<i>Gopay</i>	1,000	0,867	0,947	1,229	2,200
<i>M-banking</i>	1,153	1,000	0,807	2,000	2,450
<i>Shopeepay</i>	1,056	1,239	1,000	1,640	1,229
Dana	0,814	0,500	0,610	1,000	1,225
Ovo	0,455	0,408	0,814	0,816	1,000

Total	4,478	4,014	4,177	6,685	8,104
-------	-------	-------	-------	-------	-------

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Setelah dilakukan matriks perbandingan berpasangan alternatif pada kriteria kemudahan maka selanjutnya dilakukan normalisasi untuk mendapatkan nilai bobot prioritas vektor dari setiap kriteria. Berikut adalah matrik normalisasi alternatif pada kriteria kemudahan:

Tabel 4.24 Matriks Normalisasi Berpasangan Alternatif Pada Kriteria Kemudahan

Kriteria	<i>Gopay</i>	<i>M-banking</i>	<i>Shopeepay</i>	Dana	Ovo	Jumlah	Bobot Prioritas
<i>Gopay</i>	0,223	0,216	0,227	0,184	0,271	1,121	0,224
<i>M-banking</i>	0,258	0,249	0,193	0,229	0,302	1,301	0,260
<i>Shopeepay</i>	0,236	0,309	0,239	0,245	0,152	1,181	0,236
Dana	0,182	0,125	0,146	0,150	0,151	0,753	0,151
Ovo	0,102	0,102	0,195	0,122	0,123	0,643	0,129
TOTAL	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	5,000	1,000

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Berdasarkan hasil tabel di atas menunjukkan bahwa *M-banking* mendapatkan nilai bobot tertinggi yaitu sebesar 0,260 sedangkan Ovo mendapatkan nilai bobot terkecil yaitu 0,129. Setelah mendapatkan nilai bobot prioritas maka selanjutnya mencari nilai *eigen vector* dari setiap alternatif pada kriteria kemudahan. Berikut adalah matrik dari nilai *eigen vector*:

Tabel 4.25 *Principal Eigen Vector* Pada Kriteria Kemudahan

Kriteria	<i>Gopay</i>	<i>M-banking</i>	<i>Shopeepay</i>	Dana	Ovo	Jumlah	<i>Eigen Vector</i>
<i>Gopay</i>	0,224	0,226	0,224	0,185	0,283	1,142	5,091
<i>M-banking</i>	0,259	0,260	0,191	0,301	0,315	1,326	5,095
<i>Shopeepay</i>	0,249	0,323	0,634	0,247	0,158	1,611	6,819
Dana	0,182	0,130	0,144	0,151	0,158	0,765	5,079

Ovo	0,102	0,116	0,192	0,105	0,129	0,634	4,927
Total							27,012

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Perhitungan ini digunakan untuk memastikan bahwa nilai dari *Consistency Ratio* (CR) adalah $CR < 0,1$. Jika nilai CR dibawah dari 0,1 maka perhitungan dapat dilanjutkan namun apabila nilai CR diatas 0,1 maka harus diperbaiki. Untuk memperoleh nilai CR maka Harus menghitung nilai *Consistency Index* (CI) dengan rumus perhitungan sebagai berikut:

$$CI = \frac{\lambda_{maks} - n}{n - 1}$$

$$CI = \frac{5,402 - 5}{5 - 1} = 0,101$$

Setelah menemukan hasil dari CI yaitu 0,101 maka rumus CR dapat dihitung. Nilai $n=5$ maka nilai RI = 1,12. Berikut perhitungan rumus CR:

$$CR = \frac{CI}{RI}$$

$$CR = \frac{0,101}{1,12} = 0,090$$

Berdasarkan hasil perhitungan nilai pada CR adalah 0,090. Artinya kriteria kemudahan ini konsisten karena $CR < 0,100$. Dapat disimpulkan bahwa alternatif strategi pembayaran *digital* Toko Regar pada kriteria kemudahan *M-banking* merupakan prioritas paling tinggi yaitu sebesar 0,260 dengan nilai CR 0,090.

b. Matrik perbandingan berpasangan alternatif pada kriteria manfaat pengguna

Tabel 4.26 Matrik Hasil Penilaian Perbandingan Berpasangan Alternatif Pada Manfaat Pengguna

Kriteria	Gopay	M-banking	Shopeepay	Dana	Ovo
Gopay	1,000	0,662	1,340	0,629	4,400
M-banking	1,511	1,000	1,269	1,069	4,800
Shopeepay	0,746	0,788	1,000	1,740	2,200
Dana	1,590	0,935	0,575	1,000	4,200
Ovo	0,227	0,208	0,455	0,238	1,000

TOTAL	5,074	3,594	4,638	4,676	16,600
-------	-------	-------	-------	-------	--------

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Setelah dilakukan matriks perbandingan berpasangan alternatif pada kriteria manfaat pengguna maka selanjutnya dilakukan normalisasi untuk mendapatkan nilai bobot prioritas vektor dari setiap kriteria. Berikut adalah matrik normalisasi alternatif pada kriteria manfaat pengguna:

Tabel 4.27 Matriks Normalisasi Berpasangan Alternatif Pada Kriteria Manfaat Pengguna

Kriteria	<i>Gopay</i>	<i>M-banking</i>	<i>Shopeepay</i>	Dana	Ovo	Jumlah	Bobot Prioritas
<i>Gopay</i>	0,197	0,184	0,289	0,135	0,265	1,070	0,214
<i>M-banking</i>	0,298	0,278	0,274	0,229	0,289	1,367	0,273
<i>Shopeepay</i>	0,147	0,219	0,216	0,372	0,133	1,087	0,217
Dana	0,313	0,260	0,124	0,214	0,253	1,164	0,233
Ovo	0,045	0,058	0,098	0,051	0,060	0,312	0,062
TOTAL	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	5,000	1,000

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Berdasarkan hasil tabel di atas menunjukkan bahwa *M-banking* mendapatkan nilai bobot tertinggi yaitu sebesar 0,273 sedangkan Ovo mendapatkan nilai bobot terkecil yaitu 0,062. Setelah mendapatkan nilai bobot prioritas maka selanjutnya mencari nilai *eigen vector* dari setiap alternatif pada kriteria manfaat pengguna. Berikut adalah matrik dari nilai *eigen vector*:

Tabel 4.28 *Principal Eigen Vector* Pada Kriteria Manfaat Pengguna

Kriteria	<i>Gopay</i>	<i>M-banking</i>	<i>Shopeepay</i>	Dana	Ovo	Jumlah	<i>Eigen Vector</i>
<i>Gopay</i>	0,214	0,181	0,291	0,146	0,274	1,107	5,175
<i>M-banking</i>	0,323	0,273	0,276	0,249	0,299	1,421	5,196
<i>Shopeepay</i>	0,162	0,215	0,615	0,405	0,137	1,535	7,063

Dana	0,340	0,256	0,125	0,233	0,262	1,216	5,221
Ovo	0,049	0,057	0,099	0,015	0,062	0,282	4,514
Total							27,168

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Perhitungan ini digunakan untuk memastikan bahwa nilai dari *Consistency Ratio* (CR) adalah $CR < 0,1$. Jika nilai CR dibawah dari 0,1 maka perhitungan dapat dilanjutkan namun apabila nilai CR diatas 0,1 maka harus diperbaiki. Untuk memperoleh nilai CR maka Harus menghitung nilai *Consistency Index* (CI) dengan rumus perhitungan sebagai berikut:

$$CI = \frac{\lambda_{maks} - n}{n - 1}$$

$$CI = \frac{5,434 - 5}{5 - 1} = 0,108$$

Setelah menemukan hasil dari CI yaitu 0,108 maka rumus CR dapat dihitung. Nilai $n=5$ maka nilai $RI = 1,12$. Berikut perhitungan rumus CR:

$$CR = \frac{CI}{RI}$$

$$CR = \frac{0,108}{1,12} = 0,097$$

Berdasarkan hasil perhitungan nilai pada CR adalah 0,097. Artinya kriteria manfaat pengguna ini konsisten karena $CR < 0,100$. Dapat disimpulkan bahwa alternatif strategi pembayaran *digital* Toko Regar pada kriteria manfaat pengguna adalah *M-banking* karena *M-banking* merupakan prioritas paling tinggi yaitu sebesar 0,273 dengan nilai CR 0,097.

c. Matrik Perbandingan berpasangan alternatif pada kriteria Kepercayaan

Tabel 4.29 Matrik Hasil Penilaian Perbandingan Berpasangan Alternatif Pada Kriteria Kepercayaan

Kriteria	<i>Gopay</i>	<i>M-banking</i>	<i>Shopeepay</i>	Dana	Ovo
<i>Gopay</i>	1,000	0,235	0,669	0,760	3,000
<i>M-banking</i>	4,255	1,000	1,069	2,029	6,200

<i>Shopeepay</i>	1,495	0,935	1,000	1,600	2,067
Dana	1,316	0,493	0,625	1,000	2,800
Ovo	0,333	0,161	0,484	0,357	1,000
TOTAL	8,399	2,825	3,847	5,746	15,067

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Setelah dilakukan matriks perbandingan berpasangan alternatif pada kriteria Kepercayaan maka selanjutnya dilakukan normalisasi untuk mendapatkan nilai bobot prioritas vektor dari setiap kriteria. Berikut adalah matrik normalisasi alternatif pada kriteria kepercayaan:

Tabel 4.30 Matriks Normalisasi Berpasangan Alternatif Pada Kriteria Kepercayaan

Kriteria	<i>Gopay</i>	<i>M-banking</i>	<i>Shopeepay</i>	Dana	Ovo	Jumlah	Bobot Prioritas
<i>Gopay</i>	0,119	0,083	0,174	0,132	0,199	0,708	0,142
<i>M-banking</i>	0,507	0,354	0,278	0,353	0,411	1,903	0,381
<i>Shopeepay</i>	0,178	0,331	0,260	0,278	0,137	1,185	0,237
Dana	0,157	0,174	0,162	0,174	0,186	0,853	0,171
Ovo	0,040	0,057	0,126	0,062	0,066	0,351	0,070
TOTAL	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	5,000	1,000

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Berdasarkan hasil tabel di atas menunjukkan bahwa *M-banking* mendapatkan nilai bobot tertinggi yaitu sebesar 0,381 sedangkan Ovo mendapatkan nilai bobot terkecil yaitu 0,070. Setelah mendapatkan nilai bobot prioritas maka selanjutnya mencari nilai *eigen vector* dari setiap alternatif pada kriteria kepercayaan. Berikut adalah matrik dari nilai *eigen vector*:

Tabel 4.31 *Principal Eigen Vector* Pada Kriteria Kepercayaan

Kriteria	<i>Gopay</i>	<i>M-banking</i>	<i>Shopeepay</i>	Dana	Ovo	Jumlah	<i>Eigen Vector</i>
<i>Gopay</i>	0,142	0,089	0,159	0,130	0,211	0,730	5,158
<i>M-banking</i>	0,602	0,381	0,253	0,346	0,435	2,018	5,301
<i>Shopeepay</i>	0,354	0,356	0,528	0,273	0,145	1,656	6,990
Dana	0,186	0,188	0,148	0,171	0,197	0,889	5,209
Ovo	0,047	0,061	0,115	0,025	0,070	0,318	4,536
Total							27,194

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Perhitungan ini digunakan untuk memastikan bahwa nilai dari *Consistency Ratio* (CR) adalah $CR < 0,1$. Jika nilai CR dibawah dari 0,1 maka perhitungan dapat dilanjutkan namun apabila nilai CR diatas 0,1 maka harus diperbaiki. Untuk memperoleh nilai CR maka Harus menghitung nilai *Consistency Index* (CI) dengan rumus perhitungan sebagai berikut:

$$CI = \frac{\lambda_{maks} - n}{n - 1}$$

$$CI = \frac{5,439 - 5}{5 - 1} = 0,110$$

Setelah menemukan hasil dari CI yaitu 0,110 maka rumus CR dapat dihitung. Nilai $n=5$ maka nilai $RI = 1,12$. Berikut perhitungan rumus CR:

$$CR = \frac{CI}{RI}$$

$$CR = \frac{0,110}{1,12} = 0,098$$

Berdasarkan hasil perhitungan nilai pada CR adalah 0,098. Artinya kriteria kepercayaan ini konsisten karena $CR < 0,100$. Berdasarkan hasil perhitungan nilai pada CR adalah 0,098. Artinya kriteria kemudahan ini konsisten karena $CR < 0,100$. Dapat disimpulkan bahwa alternatif strategi pembayaran *digital* Toko Regar pada kriteria kepercayaan adalah *M-banking* karena *M-banking* merupakan prioritas paling tinggi yaitu sebesar 0,381 dengan nilai CR 0,098.

3. Perangkingan seluruh alternatif pada setiap kriteria

Setelah mendapatkan hasil dari semua perhitungan terhadap ke-3 kriteria yaitu kemudahan, manfaat pengguna, dan kepercayaan. Maka selanjutnya mencari total ranking pemilihan sistem pembayaran dari masing-masing alternatif.

Tabel 4.32 Total Perangkingan Akhir AHP

Alternatif	Kriteria	Bobot prioritas kriteria	Bobot prioritas alternatif	Agregate	Peringkat		%
					Kriteria	Alternatif	
Gopay	Kemudahan	0,405	0,224	0,091	2	Rangking 3	21,03
	Manfaat pengguna	0,480	0,215	0,103	1		
	Kepercayaan	0,115	0,142	0,016	3		
Total			0,210				
M-banking	Kemudahan	0,405	0,260	0,105	2	Rangking 1	28,01
	Manfaat pengguna	0,480	0,273	0,131	1		
	Kepercayaan	0,115	0,381	0,044	3		
Total			0,280				
Shopeepay	Kemudahan	0,405	0,236	0,096	2	Rangking 2	22,70
	Manfaat pengguna	0,480	0,217	0,104	1		
	Kepercayaan	0,115	0,237	0,027	3		
Total			0,227				
Dana	Kemudahan	0,405	0,151	0,061	2	Rangking 4	19,26
	Manfaat pengguna	0,480	0,233	0,112	1		
	Kepercayaan	0,115	0,171	0,020	3		
Total			0,193				
Ovo	Kemudahan	0,405	0,129	0,052	1	Rangking 5	9,01
	Manfaat pengguna	0,480	0,062	0,030	3		
	Kepercayaan	0,115	0,070	0,008	2		
Total			0,090				

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2023.

Berdasarkan Hasil perhitungan pada alternatif AHP dimana hasil akhir disusun menjadi pranking yang berdasarkan kriteria dari sistem pembayaran *digital* seperti hasil pada tabel 4.28 di atas sehingga dapat diketahui pembayaran digital mana yang mendapatkan nilai peringkat tertinggi. Berikut ini urutan rangking hasil dari perhitungan AHP terhadap alternatif strategi sistem pembayaran *digital* di Toko Regar:

1. *M-banking*
2. *Shopeepay*
3. *Gopay*

4. Dana
5. Ovo

Hasil dari keseluruhan analisis dengan menggunakan metode AHP pada perhitungan bobot prioritas antar kriteria pada tabel 4.18 dengan bobot prioritas tertinggi yaitu kriteria manfaat pengguna, kemudahan, dan terakhir yaitu kepercayaan. Kriteria manfaat pengguna menjadi pertimbangan paling penting karena transaksi menjadi transparan, pembukuan omzet tercatat otomatis dan tentunya meminimalisir terjadinya peredaran uang palsu di Toko Regar. kriteria selanjutnya selanjutnya yaitu Kriteria kemudahan payment *digital* dimana kriteria ini dapat membantu Toko Regar dalam memberikan fasilitas yang lebih mudah dan cepat dalam transaksi sehingga dapat memangkas waktu antrian agar tidak panjang selain hal tersebut konsumen maupun karyawan di Toko Regar tidak perlu menyediakan uang sebagai transaksi. Kriteria kepercayaan secara tidak langsung membantu meningkatkan kepuasan konsumen dari Toko Regar seperti menjaga komunikasi dan menjaga keamanan data konsumen sehingga konsumen dapat bertransaksi secara nyaman dan leluasa.

Tabel 4.28 menunjukkan bahwa *M-banking* merupakan peringkat ke-1 dengan nilai sebesar 28,01% dimana indikator kriteria manfaat pengguna dengan nilai prioritas 0,480 yang terpilih sebagai indikator paling dominan. Artinya *M-banking* ini dipilih karena memiliki berbagai kelebihan salah satunya yaitu pada manfaat pengguna khususnya untuk pelaku pembukuan otomatis, tabungan usaha dan tentunya transaksi lebih cepat. *M-banking* juga merupakan sebuah layanan fasilitas yang dikeluarkan oleh bank sehingga data dari usaha dapat tersimpan dengan aman untuk menghindari penyalahgunaan data dari usaha.

4.2. Rekomendasi Alternatif

Keputusan strategi pembayaran *digital* ini harus benar-benar dipikirkan secara matang dengan mengambil keputusan yang tepat karena ini menyangkut bisnis usaha nanti kedepannya. Hasil dari semua perhitungan yang ada terdapat beberapa keputusan yang bisa menjadi rekomendasi terhadap strategi sistem pembayaran *digital* bagi Toko Regar oleh karena itu dengan adanya keputusan strategi ini mampu membantu bisnis usaha agar terus maju, berkembang dan mampu beradaptasi dengan kemajuan jaman. Berikut rekomendasi alternatif strategi untuk pembayaran *digital* pada Toko Regar:

1. Kategori *transfer bank* yaitu *M-banking* dimana *M-banking* ini mampu menjangkau semua kalangan dimana konsumen utama dari Toko Regar yang berbelanja kebutuhan pokok sehari-hari baik dari kawasan sekitar Toko Regar maupun dari luar kawasan Toko Regar. *M-banking* ini menjadi rekomendasi pilihan alternatif karena dapat membantu membuat pencatatan transaksi secara otomatis, transaksi transparan, apabila terjadi kesalahan bisa langsung datang ke bank agar tidak ada pihak yang dirugikan, selain itu ada berbagai macam fitur didalamnya. *M-banking* juga terpercaya dalam menjaga data bisnis usaha dan konsumen sehingga meminimalisir terjadinya penyalahgunaan data untuk kepentingan lain.

2. Kategori *e-wallet* yaitu *Gopay*, *Gopay* direkomendasikan karena hampir 59% konsumen yang berbelanja di Toko Regar sudah memiliki *e-wallet* dan aplikasi yang dimiliki yaitu *Gopay*. *Gopay* banyak digunakan oleh konsumen dari Toko Regar tentu saja hal ini bisa menjadi peluang untuk menarik minat konsumen khususnya anak muda.

BAB V

KESIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh oleh peneliti mengenai alternatif keputusan mengenai sistem pembayaran di Toko Regar, maka peneliti dapat mengambil sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil dari perhitungan AHP di atas sistem pembayaran *digital* dapat membantu untuk meningkatkan potensi penjualan karena pembayaran *digital* saat ini merupakan sebuah kebiasaan baru yang muncul akibat terjadinya pandemi. Pembayaran *digital* tentu saja bisa menjadi peluang untuk membantu menarik minat beli masyarakat terkhusus konsumen yang sudah mempunyai pembayaran *digital*. Alternatif pilihan pada sistem pembayaran *digital* ini dapat diterapkan untuk menjangkau konsumen dari luar daerah yang ingin berbelanja di Toko Regar dengan menggunakan pembayaran *digital*. Pembayaran *digital* bisa dijadikan salah satu strategi peluang untuk dapat meningkatkan penjualan Toko Regar.
2. Perencanaan strategi alternatif pada sistem pembayaran *digital* ditentukan dengan membuat keputusan alternatif dari hasil akhir perhitungan AHP pada Toko Regar. Hasil dari perhitungan AHP tersebut adalah *M-banking* yang mendapatkan peringkat ke-1 dengan nilai rata-rata yang sebesar yaitu 28,01% dimana nilai kriteria manfaat pengguna (0,480), kemudahan (0,405), dan kepercayaan (0,115) sebagai hasil dari penentu *M-banking* dalam pertimbangan dari seluruh perhitungan pada AHP.

5.2. Saran

1. Bagi pemilik diharapkan untuk dapat bisa mengikuti perkembangan teknologi pembayaran *digital* salah satunya yaitu dalam menggunakan Qris sehingga Toko untuk dapat bersaing dengan Toko ritel lainnya sehingga dapat meningkatkan penjualan dengan terus berinovasi.
2. Bagi peneliti selanjutnya yaitu dapat mempromosikan pembayaran *digital* dengan menerapkan *payment digital* secara langsung di Toko Regar untuk dapat terus mengembangkan bisnis untuk lebih maju lagi dengan terus berinovasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin. (2015). Dampak kebijakan E-Money di Indonesia sebagai sistem pembayaran baru. *Jurnal akuntansi, fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya*. Vol. 3 No. 2.
- Aly dan Trianasari. (2020). Analisis Pembayaran Non Tunai Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus UMKM Pantai Tanjung Pakis). *Jurnal Indonesia Sosial Sains*. Vol. 1 No. 2.
- Amanda *et al.*, (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika*. Vol. 8. No. 1
- Ananda *et al.*, (2021). Implementasi Aplikasi *Fintech* Adiraku Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan Nasabah Menggunakan Data Mining.
- Anonim. (2020). Bank Indonesia. Sistem pembayaran di Indonesia.
- Anonim. (2022). Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat. Opendata.Jabarprov.go.id
- Ansori. (2019). Perkembangan dan Dampak *Financial Technology (Fintech)* Terhadap Industri Keuangan Syariah Di Jawa Tengah. *Jurnal Studi Keislaman*. Vol. 5 No. 1.
- Arikunto, S. (2021). *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan Edisi 3*. Bumi Aksara
- Avrianto *et al.*, (2022). *Selection Of Payment Methods in Online Markets Using Analytical Hierarchical Process*. *Jurnal Teknik Informatika*. Vol. 3 No. 3.
- Aurachman, P. (2019). Proses Pengambilan Data Pada AHP (*Analytical Hierarchy Process*) Menggunakan Prinsip *Closed Loop Control System*. *Jurnal Integrasi Sistem Industri*. Vol. 6 No.1.
- Basuki dan Andharini. (2016). *Sistem Pendukung Keputusan*. Yogyakarta: Deepublish.
- David. (2016). *Manajemen Strategik Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dewi. (2018). Perlindungan Hukum Terhadap Pasar Tradisional Di Era Liberalisasi Perdagangan. *Jurnal Law Reform*. Vol. 14 No. 1.
- Fadillah *et al.*, (2018). *Pemasaran Ritel*. Bogor: Kesatuan Press.
- Feradhita. (2019). Kelebihan dan Kekurangan Sistem *E-payment* di *E-Commerce*. Logique.co.id.
- Fernando dan Kisnadi. (2020). Analisis Fungsi Pembayaran *Digital* Saat Masa pandemic Covid-19 Di Indonesia. *Jurnal Magister Manajemen Telekomunikasi*. 8
- Hadianti dan Mubarak. (2017). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Mata Pelajaran Unggulan Pada LPI Al-Muhajirin Cibeurih. *Jurnal Informatika*. Vol. 4 No. 1.
- Hakim *et al.*, (2021). Validitas dan Reliabilitas Angket Motivasi Berprestasi. *Jurnal Kajian Bimbingan & Konseling dalam Pendidikan*. Vol. 4. No. 4.
- Hidayat, A. (2021). *Menyusun Instrumen Uji Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas*. Surabaya: *Health books Publishing*.

- Hefniy dan fairus. (2019). Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Pegawaiian. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*. Vol. 3 No. 1.
- Hendrawan *et al.*, (2019). Dimensi Kreativitas dan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Humaniora, Manajemen, Akuntansi*. Vol. 2 No. 1.
- Houston. D. (2019). Adopsi Penerimaan Pembayaran *digital* Kalangan Milenial. *Jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau*. Vol. 7 No. 2.
- Janna. (2021). Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS. *Jurnal Preprints*.
- Kadeni dan Srijani. (2020). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajaran*. Vol. 8 No. 2.
- Kurniawan *et al.*, (2023). Analisa Minat Penggunaan Pembayaran *digital* Di Kota Medan. *Jurnal Manajemen riset Inovasi*. Vol. 1 No. 1
- Kusnandar. (2022). Transaksi Belanja Pakai E-Money Capai Rp.305 Triliun Pada 2021. ks.katadata.co.id
- Kusnandar. (2022). Transaksi *Digital* Marak, Jakarta Dominasi Sebaran Uang Elektronik Terdaftar di Indonesia. ks.katadata.co.id
- Kusrini. (2007). Konsep dan Aplikasi Sistem Pendukung Keputusan. Yogyakarta: Andi Offset.
- Lestari, P dan Nofriantika, N. (2018). Literasi Uang Elektronik Di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Riset dan Kajian Keislaman*. Vol. 7 No.1.
- Livia *et al.*, (2019). Uji validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota padang. *Jurnal Matematika UNAND*. Vol. 8 No. 1
- Maria. (2013). Pengaruh Penggunaan *Smartphone* Terhadap Nilai Akademik Mahasiswa. *Jurnal Bisnus*. Vol. 4. No. 2.
- Masyitah dan Harahap (2018) Analisis Kinerja keuangan Menggunakan rasio Likuiditas dan Profitabilitas. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Kontemporer*. Vol. 1 No. 1
- Miranda *et al.*, (2017). Kajian Aspek Pemasaran Pada Bisnis Ritel Dalam Menghadapi Persaingan (Studi Kasus Pada Lamongan Plaza). *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis*. Vol. 7 No. 3.
- Narti. (2017). Pengambilan Keputusan Pemilihan Siswa Berprestasi Menggunakan Metode AHP dan Topsis. *Jurnal Informatika*. No.2 Vol. 4.
- Naufalin. (2020). Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Di Kabupaten Banyumas. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi*. Vol. 22 No. 1.
- Novitasari *et al.*, (2019) Implementasi SAK EMKM Sebagai Dasar Penyusunan Laporan Keuangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *International Journal of Social and Business*.
- Novriady dan Nasrudin. (2021). Dampak Berkembangnya Waralaba Minimarket (*Indomaret dan Alfamaret*) Terhadap Pendapatan Pedagang Kecil Atau Toko Kelontong Di

- Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*. Vol. 4 No. 2.
- Nurwahyuningsih *et al.*, (2021). Perancangan Sistem Manajemen Persediaan Barang Dagang Berbasis Web bagi Bisnis Retail. *Jurnal Ilmiah Nasional Riset, Aplikasi, dan Teknik Informatika*. Vol. 3 No. 2.
- Oliviani *et al.*, (2018). Perbandingan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) dan Himpunan Keanggotaan Fuzzy pada Penilaian Kinerja Dosen. *Informatics Journal*. Vol. 3. No. 2
- Pramana. (2020). Pembelajaran Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) Dimasa Pandemi Covid-19. *Jurnal of Early Childhood*. Vol. 2 No. 1.
- Prasetya, A. W. (2020). Transaksi Nontunai Jadi Salah Satu Cara Mencegah Penyebaran Covid-19.
- Pratiwi *et al.*, (2017). Analisis Pengaruh *Technology Readyness* Terhadap Minat Beli Menggunakan *T-Cash* di kota Semarang. *Jurnal Bisnis Strategi*. Vol. 26. No. 1.
- Putri *et al.*, (2022). *E-Wallet Selection Decision Support System Using Analytic Hierarchy Process-TOPSIS Method*. *Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*. Vol.2 No.1.
- Putri, P dan Mahendra, I. (2019). Implementasi Metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) Dalam Sistem Pendukung Keputusan Pembelian Rumah Tangga Di Kota Tangerang. Vol. 12. No. 1.
- Riyanto dan Arini (2021). Analisis Deskriptif *Quarter-Life Crisis* pada Lulusan Perguruan Tinggi Universitas katolik Musi Charitas. *Jurnal Psikologi Malahayati*. Vol. 3. No. 1.
- Rohmah dan Tristiarini. (2021). Pengaruh Sistem Pembayaran E-Money Era *Digital* Di Tengah Wabahnya Covid-19: Studi Kasus Pada Masyarakat Semarang. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*. Vol. 22 No.1.
- Santoyo *et al.*, (2017) Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Laptop Untuk Kebutuhan Operasional Dengan Metode Ahp (Studi Kasus: Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelatihan Kemdikbud). *Jurnal Pilar Nusa Mandiri* Vol. 13 No. 2.
- Rangkuty, D. (2021). Pengguna *E-Wallet* Masa Pandemi Covid-19 Semakin Meningkat Di Indonesia. *Jurnal Prosiding Konferensi Nasional Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia*. Vol. 1, No. 1.
- Sedyastuti. (2018). Analisis pemberdayaan UMKM dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pasar Global. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*. Vol. 2 No. 1.
- Silalahi. (2022). Dampak Menggunakan QRIS Terhadap Kepuasan Konsumen Sebagai Alat Transaksi. *Jurnaal Ilmiah Multidisiplin*. Vol. 1 No. 2.
- Siswahyudianto. (2017). Menatap Bisnis Ritel Syariah. *Jurnal Ilmiah Agribisnis, Ekonomi dan Sosial*. Vol. 1 No. 1.
- Sitinjak dan Nurlela. (2022). Pemilihan *E-Wallet* Pada Karry Parcel Outlet Menggunakan Metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP). *Jurnal Inovasi dan Sains Teknik Elektro*. Vol. 3. No. 2.

- Sudrajat, A. *et al.*, (2020) Penerapan Metode *Analytical Hierarchy Process* Terhadap Pemilihan Merek CCTV. *Jurnal Infortech*. Vol. 2. No. 1.
- Supriadi. (2018). *Analytical Hierarchy Process (AHP) Teknik Penentuan Strategi Daya Saing Kerajinan Bordir*.
- Susanto *et al.*, (2019). Analisis Faktor Pendukung Implementasi Transaksi Non Tunai Dengan Pendekatan *Analytical Hierarchy Process (AHP)*. *Jurnal Economic Challenge*. Vol 1. No. 1.
- Utami dan Kusumawati. (2017). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan *E-Money*. *Jurnal Balance*. Vol. 14. No. 2
- Utami, M. (2019). Implementasi *Analytical Hierarchy Process (AHP)* Dalam Pemilihan *E-Wallet* Untuk Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Matrik*. Vol. 21 No. 3.
- Utomo. (2011). Fungsi dan Peran bisnis Ritel dalam Saluran Pemasaran.
- Widiyono dan Hakim. (2018). *Manajemen strategi & Isu-isu Kekinian*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Wijandari dan Sumilah. (2021). Sosialisasi Manajemen Strategi Pemasaran Di UMKM Kecamatan Cileungsi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani*, Vol. 1 No. 1.
- Yunus. (2016). *Manajemen Strategi*. Andi Offset. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Yusup. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmiah Kependidikan*. Vol. 7. No. 1.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zakiah Hayati Siregar
Alamat : Kp. Babakan Peundeuy RT 01/02 Ds. Bojong Kokosan
Kec. Parungkuda Kab. Sukabumi. 43357
Tempat dan Tanggal Lahir : Sukabumi, 04 Agustus 2000
Agama : Islam
Pendidikan:
SD : SDIT AL-HUSNA
SMP : SMPN 1 Parungkuda
SMA : SMAN 1 Parungkuda
Perguruan Tinggi : Universitas Pakuan

Bogor, 4 Agustus 2023

Peneliti,



Zakiah Hayati Siregar

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Konsumen Toko Regar

KAJIAN STRATEGI SISTEM PEMBAYARAN *DIGITAL* PADA TOKO REGAR

Oleh:

Zakiah Hayati Siregar

Npm: 021119184

Yth. Bapak/Ibu
Konsumen Toko Regar

Kuesioner ini dimaksud untuk penyusunan bahan skripsi sehingga saya mengharapkan ketersediaan Saudara/i untuk mengisi daftar pernyataan dalam kuesioner ini dengan tujuan sebagai data pendukung untuk mengetahui bagaimana penerapan dari sistem pembayaran *digital* yang akan dilakukan pada Toko Regar untuk meningkatkan penjualan guna mendukung data dalam penyusunan skripsi dengan judul “KAJIAN STRATEGI SISTEM PEMBAYARAN *DIGITAL* PADA TOKO REGAR”. Atas kesediaan Saudara/i menjawabnya dengan sejujurnya, saya mengucapkan terima kasih.

A. Identitas Konsumen

Nama :
Jenis kelamin : L/P
Asal daerah :
Pembayaran *digital* apa yang dimiliki :

B. Petunjuk Pengisian

Dibawah ini disajikan beberapa pertanyaan tentang kajian strategi sistem pembayaran *digital* pada Toko Regar, mohon di isi pertanyaan di bawah dengan ceklis (✓) pada pilihan yang tersedia.

Keterangan:

SS: Sangat Setuju

S: Setuju

TS: Tidak Setuju

STS: Sangat Tidak Setuju

1. Manfaat Penggunaan

No.	Manfaat penggunaan	Tanggapan Responden			
		SS	S	TS	STS
1.	Dengan menggunakan pembayaran <i>digital</i> , saya dapat melakukan transaksi lebih praktis				
2.	Pembayaran <i>digital</i> dapat meningkatkan efisiensi dan efektifitas saya dalam melakukan transaksi				
3.	Secara keseluruhan, saya merasa pembayaran <i>digital</i> dalam bertransaksi				

4.	Pembayaran <i>digital</i> menjadikan pembayaran saya menjadi lebih cepat				
----	--	--	--	--	--

2. Kemudahan

No.	Kemudahan	Tanggapan Responden			
		SS	S	TS	STS
1.	Saya merasa pembayaran <i>digital</i> mudah untuk dipelajari				
2.	Saya merasa pembayaran <i>digital</i> mudah untuk digunakan				
3.	Saya merasa pembayaran <i>digital</i> mempermudah saya saat bertransaksi tidak perlu membawa uang tunai				
4.	Saya merasa mudah melakukan <i>top-up</i> pembayaran <i>digital</i> dimana saja				

3. Kepercayaan

No.	Kepercayaan	Tanggapan Responden			
		SS	S	TS	STS
1.	Pembayaran <i>digital</i> memberikan rasa aman dalam bertransaksi				
2.	Pembayaran <i>digital</i> menjamin keamanan transaksi dan kerahasiaan data penggunanya				
3.	Bertransaksi menggunakan pembayaran <i>digital</i> lebih terjamin keamanannya transaksi melalui perangkat pribadi				
4.	Pembayaran <i>digital</i> mampu menjaga privasi				

Lampiran 2 Jawaban Responden Toko Regar

No.	Kemudahan				Total	Manfaat Penggunaan				Total	Kepercayaan				Total
	1	2	3	4		1	2	3	4		1	2	3	4	
1	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15
2	4	3	2	3	12	3	3	3	3	12	4	4	4	3	15
3	4	4	3	3	14	3	4	4	3	14	3	4	3	3	13
4	4	4	4	4	16	3	3	4	3	13	3	3	4	2	12
5	3	3	4	4	14	2	3	3	4	12	3	4	3	2	12
6	4	4	4	3	15	3	3	3	2	11	3	4	3	4	14
7	3	3	3	3	12	2	3	4	4	13	3	2	3	3	11
8	4	3	3	3	13	3	2	3	3	11	3	3	3	3	12
9	3	4	4	3	14	4	4	3	3	14	3	1	3	1	8
10	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
11	4	3	3	4	14	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15
12	4	3	3	4	14	3	3	3	4	13	4	2	3	3	12
13	3	4	3	3	13	2	2	3	3	10	2	3	3	2	10
14	4	4	3	4	15	3	3	3	3	12	4	3	4	2	13
15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
17	3	4	3	3	13	4	3	3	4	14	3	3	3	3	12
18	3	3	4	4	14	3	2	2	3	10	3	3	3	3	12
19	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
20	4	3	3	3	13	3	3	4	1	11	3	4	2	2	11
21	3	3	3	3	12	2	1	3	2	8	3	4	3	3	13
22	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
23	3	3	3	3	12	4	3	4	3	14	3	4	3	3	13
24	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15	4	4	3	3	14
25	3	3	3	3	12	4	3	4	4	15	3	4	4	3	14
26	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
27	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12	4	3	4	3	14
28	3	3	4	3	13	2	2	3	4	11	3	2	3	4	12
29	4	4	4	2	14	3	3	3	4	13	3	3	3	3	12
30	4	4	4	4	16	4	3	3	3	13	4	3	3	4	14
31	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
33	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
34	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
35	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
36	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
37	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16

38	4	4	3	3	14	3	4	4	4	15	4	3	3	3	13
39	4	3	3	4	14	4	3	3	2	12	2	1	3	1	7
40	4	3	4	4	15	3	1	3	4	11	2	3	3	3	11
41	4	4	4	3	15	2	2	3	3	10	4	2	3	4	13
42	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12
43	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12
44	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12
45	3	4	3	3	13	3	3	3	3	12	4	3	3	3	13
46	4	4	3	3	14	3	3	3	3	12	3	3	4	2	12
47	4	4	4	3	15	3	3	4	4	14	3	3	3	3	12
48	4	4	3	2	13	4	3	3	3	13	3	4	4	3	14
49	2	3	3	3	11	2	1	2	3	8	3	3	3	2	11
50	4	4	3	4	15	3	3	2	3	11	4	3	3	3	13
51	4	3	4	4	15	3	4	4	2	13	4	3	3	4	14
52	4	4	3	4	15	3	3	3	4	13	4	4	3	3	14
53	4	4	3	2	13	3	4	3	3	13	3	3	4	3	13
54	3	4	3	3	13	3	4	3	4	14	2	3	3	2	10
55	3	4	4	2	13	3	3	3	3	12	3	3	3	4	13
56	4	3	4	4	15	3	3	3	4	13	4	3	4	4	15
57	3	4	4	4	15	4	3	3	4	14	3	3	3	3	12
58	4	4	3	3	14	4	3	2	3	12	4	4	4	2	14
59	3	3	3	2	11	4	4	3	4	15	4	2	2	3	11
60	4	4	4	2	14	3	2	2	3	10	3	3	3	4	13
61	3	4	3	2	12	4	3	4	4	15	4	3	3	2	12
62	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
63	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
64	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
65	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
66	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
67	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
68	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
69	4	3	3	3	13	4	3	3	3	13	3	3	2	3	11
70	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
71	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
72	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
73	3	4	3	3	13	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
74	3	3	3	3	12	3	2	2	3	10	3	3	3	2	11
75	4	4	4	4	16	3	4	3	3	13	3	4	4	3	14
76	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
77	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
78	4	4	4	2	14	4	3	4	3	14	3	3	4	3	13

79	4	3	3	3	13	3	3	4	3	13	3	4	4	3	14
80	4	3	4	4	15	3	4	4	4	15	4	3	4	4	15
81	3	3	4	3	13	3	3	4	3	13	4	3	4	2	13
82	3	4	4	4	15	4	3	2	3	12	4	3	4	4	15
83	4	3	3	2	12	4	3	3	3	13	3	4	4	3	14
84	4	4	4	3	15	3	3	4	4	14	3	4	4	4	15
85	4	3	4	3	14	3	3	3	4	13	3	4	4	3	14
86	4	4	4	3	15	4	4	3	4	15	4	4	4	3	15
87	3	3	4	4	14	3	3	3	4	13	3	4	4	4	15
88	4	4	3	4	15	3	4	4	3	14	4	4	4	4	16
89	4	3	3	3	13	3	4	3	4	14	4	3	3	3	13
90	4	3	4	4	15	3	3	3	4	13	3	4	4	3	14
91	4	4	3	4	15	3	3	3	3	12	4	4	3	4	15
92	4	3	3	3	13	3	3	3	4	13	3	3	4	3	13
93	3	4	4	3	14	3	3	4	4	14	4	4	4	3	15
94	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
95	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
96	4	4	3	4	15	3	3	3	3	12	3	4	4	3	14
97	4	3	4	3	14	4	3	4	3	14	4	3	4	3	14
98	4	3	4	3	14	4	3	4	3	14	4	3	4	3	14
99	3	4	3	4	14	3	4	4	3	14	4	3	4	3	14
100	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16

Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

A. Uji validitas Kemudahan

		Correlations				
		Kemud_1	Kemud_2	Kemud_3	Kemud_4	TOTAL
Kemud_1	Pearson Correlation	1	.295**	.268**	.296**	.647**
	Sig. (2-tailed)		.003	.007	.003	.000
	N	100	100	100	100	100
Kemud_2	Pearson Correlation	.295**	1	.345**	.207*	.633**
	Sig. (2-tailed)	.003		.000	.039	.000
	N	100	100	100	100	100
Kemud_3	Pearson Correlation	.268**	.345**	1	.402**	.726**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Kemud_4	Pearson Correlation	.296**	.207*	.402**	1	.746**
	Sig. (2-tailed)	.003	.039	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.647**	.633**	.726**	.746**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

B. Uji validitas Manfaat pengguna

		Correlations				
		Manfaat_1	Manfaat_2	Manfaat_3	Manfaat_4	TOTAL
Manfaat_1	Pearson Correlation	1	.607**	.403**	.328**	.759**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100
Manfaat_2	Pearson Correlation	.607**	1	.599**	.415**	.869**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Manfaat_3	Pearson Correlation	.403**	.599**	1	.341**	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000
	N	100	100	100	100	100
Manfaat_4	Pearson Correlation	.328**	.415**	.341**	1	.674**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.001		.000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.759**	.869**	.761**	.674**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	

N	100	100	100	100	100
---	-----	-----	-----	-----	-----

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

C. Uji Validitas Kepercayaan

		Correlations				
		Keper_1	Keper_2	Keper_3	Keper_4	TOTAL
Keper_1	Pearson Correlation	1	.292**	.406**	.495**	.712**
	Sig. (2-tailed)		.003	.000	.000	.000
	N	100	99	100	100	100
Keper_2	Pearson Correlation	.292**	1	.501**	.465**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.003		.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99
Keper_3	Pearson Correlation	.406**	.501**	1	.364**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	99	100	100	100
Keper_4	Pearson Correlation	.495**	.465**	.364**	1	.767**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	99	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.712**	.762**	.733**	.767**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	99	100	100	100

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

2. Uji Reliabilitas

a. Uji Reliabilitas Kemudahan

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.628	.634	4

b. Uji Reliabilitas Manfaat pengguna

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.768	.765	4

c. Uji Reliabilitas Kepercayaan

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.744	.747	4

Lampiran 4 Jawaban AHP Stakeholder

1. Matriks Normalisasi Stakeholder pada kriteria kemudahan

a. Stakeholder 1

Kriteria	Nilai																	Kriteria
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Gopay									X									M-banking
Gopay							X											Shopeepay
Gopay									X									Dana
Gopay									X									Ovo
M-banking								X										Shopeepay
M-banking								X										Dana
M-banking							X											Ovo
Shopeepay									X									Dana
Shopeepay									X									Ovo
Dana									X									Ovo

b. Stakeholder 2

Kriteria	Nilai																	Kriteria
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Gopay									X									M-banking
Gopay									X									Shopeepay
Gopay									X									Dana
Gopay									X									Ovo
M-banking										X								Shopeepay
M-banking									X									Dana
M-banking							X											Ovo
Shopeepay									X									Dana
Shopeepay									X									Ovo
Dana									X									Ovo

c. Stakeholder 3

Kriteria	Nilai																	Kriteria
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Gopay											X							M-banking
Gopay													X					Shopeepay
Gopay									X									Dana
Gopay							X											Ovo
M-banking													X					Shopeepay
M-banking									X									Dana
M-banking												X						Ovo

<i>M-banking</i>										X									Dana
<i>M-banking</i>							X												Ovo
<i>Shopeepay</i>								X											Dana
<i>Shopeepay</i>									X										Ovo
Dana							X												Ovo

b. Stakeholder 2

Kriteria	Nilai																		Kriteria
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
<i>Gopay</i>									X										<i>M-banking</i>
<i>Gopay</i>										X									<i>Shopeepay</i>
<i>Gopay</i>										X									Dana
<i>Gopay</i>							X												Ovo
<i>M-banking</i>								X											<i>Shopeepay</i>
<i>M-banking</i>							X												Dana
<i>M-banking</i>								X											Ovo
<i>Shopeepay</i>							X												Dana
<i>Shopeepay</i>							X												Ovo
Dana							X										X		Ovo

c. Stakeholder 3

Kriteria	Nilai																		Kriteria
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
<i>Gopay</i>															X				<i>M-banking</i>
<i>Gopay</i>							X												<i>Shopeepay</i>
<i>Gopay</i>								X											Dana
<i>Gopay</i>				X															Ovo
<i>M-banking</i>															X				<i>Shopeepay</i>
<i>M-banking</i>													X						Dana
<i>M-banking</i>				X															Ovo
<i>Shopeepay</i>										X									Dana
<i>Shopeepay</i>							X												Ovo
Dana				X															Ovo

d. Stakeholder 4

Kriteria	Nilai																		Kriteria
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
<i>Gopay</i>														X					<i>M-banking</i>
<i>Gopay</i>								X											<i>Shopeepay</i>
<i>Gopay</i>															X				Dana
<i>Gopay</i>			X																Ovo
<i>M-banking</i>							X												<i>Shopeepay</i>
<i>M-banking</i>															X				Dana

Lampiran 5 Dokumentasi



