

---

**PENGARUH DIGITAL PAYMENT TERHADAP PENINGKATAN  
PENJUALAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH**

Sabbatun Nabilla<sup>1</sup>, Achmad Faisal AL Farizy<sup>2</sup>, Reka Andreano<sup>3</sup>, M. Alkirom Wildan<sup>4</sup>  
<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Trunojoyo Madura

E-mail : [nabilasabatun@gmail.com](mailto:nabilasabatun@gmail.com)<sup>1</sup>, [alfarizijambu54@gmail.com](mailto:alfarizijambu54@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[reka.andreano2003@gmail.com](mailto:reka.andreano2003@gmail.com)<sup>3</sup>, [wildan.alkirom69@trunojoyo.ac.id](mailto:wildan.alkirom69@trunojoyo.ac.id)<sup>4</sup>

---

**ABSTRACT**

*The effect of digital payment on the sales of MSMEs in Indonesia is studied in this research. Digital payment systems in the growing digital era have become one of the important components that influence consumer behavior and business strategies. This study conducted a survey of several MSMEs that have used digital payment systems; the focus of the study was to measure the change in sales before and after implementation. The study shows that the use of digital payments significantly increases the sales volume of MSMEs, especially in terms of ease of payment and customer satisfaction. The study also found several issues that MSMEs face when implementing digital payment systems, such as lack of technological know-how and lack of infrastructure, contributing to the overall increase in sales and growth of MSMEs in the digital era. It is hoped that these findings will help policy makers and MSME players create better strategies to utilize digital technology to improve competitiveness and economic growth. Thus, digital payments not only increase sales but also drive the overall development of MSMEs in the modern era.*

**Keywords:** *Digital Payment, Sales, Customer Satisfaction, Business Strategy, Economic Growth.*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh penggunaan sistem pembayaran digital terhadap peningkatan penjualan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Di tengah perkembangan teknologi, digital payment menjadi bagian penting dalam transaksi bisnis modern. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei terhadap 30 pelaku UMKM yang telah menggunakan sistem pembayaran digital selama minimal tiga bulan. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring dan dianalisis secara statistik menggunakan SPSS. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa mayoritas UMKM mengalami peningkatan penjualan setelah menggunakan digital payment. Namun, uji statistik Fisher's Exact Test menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan signifikan antara penggunaan digital payment dengan peningkatan omzet (nilai signifikansi  $p = 1.000 > 0.05$ ). Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat tren positif secara deskriptif, tidak ditemukan bukti statistik yang cukup kuat untuk menyimpulkan adanya pengaruh langsung. Keterbatasan dalam jumlah sampel dan metode sampling menjadi salah satu factor penyebab. Penelitian ini menyarankan agar pelaku UMKM tetap memanfaatkan teknologi digital dengan dukungan pelatihan dan infrastruktur yang memadai untuk meningkatkan efektivitas penggunaan system pembayaran digital.

**Kata Kunci:** Pembayaran Digital, Penjualan, Kepuasan Pelanggan, Strategi Bisnis, Pertumbuhan Ekonomi.

## PENDAHULUAN

Di era digital yang semakin berkembang pesat, kemajuan teknologi telah memengaruhi banyak aspek kehidupan manusia, termasuk bisnis. Sistem pembayaran digital, yang telah mengubah cara pelanggan melakukan transaksi, merupakan salah satu inovasi yang paling menonjol. Pembayaran digital, atau pembayaran digital, lebih mudah, cepat, dan aman daripada metode pembayaran konvensional.

Sistem global yang telah berkembang dari sistem informasi dan seluler ke sistem digital, yaitu mencakup ekonomi digital dan teknologi pembayaran melalui aplikasi media sosial dan seluler. Ketika banyak startup baru di Indonesia menggabungkan layanan mereka dengan pembayaran digital, mode pembayaran elektronik semakin populer. Financial Technology (Fintech) membuat pembayaran digital semakin populer. Sebagian besar aplikasi Fintech adalah aplikasi seluler. Tidak dapat dipisahkan dari ekonomi terbesar ASEAN, Indonesia penggunaan Fintech di era teknologi modern. (Abdillah, 2023)

Berdasarkan data Statistika (2000), pengguna pembayaran digital Pada tahun 2020, Indonesia juga mengalami peningkatan, termasuk orang dewasa yang lebih tua. Studi ini menawarkan beberapa implikasi yang dapat digunakan oleh praktisi, peneliti, dan penyedia pembayaran digital untuk mengevaluasi penerimaan teknologi

dan CI pada populasi usia lanjut yang semakin banyak menggunakan pembayaran digital. (Santosa, 2021)

Dan transaksi sekarang yang mulai beralih dari offline dan dilakukan secara online melalui platform digital. Tidak dapat dipungkiri bahwa smartphone semakin melekat dalam kehidupan sehari-hari masyarakat saat ini. Oleh karena itu, metode pembayaran mulai berubah menjadi tersedia melalui smartphone. Sebagai regulator bersama ASPI (Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia), Bank Indonesia membuat inisiatif pembayaran standar berbasis kode QR yang disebut Quick Response Indonesian Standard (QRIS). QRIS adalah kombinasi berbagai kode QR dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran, yang didefinisikan oleh Bank Indonesia sebagai bank atau lembaga selain bank yang menyediakan layanan sistem pembayaran. Dengan QRIS, diharapkan transaksi dapat dilakukan dengan cepat, efisien, dan aman dengan kode QR yang terintegrasi. (Puspitasari, 2022)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah bagian penting dari ekonomi suatu negara, jadi ini sangat penting bagi mereka. Dengan menyumbang sebagian besar lapangan kerja dan produk domestik bruto (PDB), UMKM adalah tulang punggung ekonomi. Namun, banyak UMKM yang menghadapi kesulitan dalam meningkatkan penjualan dan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif. Sistem pembayaran digital adalah pilihan

yang dapat digunakan. UMKM dapat menjangkau lebih banyak konsumen, mempercepat proses transaksi, dan meningkatkan pengalaman pelanggan dengan teknologi ini.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi pengaruh pembayaran digital terhadap peningkatan penjualan UMKM. Dengan memahami bagaimana penggunaan sistem pembayaran digital berkorelasi dengan kinerja penjualan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bermanfaat bagi pelaku UMKM tentang cara mengoptimalkan strategi bisnis mereka. Selain itu, penelitian ini akan membahas masalah yang dihadapi UMKM saat menerapkan pembayaran digital, serta langkah-langkah yang dapat diambil untuk meningkatkan kinerja penjualan.

Adanya pembayaran digital dan pengaruh brand awareness memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan konsumen. Brand awareness mengindikasikan bahwa konsumen mengetahui nama merek tersebut, sehingga konsumen akan lebih mungkin memasukkan merek tersebut dalam daftar pilihan mereka dan, sebagai hasilnya, lebih mungkin membeli merek tersebut (Azzari & Pelissari, 2021; Harwani & Sakinah, 2020). Konsumen memberikan ulasan tentang barang yang mereka beli adalah salah satu faktor yang dapat memengaruhi kesadaran merek. Karena persaingan yang sangat kuat dalam industri perjalanan, bisnis perlu melakukan upaya lebih lanjut untuk meningkatkan kesadaran merek pelanggan mereka. Oleh karena itu, bisnis dapat menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan calon pembeli dan menjangkau khalayak yang

lebih luas. Seiring berjalannya waktu, semakin banyak orang yang mengenal agen perjalanan konvensional, lebih besar kemungkinan bahwa pelanggan potensial akan melakukan pembelian. (Senalajari, 2024)

Berbicara tentang pengaruh digital payment terhadap peningkatan penjualan UMKM, artikel ini akan menganalisis berbagai hal, mulai dari bagaimana transaksi lebih mudah diakses dan lebih efisien, hingga bagaimana dampaknya terhadap pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Tujuan dari artikel ini adalah untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang peran strategis digital payment dalam mendorong UMKM dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif.

## KAJIAN LITERATUR

### Konsep Digital Payment

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

Beberapa elemen penting dari konsep pembayaran digital adalah transaksi nontunai, aksesibilitas, keamanan, efisiensi, dan transparansi. Metode pembayaran digital yang populer termasuk e-wallet, transfer bank online, kartu kredit/debit, pembayaran dengan kode QR, dan gateway pembayaran.

Kita dapat mengantisipasi munculnya metode pembayaran digital yang lebih canggih dan kreatif ke depannya.

Menurut Peraturan Bank Indonesia No. 19/12/PBI/2017 Tahun 2017 Pasal 1, Ayat 1 [2], FinTech didefinisikan sebagai "pemanfaatan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan/atau model bisnis baru yang dapat berdampak pada stabilitas moneter dan stabilitas sistem keuangan, dan/atau efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran." Dengan demikian, FinTech dapat dianggap sebagai upaya untuk meningkatkan efisiensi, kelancaran. Selain menghasilkan kontribusi besar bagi ekonomi makro Indonesia, yang indikatornya adalah Produk Domestik Bruto (PDB), FinTech juga menyediakan berbagai layanan untuk penyedia aplikasi, mulai dari pembayaran transportasi, pengiriman paket barang, hingga pemesanan dan pengiriman makanan. (Aseng, 2020)

Manfaat yang dirasakan terkait positif dengan keinginan masyarakat untuk menggunakan layanan pembayaran FinTech yang mudah diakses melalui smartphone, yang kemudian diikuti oleh keuntungan ekonomi dan transaksi yang lancar. mengklaim bahwa layanan FinTech mudah karena dapat digunakan kapan saja dan di mana saja mereka ingin menggunakannya. (Aseng, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Generasi Z dalam Menggunakan Layanan Pembayaran Digital FinTech, 2020)

## Platform Pembayaran Digital

Sistem yang dikenal sebagai platform pembayaran digital memungkinkan pengguna melakukan transaksi keuangan secara elektronik tanpa menggunakan uang

tunai. Dengan berbagai platform yang menawarkan berbagai fitur dan layanan, sistem ini semakin populer di Indonesia. Platform pembayaran digital mengoptimalkan peran teknologi seperti web, mobile phone, dan jasa pihak ketiga (agen) (Astri Rumondang et al, 2019). Target platform pembayaran digital adalah masyarakat unbanked maupun underbanked (Seftarita & Azra, 2017). Khusus layanan melalui pihak ketiga dimaksudkan untuk mengoptimalkan layanan pada masyarakat yang tinggal di wilayah sulit dijangkau oleh lembaga keuangan. (Rifqi, 2022)

Bank Indonesia sebagai salah satu otoritas moneter di Indonesia mengeluarkan Peraturan Bank Indonesia No.16/8/2014 yang berisi tentang optimalisasi layanan keuangan digital bagi bank-bank termasuk didalamnya adalah mengatur tentang e-money (BPK, 2014). Platform pembayaran digital diprediksi akan semakin berkembang bahkan menguasai pasar jasa pembayaran. Teknologi menjadi hal sangat akrab bagi masyarakat saat ini terutama kalangan muda bahkan anak-anak. Ada beberapa contoh layanan keuangan digital yang familiar di masyarakat. Uang elektronik, rekening ponsel, tabungan digital, pinjaman online, dompet digital merupakan contoh layanan keuangan digital yang digunakan masyarakat pada umumnya. (Rifqi, 2022).

## METODE PENELITIAN

### • Paradigam Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan paradigma positivistik, yaitu paradigma yang menekankan pada pengukuran objektif terhadap realitas sosial melalui data numerik. Melalui pendekatan ini, peneliti

berusaha memperoleh gambaran yang akurat mengenai fenomena penggunaan digital payment di kalangan pelaku usaha kecil dan menengah (UKM). Data yang dikumpulkan dianalisis secara statistik untuk menguji hubungan antar variabel serta mendapatkan simpulan yang dapat digeneralisasikan pada populasi yang lebih luas.

- **Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran objektif mengenai perilaku pelaku usaha dalam menggunakan layanan pembayaran digital serta pengaruhnya terhadap kinerja usaha. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner terstruktur yang berisi pertanyaan-pertanyaan tertutup kepada responden yang merupakan pelaku usaha di berbagai sektor seperti kuliner, fashion, dan bidang lainnya.

Kuesioner disusun untuk mengukur beberapa aspek penting, antara lain jenis usaha yang dijalankan, lama usaha beroperasi, penggunaan dan frekuensi penggunaan digital payment, jenis layanan digital payment yang digunakan, pengaruh penggunaan digital payment terhadap omzet, loyalitas pelanggan, dan daya saing usaha, serta kendala yang dialami dalam penggunaannya. Penelitian ini dilaksanakan dalam kurun waktu bulan Maret 2025 dengan menggunakan media daring, sehingga responden dapat mengisi kuesioner secara fleksibel.

- **Populasi dan Sampel**

Dalam penelitian ini, yang menjadi fokus utama adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang telah menggunakan sistem pembayaran digital dalam kegiatan usahanya sehari-hari. Populasi penelitian mencakup seluruh UMKM yang aktif dan telah mengadopsi digital payment sebagai bagian dari proses transaksi. Namun karena jumlahnya sangat banyak dan tersebar luas, peneliti menggunakan teknik accidental sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan bersedia menjadi responden. Sampel yang berhasil dikumpulkan dalam penelitian ini sebanyak dari populasi tersebut, dipilih **30 pelaku UMKM** sebagai sampel yang dianggap mewakili. Mereka dipilih berdasarkan kriteria tertentu, seperti sudah menggunakan digital payment minimal selama tiga bulan, serta bersedia mengisi kuesioner secara jujur dan terbuka. Proses pengumpulan data dilakukan secara daring menggunakan **Google Form**, yang memudahkan responden untuk mengisi survei kapan saja dan di mana saja tanpa harus bertatap muka.

- **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner secara daring menggunakan platform Google Form. Data yang terkumpul kemudian diolah dan dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif. Analisis dilakukan dengan menghitung persentase, rata-rata, serta distribusi frekuensi untuk masing-masing variabel penelitian. Selain itu, dilakukan pula analisis tabulasi silang untuk

melihat hubungan antar variabel yang relevan. Proses analisis data dibantu menggunakan perangkat lunak Microsoft Excel dan SPSS untuk meningkatkan ketepatan hasil pengolahan data. Penggunaan Google Form juga memungkinkan data terkumpul secara cepat dan rapi, serta mempermudah peneliti dalam melakukan analisis. Metode ini sangat relevan di era digital saat ini, di mana efisiensi waktu dan akses informasi menjadi hal yang krusial, terlebih di kalangan UMKM yang memiliki aktivitas usaha padat setiap harinya. Mungkin dengan edukasi dan pelatihan yang akan memberikan bekal dan pengembangan keterampilan kepada UMKM termasuk strategi promosi melalui digital marketing. Peningkatan pengetahuan sumber daya manusia dan fasilitas bagi usaha yang dijalankan juga penting.

**• Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**H<sub>0</sub>:** Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan digital payment dan peningkatan penjualan UMKM.

**H<sub>1</sub>:** Terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan digital payment dan peningkatan penjualan UMKM.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**1. Statistik Deskriptif**

**Frequencies**

		Statistics	
		Penggunaan Digital Payment	Peningkatan Penjualan (Omzet)
N	Valid	30	30
	Missing	0	0
Mean		.77	.90
Std. Deviation		.430	.607
Minimum		0	0
Maximum		1	2

Penggunaan Digital Payment memiliki mean 0.77, artinya sekitar 77% responden telah menggunakan digital payment.

Peningkatan Penjualan (Omzet) memiliki mean 0.90, dengan skala 0–2:

- 0 = Tidak meningkat
- 1 = Meningkat < 30%
- 2 = Meningkat > 30%

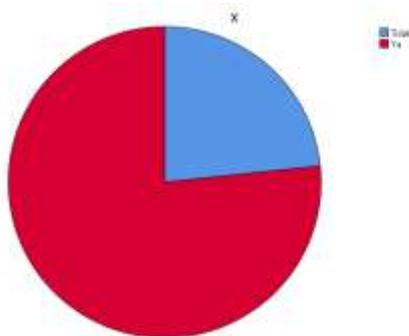
Rata-rata peningkatan omzet mendekati 1, artinya secara umum, responden mengalami peningkatan omzet setelah menggunakan digital payment, terutama di kisaran kurang dari 30%.

**Frequency Table**

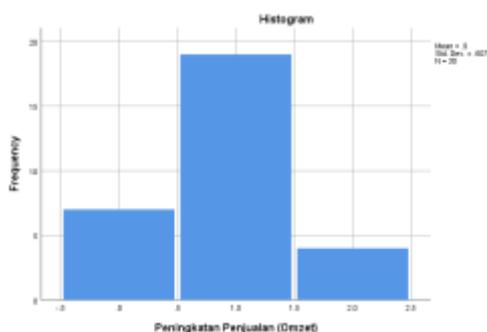
Penggunaan Digital Payment					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	7	23.3	23.3	23.3
	Ya	23	76.7	76.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Mayoritas pelaku UMKM (76.7%) telah menggunakan metode pembayaran digital. Ini mengindikasikan bahwa digital

payment sudah cukup diterima di kalangan pelak UMKM.



		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Meningkat	7	23.3	23.3	23.3
	Meningkat < 30%	19	63.3	63.3	86.7
	Meningkat > 30%	4	13.3	13.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	



Sebanyak 76.6% UMKM mengalami peningkatan omzet, dengan mayoritas (63.3%) mengalami kenaikan kurang dari 30%.

Hanya 23.3% responden yang menyatakan tidak ada peningkatan omzet setelah menggunakan digital payment.

## 2. Uji Fisher's Exact Test

	Value	df	Asymp. Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	.140 <sup>a</sup>	1	.703		
Continuity Correction <sup>b</sup>	.000	1	1.000		

Likelihood Ratio	.136	1	.713		
Fisher's Exact Test				1.000	.532
Linear-by-Linear Association	.135	1	.713		
N of Valid Cases	30				

Berdasarkan hasil uji Fisher's Exact Test, diperoleh nilai signifikansi sebesar 1.000 ( $> 0.05$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan digital payment dengan peningkatan omzet UMKM dalam data ini.

Karena nilai sig. lebih dari 0.05, maka  $H_0$  (tidak ada hubungan) diterima.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 30 UMKM di Indonesia yang telah menggunakan sistem pembayaran digital minimal selama tiga bulan. Tujuannya adalah untuk mengukur pengaruh penggunaan pembayaran digital terhadap peningkatan penjualan. Uji ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan ( $p\text{-value} = 1.000 > 0.05$ ) antara penggunaan pembayaran digital dan peningkatan omzet UMKM berdasarkan data yang dikumpulkan. Ini berarti bahwa meskipun banyak responden melaporkan peningkatan penjualan, penelitian ini tidak menemukan bukti statistik yang cukup kuat untuk mendukung adanya hubungan sebab-akibat antara penggunaan pembayaran digital dan peningkatan penjualan.

Temuan deskriptif menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM yang menggunakan pembayaran digital mengalami peningkatan penjualan, meskipun hasil statistik tidak menunjukkan hubungan signifikan antara penggunaan pembayaran digital dan peningkatan penjualan.

Untuk mengkonfirmasi atau menentang hubungan antara penggunaan

pembayaran digital dan peningkatan penjualan UMKM, penelitian lebih lanjut diperlukan dengan sampel yang lebih besar dan metodologi yang lebih kuat. Meskipun hasil statistik tidak signifikan, temuan deskriptif menunjukkan potensi manfaat pembayaran digital bagi UMKM, terutama dalam hal kemudahan transaksi dan akses pasar yang lebih luas. Selain itu, penting untuk mempertimbangkan komponen lain yang memengaruhi keberhasilan UMKM dalam menggunakan teknologi digital, seperti dukungan infrastruktur dan pelatihan.

Dan karena Kode QR menggunakan teknologi yang berbeda dari pembayaran seluler jarak jauh, persepsi kemudahan penggunaan Kode QR memengaruhi niat perilaku dalam beberapa tahun terakhir. Ada kemungkinan bahwa inovasi pribadi akan memengaruhi minat orang untuk menggunakan Sistem Pembayaran Nontunai (QRIS). (Puspitasari, Quick Response Indonesian Standard (QRIS): Apakah Dukungan Pemerintah Berkontribusi pada Sistem Pembayaran Non-Tunai?, 2022)

Model Penerimaan Teknologi (TAM) mengatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (khususnya QRIS) memengaruhi niat perilaku pengguna. TAM berkonsentrasi pada bagaimana persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan mempengaruhi penerimaan teknologi baru. Dalam hal ini, persepsi kemudahan penggunaan QRIS dapat memengaruhi seberapa besar UMKM ingin menggunakannya.

## KESIMPULAN

Studi ini menyelidiki bagaimana penggunaan sistem pembayaran digital berdampak pada jumlah penjualan UMKM di

Indonesia. Survei kuantitatif dilakukan dengan sampel tiga puluh usaha kecil dan menengah (UMKM) yang telah menggunakan pembayaran digital selama minimal tiga bulan.

Uji Fisher's Exact Test menemukan bahwa tidak ada hubungan statistik signifikan ( $p\text{-value} = 1.000$ ) antara penggunaan pembayaran digital dan peningkatan penjualan. Sebaliknya, sebagian besar responden (76.7%) mengatakan bahwa adopsi pembayaran digital meningkatkan penjualan. Penemuan ini menunjukkan bahwa, meskipun tren penjualan yang meningkat di antara UMKM yang menggunakan pembayaran digital, penelitian ini tidak menemukan bukti statistik yang cukup kuat untuk mendukung adanya hubungan sebab-akibat.

Hasil ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor. Ini termasuk ukuran sampel yang kecil, pengaruh faktor lain terhadap penjualan, seperti strategi pemasaran dan kondisi ekonomi, dan keterbatasan metodologi. Untuk memverifikasi atau membantah hubungan yang sebenarnya, penelitian lebih lanjut diperlukan dengan sampel yang lebih besar dan metodologi yang lebih kuat.

Penelitian ini menunjukkan bahwa pembayaran digital sangat penting bagi UMKM, terutama dalam hal kemudahan transaksi dan peluang untuk meningkatkan penjualan. Namun, hasil statistik tidak signifikan. Selain itu, penelitian menunjukkan bahwa UMKM memerlukan dukungan lebih lanjut, seperti memberikan pelatihan dan membangun infrastruktur untuk memaksimalkan keuntungan dari adopsi teknologi digital. Untuk memahami

adopsi pembayaran digital oleh UMKM, konsep Model Penerimaan Teknologi (TAM) dan teori Difusi Inovasi relevan. Namun, penelitian ini tidak secara eksplisit menguji hipotesis berdasarkan model teoritis.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aseng, A. C. (2020). Factors Influencing Generation Z Intention in Using FinTech Digital Payment Services. *CogITo Smart Journal*, 6(2), 155–166. <https://doi.org/10.31154/cogito.v6i2.260.155-166>
- Abdillah, L. A., Putri, D. K., & Artavi, A. (2023). Enterprise Digital Payment Trends Survey Post Covid-19 Situation. *Scientific Journal of Informatics*, 10(2), 105–112. <https://doi.org/10.15294/sji.v10i2.43068>
- Puspitasari, A. A., & Salehudin, I. (2022). Quick Response Indonesian Standard (QRIS ): Apakah Dukungan Pemerintah Berkontribusi pada Sistem Pembayaran Non-Tunai ? Adopsi Jangka Panjang ? *Jurnal Inovasi Pemasaran*, 1(1), 1–15.
- Rifqi, L. H., & Nihayah, A. Z. (2022). Faktor Penentu Sikap Penggunaan Platform Pembayaran Digital. *Jurnal SEKURITAS (Saham, Ekonomi, Keuangan Dan Investasi )*, 6(1), 17–28. <https://doi.org/10.32493/skt.v6i1.22420>
- Ramli, Y. (2020). Adopting Digital Payment based on the Features and Benefits provided by the Application. *European Journal of Business and Management Research*, 5(3), 1–6. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2020.5.3.34>
- Santosa, A. D., Taufik, N., Prabowo, F. H. E., & Rahmawati, M. (2021). Continuance intention of baby boomer and X generation as new users of digital payment during COVID-19 pandemic using UTAUT2. *Journal of Financial Services Marketing*, 26(4), 259–273. <https://doi.org/10.1057/s41264-021-00104-1>
- Usman, B., Rianto, H., & Aujirapongpan, S. (2025). Digital payment adoption: A revisit on the theory of planned behavior among the young generation. *International Journal of Information Management Data Insights*, 5(1), 100319. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2025.100319>