

PERAN LITERASI KEUANGAN, *DIGITAL PAYMENT SYSTEM* DAN PENGGUNAAN INTERNET TERHADAP TINGKAT KEBERHASILAN OVO

* Frumeyza Chabella Safiudin¹, Sentot Imam Wahjono², Budi Wahyu Mahardhika³

^{1,2,3} Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surabaya, Kota Surabaya

* frumeyzachabellas@gmail.com

Informasi Artikel

Draft awal: 17 Juni 2024

Revisi : 21 Juni 2024

Diterima : 27 Juni 2024

Available online: 30 Juni 2024

Keywords: *Financial Literacy, Digital Payment System, Internet Use And OVO Success Rate*

Tipe Artikel : Research paper



Diterbitkan oleh Universitas Muhammadiyah Surabaya

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of financial literacy, digital payment systems and internet use on OVO success rates partially and simultaneously. This research uses a quantitative research approach with multiple linear regression analysis methods. Data processing was carried out using the SPSS 25 application, and the technique used in this research used a simple random sampling technique, where the research sample consisted of members of the OVO user community on Telegram social media. The results of the research that has been carried out show that there is a positive and significant influence simultaneously on financial literacy, digital payment systems and internet use on the success rate of OVO with a probability value of 0.000. The t-test that has been carried out shows that there is a positive and significant partial influence on financial literacy, digital payment systems and internet use on the success rate of OVO.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, digital payment system dan penggunaan internet terhadap tingkat keberhasilan OVO secara parsial dan simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan metode analisis regresi linier berganda. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 25, serta teknik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik simple random sampling, dimana sampel penelitian ini terdiri dari anggota komunitas pengguna OVO di sosial media Telegram. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan pada literasi keuangan, digital payment system dan penggunaan internet terhadap tingkat keberhasilan OVO dengan nilai probabilitas sebesar 0,000. Pada uji-t yang telah dilakukan, menunjukkan adanya pengaruh secara parsial yang positif dan signifikan pada literasi keuangan, digital payment system dan penggunaan internet terhadap tingkat keberhasilan OVO.

PENDAHULUAN

Menurut (Febrianti & Wahjono, 2023) *fintech* merupakan sebuah terobosan baru di bidang finansial, sebuah inovasi teknologi keuangan yang mana kini masyarakat dapat bertransaksi dengan mudah praktis dan efektif. Selain menjadi jembatan bagi mereka yang ingin melakukan transaksi keuangan tanpa perlu pergi ke tempat penyedia jasa keuangan, terdapat beberapa jenis *fintech* salah satunya adalah *digital payment system*. *Digital payment system* sebagai salah satu jenis *fintech*, yang saat ini kehadirannya berhasil menarik minat masyarakat dengan menyediakan layanan

bertransaksi secara mudah tanpa harus menggunakan uang tunai secara langsung. Terdapat 10 aplikasi *digital payment system* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia salah satunya adalah OVO yang berada di urutan ketiga, sedangkan aplikasi *digital payment system* yang berada di urutan pertama adalah Go-Pay. OVO merupakan salah satu aplikasi penyedia jasa yang memberikan kemudahan dalam bertransaksi secara non tunai, serta memberikan banyak penawaran bagi penggunaannya dalam melakukan transaksi dengan mitra kerja sama yang terpilih. Mudahnnya bertransaksi menggunakan *digital payment system*, tentunya tidak terlepas dari peran

internet sebagai akses untuk memperlancar jalannya suatu teknologi. Menurut (Pram, 2016) sistem pembayaran elektronik membutuhkan internet sebagai sarana perantara. Meski perkembangan telah mengarah pada hal yang lebih baik, namun terdapat beberapa hal yang tampaknya masih menjadi perhatian pemerintah salah satunya adalah tingkat literasi keuangan. Karena meski masyarakat mampu bertransaksi secara mudah, namun jika masyarakat belum memahami mengenai bagaimana pengelolaan keuangan dengan benar dan baik, serta belum paham dalam memilih mana produk dan layanan jasa keuangan yang patut mereka beri kepercayaan, hal ini hanya akan membawa kerugian karena kurangnya pemahaman literasi keuangan. Menurut (Nugraha, 2020) literasi keuangan adalah suatu kemampuan yang dimiliki oleh seorang individu dalam pengambilan keputusan keuangan dengan tujuan mencapai kesejahteraan dalam keuangan. Pada tahun 2019-2022 terhitung sejak tiga tahun tingkat literasi keuangan di Indonesia naik sebesar 11,65%. Peningkatan ini dapat dikatakan menakjubkan dibandingkan dengan peningkatan literasi keuangan selama enam tahun yang terjadi pada tahun 2013-2019 di mana hanya mengalami peningkatan sebesar 16,18%.

LANDASAN TEORI

Literasi Keuangan

Menurut (Arianti, 2021:2) literasi keuangan merupakan suatu ilmu yang harus dimiliki oleh setiap individu, tujuannya adalah agar individu dapat terhindar dari krisis keuangan. Menurut (Jenisila, 2021) literasi keuangan merupakan suatu pemahaman mengenai risiko dan konsep keuangan yang diterapkan dalam kehidupan untuk mencapai kesejahteraan hidup khususnya dalam hal keuangan. Menurut (Huston, 2010) dimensi dalam literasi keuangan dibagi menjadi dua bagian, yakni dimensi pemahaman dan penerapan. (Chen & Volpe, 1998) mendefinisikan bahwa literasi keuangan merupakan kemampuan seseorang dalam mengelola keuangan agar dapat hidup lebih sejahtera dimasa yang akan datang.

Menurut pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan adalah suatu pemahaman individu terhadap pengelolaan keuangan entah dalam pengambilan keputusan keuangan dalam jangka pendek atau bahkan pengambilan keputusan keuangan untuk jangka

panjang, selain itu literasi keuangan juga dapat membantu individu mampu untuk mempertimbangkan hal-hal yang perlu dipertimbangkan dalam mengelola biaya-biaya yang diperlukan. Karena semakin baik tingkat pemahaman dalam literasi keuangan maka semakin baik pula kemampuan individu dalam manajemen keuangan mereka. Menurut (Herlinawati & Krisnawati, 2021) tanpa adanya pemahaman literasi keuangan yang baik, maka akan mempersulit individu untuk membuat keputusan finansial yang baik dan benar. Inilah mengapa literasi keuangan dapat dikatakan penting, karena tanpa adanya pemahaman mengenai literasi keuangan seorang individu tidak akan dapat manajemen keuangan secara optimal.

Menurut Chen & Volpe (1998) terdapat beberapa indikator yang dapat dijadikan sebagai tolak ukur literasi keuangan pada seorang individu, yakni sebagai berikut : 1. Pemahaman yang merupakan pengetahuan dasar mengenai keuangan pribadi setiap individu, 2. Asuransi (Insurance) merupakan pengetahuan dasar seorang individu mengenai produk dan layanan asuransi yang tepat, 3. Investasi (Investment) ini juga merupakan pengetahuan dasar seorang individu terhadap produk-produk investasi mana yang benar-benar dapat menguntungkan bagi keuangan, 4. Tabungan dan Pinjaman (Saving and Borrowing) merupakan pengetahuan dasar yang tidak kalah penting untuk dimiliki individu, karena dengan adanya pengetahuan mengenai tabungan dan pinjaman setidaknya individu akan terhindar dari krisis.

Digital Payment System

Menurut Riska (2022) *digital payment system* merupakan metode bertransaksi yang mana metode tersebut hanya perlu menggunakan media elektronik tanpa perlu adanya objek lain seperti uang kertas ataupun cek. Menurut Puspita (2019) digital payment telah memberikan pandangan baru bagi masyarakat mengenai pembayaran non-tunai yang mana hal ini menjadikan transaksi lebih efisien, praktis dan aman. Menurut Trihasta & Fajaryanti (2008) pembayaran elektronik merupakan sistem bertransaksi yang kegiataannya dilakukan secara elektronik yang mana uang disimpan, di proses dan di terima dalam bentuk informasi digital serta proses pemindahannya di inisialisasi menggunakan alat pembayaran elektronik. Pembayaran secara digital dilakukan menggunakan software tertentu, kartu pembayaran dan uang elektronik.

Maka dapat disimpulkan bahwa digital payment merupakan suatu perkembangan teknologi mengenai kegiatan bertransaksi tanpa menggunakan uang tunai ataupun cek yang mana hal ini menjadikan transaksi dapat berjalan dengan lebih efektif dan efisien, selain itu dengan menggunakan digital payment system pengguna akan merasa lebih aman dan mudah, tanpa harus menyiapkan uang tunai terlebih dahulu, serta tanpa perlu merasa repot menunggu kembalian saat melakukan transaksi. Digital payment system sendiri memiliki beberapa jenis seperti e-wallet, mobile banking, internet banking, kartu perbankan dan masih terdapat beberapa lagi.

Menurut Puspita (2019) dalam Naufalia, (2022) terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan sebagai pengukur dalam digital payment system, berikut merupakan beberapa indikator tersebut yaitu :

1. **Kenyamanan**, menurut (Lau & Pradana, 2021) kenyamanan merupakan salah satu faktor penting, karena faktor ini dapat menjadi penentu bagi seorang konsumen dalam keinginan untuk menggunakan barang maupun jasa. Bila barang maupun jasa yang digunakan memberikan kenyamanan terhadap penggunaannya maka konsumen tersebut akan tetap menggunakan barang dan jasa tersebut. Kenyamanan adalah hal yang dicari oleh konsumen saat menggunakan barang ataupun jasa misalnya saja *digital payment system* yang berhasil memberikan kenyamanan tentunya akan dicari oleh konsumen.
2. **Kemudahan**, kemudahan menjadi pengukur dalam *digital payment system*, karena pada dasarnya digital payment system juga diciptakan untuk memberikan kemudahan dalam bertransaksi. Menurut (Wardani & Sari, 2021) kemudahan penggunaan adalah apabila seseorang menganggap bahwa teknologi yang digunakan memberikan kemudahan dalam penggunaan dan tidak memerlukan usaha yang lebih dalam penggunaannya.
3. **Manfaat**, menurut Davis (1989) dalam Wardani & Sari, (2021) kebermanfaatan atau manfaat merupakan hal yang dipercayai pengguna dalam penggunaan teknologi, bahwa dalam penggunaannya dapat meningkatkan kinerjanya. Karena pada dasarnya, pengguna akan berpikir positif mengenai manfaat-manfaat yang

dapat mereka terima dalam penggunaan suatu teknologi. Dengan menggunakan digital payment system, pengguna akan dapat merasakan manfaat seperti kenyamanan dalam bertransaksi, penghematan waktu dalam melakukan transaksi, serta penghematan biaya.

Penggunaan Internet

Menurut Rohaya (2019) internet merupakan sekumpulan jaringan komputer yang menyatukan satu hal dengan hal lainnya, misalnya seperti penghubungan situs akademik, organisasi, komersial dan bahkan internet dapat menjadi penghubung situs pemerintahan. Internet telah menjadi suatu penghubung antar manusia di seluruh dunia, dimana dengan internet individu dapat dengan mudah memperoleh suatu informasi, tidak hanya informasi di dalam negeri, bahkan informasi di seluruh dunia kini dapat diketahui dengan lebih mudah. Tentunya masih terdapat banyak manfaat yang diberikan dengan adanya internet, maka tidak heran mengapa di era digitalisasi saat ini banyak masyarakat yang telah menggunakan internet sebagai pendamping kehidupan mereka. Menurut (APJII, 2022) ada beberapa alasan yang menyebabkan masyarakat menggunakan internet, yang mana dapat dikatakan bahwa alasan-alasan ini juga yang menjadi penyebab naiknya jumlah pengguna internet setiap tahunnya.

Menurut Evayani et al. (2021) dengan adanya internet masyarakat dapat dengan mudah mengakses transaksi keuangan hanya dengan bermodalakan smartphone. Menurut penjelasan-penjelasan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa internet telah menjadi sebuah penghubung ataupun konektivitas selain antar manusia, juga menjadi penghubungan antar perangkat satu dengan yang lainnya. Menurut (Lindholm, 2014 dalam Reza, 2019) alasan mengapa konektivitas menjadi salah satu pengaruh karena semakin tinggi konektivitas maka akan semakin mempermudah pengguna dalam melakukan transaksi.

Menurut Chin dan Todd (1995) dalam (Almuntaha, 2008) terdapat beberapa indikator dalam penggunaan internet, yakni sebagai berikut :

1. **Manfaat**, manfaat dapat dilihat dari seberapa besar dampak positif yang diberikan dengan adanya penggunaan internet terhadap masyarakat. Seperti bagaimana mudahnya mendapatkan suatu informasi di dapatkan, seberapa

efektif dan efisiennya suatu pekerjaan dapat dilakukan dan diselesaikan, serta bagaimana besarnya kepercayaan seseorang terhadap penggunaan internet dalam menyelesaikan pekerjaan yang mereka miliki dengan harapan bahwa hal ini akan meningkatkan prestasi kerja seseorang.

2. **Efektifitas**, efektifitas merupakan suatu tingkat keberhasilan dalam penggunaan suatu teknologi tertentu, yang mana dalam ke efektifitassan penggunaan internet dapat membantu seseorang dalam melakukan aktifitas sehari-harinya. Selain itu dalam ke efektifitassan penggunaan internet seseorang diharapkan dapat mengembangkan kinerja pekerjaan mereka.
3. **Intensitas** merupakan pengukuran mengenai seberapa sering seseorang menggunakan internet selain sebagai sumber informasi, namun juga dapat menjadi sumber hiburan serta sumber edukasi yang lebih mudah.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini yakni menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan di dalam penelitian ini terdiri dari masyarakat yang telah menggunakan *digital payment* atau *e-wallet* OVO sebagai alat transaksi keuangan, yang mana menurut (Dewi dalam CNBCIndonesia, 2022) yang diterbitkan 28 juni 2022 jumlah pengguna aktif bulanan aplikasi OVO sebanyak 20,8 juta. Jenis pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling*. Pengambilan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan Tabel Krejcie-Morgan dengan tingkat kesalahan sebesar 5%, maka diperoleh sampel sebanyak 386 responden. Sumber data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini merupakan sumber data primer, yang data primer ini didapatkan dari penyebaran kuesioner melalui *google form* dan kuesioner tersebut disebar melalui media sosial. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, yang mana pengolahan datanya menggunakan alat SPSS 25. Dengan menggunakan uji validitas data, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier

berganda, uji T, uji F, uji koefisien determinasi (r^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Validitas Data

Uji validitas data yang telah dilakukan peneliti ada penelitian ini dengan menggunakan indikator dari variabel X1, X2, X3 dan Y semuanya memiliki nilai R hitung > dari R tabel (0,138). Maka dapat disimpulkan bahwa setiap variabel dalam penelitian dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Metode yang digunakan dalam uji reliabilitas adalah metode *Crobanch's Alpha*, dimana variabel literasi keuangan, *digital payment system*, penggunaan internet dan tingkat keberhasilan OVO dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Crobanch's Alpha* > 0,7. Setiap variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel karena memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0,7.

Uji Normalitas

Uji model Kolmogorov-Smirnov, menyatakan bahwa data dianggap dapat berdistribusi normal jika nilai Asymp Sig (2-tailed) > 0,05.

Tabel 1 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		179
Normal Parameters ^a	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,50106798
	n	
Most Extreme Differences	Absolute	,092
	Positive	,092
	Negative	-,042
Kolmogorov-Smirnov Z		1,234
Asymp. Sig. (2-tailed)		,095

a. Test distribution is Normal.

Sumber : Data primer diolah, 2023

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai Asymp Sig (2-tailed) diperoleh sebesar 0,095 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Suatu cara yang digunakan untuk melihat terjadi tidaknya gejala multikolinearitas dapat

dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*), yaitu apabila nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10,00 maka terjadi multikolinearitas.

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* setiap variabel > 0,10 dan nilai VIF < 10,00. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas terhadap variabel independen.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang digunakan untuk melihat apakah terjadi ketidaksamaan variasi atau *variance* dari nilai residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain dalam suatu model regresi.

Tabel 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a				Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	
1 (Constant)	,626	1,034		,605	,546
Literasi	-,006	,050	-,011	-,126	,900
Kuangan Digital	,067	,045	,125	1,509	,133
Payment System					
Penggunaan Internet	,003	,044	-,007	-,071	,944

a. Dependent Variable: absres

Sumber : Data primer diolah, 2023

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (Sig.) variabel X1, X2 dan X3 > 0,05. Maka dapat disimpulkan karena nilai Sig. ketiga variabel > 0,05 maka data dari variabel independen penelitian ini terhindar dari gejala heteroskedastisitas dan layak digunakan untuk menguji penelitian dengan model uji regresi linier berganda.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan suatu uji yang dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Model	Coefficients ^a				Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	2,697	1,392			1,937,0,54
Literasi	,244	,070	,234		3,509,001
Kuangan Digital					
Payment System	455	,067	,436		6,840,000
Penggunaan Internet	,151	,061	,170		2,498,013

a. Dependent Variable: Tingkat Keberhasilan OVO

Sumber : Data primer diolah, 2023

Persamaan regresi linear berganda yang didapat adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 2,697 + 0,244X_1 + 0,455X_2 + 0,151X_3$$

Interpretasi dari persamaan regresi linier berganda di atas adalah sebagai berikut :

Konstanta (a) adalah sebesar 2,697 yang mana artinya apabila variabel bebas bernilai 0, maka variabel terikat bernilai 2,697.

Nilai Koefisien Literasi Keuangan (X1) adalah sebesar 0,244. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang positif antara literasi keuangan terhadap tingkat keberhasilan OVO. Dimana jika literasi keuangan mengalami kenaikan 1%, maka nilai tingkat keberhasilan OVO akan naik sebesar 0,244

Nilai Koefisien *Digital Payment System* (X2) adalah sebesar 0,455. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang positif antara *digital payment system* terhadap tingkat keberhasilan OVO. Dimana jika *digital payment system* mengalami kenaikan 1%, maka tingkat keberhasilan OVO akan naik sebesar 0,455.

Nilai Koefisien Penggunaan Internet (X3) adalah sebesar 0,151. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang positif antara penggunaan internet terhadap tingkat keberhasilan OVO. Dimana jika penggunaan internet mengalami kenaikan 1%, maka tingkat keberhasilan OVO akan naik sebesar 0,151.

Tabel 3 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Uji T (Secara Parsial)

Tabel 4 Hasil Analisis Uji T

Model	Coefficients ^a			
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
	B	Std. Error	Beta	t
1 (Constant)	2,697	1,392		1,937
Literasi Keuangan	,244	,070	,234	3,509
Digital Payment System	455	,067	,436	6,840
Penggunaan Internet	,151	,061	,170	2,498
				Sig.
				,054
				,001
				,000
				,013

a. Dependent Variable: Tingkat Keberhasilan OVO

Sumber : Data primer diolah, 2023

Dari tabel di atas, didapatkan nilai signifikan (Sig.) setiap variabel bebas, yakni literasi keuangan, digital payment system dan penggunaan internet adalah $< 0,05$. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_1 , H_2 dan H_3 diterima.

Uji F (Simultan)

Tabel 5 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	351,455	3	117,152	51,11	,000 ^b
	Residual	401,071	175	2,292		
	Total	752,525	178			

a. Dependent Variable: Tingkat Keberhasilan OVO

b. Predictors: (Constant), Penggunaan Internet, Digital Payment System, Literasi Keuangan

Sumber : Data primer diolah, 2023

Dari tabel di atas dapat diketahui nilai signifikan (Sig.) adalah $0,000 < 0,05$, dimana hal ini sesuai dengan pengambilan keputusan dalam uji F. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_4 diterima, dimana variabel literasi keuangan (X_1), *digital payment system* (X_2) dan penggunaan internet (X_3) berpengaruh secara simultan dan positif terhadap tingkat keberhasilan OVO (Y).

Koefisien Determinasi (r^2)

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,683 ^a	,467	,458	1,51388

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Internet, Digital Payment System, Literasi Keuangan

Sumber : Data primer diolah, 2023

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai R-Square adalah sebesar 0,467 atau sebesar 46,7%, dimana hal ini mengartikan bahwa variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini memiliki kemampuan dalam menjelaskan variabel dependen sebesar 46,7% sedangkan sisanya 53,3% dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Literasi Keuangan, *Digital Payment System* dan Penggunaan Internet terhadap Tingkat Keberhasilan OVO. Berikut adalah pembahasan dari hasil analisis yang telah dilakukan di dalam penelitian ini :

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Tingkat Keberhasilan OVO

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan adanya pengaruh Literasi Keuangan terhadap Tingkat Keberhasilan OVO, dimana nilai signifikansi (Sig.) Literasi Keuangan didapatkan sebesar $0,001 < 0,05$ dengan nilai yang positif sebesar 0,234 atau sebesar 23,4%, yang berarti Literasi Keuangan berpengaruh positif terhadap Tingkat Keberhasilan OVO. Hal ini juga menunjukkan bahwa apabila literasi keuangan ditingkatkan 1 item maka tingkat keberhasilan OVO akan meningkat sebesar 23,4%.

Nilai yang didapatkan variabel literasi keuangan sebesar 23,4% tergolong kecil karena kemungkinan adanya faktor lain seperti karakteristik responden yang mana mayoritas responden masih berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa, itulah mengapa perlu adanya penyuluhan atau pelatihan mengenai literasi keuangan, agar setidaknya anggota memiliki pembekalan mengenai pengelolaan keuangan yang baik.

Maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima yang menyatakan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Keberhasilan OVO dan penelitian ini di dukung oleh penelitian (Siswanti, 2023) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *digital payment*. Serta penelitian yang dilakukan oleh (Long et al., 2023) menemukan bahwa individu dengan tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi lebih sering menggunakan *e-payment*.

Pengaruh Digital Payment System terhadap Tingkat Keberhasilan OVO

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan adanya pengaruh *Digital Payment System* terhadap Tingkat Keberhasilan OVO. Hal ini terlihat melalui nilai signifikansi (Sig.) sebesar $0,000 < 0,05$ serta nilai yang positif sebesar 0.458 atau sebesar 45,8% yang menunjukkan bahwa *Digital Payment System* memiliki pengaruh yang positif terhadap Tingkat Keberhasilan OVO. Hal ini juga menunjukkan apabila instrumen *digital payment system* dinaikkan 1 item maka akan meningkatkan tingkat keberhasilan OVO sebesar 45,8%.

Nilai yang didapatkan variabel literasi keuangan sebesar 23,4% tergolong kecil karena kemungkinan adanya faktor lain seperti karakteristik responden yang mana mayoritas responden masih berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa, itulah mengapa perlu adanya penyuluhan atau pelatihan mengenai literasi keuangan, agar setidaknya anggota memiliki pembekalan mengenai pengelolaan keuangan yang baik.

Maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima yang menyatakan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Keberhasilan OVO dan penelitian ini di dukung oleh penelitian (Siswanti, 2023) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *digital payment*. Serta penelitian yang dilakukan oleh (Long et al., 2023) menemukan bahwa individu dengan tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi lebih sering menggunakan *e-payment*.

Pengaruh Digital Payment System terhadap Tingkat Keberhasilan OVO

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan adanya pengaruh *Digital Payment System* terhadap Tingkat Keberhasilan OVO. Hal ini terlihat melalui nilai signifikansi (Sig.) sebesar $0,000 < 0,05$ serta nilai yang positif sebesar 0.458 atau sebesar 45,8% yang menunjukkan bahwa *Digital Payment System* memiliki pengaruh yang positif terhadap Tingkat Keberhasilan OVO. Hal ini juga menunjukkan apabila instrumen *digital payment system* dinaikkan 1 item maka akan meningkatkan tingkat keberhasilan OVO sebesar 45,8%.

Nilai yang didapatkan variabel *digital payment system* adalah sebesar 43,6% terbilang cukup besar, hal ini kemungkinan karena

beberapa faktor seperti mayoritas responden yang berusia 17-25 tahun yang mana generasi muda inilah yang lebih banyak menggunakan *digital payment system* dibandingkan responden dengan usia 40 tahun keatas.

Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_2 diterima yang menyatakan bahwa *Digital Payment System* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Tingkat Keberhasilan OVO dan hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Lau & Pradana, 2021) yang berpendapat bahwa keamanan dan nyaman memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dalam penggunaan *mobile payment*. Kemudian penelitian (Rossaliova et al., 2022) berpendapat bahwa kemudahan penggunaan dan kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Pengaruh Penggunaan Internet terhadap Tingkat Keberhasilan OVO

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan di dalam penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh Penggunaan Internet terhadap Tingkat Keberhasilan OVO. Hal ini dapat dilihat dimana nilai signifikansi (Sig.) Penggunaan Internet didapatkan sebesar $0,013 < 0,05$ dengan nilai yang positif sebesar 0.170 atau sebesar 17,0% ini membuktikan bahwa Penggunaan Internet berpengaruh positif terhadap Tingkat Keberhasilan OVO. Apabila instrumen penggunaan internet ditambah 1 item maka akan meningkatkan tingkat keberhasilan OVO sebesar 17,0%.

Kecilnya nilai yang didapatkan variabel penggunaan internet kemungkinan besar karena kurangnya pemahaman anggota komunitas mengenai manfaat, intensitas dan efektifitas dalam penggunaan internet sebagai akses mempelancar *digital payment* OVO ketimbang penggunaan internet dalam mencari informasi dan sebagai akses sosial media. Selain itu beberapa kemungkinan dapat terjadi seperti mayoritas responden yang mana mayoritas perempuan dan responden dengan mayoritas usia 17-25 tahun yang biasa menggunakan internet sebagai akses media sosial.

Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa apabila manfaat, intensitas dan keefektifan penggunaan internet pada masyarakat ditingkatkan, maka akan membuat mereka lebih sering menggunakan transaksi secara digital. Penelitian ini menerima H_3 yang menyatakan bahwa Penggunaan Internet berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Keberhasilan

OVO dan hasil ini didukung pula oleh penelitian yang dilakukan oleh Antonijević et al., (2023) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara penggunaan internet terhadap melakukan pembayaran digital, karena ini menunjukkan bahwa adanya peran penting antara infrastruktur dan keterjangkauan internet.

Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Payment System dan Penggunaan Internet Terhadap Tingkat Keberhasilan OVO

Berdasarkan tabel uji hipotesis terlihat bahwa secara simultan Literasi Keuangan, Digital Payment System dan Penggunaan Internet berpengaruh terhadap Tingkat Keberhasilan OVO. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi (Sig.) yang didapatkan sebesar $0,000 < 0,05$ dan juga nilai yang didapatkan sebesar 0.458 atau sebesar 45,8% hal ini mengartikan adanya pengaruh yang positif terhadap Tingkat Keberhasilan OVO.

Tingkat Keberhasilan OVO dapat dikatakan telah berhasil apabila sering memberikan informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi yang digunakan dan bagaimana sistem informasi tersebut mampu memberikan hasil pada pengguna antara harapan dan kenyataan terhadap suatu sistem yang mereka gunakan. Maka dengan ini H4 diterima yang menyatakan bahwa Literasi Keuangan, Digital Payment System dan Penggunaan Internet berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Keberhasilan OVO.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh Literasi Keuangan, *Digital Payment System* dan Penggunaan Internet terhadap Tingkat Keberhasilan OVO pada grup media sosial *Telegram Tim OVO Playground*. Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut.

Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap tingkat keberhasilan OVO dalam grup media sosial *Telegram Tim OVO Playground*, maka H₁ diterima.

Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel *digital payment system* berpengaruh secara positif dan signifikan

Improvement: Jurnal Manajemen dan Bisnis
Vol. 4 No. 1 Maret 2024

terhadap tingkat keberhasilan OVO dalam media sosial *Telegram Tim OVO Playground*, maka H₂ diterima.

Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel penggunaan internet berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap tingkat keberhasilan OVO dalam grup media sosial *Telegram Tim OVO Playground*, maka H₃ diterima.

Hasil pengujian hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan, *digital payment system* dan penggunaan internet memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat keberhasilan OVO dalam grup media sosial *Telegram Tim OVO Playground*, maka H₄ diterima.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka penelitian memberikan beberapa saran sebagai berikut :

Bagi grup komunitas diharapkan dapat memperbanyak penyuluhan, pelatihan ataupun sosialisasi dalam meningkatkan literasi keuangan. Dimana hal ini tentunya akan membuat anggota dalam komunitas menjadi lebih memahami lagi pentingnya literasi keuangan bagi individu dalam pengelolaan keuangan serta dalam memilih instrumen keuangan yang baik dan benar. Hingga individu dapat menghindari krisis keuangan yang kemungkinan akan terjadi.

Bagi pelaku bisnis yang ada di dalam grup diharapkan mampu untuk dapat memberikan kepuasan kepada pengguna dengan meningkatkan hal-hal yang perlu diperbaiki dalam penggunaan *digital payment system* misalnya seperti pelayanan dalam melakukan transaksi dengan para *merchant* yang mana hal ini tentunya akan membawa keberhasilan yang sesuai dengan sistem yang telah diterapkan.

Selain itu perlu bagi pengelola komunitas untuk membuat *event* yang menarik bagi anggota komunitas guna meningkatkan penggunaan internet dalam melakukan transaksi menggunakan OVO.

Bagi peneliti selanjutnya agar dapat menggunakan variabel lain, selain literasi keuangan, *digital payment system* dan penggunaan internet. Serta dapat menambahkan pengeluaran dan pendapatan sebagai karakteristik responden.

DAFTAR PUSTAKA

- (OJK), O. J. K. (2022). Infografis Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022. Otoritas Jasa Keuangan. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Pages/Infografis-Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-Tahun-2022.aspx>
- Aditia, A. M., Latianingsih, N., & Wijayanty, M. (2017). Pengaruh Penggunaan Internet Sebagai Media Belajar Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta. *Administrasi Bisnis Terapan*, 14(1), 9–18.
- Almuntaha, E. (2008). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengadopsian Teknologi Internet Banking Oleh Nasabah Di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi*, 1(1), 21
- Anggraini, F. (2022). Pengaruh Fundraising, Product Testing, Relationship Reliability Dan Awareness-Raising Terhadap Kinerja Crowdfunding Platform. Skripsi, November.
- Antasari, K. C., & Yaniartha S, P. D. (2015). Pengaruh Efektivitas Sistem Informasi Akuntansi Dan Penggunaan Teknologi Informasi Pada Kinerja Individual Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Journal Akuntansi Universitas Udayana*, 10(2), 354–369.
- Antonijević, M., Ivanović, Đ., & Vukmirović, V. (2023). Is There a Relationship between Making Digital Payments and Internet Usage, Digital Skills, and Education Worldwide? *Proceeding Paper*, 85(11), 3. <https://doi.org/10.3390/proceedings2023085011>
- APJII. (2022). Profil Internet Indonesia 2022. In *Apji.or.Od* (Issue June). apji.or.id
- Apriliana, R. marisa. (2020). Peran Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan Go-Pay: Perspektif Ekonomi Islam Di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Indonesia. *Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia*. Arianti, B. F. (2021). Literasi Keuangan (Teori Dan Implementasinya) Baiq Fitri Arianti Penerbit Cv. Pena Persada. Thesis Common, 251. <https://doi.org/10.31237/osf.io/t9szm>
- Arianti, B. F., Azzahra, K., Prastiani, S. C., Anggun Putri, Romadhina, & Handayani, H. R. (2021). Memahami Penggunaan Financial Technology di Era Society 5.0. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Jamak Improvement: Jurnal Manajemen dan Bisnis* Vol. 4 No. 1 Maret 2024
- (Manajemen & Akuntansi), 4(01), 48–62. <http://ejournalpolnam.ac.id/index.php/JPMJ/article/view/675%0Ahttp://ejournalpolnam.ac.id/index.php/JPMJ/article/viewFile/675/500>
- Asyifa, N. N. (2020). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas informasi, Kualitas Layanan Dan Kemudahan Pengguna Terhadap Kepuasan Pengguna sistem informasi Akademik Mahasiswa (SIAM) Universitas Brawijaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 10–27. 76 <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7184>
- Aulia, S., & Wahjono, S. I. (2023). PERKEMBANGAN SISTEM P2P PERBEDAANNYA DENGAN PINJAMAN ONLINE. March. Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An Analysis Of Personal Financial Literacy Among College Students. *Financial Services Review*, 7(2), 107–128. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S1057-0810\(99\)80006-7](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S1057-0810(99)80006-7)
- Dahri, M. (2020). Jenis Variabel Dan Skala Pengukuran, Perbedaan Statistik Deskriptif Dan Inferensial.
- Damayanti, S. (2019). Strategi Keberhasilan Pemerintah Daerah Rokan Hulu Dalam Mengembangkan Badan Usaha Milik Desa Sumber Rezeki Desa Kota Raya Kecamatan Kunto Darussalam Tahun 2016. 6(Januari-Juni), 1–12. DeLone, W. H., & McLean, E. R. (1992). Information systems success: The quest for the dependent variable. *Information Systems Research*, 3(1), 60–95. <https://doi.org/10.1287/isre.3.1.60>
- Dewi, I. R. (2022). Peta Kompetensi Dompot Digital Indonesia, Siapa Lebih Unggul? CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220628115548-37-350996/peta-kompetisi-dompot-digital-indonesia-siapa-lebih-unggul>
- Dewi, I. R., & Indonesia, C. (2022, June). Peta Kompetensi Dompot Digital Indonesia, Siapa Lebih Unggul? CNBC Indonesia, 1. <https://www.cnbcindonesia.com/>
- Digital, M. (2022). Ini 5 Alasan GoPay Jadi Pemimpin Pasar Dompot Digital. *Bisnis.Com*. <https://finansial.bisnis.com/read/20221129/563/1603462/ini-5-alasan-gopay-jadi-pemimpin-pasar-dompot-digital>
- Evayani, E., Ariani, D., & Dinaroe, D. (2021).

- Analisis Pengukuran Minat Pengguna Aplikasi Paytren Dalam Penggunaan Mobile Payment Di Aceh. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, 7(1), 45–65. <https://doi.org/10.24815/jped.v7i1.20263>
- Febrianti, V., & Wahjono, S. I. (2023). Peran Fintech Dalam Perekonomian Di Indonesia (Meningkatkan Keuangan Inklusif Pada UMKM). *March*, 1–25. Fikri, M. (2019). Bersaing Dengan GoPay, Ini Alasan OVO “Bakar Duit.” *CNBC Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190130132753-3753060/bersaing-dengan-gopay-ini-alasan-ovo-bakar-duit>
- Firmansyah, M. R., Wahjono, S. I., Marina, A., & Yulianti, R. (2023). Bahan ajar fintek & iot. *June*. Gustiono, D. (2019, April). DeLone & McLean Is Success Model. *Binus University School Of Information Systems*, 1. <https://sis.binus.ac.id/2019/04/11/delone-mclean-is-success-model/>
- Herlinawati, L., & Krisnawati, A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Penggunaan OVO Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Bandung 77 The Effect Of Financial Literation On The Decision Of Using OVO In Housewives In Bandung City. *Telkom University*, 8(3). Hermawati, N. L. (2023). Pengaruh Quality Of Work Life, Konflik Kerja Dan Budaya Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT.Bank Rakyat Indonesia Unit CAB.Kusuma Bangsa Surabaya. *Skripsi*. Huston, S. J. (2010). Measuring Financial Literacy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 296–316. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01170.x>
- Jenisila, A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Tingkat Pendapatan, dan Gaya Hidup terhadap Kemampuan Pengelolaan Keuangan. 1–164. Lau, S., & Pradana, M. N. R. (2021). Pengaruh keamanan, kecepatan transaksi dan kenyamanan terhadap penggunaan mobile payment. *KINERJA: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 18(2), 288–295. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA/article/view/7938>
- Long, T. Q., Morgan, P. J., & Yoshino, N. (2023). Financial Literacy, Behavioral Traits And E-Payment Adoption And Usage In Japan. *Financial Innovation*, 101(9). <https://doi.org/10.1186/s40854-023-00504-3>
- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing research: an applied orientation*. 6th ed. New Jersey: Prentice-Hall. Upper Saddle River, NJ Pearson Education, Inc , 2010.
- Narastrri, M. (2020). Financial technology (Fintech) Di Indonesia Ditinjau Dari Perspektif Islam. *Indonesia Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IILJSE)*, 2(2), 155–170. <https://doi.org/10.4324/9780429344015-2>
- Naufalia, V. (2022). Pengaruh Digital Payment Dan E-Service Quality Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pengguna Shopee. *JASDIM Nusa Mandiri*, 01(1), 1–9.
- Naution, D. A., Hasibuan, R. R. A., & Prayoga, R. (2021). Tingkat Perkembangan Fintech (Financial Technology), Pemahaman Fintech (Financial Technology) dan Minat Mahasiswa UIN Sumatera Utara. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 9080–9090. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/2423>
- Nizar, M. A. (2017). Teknologi Keuangan (Fintech): Konsep dan Implementasinya di Indonesia. *Warta Fiskal*, 5(15), 13. https://www.researchgate.net/publication/323629323_Teknologi_Keuangan%0Aan_Fintech_Konsep_dan_Implementasinya_di_Indonesia.%0D
- Nugraha, R. I. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan (Studi Kasus UMKM Sektor Perdagangan di Wilayah Kota Tasikmalaya) [Universitas Islam Indonesia]. <https://all3dp.com/2/fused-deposition-modeling-fdm-3d-printing-simply-explained/>
- OJK. (2021). Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021 - 2025. In *Ojk.Go.Id*. <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Kuangan-Indonesia-2021-2025.aspx> 78
- Populix. (2022). Consumer Preference Towards Banking and E-Wallet Apps. In *Populix.Co*. <https://info.populix.co/report/digital-banking-survey/> Pram. (2016, March). Layanan E-payment Bakal Marak di Indonesia. *Berita Bethel*. <https://www.beritabethel.com/artikel/detail/892>
- Puspita, Y. C. (2019). Analisis Kesesuaian Teknologi Penggunaan Digital Payment Pada Aplikasi Ovo. *Jurnal Manajemen Informatika*, 09(02), 121–128. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.p>

- [hp/jurnal-manajemen
informatika/article/view/29471/26993](http://hp/jurnal-manajemen.informatika/article/view/29471/26993)
- Rasyid, A. P. (2017). Pengaruh Teknologi Informasi dan Struktur Organisasi Terhadap Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Pada Kantor Badan Pusat Statistika Kab. Luwu.
- Reza, Y. (2019). Analisis Faktor-Faktor Sukses Sistem E-Payment. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 3(1), 1–22.
- Riska. (2022). Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI IAIN PAREPARE (Analisis Ekonomi Islam).
- Rodiah, S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Generasi Milenial Kota Semarang Skripsi. Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents, 5(2), 40–51.
- Rohaya, S. (2019). Internet : Pengertian, Sejarah, Fasilitas dan koneksi. *Geopolitics and International Boundaries*, 2(1), 1–16. <http://digilib.uin suka.ac.id/362/1/>
- Rossalianova, P. R., Kusumadewi, R., & Layaman. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Kegunaan Terhadap Kepuasan Pengguna E-Wallet Dana. 1–15.
- Septiana, S. (2022). Pengaruh Kemudahan Akses Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Digital Payment Shopeepay Dikalangan Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Tahun 2019 Uin Sultan Maulana Hasanuddin Banten). <http://repository.uinbanten.ac.id/id/eprint/8858>
- Siswanti, T. (2023). Jurnal Bisnis dan Akuntansi Unsurya Jurnal Bisnis dan Akuntansi Unsurya. *Bisnis Dan Akuntansi Unsurya*, 8(2), 30–43. <https://doi.org/https://doi.org/10.35968/jbau.v8i1.1017>
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kauntitatif Kualitatifn Dan
- R&D. Trihasta, D., & Fajaryanti, J. (2008). “E-payment” SISTEM. Seminar Ilmiah Nasional Komputer Dan Sistem Intelijen, Kommit, 20–21.
- Wahjono, S. I. (2020). Bahan Ajar Metodologi Penelitian.
- Wahjono, S. I., Marina, A., & Kurniawati, T. (2021). *Crowdfunding Untuk Danai UKM dan Bisnis Start-Up*. Syiah Kuala University Press.
- Wahjono, S. I., Surabaya, U. M., Ratih, T., & Surabaya, U. M. (2023). POTENSI 79 FINTEK YANG BERPENGARUH DI UKM " CANOI " Nama : Trihana Ratih _ 20201221134. June.
- Wardani, G. O. P., & Sari, R. C. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kebermanfaatan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Financial Technology Sistem Pembayaran. *Kajian Ilmu Akuntansi*, 9(7), 1–17.
- Wijaya, I. U. (2022). The Effect of Fintech on the Financial Performance of Sharia Banking. *JEKAMI: Journal of Accounting*, 2(2), 56–64. <https://pusdig.web.id/akuntansi/article/view/144%0Ahttps://pusdig.web.id/akuntansi/article/download/144/170>