



## **EVALUASI PENERAPAN PEMBAYARAN DIGITAL PADA SEKTOR WISATA DI KOTA SAMARINDA**

Rizky Zakariyya Rasyad<sup>1</sup>  
Muhammad Nur Madani<sup>2</sup>  
Naila Faradila<sup>3</sup>

- 1 Program Studi S1 Bisnis Digital , WICIDA Samarinda  
2 Program Studi S1 Bisnis Digital , WICIDA Samarinda  
3 Program Studi D3 Pariwisata, Politeknik Negeri Samarinda

### **ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan digital payment pada sector pariwisata di Kalimantan Timur. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Sumber data diperoleh dari hasil observasi dan studi literatur. Observasi dilakukan berdasarkan data BPS (2022). Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan system pembayaran telah mengalami evolusi sejak jaman barter hingga system digital payment. Penggunaan system digital payment banyak memberikan beberapa manfaat. Adapun manfaat penggunaan digital payment dapat dirasakan baik oleh pelaku usaha sendiri maupun oleh konsumen. Dengan demikian penggunaan digital payment mampu meningkatkan efektivitas dan efisiensi khususnya bagi pelaku UMKM. Hasil observasi menunjukkan 22 destinasi wisata yang diangkat ada 7 destinasi wisata yang sudah menerapkan pembayaran secara digital menggunakan scan QRIS untuk memasuki tempat wisata. Beberapa faktor yang menyebabkan beberapa destinasi wisata masih belum menggunakan QRIS seperti kurangnya tingkat pemahaman masyarakat terkait pembayaran digital, koneksi internet yang tidak stabil, tidak semua lapisan masyarakat memiliki ponsel modern dan kurangnya sosialisasi pada masyarakat terkait pembayaran digital. Kesimpulan dari penelitian ini bahwa perlu dilakukan evaluasi yang lebih mendalam lagi terkait kendala penggunaan digital payment khususnya pada sector pariwisata guna mewujudkan digital tourism.*

**Kata kunci** : Pariwisata , Kalimantan Timur, Digital Payment

### **Pendahuluan**

Presiden Indonesia, Bapak Joko Widodo, dalam suatu kesempatan menyatakan bahwa salah satu pilar kelemahan pariwisata Indonesia adalah kesiapan teknologi informasi. Di sinilah *Smart Tourism* berperan untuk membuat pengelolaan tempat wisata menjadi lebih baik. Hadirnya teknologi dalam industri pariwisata telah menciptakan lingkungan baru dalam dunia pariwisata.

### **ARTICLE INFO**

Received : 10-10-2023  
Accepted : 20-11-2023  
Online : 24-12-2023

\*Correspondence: Rizky Zakariyya Rasyad  
E-mail: rizky@wicida.ac.id

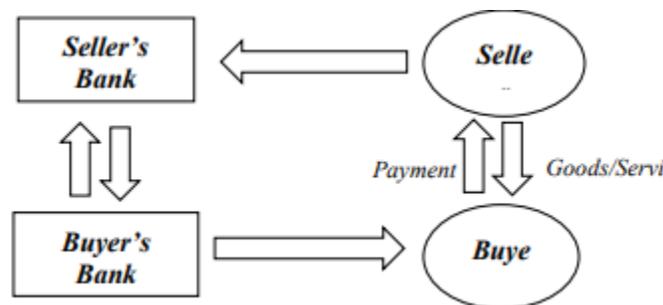
Sebagai salah satu kota penyangga Ibu Kota Negara (IKN), Kota Samarinda yang juga sebagai Ibu Kota Provinsi Kalimantan Timur akan memanfaatkan momentum IKN dengan menyiapkan pariwisata berkonsep *smart city* alias *smart tourism*. *Smart Tourism* merupakan salah satu unsur penting dari *Smart Economy*. *Smart Tourism* didefinisikan sebagai platform pariwisata terintegrasi. Platform tersebut mengintegrasikan peran teknologi informasi dalam memberikan informasi dan layanan yang mudah, terjangkau, dan efisien untuk wisatawan.

*Smart Tourism* yang ditekankan pada penelitian ini adalah penerapan pembayaran digital pada sektor wisata di Kota Samarinda. Pembayaran digital adalah pembayaran yang dilakukan secara elektronik, dimana dalam pembayaran secara elektronik tersebut uang disimpan, di proses, dan diterima dalam bentuk informasi digital dan proses pemindahannya di inisialisasi melalui alat pembayaran elektronik (Brigham & Houston, 2019).

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik 2022, Kota Samarinda memiliki 16 destinasi wisata yang tergolong ke dalam wisata alam, buatan, religi, belanja, dan wisata sungai. Jika dibandingkan dengan kabupaten/kota lain yang berada di Kalimantan Timur perlu adanya pengembangan-pengembangan sektor wisata yang ada di Samarinda dengan pertimbangan jumlah penduduk di Kota Samarinda lebih banyak dibandingkan dengan Kabupaten/Kota lain.

**Tinjauan Pustaka**  
**Sistem Pembayaran**

Sistem pembayaran merupakan infrastruktur yang terdiri dari institusi, instrumen, peraturan, prosedur, standar, maupun teknis yang bertujuan untuk menyelenggarakan transfer nilai moneter antar semua pihak. Sistem pembayaran dapat dibedakan menjadi dua yaitu sistem pembayaran konvensional atau tradisional dan sistem pembayaran elektronik. Sistem pembayaran konvensional merupakan proses pembayaran dan settlement yang dilakukan langsung dari pembeli ke penjual (*buyer-to-seller*) baik melalui tunai, transfer dana atau informasi lainnya. Pembayaran secara tunai membutuhkan pembeli untuk mengambil uang dari akun miliknya, kemudian diberikan kepada penjual sedangkan pada pembayaran non tunai hanya dibutuhkan mekanisme settlement melalui debit credit akun sesama atau antar bank, (Sumanjeet, 2009), yang ada pada Gambar 1.



**Gambar 1. Sistem Pembayaran Konvensional**  
 Sumber : Sumanjeet (2009)

Berdasarkan Gambar 1, pembayaran elektronik atau electronic payment (*e-payment*) merupakan metode pembayaran yang memberikan kenyamanan bagi penggunanya saat

bertransaksi. Konsumen dapat melakukan transaksi pembayaran secara online dan tidak memerlukan kontak langsung dengan penjual. Epayment mewakili seluruh pembayaran nontunai, diartikan pula sebagai transaksi elektronik dari pembeli ke penerima melalui sebuah akun tabungan menggunakan network elektronik (Ming-Yen Teoh et al., 2013). Hal ini dipengaruhi oleh pertumbuhan penggunaan internet dan menjamurnya electronic commerce (*ecommerce*), sehingga *e-payment* hadir sebagai solusi yang tidak dapat dipenuhi oleh sistem pembayaran tradisional. E-payment terdiri dari berbagai jenis pembayaran. ATM, kartu debit, kartu kredit, internet banking, mobile banking, e-money dan mobile payment (*m-payment*).

### **Sistem Pembayaran Elektronik**

Sistem pembayaran elektronik atau disingkat *digital payment* bertujuan untuk memfasilitasi proses penjualan dan pembelian. Secara umum pembayaran elektronik mengacu pada transaksi online yang dilakukan melalui internet, walaupun terdapat banyak bentuk pembayaran elektronik lainnya (Armeh et al., 2010). Sistem pembayaran elektronik merupakan solusi untuk memberikan pilihan pembayaran secara online melalui internet bagi konsumennya. Pembayaran elektronik juga dapat didefinisikan sebagai proses pembayaran yang dilakukan tanpa menggunakan instrumen kertas (Tella, 2012).

Perkembangan *E-Commerce* dan pariwisata, diperlukan suatu sistem pembayaran yang berbasis internet yang menggantikan sistem pembayaran tradisional atau manual menjadi sistem pembayaran secara online. Mengikuti tren saat ini, beberapa platform perdagangan mulai mengadopsi sistem pembayaran berbasis QR-Code sebagai metode pembayaran. Sistem ini mengubah kebiasaan masyarakat dari pembayaran tunai menjadi pembayaran tanpa tunai. Namun, tidak semua orang memiliki pengetahuan dan pemahaman tentang sistem pembayaran tanpa tunai. Menggunakan pembayaran elektronik atau tanpa tunai, seseorang perlu memiliki pemahaman tentang teknologi. Penerapan sistem pembayaran berbasis QR-Code memang dianggap efisien dalam berbagai aspek (Manurung & Lestari, 2020). Salah satu layanan sistem pembayaran yang sedang populer di masyarakat adalah menggunakan pemindai kode QR. QR Code adalah serangkaian kode yang berisi data seperti identitas pedagang/pengguna, jumlah pembayaran, dan/atau mata uang, yang dapat dibacamenggunakan perangkat tertentu untuk melakukan transaksi pembayaran. Kode QR digunakan untuk berbagai keperluan, salah satunya sebagai alternatif metode pembayaran. Sistem pembayaran berbasis QR code yang berkembang di Indonesia awalnya menggunakan kode QR yang berbeda-beda. Untuk mengatasi hal ini, Bank Indonesia memperkenalkan standarisasi sistem pembayaran berbasis QR code, sehingga kode QR yang sebelumnya eksklusif atau hanya dapat dibaca oleh penerbitnya, kini menjadi inklusif dan dapat dibaca oleh penerbit lain, yang disebut dengan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard)(Bank Indonesia, 2019).

QRIS diperkenalkan oleh Bank Indonesia pada tanggal 17 Agustus 2019, tetapi mulai efektif digunakan pada tanggal 1 Januari 2020. Tujuan dari QRIS adalah untuk mengintegrasikan semua transaksi di berbagai sektor. QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) adalah sebuah kode QR yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia dan telah disesuaikan standar sehingga dapat digunakan oleh semua aplikasi pembayaran berbasis kode QR, seperti OVO, GoPay, LinkAja, Dana, dan sebagainya. QRIS disediakan oleh pedagang atau penjual, sedangkan konsumen dapat menggunakan dompet digital, layanan perbankan seluler, atau uang elektronik berbasis server. Implementasinya dapat dijelaskan sebagai berikut: untuk transaksi

dengan kartu ATM, Bank Indonesia memiliki GPN (Gerbang Pembayaran Nasional), sedangkan untuk transaksi dengan kode QR, Bank Indonesia menggunakan QRIS. QRIS dapat digunakan oleh berbagai kalangan, mulai dari pedagang kecil hingga merchant di mal, karena kode QRIS dapat dicetak menggunakan kertas biasa tanpa perlu menggunakan mesin EDC. QRIS bukanlah aplikasi pembayaran baru atau instrumen pembayaran, tetapi berfungsi sebagai antarmuka yang memfasilitasi transaksi (Bank Indonesia, 2019).

Penggunaan QRIS memberikan keuntungan baik bagi pembeli maupun penjual karena transaksi menjadi lebih efisien melalui penggunaan satu kode QR yang dapat digunakan untuk semua aplikasi pembayaran pada ponsel. Setiap penyelenggara jasa sistem pembayaran (PJSP) yang menggunakan sistem QR diwajibkan untuk mengadopsi QRIS, sesuai dengan peraturan Bank Indonesia (PADG No.21/18/2019) tentang standar internasional QRIS untuk pembayaran (Mulia, 2019). Layanan QRIS dapat digunakan oleh berbagai penyedia jasa sistem pembayaran (PJSP) berbasis QR code yang populer di masyarakat, seperti OVO, GoPay, LinkAja, Dana, dan lainnya. QRIS memiliki beberapa manfaat, antara lain:

1. Proses transaksi menjadi lebih mudah, dengan QRIS, hanya diperlukan satu QR code untuk melayani berbagai aplikasi pembayaran digital yang telah mendapatkan izin di Indonesia. Setiap pedagang hanya perlu menempelkan QR code yang diperoleh dari QRIS.
2. QRIS membantu mencegah peredaran uang palsu, Kode QRIS digunakan sebagai pembayaran digital, sehingga tidak ada pertukaran uang tunai yang terjadi. Hal ini mengurangi risiko menerima uang palsu dan berkontribusi dalam pencegahan penyebaran uang palsu.

Pembayaran elektronik dalam proses transaksinya melibatkan 5 (lima) entitas utama baik dari sisi bisnis maupun finansial antara lain konsumen, merchant, issuer, acquirer dan penyedia/provider sistem pembayaran (Peterson & Howard, 2012). Penyedia sistem pembayaran merupakan entitas yang memproses transaksi pembayaran elektronik yang menghubungkan antara issuer dengan acquirer dan konsumen dengan merchant melalui jaringan internet yang aman. Menurut Laudon & Traver (2011), sistem pembayaran elektronik atau digital terdiri dari : *online credit card transaction, digital wallets, digital cash, online stored value systems, digital accumulating balance systems, digital checking payment systems, serta wireless/mobile payment systems.*

#### **a. Online Credit Card Transaction**

Transaksi di situs *e-commerce* dengan menggunakan kartu kredit merupakan hal yang banyak dijumpai saat ini. Proses dalam penggunaan kartu kredit untuk transaksi *online* melalui internet tidak berbeda jauh dengan transaksi *offline* di toko-toko tradisional, hanya saja dalam transaksi *online* tidak membutuhkan kartu kredit secara fisik dan tanda tangan (Laudon & Traver, 2011).

Digital wallets atau sering dikenal dengan *electronic wallets (e-wallets)* merupakan emulasi dari dompet yang sebenarnya. E-wallet seperti halnya dompet fisik, digunakan untuk menyimpan informasi seperti nomor kartu kredit, *e-cash*, identitas pemilik, informasi kontak, informasi pengiriman atau tagihan termasuk alamat konsumen dan informasi lainnya yang digunakan pada saat checkout di situs *e-commerce*. Melalui *e-wallets*, konsumen hanya perlu memasukkan informasi sekali dan dapat digunakan di setiap situs untuk bertransaksi. Dengan

demikian, penggunaan ewallets akan meningkatkan efisiensi dalam berbelanja. Menurut Laudon & Traver (2011) fungsi yang paling penting dari e-wallets adalah otentikasi konsumen melalui penggunaan sertifikat digital atau metode enkripsi lainnya, menyimpan dan mengirim uang, mengamankan proses pembayaran dari konsumen ke *merchant*.

**b. Digital Cash**

*Digital cash* atau *e-cash* merupakan terminologi yang digunakan untuk menggambarkan nilai yang tersimpan dan dapat ditukarkan melalui sistem yang dibuat oleh entitas (bukan pemerintah) tanpa menggunakan dokumen kertas atau koin, namun dapat digunakan sebagai pengganti mata uang yang dikeluarkan oleh pemerintah (Schneider, 2011).

**c. Stored Value**

*Systems Online stored value* merupakan sistem yang mengizinkan konsumen untuk melakukan pembayaran *online* secara instan ke *merchant* dan individu lain berdasarkan nilai yang tersimpan dalam akun *online* tersebut. PayPal merupakan sistem pembayaran yang memungkinkan baik konsumen maupun *merchant* untuk membayar dan menerima pembayaran dengan limit tertentu. PayPal disebut dengan sistem pembayaran *peer-to-peer* (P2P), karena pembayaran dilakukan antara satu individu dengan yang lainnya dalam entitas yang sama (Schneider, 2011). Konsumen dapat menambahkan saldo pada akun PayPal melalui transfer dari kartu kredit yang dimiliki. Selain PayPal, di Indonesia terdapat sistem *online stored value* yang cukup populer dalam pembayaran *online* yaitu diantaranya Doku dan iPayMu. Doku dan iPayMu memfasilitasi proses pembayaran bagi konsumen dan menerima pembayaran bagi *merchant* melalui akun *online*.

**d. Digital Accumulating Balance Systems**

Sistem saldo terakumulasi digital (*digital accumulating balance system*) merupakan sistem pembayaran yang memberikan kemudahan bagi konsumen untuk berbelanja di situs *e-commerce*. Saldo belanja akan terakumulasi dan ditagih kepada konsumen pada akhir bulan seperti halnya tagihan telepon. Sistem saldo terakumulasi digital cocok digunakan dalam transaksi micropayment yang nilai transaksinya kecil, seperti membeli lagu tertentu, artikel maupun *ringtones* dan games. Sistem pembayaran ini banyak diadopsi oleh perusahaan telekomunikasi, contohnya adalah sistem akumulasi saldo Valista's PaymentsPlus yang digunakan Vodafone, Tiscali dan T-Online.

**e. Digital Checking Payment**

Sistem pembayaran dengan menggunakan cek digital merupakan perkembangan dari akun cek yang ada untuk digunakan sebagai alat pembayaran saat berbelanja *online*. Salah satu contoh sistem pembayaran cek digital yang dikembangkan oleh ITI *Internet service* adalah *PayByCheck*. Ketika konsumen akan melakukan pembayaran di situs *merchant*, akan tampil form digital yang memiliki bentuk sama dengan lembaran kertas cek. Konsumen diminta untuk mengisi informasi akun cek termasuk nomor cek yang valid, nama bank dan nomor akun bank yang dituju (Laudon & Traver, 2011).

**f. Mobile Payment Systems**

*Mobile payment* merupakan sistem pembayaran yang memanfaatkan perangkat mobile atau smartphone dalam transaksi yang mencakup instrumen bank seperti nilai tunai, akun debit atau kredit dan *stored account value* (SVA) seperti *transport card*, *gift card* dan *mobile wallet* (Gartner, 2014). Secara umum penggunaan perangkat mobile untuk memfasilitasi

pembayaran konsumen ke merchant dalam transaksi *ecommerce* banyak menggunakan konsep ewallet dan dikenal dengan sebutan *mobile wallet*. Untuk menggunakan perangkat mobile sebagai *mobile wallet*, konsumen perlu melakukan transfer/top up saldo ke akun mobile yang dimiliki.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Sektor Wisata Kota Samarinda. Data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data sekunder. Data sekunder adalah data yang bersumber tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2017). Pada penelitian ini, data sekunder diperoleh melalui observasi lapangan baik yang berasal dari lokasi wisata, website, media sosial, artikel, buku, maupun dokumen terkait dari sektor wisata yang ada di Kota Samarinda.

### **Analisis Data**

Setelah data yang diperlukan didapat, dilakukan analisis data dengan teknik kualitatif. Menurut Suryabrata (2010), teknik kualitatif adalah analisis selama pengumpulan data, biasanya dilakukan dengan triangulasi. Kegiatan analisis data selama pengumpulan data meliputi: menetapkan *focus* penelitian, penyusunan temuan sementara berdasarkan data yang terkumpul, Pembuatan rencana pengumpulan data berikutnya, penetapan sasaran pengumpulan data (informasi, situasi, dan dokumen). Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif.

### **Hasil dan Pembahasan**

#### ***Tourism and The Digital Transformation***

Jika berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengertian wisata adalah kegiatan bepergian bersama-sama dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan, bersenang-senang, dan sebagainya, atau bertamasya. Menurut Prayogo (2018) Pariwisata secara sederhana dapat didefinisikan sebagai perjalanan seseorang atau sekelompok orang dari satu tempat ke tempat lain membuat rencana dalam jangka waktu tertentu, untuk tujuan rekreasi dan mendapatkan hiburan sehingga keinginannya terpenuhi. Menurut UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Pariwisata dalam pasal 1 ayat 3, pariwisata adalah segala jenis aktivitas wisata dan didukung dengan segala fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, maupun pemerintah daerah. Selain itu, pariwisata merupakan segala sesuatu yang berkaitan dengan kepariwisataan, termasuk pengembangan obyek dan daya tarik wisata, serta usaha-usaha lain yang berkaitan dengan bidang pariwisata. Dari beberapa pengertian Pariwisata yang dipaparkan, sehingga diperoleh kesimpulan bahwa pariwisata merupakan segala kegiatan yang berkaitan dengan perjalanan dengan tujuan rekreasi, melepas penat, mencari hiburan dan suasana baru yang dilakukan di suatu tempat tertentu sesuai keinginan, yakni diluar lingkungan daerah biasanya namun hanya sementara waktu saja. Dalam kegiatan wisata tersebut secara langsung tentunya telah disediakan berbagai fasilitas, sarana dan prasarana yang dapat memenuhi kebutuhan dalam berwisata. Sebelum seseorang melakukan perjalanan wisata, tentunya orang tersebut telah digerakkan oleh motif untuk berwisata. Motivasi tersebut merupakan hal yang sangat mendasar dalam studi tentang wisatawan dan pariwisata, motivasi merupakan trigger dari proses perjalanan wisata. Faktor pendorong dari dalam diri orang tersebut dinamakan faktor

internal, sedangkan faktor eksternalnya adalah sebagai penarik wisatawan yang berasal dari keunikan atau khas sebuah destinasi wisata. Keputusan seseorang dalam melakukan perjalanan wisata sangat dipengaruhi oleh kuatnya faktor pendorong (*push factor*) dan faktor penarik berwisata. Dalam Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2018 tentang Rencana Strategis Kementerian Pariwisata Tahun 2018-2019, dijelaskan bahwa kepariwisataan global kini dipengaruhi industri 4.0 yang serba digital yang mempengaruhi sektor pariwisata sehingga memunculkan adanya *Tourism and The Digital Transformation*. Pemanfaatan teknologi digital akan mempermudah konsumen atau turis untuk mengakses informasi destinasi pariwisata, mempermudah pembayaran, intinya digital tourism akan membuat rencana wisata konsumen atau turis menjadi efisien dan efektif baik khususnya dari segi waktu.

### **Pembayaran Digital**

*Cashless society* adalah evolusi sosial yang tak terhindarkan. Penggunaan uang tunai sebagai alat pembayaran dinilai menimbulkan kesulitan, terutama yang berkaitan dengan biaya penanganan uang tunai, bahaya perampokan/pencurian, kesehatan, kenyamanan, dan peredaran uang palsu. Pada era digital sekarang ini, tuntutan kemudahan bertransaksi berdasarkan minat dan kebutuhan Masyarakat sudah mulai mengubah uang tunai yang digunakan dalam sistem bertransaksi non tunai. Dengan sistem berbayardengan tidak lagi menggunakan uang tunai, penipuan dan pencurian merajalela, sehingga anda dapat berdagang tanpa harus membawa banyak uang. Keunggulan lain dari sistem pembayaran non tunai ini adalah transaksi dapat diselesaikan dengan cepat karena pengguna tidak perlu menyiapkan pecahan untuk ditukarkan dengan uang kembalian, sehingga transaksi dapat diselesaikan dengan cepat. QRIS diperkenalkan pada 17 Agustus 2019 oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), dan mulai berlaku pada 1 Januari 2020. QRIS adalah standar pembayaran kode QR untuk system pembayaran Indonesia. Pengenalan QRIS juga melambangkan tujuan Indonesia untuk sistem pembayaran pada tahun 2025. Tagline QRIS, UNGGUL (*Universal, Easy, Profit, dan Direct*), berjanji untuk meningkatkan efisiensi transaksi, mempercepat inklusi keuangan, dan mendorong UMKM. Hal ini dapat mendorong kemajuan Pembangunan ekonomi Indonesia. Semangat ini sejalan dengan tema HUT RI ke-74, Sumber Daya Manusia Unggul, Indonesia Sejahtera. (Agung et al., 2020) Penggunaan QRIS sebagai langkah baru pada sistem bertransaksi. Peluncuran yang bisa dibilang baru ini menuai pro dan kontra masyarakat. Menurut kutipan pada situs Warta Ekonomi, pengenalan sistem ini disambut positif oleh toko anggota dan pengguna (konsumen), tetapi di sisi lain, kenyamanan dan keamanan sistem pembayaran inipun masih dipertanyakan. Sistem pembayaran dengan QRIS telah menciptakan polemik dikalangan masyarakat dan pedagang. Jika dilihat dari sisi masyarakat, sistem ini masih perlu sosialisasi cara penggunaannya, karena masyarakat masih cenderung memilih sistem pembayaran tunai dibandingkan virtual atau non tunai.

### **Penerapan Sistem Pembayaran di Sektor Wisata**

Berdasarkan data BPS (2022) destinasi wisata di Samarinda berjumlah 16, namun saat penulis melakukan observasi ternyata ada lebih dari 16 destinasi wisata yang dapat dikunjungi, pada

jurnal ini ada 22 destinasi wisata yang diobservasi dengan adanya pemberitahuan bahwa pengunjung bisa melakukan pembayaran digital contohnya dengan adanya scan Qris pada meja depan atau kasir saat melakukan transaksi. Terdapat 5 destinasi wisata religi yang salah satunya adalah masjid terbesar kedua di Asia Tenggara dan terdapat masjid yang pernah menjadi pemenang ke-2 festival masjid-masjid bersejarah di Indonesia tahun 2003, untuk wisata religi tidak dipungut biaya atau gratis dan ini berlaku tidak hanya untuk warga Kota Samarinda tapi juga berlaku untuk pengunjung dari daerah manapun. Hanya saja saat memasuki masjid ada yang dikenakan biaya parkir dengan tarif sesuai dengan kendaraan yang digunakan dan pembayaran parkir belum didukung dengan pembayaran secara digital. Wisata sungai juga banyak diminati oleh pengunjung, namun pada saat melakukan pembayaran tidak terlihat scan qr pembayaran digital, padahal jika tersedia pembayaran secara digital maka akan lebih mudah dan cepat sehingga antrian bisa diminimalisir karena pengunjung hanya tinggal menggunakan scan qr dan penjaga karcis pun tidak perlu repot mencari kembalian. Kemudian ada juga kampung-kampung yang menyajikan keunikan dari kampung mereka yang biasanya dikelola oleh masyarakat Bersama dengan pokdarwis, namun ternyata juga belum menerapkan sistem pembayaran digital. Terlepas dari masih banyaknya yang belum menerapkan pembayaran digital, ada juga beberapa wisata yang sudah menerapkan pembayaran digital yang tergolong dalam wisata buatan.

Berikut adalah daftar wisata yang ada di Kota Samarinda:

**Tabel 1. Daftar Wisata Kota Samarinda**

No.	Nama Wisata	Ada/tidak Pembayaran Digital	Keterangan
1	Mahakam Lampion Garden	Ada	Pembayaran masuk
2	Bukit RCTI	Tidak ada	Tiket masuk dan berbelanja menggunakan tunai
3	Teras Langit	Tidak ada	Belum tersedia
4	Rumah Ulin Arya	Ada	Pembayaran masuk menyediakan Qris
5	Museum Samarinda	Tidak ada	Gratis
6	Kampung Ketupat	Tidak ada	UMKM belum menyediakan pembayaran digital
7	Kampung Tenun	Tidak ada	UMKM belum menyediakan pembayaran digital
8	Masjid Tua Shiratal Mustaqiem	Tidak ada	Gratis
9	Masjid Islamic Center	Tidak ada	Gratis
10	Buddhist Center	Ada	Masuk gratis, di resto tersedia sistem pembayaran digital
11	Tempekong	Tidak ada	Gratis
12	Taman Cerdas	Tidak ada	Gratis
13	Marimar	Ada	UMKM menyediakan pembayarn digital

No.	Nama Wisata	Ada/tidak Pembayaran Digital	Keterangan
14	Taman Samarendah	Tidak ada	Gratis
15	Masjid Raya Darussalam	Tidak ada	Gratis
16	Wisata Kapal Pesut Etam	Tidak ada	Pembayaran masuk belum tersedia system pembayaran digital
17	Pemandian Serayu	Tidak ada	Belum menyediakan pembayaran digital
18	Jessica Water Park	Ada	Informasi di sosial media menyediakan pembayaran dengan Qris
19	Sudut Pandang Lempake	Tidak ada	Belum menyediakan pembayaran digital
20	Nauren Mini Garden	Ada	Tiket masuk menyediakan pembayaran digital
21	Citra Niaga	Ada	Beberapa UMKM menyediakan pembayaran secara digital
22	Taman Bebaya	Tidak ada	Gratis

Dari 22 destinasi wisata yang penulis angkat terdapat wisata-wisata yang tidak dipungut biaya apapun saat masuk seperti Museum Samarinda, Taman Cerdas, Taman Samarendah, Taman Bebaya dan wisata religi sehingga totalnya menjadi 14 destinasi wisata dan ada 7 destinasi wisata yang sudah menerapkan sistem pembayaran digital terlihat scan Qris berada di depan saat melakukan transaksi untuk tiket masuk ataupun saat berbelanja di sekitar destinasi wisata tersebut. Walaupun tiket masuknya gratis tetapi ada juga yang tetap dipungut biaya parkir dan itu dilakukan secara tunai serta tidak semua UMKM yang berada di daerah wisata tersebut menerapkan pembayaran digital sehingga perlu dilakukan evaluasi yang lebih mendalam lagi terkait kendala dalam penerapan sistem pembayaran digital khususnya di sektor pariwisata guna mewujudkan *digital tourism*.

### Simpulan

Dari banyaknya destinasi wisata yang ada, Samarinda memiliki potensi untuk lebih mengembangkan destinasi wisata yang baru serta destinasi wisata yang ada harus terus dikembangkan jangan sampai potensi yang ada ini tidak dikembangkan dan berujung tidak dikelolanya dengan baik wisata tersebut. Padahal jika dikelola dengan baik bisa memajukan ekonomi Masyarakat sekitar, sehingga destinasi wisata yang ada diharapkan mampu untuk mengikuti perkembangan jaman, pengetahuan dan teknologi apalagi di industry 5.0 kini. Perlu adanya sinergi antara pengelola, pelaku usaha, pemerintah serta Perusahaan juga bisa turut andil dalam program CSRnya terkait pelatihan-pelatihan bisnis digital dan kewirausahaan ataupun pemberian scan Qris di lapak pelaku UMKM sehingga *digital tourism* dapat diwujudkan dengan sempurna salah satunya dengan sistem pembayaran secara digital yang harapannya juga adalah memudahkan pengunjung saat melakukan transaksi serta mensejahterakan pelaku-pelaku bisnis.

## Daftar Pustaka

- Armash, H., Salarzahi, H., Yaghoobi, N. M., & Heydari, A. 2010. *Impact of Online/Internet Marketing on Computer Industry in Malaysia in Enhancing Consumer Experience. International Journal of Marketing Studies, 2(2)*.
- Badan Pusat Statistik. 2022. Jumlah Obyek Wisata Provinsi Kalimantan Timur. Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Timur.
- Bank Indonesia. 2019. Qris, Satu Qr Code Untuk Semua Pembayaran Siaran Pers. Retrieved by [https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/SP\\_216219.aspx](https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/SP_216219.aspx)
- Brigham, E.F., dan Houston, J.F. 2019. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Edisi Empat*. Jakarta. Sa;emba Empat
- Gartner. 2014. *44% Increase in Mobile Payments in Just 1 Year*.
- Kementrian Pariwisata. 2009. Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. 2011. *ECommerce: Business, Technology, Society*. Pearson. <https://www.pearson.com/us/highereducation/product/Laudon-E-Commerce2011-7th-Edition/9780136091196.html>
- Manurung, E. A. P., & Lestari, E. A. P. 2020. *Kajian Perlindungan EPayment Berbasis Qr-Code Dalam E-Commerce. Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora, 4(1), 28–36*.
- Ming-Yen Teoh, W., Choy Chong, S., Lin, B., & Wei Chua, J. 2013. *Factors affecting consumers' perception of electronic payment: an empirical analysis. Internet Research, 23(4), 465–485*. <https://doi.org/10.1108/IntR-09-2012-0199>
- Mulia, I. 2019. *Analisis faktor penerimaan implementasi cashless society dengan menggunakan framework utaut. Program Studi Manajemen Sistem Informasi, Universitas Bina Nusantara*.
- Permenpar. 2018. Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Nomor 13 Tahun 2018 tentang Rencana Strategis Kementerian Pariwisata Tahun 2018-2019
- Peterson, D., & Howard, C. 2012. *Electronic Payment Systems Evaluation: A Case Study to Examine System Selection Criteria and Impacts. International Journal of Strategic Information Technology and Applications, 3(1), 66–80*. <https://doi.org/10.4018/jsita.2012010105>
- Prayogo, Rangga Restu. 2018. *Perkembangan Pariwisata Dalam Perspektif Pemasaran*. PT Lontar Digital Asia: Bitread Publishing
- Schneider, G. 2011. *Electronic Commerce. Course Technology, Cengage Learning*
- Sumanjeet. 2009. *Emergence of payment systems in the age of electronic commerce: The state of art. 1st South Central Asian Himalayas Regional IEEE/IFIP International Conference on Internet, AHICI 2009, 2(2), 17–36*. <https://doi.org/10.1109/AHICI.2009.5340318>
- Tella, A. 2012. *Determinants of E-Payment Systems Success: A User's Satisfaction Perspective. International Journal of EAdoption (IJE), 4(3), 15–38*. <https://doi.org/10.4018/jea.2012070102>