

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Inovasi

2.1.1 Pengertian Inovasi

Secara umum, inovasi adalah proses menciptakan, mengembangkan, dan menerapkan ide-ide baru yang memberikan nilai tambah, baik dalam bentuk produk, layanan, proses, maupun model bisnis. Inovasi tidak hanya berarti penemuan (*invention*), tetapi juga penerapan nyata yang menghasilkan manfaat ekonomi maupun sosial. (Tanye, 2016) Inovasi sendiri merupakan ide, praktik atau objek yang baru dan dapat mengubah sesuatu menjadi sesuatu yang baru dan lebih baik.

Inovasi dapat dipahami sebagai upaya organisasi atau individu untuk memecahkan masalah dengan cara yang baru, berbeda, dan lebih efektif. Tujuan utamanya adalah meningkatkan kinerja, menciptakan keunggulan bersaing, serta memberikan manfaat lebih besar bagi pengguna atau masyarakat. Menurut laporan penelitian bersama, inovasi didefinisikan sebagai “implementasi dari ide baru atau yang direkayasa secara signifikan dalam produk atau proses yang menciptakan nilai bagi pemangku kepentingan” Oslo Manual (2018) menambahkan bahwa inovasi adalah "produk atau proses baru atau yang diperbaiki, berbeda secara signifikan dari sebelumnya, yang tersedia bagi pengguna atau digunakan oleh organisasi".

Mukhtar & Ahmed (dalam Alsuwaidi et al., 2021), inovasi merupakan pengenalan produk yang memiliki spesifikasi baru atau proses baru kepada dunia dalam bidang tertentu, pasar, atau industri tertentu. Sementara itu, Singh & Aggarwal (2021 dalam Supardam dan Bunahri 2023) memandang inovasi sebagai operasionalisasi dari potensi kreatif yang dipadukan motif sosial dan/atau komersial dengan menerapkan solusi adaptif baru yang mampu menciptakan

nilai, memanfaatkan teknologi baru, serta memberikan kontribusi pada daya saing dan pertumbuhan ekonomi.

2.1.2 Jenis jenis Inovasi

Survey oleh Johan Linaker *et al*, (2022) menyebut empat jenis inovasi penting dalam industri:

a. Product Innovation

Merupakan pengembangan atau pengenalan produk baru, atau peningkatan signifikan dari produk yang sudah ada, sehingga memberikan nilai lebih bagi konsumen. Bentuknya bisa berupa fitur baru, peningkatan kualitas, atau integrasi teknologi baru pada produk.

b. Process Innovation

Merujuk pada penerapan metode baru atau perbaikan dalam proses produksi maupun distribusi. Tujuannya adalah meningkatkan efisiensi, mengurangi biaya, mempercepat waktu produksi, atau meningkatkan kualitas hasil akhir.

c. Business Innovation

Adalah perubahan dalam model bisnis atau cara organisasi menciptakan, menyampaikan, dan menangkap nilai. Ini mencakup inovasi dalam strategi harga, kanal distribusi, hingga pola kemitraan yang berbeda dari sebelumnya.

d. Organizational Innovation

Berkaitan dengan penerapan metode baru dalam struktur organisasi, manajemen, atau hubungan eksternal. Misalnya, perubahan dalam budaya kerja, sistem pengelolaan pengetahuan, atau kolaborasi dengan pihak eksternal untuk meningkatkan efektivitas organisasi.

2.2 Layanan Digital Payment

2.2.1 Pengertian Layanan Digital Payment

Digital payment (pembayaran digital) merupakan suatu kegiatan transaksi yang menggunakan media elektronik untuk alat pembayarannya. Uang digital merupakan pembayaran elektronik dan virtual yang memanfaatkan server, aplikasi jaringan dan akun virtual (Musthofa et al, 2020). Dengan menggeser peranan uang tunai sebagai alat pembayaran ke dalam bentuk pembayaran non tunai, berbagai bentuk dari sistem pembayaran non tunai ditawarkan. *Digital payment* merupakan teknologi yang memberikan pandangan baru bagi masyarakat tentang pembayaran non-tunai yang jauh lebih praktis dan aman dalam bertransaksi. Sebagian orang mengenal *digital payment* sebagai dompet digital atau uang ponsel yang bisa digunakan membayar berbagai transaksi yang telah tersedia. *Digital payment* atau yang lebih dikenal dengan sebutan uang elektronik, memiliki dua bentuk dasar berupa jaringan komputer dan sistem digital. Pembayaran digital merupakan cara pembayaran yang dilakukan melalui mode digital (Dorothy Sagayarani dalam Puspita, 2019). Dalam transaksi pembayaran, pembayar dan penerima menggunakan mode digital untuk mengirim dan menerima uang. Semua transaksi pembayaran digital dilakukan dengan online.

Digital Payment merupakan metode pembayaran yang memanfaatkan teknologi digital untuk melakukan transaksi keuangan secara elektronik tanpa menggunakan uang tunai fisik. Sistem ini memungkinkan perpindahan nilai dari satu akun pembayaran ke akun lainnya dengan cepat dan efisien dan berfokus pada kemudahan, keamanan, dan aksesibilitas. Sistem ini dirancang untuk mempermudah proses transaksi, mengurangi risiko kehilangan uang tunai, dan memberikan akses mudah ke akun pembayaran lainnya. Beberapa elemen penting dari konsep pembayaran digital adalah transaksi nontunai, aksesibilitas, keamanan, efisiensi, dan transparansi.

Menurut Peraturan Bank Indonesia No. 19/12/PBI/2017 Tahun 2017 Pasal 1, Ayat 1 [2], *FinTech* didefinisikan sebagai pemanfaatan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan model bisnis baru yang dapat berdampak pada stabilitas moneter dan stabilitas sistem keuangan, efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran. Dengan demikian, *FinTech* dapat dianggap sebagai upaya untuk meningkatkan efisiensi, dan kelancaran. *FinTech* juga menyediakan berbagai layanan untuk penyedia aplikasi, mulai dari pembayaran transportasi, pengiriman paket barang, hingga pemesanan dan pengiriman makanan. (Aseng, 2020) Manfaat yang dirasakan terkait positif dengan keinginan masyarakat untuk menggunakan layanan pembayaran *FinTech* yang mudah diakses melalui smartphone, yang kemudian diikuti oleh keuntungan ekonomi dan transaksi yang lancar. mengklaim bahwa layanan *FinTech* mudah karena dapat digunakan kapan saja dan di mana saja mereka ingin menggunakannya.

Digital payment menurut Tasman (2019), untuk memenuhi kebutuhan dalam hidup, seseorang harus memiliki pengetahuan mengenai proses mengatur dan mengelola sumber daya keuangan secara terstruktur dan sistematis serta mengubah gaya hidup mereka menjadi lebih efisien. Hasil yang diteliti oleh Hayati et al (2023) menyatakan bahwa digital payment berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Lestari et al (2024) menyatakan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup tidak memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif, pengendalian diri berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, dan budaya digital berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

(Naufalia 2022) *digital payment* merupakan metode pembayaran online yang memanfaatkan perangkat lunak, jaringan, serta akun virtual. Sistem berikut menggantikan uang tunai dengan berbagai pilihan pembayaran non-tunai yang praktis serta aman. *Digital payment* memungkinkan transaksi dilakukan secara elektronik serta online tanpa harus bertemu langsung dengan penjual, sehingga lebih efisien bagi pengguna (Solehah, 2024). Guna menilai dampak serta

efektivitas penggunaan digital payment, terdapat beberapa indikator penting menurut Andriani et al (2023) yaitu *perceived ease of use* ataupun persepsi kemudahan penggunaan, *perceived usefulness* ataupun persepsi manfaat, *perceived credibility* ataupun persepsi kepercayaan, *social influence* ataupun pengaruh sosial, serta *behavioral intention* ataupun niat penggunaan. Dapat diambil kesimpulan bahwa, *digital payment* ialah metode pembayaran berbasis internet yang memungkinkan transaksi non-tunai secara cepat, aman, serta efisien melalui perangkat lunak, jaringan,serta akun virtual. Sistem berikut memudahkan pengguna bertransaksi online tanpa tatap muka, sekaligus mengurangi ketergantungan pada uang tunai.

Perkembangan teknologi digital di Indonesia mendorong transformasi diberbagai aspek kehidupan yang sebelumnya berlangsung secara konvensional, beralih menuju proses digitalisasi, perkembangan teknologi saat ini mencakup kemajuan dalam teknologi internet (Ihsan et al, 2022). Perkembangan pesat teknologi digital telah mengintegrasikan diri ke dalam setiap aspek kehidupan, termasuk transaksi keuangan. *Digital Payment* adalah alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu. Media elektronik untuk menyimpan nilai uang elektronik bisa berupa chip atau server. Uang elektronik berbasis chip tersedia dalam kartu yang dileluarkan perbankan (Gosal & Linawati, 2018). *Digital payment* atau pembayaran digital merupakan metode transaksi keuangan yang dilakukan tanpa menggunakan uang tunai, melainkan melalui media digital seperti *e-wallet*, *QRIS*, *mobile banking*, dan alat pembayaran elektronik lainnya. Menurut Putri & Rachmawati (2021), digital payment hadir untuk meningkatkan kemudahan, kecepatan, dan keamanan dalam bertransaksi. Sistem ini memungkinkan pelaku transaksi untuk tidak membawa uang tunai dalam jumlah besar karena semua tersimpan secara elektronik.

Kegiatan transaksi yang dikenal dengan “*digital payment*” menggunakan media elektronik untuk memfasilitasi pembayaran. Pembayaran elektronik dan virtual dilakukan dengan menggunakan server, aplikasi jaringan, dan akun virtual

yang dikenal sebagai uang digital. Ada beberapa jenis sistem pembayaran non tunai yang tersedia dengan mengganti bentuk pembayaran nontunai dengan mata uang sebagai alat tukar. dalam rangka memberikan kemudahan dalam bertransaksi, dengan memikirkan efisiensi dan waktu penggunaannya, serta dalam aksesibilitas, efisiensi dan transparansi kepada nasabah, hadir lah *digital payment* yang merupakan sebuah layanan elektronik untuk menyimpan data alat pembayaran sebagai alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang juga dapat menyimpan uang.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *digital payment* memiliki karakteristik utama berupa kemudahan akses, kecepatan transaksi, keamanan, efisiensi, transparansi, dan fleksibilitas dalam berbagai bentuk layanan, baik berbasis chip maupun server. Karakteristik ini menjadikan digital payment tidak hanya sebagai alternatif alat pembayaran, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam dunia bisnis yang mampu meningkatkan produktivitas, memperluas jangkauan pasar, serta menciptakan nilai tambah melalui layanan yang lebih praktis dan inovatif.

2.2.2 Dimensi Digital Payment

Dimensi-dimensi dari *Digital Payment* (Jurnal Manajemen Riset Inovasi Vol.1, No.1 Januari 2023) adalah sebagai berikut :

- a. Efisiensi: Istilah ini mengacu pada seberapa mudah pengguna dapat menggunakan metode pembayaran tertentu.
- b. Kualitas layanan: Dalam model ini, kualitas layanan mengacu pada seberapa baik dukungan pengguna secara umum saat menggunakan sistem pembayaran elektronik.
- c. Kemudahan pembayaran yang dirasakan: betapa mudahnya menggunakan dan memahami sistem pembayaran.
- d. Kecepatan yang dirasakan: Dalam model ini, kecepatan didefinisikan sebagai kemampuan transmisi informasi pembayaran untuk

menghasilkan penggunaan aktual dan, pada akhirnya, kepuasan pengguna dengan sistem.

- e. Kenikmatan yang dirasakan: Kepuasan pengguna diyakini secara signifikan dipengaruhi oleh seberapa banyak pengguna menikmati menggunakan sistem digital payment.
- f. Keamanan: Komponen keamanan model ini berkaitan dengan pemberian akses aman ke semua fasilitas dan aplikasi yang ditawarkan.
- g. Penggunaan aktual: Jumlah waktu yang dihabiskan orang untuk memanfaatkan teknologi disebut sebagai penggunaan.

Manfaat yang dirasakan ini mengukur bagaimana pelanggan merasakan manfaat menggunakan sistem *digital payment*, dengan mempertimbangkan semua faktor yang relevan, seperti waktu yang diperlukan untuk menerima pembayaran yang dilakukan.

Berikut ini adalah beberapa penyebab atau pengaruh yang membuat masyarakat menggunakan digital payment (Jurnal Manajemen Riset Inovasi Vol.1, No.1 Januari 2023) antara lain:

1. Situasi keuangan

Semakin banyak orang memiliki akses ke teknologi dan lebih banyak pilihan untuk melakukan pembayaran seiring dengan meningkatnya tingkat kesejahteraan dan pendidikan masyarakat. Hanya 26% dari angkatan kerja Indonesia saat ini bekerja dan memiliki ijazah SMA atau lebih tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil penduduk Indonesia yang memiliki akses terhadap teknologi modern dan kesejahteraan yang layak.

2. Keadaan keamanan

Dalam hal cybercrime, Indonesia menempati peringkat pertama. Karena itu, perusahaan layanan digital payment enggan menawarkan seluruh layanannya di Indonesia.

3. Keadaan pendidikan

Rata-rata orang Indonesia mengenyam pendidikan sebelas tahun, dibandingkan dengan lebih dari tiga belas tahun di negara maju. Sementara Amerika Serikat, Inggris, dan Italia memiliki angka enam belas tahun, Jepang memiliki angka lima belas tahun. Hal ini menunjukkan bahwa dibandingkan dengan negara lain, tingkat pendidikan Indonesia masih sangat rendah.

4. Persyaratan akses teknologi

Akses teknologi adalah hambatan lain. Misalnya, hanya 6 juta orang Indonesia yang memiliki komputer pada pertengahan tahun 2006, persentase kecil dari jumlah penduduk negara ini. Sementara itu, diperkirakan hanya 50 juta orang di Indonesia yang menggunakan Internet pada tahun 2008. Situasi ini menunjukkan bahwa hanya sekitar 25% penduduk Indonesia yang memiliki akses ke Internet.

5. Kondisi pengguna ponsel di Indonesia

Jumlah pengguna ponsel jauh melebihi jumlah pengguna internet. Erik Aas, Presiden Direktur PT Natrindo Ponsel Seluler (NTS), memperkirakan ada sekitar 117 juta pelanggan seluler di seluruh dunia. Juga diantisipasi adalah peningkatan pelanggan ponsel menjadi 131 juta. Menurut statistik tersebut, komunikasi seluler tersedia untuk 50% penduduk Indonesia.

6. Persyaratan penggunaan ATM dan Kartu Kredit

Meskipun jumlah pengguna kartu kredit di Indonesia diperkirakan antara 4 hingga 5 juta, jumlah pengguna kartu ATM/debit jauh lebih tinggi. Menurut perkiraan, 30 hingga 40 juta orang menggunakan kartu ATM. Hal ini menunjukkan bahwa menggunakan kartu ATM jauh lebih umum dibandingkan dengan menggunakan kartu kredit.