

Menakar Keraguan Penggunaan QR Code Dalam Transaksi Bisnis

by

Ni Luh Novi Arianti ⁽¹⁾

Gede Sri Darma ⁽²⁾

Luh Putu Mahyuni ⁽³⁾

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk ⁽¹⁾

Universitas Pendidikan Nasional ⁽²⁾

Universitas Pendidikan Nasional ⁽³⁾

noviarianti1911@gmail.com ⁽¹⁾

sridarma@undiknas.ac.id ⁽²⁾

mahyuniluhputu@undiknas.ac.id ⁽³⁾

ABSTRACT

Currently payment using the QR code is one of the most important in mobile payment. Based on data from the Bali Provincial Statistics Agency in 2017, the highest number of cellular phone users was Denpasar Regency, which was equal to 80.88% while the lowest user was Bangli Regency, which was 53.26%. The purpose of this study is to analyze customer acceptance in the use of mobile payment specifically the QR Code and find out the strategies used in order to expand the reach of QR Code. The writing method is qualitative with interviews and documentation with the merchant QR Code and customers who make mobile payment transactions. The results of the study include acceptance of qr code in business transactions, so it can be concluded that the QR Code has not been accepted in business transactions and the provision of information still needs to be improved by implementing better strategies and socialization from the bank so that the program being launched runs as expected. The results of this study are expected to contribute to the banks regarding the programs that have been implemented, especially payment methods with qr code, can be used as a reference by leaders and marketing in banking companies in decision making and also as a guide for developing banking payment methods and making payment methods a solution future payment.

Keywords: Mobile Payment, QR Code, Branchless Banking, Bali, Financial Technology, Technology Acceptance Model

ABSTRAK

Saat ini pembayaran menggunakan *QR Code* merupakan salah satu yang paling utama dalam *mobile payment*. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Provinsi Bali tahun 2017, pengguna telepon seluler tertinggi adalah Kabupaten Denpasar, yaitu sebesar 80,88% sedangkan pengguna terendah adalah Kabupaten Bangli, yaitu sebesar 53,26%. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis penerimaan nasabah dalam penggunaan *mobile payment* khususnya *QR Code* dan mengetahui strategi yang digunakan dalam rangka memperluas jangkauan penggunaan *QR Code*. Metode penulisan yaitu kualitatif dengan wawancara dan dokumentasi dengan merchant *QR Code* dan nasabah yang melakukan transaksi *mobile payment*. Hasil penelitian ini mencangkup penerimaan *QR Code* dalam transaksi bisnis. Maka dapat disimpulkan bahwa *QR Code* belum dapat diterima dalam transaksi bisnis dan pemberian informasinya masih perlu ditingkatkan lagi dengan penerapan strategi yang lebih baik dan sosialisasi dari pihak perbankan sehingga program yang dicanangkan berjalan sesuai harapan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pihak perbankan mengenai program yang telah dijalankan khususnya metode pembayaran dengan *QR Code*, dapat dijadikan acuan oleh pimpinan dan marketing di perusahaan perbankan dalam pengambilan keputusan dan juga sebagai pedoman untuk mengembangkan metode pembayaran perbankan dan menjadikan metode pembayaran tersebut solusi pembayaran di masa depan.

Kata kunci: *Mobile Payment, QR Code, Branchless Banking, Bali, Financial Technology, Technology Acceptance Model*

I. PENDAHULUAN

Setiap negara mempunyai tujuan untuk melakukan perubahan dan berevolusi agar dapat mengikuti perkembangan jaman. Dunia saat ini sedang mengalami revolusi keempat atau yang lebih dikenal dengan era revolusi 4.0 dimana yang terjadi adalah kurangnya peran tenaga manusia sebagai operator melainkan lebih banyak terjadi interaksi antara mesin dan mesin. Berdasarkan evaluasi awal tentang kesiapan negara dalam menghadapi revolusi industri 4.0 Indonesia diperkirakan sebagai negara dengan potensi tinggi. Dari hal tersebut, dapat dikatakan bahwa Indonesia harus siap menghadapi revolusi industri 4.0 (Ghiffar, 2018; Dewi dan Darma, 2019; Darma, 2019).

Digitalisasi merupakan keadaan dimana terjadinya perlipatgandaan perubahan secara eksponensial, yaitu semakin hari perubahan semakin cepat. Secara tidak langsung masyarakat juga dituntut harus berpikir dan bertindak cepat karena di era disruption siapa pun yang tidak melakukan tindakan atau menunggu akan tergusur sehingga semakin lama jaman pun yang akan melenyapkannya. Saat ini semua yang masyarakat inginkan dapat dijangkau dengan mudah kapanpun dan dimanapun. Semua keputusan atau langkah yang diambil sangat ditentukan oleh bagaimana cara berpikir masyarakat. Solusi untuk menghadapi digitalisasi adalah dengan cara melaksanakan strategi. Strategi untuk melangkah maju dan menentukan arah yang akan dituju (Darma, 1999; Kotler, 2016; Ferdiana dan Darma, 2019; Darma, 2018; Agung dan Darma, 2019; Putra dan Darma, 2019).

Melewati jaman perubahan dapat dilakukan dengan mudah jika semua masyarakat dapat bersinergi dengan menghindari terjadinya pertikaian internal. Kekompakan yang menghasilkan energi positif hendaknya dapat dibangun di dalam organisasi. Saling bertukar pengetahuan pun merupakan cara terbaik yang dapat dilakukan. Menurut Kanematsu dan Barry dikutip dari Subekti (2018) menyiapkan lulusan yang berkualitas dan mampu bersaing secara global, dan menguasai perkembangan teknologi merupakan hal yang penting untuk semua orang dan penting bagi masa depan suatu negara. Dengan demikian, dalam mengikuti perubahan jaman era digital ini, meningkatkan pengetahuan atau pendidikan merupakan salah satu cara agar masyarakat dapat bersaing dalam pesatnya perkembangan teknologi (Darma dkk, 2019).

Sistem keuangan adalah sebuah tatanan perekonomian dalam suatu negara yang berperan dalam berbagai jasa keuangan yang diselenggarakan oleh lembaga keuangan. Tugas utama sistem keuangan adalah mengalihkan dana yang tersedia dari penabung kepada pengguna dana untuk kemudian digunakan membeli barang dan jasa-jasa di samping untuk

investasi sehingga ekonomi dapat tumbuh dan meningkatkan standar kehidupan. Oleh karena itu, sistem keuangan memiliki peran yang sangat prinsipil dalam perekonomian dan kehidupan (Dewi dan Darma, 2016).

Peranan perbankan sebagai salah satu sektor keuangan yang berpengaruh terhadap perekonomian negara mempunyai tugas yang sangat penting untuk mendukung kegiatan ekonomi (Supit dan Darma, 2018). Era digital saat ini menuntut perbankan untuk melahirkan inovasi baru dan meningkatkan pelayanan kepada nasabah dengan mengurangi transaksi di dalam kantor, melainkan transaksi yang dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Peningkatan layanan perbankan dapat dilakukan dengan cara mengedepankan kualitas produk dan teknologi penunjang penggunaan produk tersebut. Perbankan sebagai lembaga keuangan memiliki peranan yang sangat penting dalam mengelola keuangan masyarakat, yaitu sebagai lembaga yang menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional kearah peningkatan kesejahteraan masyarakat (Rusmahadewi dan Darma, 2018).

Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 19/POJK/03/2014 tentang Layanan Keuangan Tanpa Kantor dalam Rangka Keuangan Inklusif, yang dimaksud dengan keuangan inklusif adalah keadaan dimana seluruh masyarakat dapat menjangkau akses layanan keuangan secara mudah dan memiliki budaya mengoptimalkan penggunaan jasa keuangan. Besar harapan layanan ini dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia yang belum bisa mengakses layanan perbankan. Usaha yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam meningkatkan indeks inklusi keuangan Indonesia diwujudkan melalui program *branchless banking* atau yang disebut dengan layanan keuangan tanpa kantor (Dewi dan Darma, 2016).

Gerakan Nasional Non Tunai yang disampaikan Menteri Perekonomian tanggal 14 Agustus 2014, memberikan manfaat peningkatan efisiensi dan produktifitas keuangan yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat sebagaimana diindikasikan oleh peningkatan *velocity of money*. Teknologi di era mobile salah satunya adalah sistem pembayaran menggunakan *smartphone* yang disebut sebagai *mobile payment*. Dalam buku undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) m-payment merupakan salah satu bentuk transaksi keuangan dari pemakai produk keuangan tertentu kepada merchant tertentu yang juga menyediakan layanan terhadap cara transaksi demikian. Bentuk m-payment antaranya adalah transfer melalui sms banking (Mawarrini, 2017).

Mobile payment dapat didefinisikan sebagai perangkat yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran dengan menggunakan perangkat *mobile* termasuk *handset*

nirkabel, *personal digital assistant* (PDA), perangkat frekuensi radio (RF), dan perangkat berbasis komunikasi. Perkembangan *financial teknologi* (*fintech*) didasari oleh kebutuhan konsumen. Banyak permasalahan yang dapat diselesaikan dengan adanya *fintech*. Contohnya saja permasalahan dalam metode pembayaran. Metode pembayaran yang dikenal masyarakat saat ini adalah berupa uang tunai, kartu debit, dan kartu kredit. Sebagai alternative lain, *fintech* hadir dengan menawarkan sistem pembayaran baru berupa *e-money*, *internet banking*, *mobile banking*, dan *quick response (QR) code* (Mawarrini, 2017).

Dengan *mobile payment* kecepatan transaksi dalam menyelesaikan pembayaran sangat penting karena konsumen tidak perlu menginput data kartu kredit ataupun kartu debit. Cukup dengan *scanning QR Code smartphone* saat melakukan pembayaran. Transaksi akan terselesaikan dalam waktu yang singkat tanpa melibatkan uang tunai. Saat ini pembayaran menggunakan QR Code merupakan salah satu yang paling utama dalam *mobile payment*. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Provinsi Bali tahun 2017, pengguna telepon seluler tertinggi adalah Kabupaten Denpasar, yaitu sebesar 80,88 % sedangkan pengguna terendah adalah Kabupaten Bangli, yaitu sebesar 53,26 %. Melihat data tersebut bahwa dengan menggunakan telepon seluler dapat memanfaatkan fasilitas *QR Code* sebagai sarana transaksi bisnis. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengetahui penerimaan *QR Code* dalam transaksi bisnis.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Era Revolusi 4.0

Dalam sejarah dunia, revolusi industri terjadi karena dipicu oleh inovasi baru yang sanggup mengubah seluruh tatanan sosial, ekonomi, dan budaya. Mereka yang menolak berinovasi akan tertinggal jauh. Inovasi di bidang teknologi telah menguasai sektor apa pun dan ada dimana-mana. Jika dulu teori piramida kebutuhan Maslow menyebutkan bahwa kebutuhan dasar (*physical needs*) menjadi landasan piramida, di masa depan yang akan berada pada landasan piramida itu adalah *data connection needs* alias kebutuhan terhadap akses data, karena masyarakat seakan-akan tidak dapat hidup tanpa adanya akses data. Peranti pintar (*smart device*) saat ini sudah menjadi bagian dari keseharian masyarakat Indonesia. Saat bekerja, dalam perjalanan, menunggu antrean, bahkan saat makan, kita selalu menyempatkan diri menggunakan peranti pintar untuk berbagai keperluan (Dewi dan Darma, 2019).

2. Digitalisasi Perbankan

Menurut Rhenald Khasali (2017), disruption adalah sebuah inovasi yang berpotensi menggantikan teknologi lama yang serba fisik dengan teknologi digital yang menghasilkan

sesuatu yang benar-benar baru dan lebih efisien serta lebih bermanfaat. Digitalisasi akan membantu aktivitas pemerintahan, institusi, perusahaan, dan manusia yang ada di dalamnya menjadi lebih efisien serta efektif sehingga akan membantu laju perekonomian sebuah negara. Menurut Ikatan Bankir Indonesia dan Lembaga Sertifikasi Profesi Perbankan (2012), bank dapat didefinisikan sebagai suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat kembali dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

3. Branchless Banking

Menurut Carmel & Scott (2009) dalam Purwati (2014) mendefinisikan *branchless banking* sebagai bentuk penyaluran atau pelayanan jasa keuangan kepada masyarakat di luar cabang bank yang tradisional dengan menggunakan teknologi informasi dan teknologi (ICT). *Branchless banking* merupakan layanan jasa perbankan bagi nasabah yang dilakukan diluar jaringan kantor bank melalui kerjasama pemanfaatan jaringan teknologi informasi dan kerjasama agen yang bertindak untuk dan atas nama bank dalam rangka memperluas jangkauan layanan perbankan untuk mendorong terwujudnya keuangan inklusif (Jaya, 2017; Ferdiana dan Darma, 2019).

4. Financial Technology

Fintech disebabkan oleh gerakan *bottom-up* yang didorong oleh perusahaan teknologi dan startup. Evolusi *fintech* adalah sebagai berikut:

Fintech 1.0 terjadi dari tahun 1866 sampai 1967, ketika industri jasa keuangan sebagian besar tetap analog meskipun sangat terkait dengan teknologi.

Fintech 2.0 yang berlangsung dari tahun 1968 sampai 2008, sebuah era yang dicirikan oleh perkembangan teknologi digital untuk komunikasi dan transaksi, dengan demikian semakin terbentuknya digitalisasi keuangan.

Fintech 3.0 berlangsung dari tahun 2009 sampai saat ini, perusahaan rintisan baru dan perusahaan teknologi, *e-commerce*, dan media sosial yang memberikan produk dan layanan keuangan langsung kepada masyarakat dan bisnis, termasuk bank (Arner, 2017).

5. Technology Acceptance Model

Technology Acceptance Model (TAM) dirancang untuk memprediksi penerimaan pengguna teknologi informasi dan penggunaannya pada pekerjaan (Davis 1989). Teori ini membuat model perilaku seseorang sebagai suatu fungsi dari tujuan perilaku. TAM secara lebih terperinci menjelaskan penerimaan teknologi informasi dengan dimensi-dimensi tertentu yang dapat mempengaruhi dengan mudah diterimanya teknologi informasi. *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Fred Davis (1989) menjelaskan penerimaan teknologi

yang akan digunakan oleh pengguna teknologi. Teori ini diadopsi dari beberapa model yang dibangun untuk menganalisa dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi baru. Dalam teori *Technology Acceptance Model* terdiri dari beberapa variabel yang di gunakan dalam penelitian ini diantaranya: *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use*, *Attitude Toward Using*, dan *Behavioural Intention to Use* (Adnyasuari, 2017).

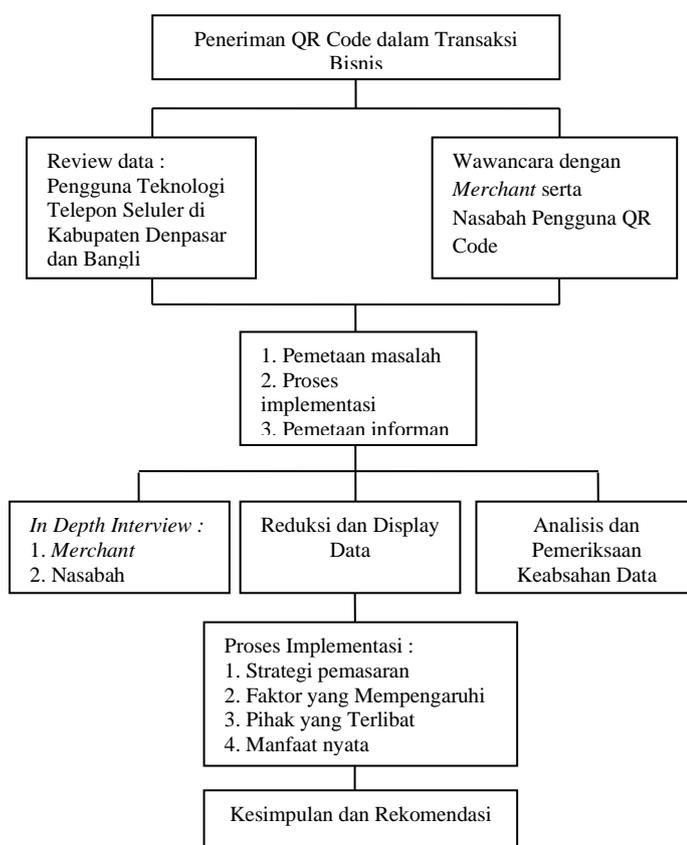
6. *Mobile Payment*

Perkembangan teknologi yang cepat dan distribusi global perangkat nirkabel membuka kemungkinan baru untuk komunikasi dan aktivitas bisnis dalam masyarakat global kita. Pembayaran elektronik dianggap sebagai alternatif pembayaran yang umumnya dilakukan secara fisik di tempat pedagang menggunakan kartu kredit atau kartu debit dan disertai dengan tanda terima sebagai bukti transaksi. *Mobile payment* adalah konsep baru yang diperkenalkan oleh pembayaran elektronik di lingkungan nirkabel dan mengacu pada transaksi pembayaran apa pun yang menyiratkan pembelian barang atau jasa, yang dilakukan melalui perangkat dengan kemampuan nirkabel (Mawarrini, 2017).

7. *QR Code*

QR Code adalah *barcode* dua dimensi yang penggunanya dapat mengunduh aplikasi pemindaian barcode melalui handphone. *QR Code* menawarkan banyak manfaat, seperti membatasi jumlah kertas yang digunakan dalam bertransaksi. *QR Code* memiliki kapabilitas koreksi kesalahan untuk mengembalikan data jika kode mengalami kerusakan atau kotor. Terdapat empat tingkat koreksi yang dapat digunakan dan dipilih oleh pengguna disesuaikan dengan lingkungan operasi. Dengan meningkatkan tingkat koreksi dapat meningkatkan kapabilitas penanganan kesalahan, tetapi juga meningkatkan jumlah ukuran data pada *QR Code* (Kella Price, 2013).

Kerangka Konseptual



II. METODE PENELITIAN

Setting penelitian ini mengambil tempat di Kabupaten Denpasar dan Bangli. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data primer. Data primer didapat melalui proses wawancara dengan *merchant QR Code* dan nasabah yang melakukan transaksi *mobile payment*. Informan dalam penelitian ini diambil menggunakan teknik non probability, yaitu purposive sampling dimana informan penelitian dipilih orang yang dianggap paling tahu tentang *QR Code*. Dalam penelitian ini informan penelitian adalah *merchant* dan nasabah yang melakukan transaksi *mobile payment*. *Merchant* dipilih dari nasabah yang sudah bekerja sama dengan perbankan dalam transaksi pembayaran menggunakan *QR Code*. Sedangkan nasabah yang dipilih adalah nasabah yang melakukan transaksi *mobile payment*.

III. PEMBAHASAN

Transaksi bisnis yang terjadi di masyarakat difasilitasi oleh berbagai metode pembayaran perbankan. Salah satunya adalah metode pembayaran dengan *QR Code*. Metode pembayaran ini masih baru diperkenalkan dan masih dikembangkan oleh pemerintah dalam menyusun strategi agar pembayaran dengan metode ini dapat diterapkan. Dari hasil wawancara mendalam yang telah dilakukan, penerimaan *QR Code* dalam transaksi bisnis masih belum maksimal di masyarakat. Dari 5 informan yang dilakukan wawancara, tiga diantaranya belum mengetahui tentang *QR Code*. Alasan mereka belum mengetahui tentang metode ini karena kurangnya pengetahuan serta kurangnya sosialisasi dari pihak perbankan. Masyarakat yang kurang paham dengan *QR Code* perlu diberikan sosialisasi dan pengarahan mengenai metode pembayaran tersebut. Peran perbankan dan pemerintah menjadi sangat penting untuk menerapkan program yang telah dicanangkan tersebut. Selama ini masyarakat masih terbiasa menggunakan uang tunai dalam bertransaksi karena masyarakat masih banyak membelanjakan uang mereka di pasar tradisional, warung, dan toko kelontong yang dominan belum menyediakan sarana non tunai. Ketersediaan mesin *EDC* atau *Electronic Data Capture* juga masih minim dan sering terjadi error saat menggunakan kartu. Selain itu seringkali *EDC* sudah tersedia, tetapi tidak tahu cara mengoperasikannya.

Informan yang sudah memakai metode pembayaran dengan *QR Code* menyampaikan bahwa *QR Code* sangat simpel dan mudah untuk digunakan. Kemudahan yang telah dirasakan, membuat mereka menegaskan bahwa *QR Code* akan menjadi solusi pembayaran di masa depan. Transaksi menggunakan *QR Code* berguna untuk penerapan program *cashless* di masyarakat. Selain aman, bertransaksi dengan *QR Code* tidak perlu memakan waktu yang lama, sehingga transaksi dapat diselesaikan dengan cepat. Pada informan yang sudah pernah menggunakan *QR Code*, penerimaan terhadap metode pembayaran ini sangat baik dan cocok untuk dilanjutkan pengembangannya agar masyarakat terbiasa untuk menggunakan transaksi non tunai.

IV. PENUTUP

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa *QR Code* belum dapat diterima dalam transaksi bisnis dan pemberian informasinya masih perlu ditingkatkan lagi dengan penerapan strategi yang lebih baik dan sosialisasi dari pihak perbankan sehingga program yang dicanangkan berjalan sesuai harapan. Saran dari hasil penelitian diatas, dapat diperbanyak *merchant* yang menyediakan metode pembayaran dengan

menggunakan *QR Code* agar masyarakat paham dan terbiasa untuk bertransaksi dengan non tunai. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pihak perbankan mengenai program yang telah dijalankan khususnya metode pembayaran dengan *QR Code* bahwa masih perlu strategi dan sosialisasi lebih dari pihak bank mengenai metode pembayaran yang sudah dibuat agar masyarakat paham manfaat serta kelebihan dari metode pembayaran lainnya. Hasil dari penulisan ini juga dapat dijadikan acuan oleh pimpinan dan marketing di perusahaan perbankan dalam pengambilan keputusan dan juga sebagai pedoman untuk mengembangkan metode pembayaran perbankan dan menjadikan metode pembayaran tersebut solusi pembayaran di masa depan. Penelitian ini memiliki keterbatasan dimana hanya dilakukan wawancara dengan beberapa informan untuk mengetahui penerimaan *QR Code* dalam transaksi bisnis. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan metode survei dengan cakupan wilayah penelitian yang lebih luas sehingga dapat mewakili hasil dari 1 provinsi bahkan seluruh Indonesia dan sebagai acuan dalam menilai penerimaan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyasuari, P.A.S., and Darma, G.S. (2017). Technology Acceptance Model dan E-Satisfaction in Mobile Banking, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **14** (2): 1-12.
- Agung, N.F.A., and Darma, G.S. (2019). Opportunities and Challenges of Instagram Algorithm in Improving Competitive Advantage, *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, **4** (1): 743-747.
- Arner, D. W., Barberis, J., & Buckley, R. P. (2017). *FinTech and RegTech in a Nutshell, and the Future in a Sandbox. Research Foundation Briefs*, 3(4), 1-20.
- Darma, G.S. (2019). *Kacamata Media, Kesuksesan Bersyarat*. Indonesia: Pustaka Larasan Press.
- Darma, G.S., Apollo, A., Rusmanda, G., and Umar, Y. (2019). *Digital Education 4.0*. Indonesia: Cakra Media Utama Press.
- Darma, G.S. (2018). *Seuntai Pesan, Menjawab Zaman*. Indonesia: Pustaka Larasan Press.
- Darma, G.S. (1999). *Information Technology and Organisational Performance: A Study of the Hospitality Industry*, Southern Cross University, Lismore New South Wales Australia.
- Dewi, M.V.K., and Darma, G.S. (2019). The Role of Marketing & Competitive Intelligence In Industrial Revolution 4.0, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **16** (1): 1-12.
- Dewi, N.M.A.T., and Darma, G.S. (2016). Efektivitas Leadership, Growth Performance dan Regulasi Otoritas Jasa Keuangan, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **13** (1): 1-13.
- Ferdiana, A.M.K., and Darma, G.S. (2019). Understanding Fintech Through Go-Pay, *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, **4** (2): 257-260.
- Giovanna, N., and Darma, G.S. (2019). Scanlated vs. Physical Japanese Comic Manga, *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, **4** (1): 630-636.
- Ghiffar, M. A. N., Nurisma, E., Kurniasih, C., & Bhakti, C. P. (2018). Model Pembelajaran Berbasis Blended Learning Dalam Meningkatkan Critical Thinking Skills Untuk Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0. In *Prosiding Seminar Nasional STKIP Andi Matappa Pangkep*, **1** (1): 85-94.
- Ikatan Bankir Indonesia dan Lembaga Sertifikasi Profesi Perbankan. (2012). *Memahami Bisnis Bank*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. (2016) *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Canada: John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Khasali, R. (2017). *Tomorrow is Today*. Jakarta: Mizan Anggota IKAPI.

- Mawarrini, R. I. (2017). Identifikasi Pembayaran Bergerak (Mobile Payment) yang Mengganggu (Disruptive) di Indonesia, *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal*, **1** (3): 215-226.
- Purwati, Y., & Franksiska, R. (2014). Strategi Peningkatan Kemampuan Adopsi Teknologi Branchless Banking untuk Memperluas Inklusi Keuangan di Masyarakat Pedesaan. *Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers (Sancall 2014) Research Method and Organizational Studies*, **1** (1): 204-211.
- Putra, I.G.N.A.P., and Darma, G.S. (2019). Is Bitcoin Accepted in Indonesia?, *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, **4** (2): 424-430.
- Price, K. (2013). *QR Codes for Trainers*. American Society for Training and Development.
- Rusmahadewi, I.A., and Darma, G.S. (2018). Team Engagement and Performance Management (A Study of Banking Industry), *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **15** (3): 38-50.
- Subekti, H., Taufiq, M., Susilo, H., & Suwono, H. (2018). Mengembangkan Literasi Informasi Melalui Belajar Berbasis Kehidupan Terintegrasi Stem Untuk Menyiapkan Calon Guru Sains Dalam Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0: Reviu Literatur, *Education and Human Development Journal*, **3** (1): 81-90.
- Supit, H.A.M., and Darma, G.S. (2018). Aplikasi Mobile Trading Monex Guna Mendukung Customer Relationship Management, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **15** (1): 46-60.
- Supit, H.A.M., and Darma, G.S. (2018). Enhancing User Experience in Forex Mobile Trading Application to Support Customer Relationship Management, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **15** (3): 51-63.