



## **The Impact of Digital Payment Systems on the Income of Micro, Small, and Medium Enterprises in Aceh Barat Regency (Case Study of Johan Pahlawan District)**

**Syamsul Muarif<sup>1</sup>, Syahril<sup>2</sup>, Okta Rabiana Risma<sup>3</sup>, Dian Ariani<sup>4</sup>, Noval Suhendra<sup>5</sup>**

[symsl.muarif@gmail.com](mailto:symsl.muarif@gmail.com)

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Teuku Umar

### **ABSTRACT**

The development of digital technology has driven the transformation of payment system across various economic sectors, including micro, small, and medium enterprises (MSMEs). However, the adoption of Digital Payment in west Aceh Regency, particularly in Johan Pahlawan District, remains limited despite its potential to enhance transaction efficiency and business income. The purpose of this research is to examine how Digital Payment adoption impacts the income of MSMEs in Johan Pahlawan District. Employing a quantitative methodology, primary data were gathered via questionnaires distributed to 100 MSME operators who utilize Digital Payment systems. Data analysis was conducted using simple linear regression, revealing that the implementation of Digital Payment exerts a significant and positive influence on MSME revenues. These findings suggest that increased utilization of Digital Payment systems can support income growth among MSMEs, although its contribution is not yet dominant. Therefore, Digital Payment can be concluded as one of the supporting factors in improving MSMEs income performance at the local level.

**Kata Kunci:** Digital Payment, MSMEs, income, Digital Transformation

### **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi digital dan digitalisasi sistem pembayaran telah membawa perubahan signifikan di berbagai sektor, terutama sektor ekonomi, di Indonesia. Peningkatan transaksi digital yang pesat, terutama dalam sektor *e-commerce*, menunjukkan betapa pentingnya peran sistem *Digital Payment* dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Digitalisasi ini semakin dipercepat dengan adanya teknologi canggih di antaranya *Internet of Things (IoT)*, *big data*, kecerdasan buatan (*AI*), maupun *blockchain* yang mempercepat adopsi sistem *Digital Payment*. Pandemi COVID-19 juga turut mempercepat adopsi transaksi non-tunai sebagai langkah untuk mengurangi kontak fisik dan meningkatkan efisiensi dalam bertransaksi (Hardianti et al., 2022). Meskipun demikian, adopsi teknologi ini tidak lepas dari tantangan besar, terutama dalam hal literasi digital yang masih rendah, infrastruktur yang belum merata, serta kesiapan pelaku UMKM dalam mengimplementasikan sistem *Digital Payment*.

Beberapa penelitian telah dilakukan untuk menilai pengaruh penggunaan sistem *Digital Payment* terhadap UMKM, dengan hasil yang beragam. Misalnya, studi oleh Helmalia & Afrinawati (2018) menunjukkan jika penggunaan *e-commerce* mempunyai pengaruh yang positif pada peningkatan pendapatan UMKM di Kota Padang, sementara penelitian Purnamasari (2020) menyimpulkan bahwasanya adopsi *payment gateway* maupun *peer-to-peer* (P2P) lending meningkatkan pendapatan UMKM di Kota Palembang. Namun, penelitian lain justru menemukan dampak negatif. Habiba (2022) dalam studinya mengenai pengaruhnya dari *e-commerce* pada pendapatan UMKM selama pandemi menemukan bahwasanya banyak UMKM mengalami penurunan pendapatan, terutama karena kendala dalam adaptasi teknologi dan rendahnya literasi digital. Hal serupa juga ditemukan oleh Sukayana & Sinarwati (2022) di Bali, yang mencatat bahwasanya penggunaan sistem *Digital Payment* bisa berpengaruh negatif terhadap pendapatan UMKM jika tidak didukung oleh perilaku keuangan yang sehat dan pemanfaatan teknologi yang optimal.

Perbedaan hasil yang ditemukan dalam berbagai studi ini menunjukkan bahwasanya dampak dari penggunaan *Digital Payment* terhadap pendapatan UMKM tidaklah seragam. Keterbatasan studi sebelumnya yang lebih banyak dilaksanakan di kota besar atau wilayah dengan infrastruktur yang lebih maju membuatnya sulit untuk disamakan dengan kondisi di daerah-daerah dengan karakteristik ekonomi dan infrastruktur yang berbeda. Sehingga, perlu dilaksanakannya kajian lebih lanjut guna mengeksplorasi pengaruh sistem *Digital Payment* terhadap pendapatan UMKM di wilayah kabupaten yang memiliki tantangan infrastruktur dan literasi digital yang berbeda, seperti di Kabupaten Aceh Barat. Di Kecamatan Johan Pahlawan, yang merupakan pusat ekonomi dengan jumlah UMKM terbanyak di daerah ini, kondisi tersebut memberikan peluang untuk penelitian yang lebih mendalam mengenai dampak sistem *Digital Payment* terhadap pendapatan UMKM.

Adapun tujuannya dari penelitian ini guna menjawab pertanyaan mengenai bagaimana pengaruhnya dari penggunaan sistem *Digital Payment* terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Aceh Barat, khususnya di Kecamatan Johan Pahlawan. Dengan fokus pada daerah yang memiliki perbedaan kondisi infrastruktur dan akses teknologi, penelitian ini berusaha mengisi celah penelitian yang ada dan memberikan analisis yang lebih komprehensif mengenai berbagai faktor yang mempunyai pengaruhnya pada penerimaan dan adopsi *Digital Payment* di kalangan UMKM. Kebaruan dari temuan ini ada pada pendekatan kuantitatif yang melakukan kajian mengenai pengaruh sistem *Digital Payment* terhadap pendapatan UMKM di tingkat kabupaten, dengan fokus pada potensi ekonomi yang dimiliki oleh Kecamatan Johan Pahlawan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Johan Pahlawan, Kabupaten Aceh Barat, dengan fokus pada pelaku UMKM yang telah mengadopsi sistem *Digital Payment* dalam melakukan transaksi usaha. Data dihimpun dengan dilakukannya penyebaran kuesioner pada para pelaku UMKM yang telah memanfaatkan sistem *Digital Payment*, dengan dua variabel utama dalam penelitian ini. *Digital Payment* sebagai variabel independen dan Pendapatan UMKM sebagai variabel dependen. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh penggunaan *Digital Payment* terhadap pendapatan UMKM di wilayah tersebut.

Adapun populasinya ini mencakup seluruh UMKM di Kecamatan Johan Pahlawan, sebanyak 2.380 unit. Sampel diambil dengan mengadopsi teknik *purposive sampling*, yakni pemilihan berdasarkan kriteria khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian. Penentuan besaran sampel dilakukan dengan penerapan rumus Slovin untuk menghitung jumlah unit sampel yang dibutuhkan. Berdasarkan perhitungan, jumlah sampel yang diperoleh adalah 96, namun untuk

mengantisipasi potensi kesalahan dalam pengumpulan data, jumlah sampel digeneralisasi menjadi 100 responden.

Sumber data temuan ini terbagi atas dua jenis. Data primer didapatkan dengan langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM yang telah mengadopsi *Digital Payment*. Sementara itu, data sekunder didapatkan dari lembaga atau instansi yang relevan, yakni Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Aceh Barat, yang menyediakan data mengenai jumlah dan sebaran UMKM di wilayah tersebut. Teknik pengumpulan datanya ini mempergunakan empat metode, yakni observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi.

Observasi dilakukan guna mengamati fenomena yang terjadi pada objek penelitian, terutama untuk menggambarkan kondisi pendapatan UMKM yang menggunakan *Digital Payment*. Wawancara dilaksanakan dengan memberikan pertanyaan langsung pada responden guna mendapatkan informasi lebih rinci mengenai pengalaman dan persepsi mereka terkait penggunaan *Digital Payment* dalam usaha mereka. Kuesioner disebar untuk mengumpulkan data kuantitatif mengenai penggunaan *Digital Payment* dan dampaknya terhadap pendapatan UMKM. Terakhir, dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis berbagai dokumen terkait, seperti laporan dan data UMKM dari Dinas Koperasi dan UKM.

Dalam hal analisis data, temuan ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan model analisis regresi sederhana guna menguji pengaruhnya dari *Digital Payment* terhadap pendapatan UMKM. Model regresi yang diadopsi ini ditulis sebagai persamaan regresi berikut (Parasan et al., 2024):

$$Y = f(X)$$

$$Y = a + bX + e \dots\dots\dots (1)$$

Selanjutnya persamaan (1) dirubah notasinya untuk variabel X dan variabel Y agar mudah dipahami yang dapat ditulis sebagai berikut:

$$PU = f(DP)$$

$$PU = a + b DP + e \dots\dots\dots (2)$$

Dimana:

PU : Pendapatan UMKM

DP : *Digital Payment*

a : Konstanta

b : Koefisien Korelasi

e : Kesalahan atau residual/standar error

Selain itu, temuan ini juga melaksanakan uji validitas maupun reliabilitas untuk memberikan kepastian mengenai konsistensi maupun keabsahan data yang diperoleh melalui kuesioner. Pengujian validitas diadopsi guna menguji sampai di mana pertanyaan dalam kuesioner mampu mengukur apa yang dimaksudkan untuk diukur, sementara uji reliabilitas diadopsi guna mengukur konsistensi hasil pengukuran jika dilakukan berulang kali (Janna & Herianto, 2021). Adapun model regresi linear dilaksanakan agar terpenuhinya berbagai asumsi statistik yang dibutuhkan, penelitian ini juga melaksanakan pengujian asumsi klasik, yang meliputi normalitas, linearitas, maupun heteroskedastisitas.

Tahap berikutnya yakni pengujian hipotesis guna menilai apakah *Digital Payment* memberikan dampaknya yang signifikan pada pendapatan UMKM. Analisis parsial (uji t)

diadopsi guna menilai kontribusi setiap independen kepada dependen dengan pengukuran nilai signifikansi. Selain itu, koefisien korelasi dipakai guna menentukan arah maupun kekuatan hubungannya di antara Digital Payment maupun pendapatan UMKM, sedangkan koefisien adjusted  $R^2$  dipergunakan mengevaluasi seberapa besar variasi pendapatan yang dapat dijelaskan penerapan Digital Payment (Mardiatmoko, 2020).

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini meliputi dua aspek utama. *Digital Payment* diukur berdasarkan frekuensi penggunaan, jenis platform yang digunakan (seperti *E-wallet*, *QRIS*, dan *Mobile Banking*), serta persepsi pengguna mengenai kemudahan dan keamanan transaksi. Sementara itu, Pendapatan UMKM diukur berdasarkan persepsi pelaku UMKM mengenai perubahan pendapatan yang terjadi sejak mengadopsi *Digital Payment*, termasuk peningkatan jumlah transaksi, laba bersih, dan perkembangan usaha, yang diukur menggunakan skala Likert.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagaimana penentuan sampling yang dilaksanakan sebelumnya, adapun jumlah dari respondennya ini yaitu sebanyak 100 UMKM di Kecamatan Johan Pahlawan yang sudah mempergunakan *Digital Payment* dalam Usahanya. Berikut merupakan karakteristik responden berdasarkan data kuesioner penelitian:

**Tabel 1**  
**Karakteristik Responden**

No.	Karakteristik responden	Frekuensi	Persentase
1	Jenis Kelamin		
	1) Laki laki	66	66%
	2) Perempuan	34	34%
	<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
2	Umur		
	1) 19-25	21	21%
	2) 26-35	38	38%
	3) 36-45	29	29%
	4) 46-55	12	12%
	<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
3	Digital Payment		
	1) Mobile banking	51	51%
	2) QRIS	32	32%
	3) E-wallet	17	17%
	<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
4	Jenis usaha		
	1) Kuliner	14	14%
	2) Jasa	10	10%
	3) Pakaian	3	3%
	4) Laundry	4	4%
	5) Kelontong	23	23%
	6) Counter HP	16	16%
	7) cafe	10	10%
	8) Percetakan/ATK	3	3%
	9) Jenis Usaha Lainnya	17	17%
	<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer, diolah 2025

### Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis deskriptif variabel dilaksanakan pada setiap item dalam instrumen yang mengukur Digital Payment (X) dan Pendapatan UMKM (Y). Adapun tujuannya guna menyajikan gambaran umum setiap variabel melalui perhitungan rata rata jawaban dari 100 kuesioner yang telah dikembalikan. Penentuan skor tiap variabel mengadopsi skala interval dengan batas 1-5, kemudian klasifikasi akhir variabel ditentukan sebagaimana rata rata keseluruhan jawaban responden.

**Tabel 2**

**Kriteria penilaian variabel berdasarkan nilai interval**

Nilai Rata-Rata	Kriteria
1,00-1,80	Sangat Tidak baik
1,81-2,60	Tidak baik
2,61-3,40	Netral
3,41-4,20	Baik
4,21-5,00	Sangat baik

Sumber: Data Primer, diolah 2025

Berikut disajikan perolehan analisis statistik deskriptif variabel yang didasarkan pada nilai interval rata rata jawaban keseluruhan responden.

**Tabel 3**

**Analisis statistik variabel**

Variabel	Jumlah Pernyataan	Rata-Rata keseluruhan Jawaban	Nilai Interval
Digital Payment	10	4,17	Baik
Pendapatan UMKM	10	4,20	Baik

Sumber: Data Primer, diolah 2025

Merujuk pada nilai rata rata jawaban keseluruhan responden yang disajikan pada tabel, bahwasanya:

1. Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh rata-rata angka indeks variabel *Digital Payment* sebesar 4,17 yang masuk kedalam kategori “baik”. Hal tersebut menunjukkan bahwasanya mayoritas pelaku UMKM mempunyai persepsi positif terhadap penggunaan *Digital Payment* dalam mendukung operasional usaha, meningkatkan efisiensi transaksi, serta memberikan manfaat nyata dalam pengembangan usaha.
2. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, diperoleh rata-rata angka indeks variabel pendapatan UMKM yakni 4,20 yang masuk kedalam kategori “baik”. Hal tersebut mengungkapkan bahwasanya mayoritas responden merasakan dampak positif penggunaan *Digital Payment* terhadap peningkatan pendapatan, efisiensi usaha, perluasan pelanggan, serta pertumbuhan aset usaha.

### Uji Instrumen

Uji instrumen bertujuan guna memastikan bahwasanya alat ukur yang diadopsi pada setiap variabel dapat dinyatakan valid maupun reliabel. Pengujian instrumen dilaksanakan melalui dua tahap, yakni uji validitas maupun reliabilitas.

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	item	R hitung	R Tabel	Keterangan
Digital Payment (X)	X1	0,504	0,195	Valid
	X2	0,478	0,195	Valid
	X3	0,430	0,195	Valid
	X4	0,423	0,195	Valid
	X5	0,592	0,195	Valid
	X6	0,519	0,195	Valid
	X7	0,579	0,195	Valid
	X8	0,599	0,195	Valid
	X9	0,537	0,195	Valid
	X10	0,492	0,195	Valid
Pendapatan UMKM (Y)	Y1	0,467	0,195	Valid
	Y2	0,448	0,195	Valid
	Y3	0,475	0,195	Valid
	Y4	0,468	0,195	Valid
	Y5	0,569	0,195	Valid
	Y6	0,402	0,195	Valid
	Y7	0,507	0,195	Valid
	Y8	0,556	0,195	Valid
	Y9	0,484	0,195	Valid
	Y10	0,550	0,195	Valid

Sumber: Data Primer, diolah 2025

Merujuk pada pengujian validitas pada Tabel 4, seluruh item pernyataan pada variabel *Digital Payment* (X) dan Pendapatan UMKM (Y) dinyatakan valid. Hal tersebut diperlihatkan dari nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel yakni 0,195 pada tingkat signifikansi 5%. Nilai  $r$  hitung pada variabel *Digital Payment* berkisar antara 0,423 hingga 0,599, sedangkan pada variabel pendapatan UMKM mana diantara 0,402 - 0,569. Sehingga, seluruh item instrumen layak dipergunakan dalam penelitian ini.

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Reliabilitas	Keterangan
Digital Payment	0,680	0,6	Reliabel
Pendapatan UMKM	0,624	0,6	Reliabel

Sumber: Data Primer, diolah 2025

Perolehan pengujian reliabilitas menunjukkan bahwasanya variabel *Digital Payment* dan Pendapatan UMKM dinyatakan reliabel, dengan nilai Cronbach's Alpha setiap variabel yakni 0,680 maupun 0,624  $>$  0,60. Oleh karena itu, instrumen layak dipergunakan untuk analisis selanjutnya.

#### Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik merupakan langkah yang krusial dalam analisis regresi guna memberikan kepastian bahwasanya model yang diadopsi dapat menghasilkan estimasi yang valid dan tidak bias. Pada penelitian ini, dilakukan beberapa uji asumsi klasik, termasuk uji



normalitas, uji linearitas, dan uji heteroskedastisitas. Pengujian asumsi klasik ini dilakukan untuk memastikan bahwasanya hasil analisis regresi linear yang dilaksanakan dapat diandalkan dan representatif dalam menggambarkan pengaruh *digital payment* terhadap pendapatan UMKM.

**Tabel 6**  
**Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0E-7
	Std. Deviation	3.33380641
	Absolute	.064
Most Extreme Differences	Positive	.063
	Negative	-.064
Kolmogorov-Smirnov Z		.640
Asymp. Sig. (2-tailed)		.807

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Primer, diolah 2025

Sebagaimana hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov pada tabel 6, variabel *Digital Payment* (X) dan pendapatan UMKM (Y) berdistribusi normal, yang diperlihatkan nilai sig.  $0,807 > 0,05$ . Sehingga, model regresi sesuai dengan syarat asumsi normalitas maupun layak untuk dianalisis lebih lanjut.

**Tabel 7**  
**Hasil Uji Linearitas**  
**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)			384.097	17	22.594	1.943	.025
Pendapatan UMKM Digital Payment	*	Between Groups	237.528	1	237.528	20.422	.000
		Linearity					
		Deviation from Linearity	146.569	16	9.161	.788	.695
		Within Groups	953.743	82	11.631		
Total			1337.840	99			

Sumber: Data Primer, diolah 2025

Hasil Uji linearitas menunjukkan nilai signifikansi linearity sebesar  $0,000 < 0,5$  maupun Deviation from linearity  $0,695 > 0,05$ , sehingga hubungannya di antara *Digital Payment* dan

pendapatan UMKM bersifat linear. Dengan demikian, asumsi linearitas terpenuhi dan analisis regresi linear sederhana layak digunakan.

**Tabel 8**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coeffi.		Standardize d Coeffi.	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.867	2.355		1.642	.104
Digital Payment	-.031	.056	-.056	-.557	.578

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Sumber: Data Primer, diolah 2025

Hasil uji heteroskedastisitas dengan metode glejser menunjukkan nilai signifikansi variabel *Digital Payment*  $0,578 > 0,05$ , sehingga model regresi tidak mengalami heteroskedastisitasnya. Dengan demikian, asumsi homoskedastisitas terpenuhi dan model regresi layak dipergunakan.

#### Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis ini dilaksanakan agar diketahui pengaruhnya dari penggunaan *Digital Payment* terhadap pendapatan UMKM. Pengujian ini melalui uji parsial (uji t), uji korelasi pearson, serta koefisien determinasi ( $R^2$ ) guna melihat arah, kekuatan, dan besarnya kontribusi variabel *Digital Payment* dalam menjelaskan variasi pendapatan UMKM.

**Tabel 9**  
**Hasil Uji Parsial (Uji t)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coeff.		Standardized Coeff.	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	24.979	3.707		6.738	.000
Digital Payment	.406	.088	.421	4.600	.000

a. Dependent Variable: PENDAPATAN UMKM

Sumber: Data Primer, diolah 2025

Perolehan uji parsial (uji t) menunjukkan nilai signifikansi yakni  $0,000 < 0,05$  maupun t-hitung  $4,600 > t$  tabel  $1,98447$ , sehingga ditolak  $H_0$  maupun diterima  $H_1$ . Dengan demikian, *Digital Payment* mempunyai pengaruhnya yang positif maupun signifikan pada pendapatan UMKM.



**Tabel 10**  
**Hasil Uji Korelasi**

Correlations		Digital Payment	PENDAPATAN UMKM
Digital Payment	Pearson Correlation	1	.421**
	Sig. (1-tailed)		.000
	N	100	100
PENDAPATAN UMKM	Pearson Correlation	.421**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	
	N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Sumber: Data Primer, diolah 2025

Hasil pengujian korelasi pearson menunjukkan hubungan positif dan signifikan antara *Digital Payment* dan pendapatan UMKM, dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,421 maupun sig.  $0,000 < 0,05$ . Hal tersebut mengungkapkan bahwasanya peningkatan penggunaan *Digital Payment* berkaitan dengan peningkatan UMKM.

**Tabel 11**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.421 <sup>a</sup>	.178	.169	3.351

a. Predictors: (Constant), *Digital Payment*

Sumber: Data Primer, diolah 2025

Nilai  $R^2$  yakni 0,169 memperlihatkan bahwasanya *Digital Payment* menjelaskan 16,9% variasi pendapatan UMKM, sedangkan 83,1% dipengaruhi oleh faktor lain diluar kajian ini.

### Pembahasan

Merujuk pada hasil analisis regresi linear sederhana, ditemukan bahwasanya variabel *Digital Payment* mempunyai pengaruhnya yang positif maupun signifikan pada pendapatan UMKM di Kecamatan Johan Pahlawan. Nilai t-hitung yakni 4,600 dengan sig.  $0,000 < 0,05$  menunjukkan bahwasanya semakin tinggi tingkat pemanfaatan sistem *Digital Payment*, semakin besar pula peningkatan pendapatan yang diperoleh pelaku UMKM. Temuan ini menegaskan pentingnya digitalisasi dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM, di mana penggunaan teknologi digital seperti *mobile banking*, *e-wallet*, dan *QRIS* terbukti memberikan dampak positif terhadap aktivitas ekonomi mereka.

Pemanfaatan sistem *Digital Payment* oleh pelaku UMKM membantu mempercepat transaksi, memperluas jangkauan pasar, serta mengurangi biaya operasional yang berhubungan dengan metode pembayaran tradisional. Hal ini sesuai dengan prinsip yang diungkapkan dalam *Technology Acceptance Model (TAM)* oleh Davis (1989), yang menegaskan bahwasanya tingkat penerimaan suatu teknologi sangat dipengaruhi oleh persepsi kemanfaatan maupun kemudahan penggunaannya. Dalam konteks UMKM, pelaku usaha menerima teknologi *Digital Payment* karena memberi manfaat dalam meningkatkan efisiensi operasional dan mempermudah proses transaksi (Kresna & Nugroho, 2022).

Selain itu, sejalanannya dengan teori pendapatan yang dijabarkan Harnanto (2019) dalam Yusriana & Modding (2022), yang menyatakan bahwasanya pendapatan merupakan peningkatan aset yang diperoleh melalui aktivitas operasional. Dengan memanfaatkan sistem *Digital Payment*, aliran pendapatan UMKM menjadi lebih lancar, memungkinkan transaksi

yang lebih efisien, serta meningkatkan laba bersih yang diperoleh. *Digital Payment* juga memberikan kemudahan bagi konsumen dalam bertransaksi, yang pada gilirannya dapat meningkatkan volume transaksi dan daya beli.

Penelitian ini juga didukung oleh sejumlah penelitian sebelumnya. Helmalia & Afrinawati (2018) serta Purnamasari (2020) menemukan bahwasanya teknologi digital, termasuk pembayaran online, memberikan dampaknya yang positif pada pendapatan UMKM. Akan tetapi, temuan ini bertolak belakang dengan kajian Habiba (2022) serta Sukayana & Sinarwati (2022), yang mengungkapkan bahwasanya rendahnya literasi digital di kalangan pelaku usaha justru menyebabkan pengaruh negatif pada peningkatan pendapatan. Hal tersebut mengungkapkan bahwasanya meskipun teknologi digital memiliki potensi besar untuk mendorong pertumbuhan UMKM, pengaruhnya dapat dipengaruhi oleh tingkat pemahaman dan keterampilan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi tersebut.

Hasil penelitian ini juga mengonfirmasi bahwasanya kontribusi *Digital Payment* pada pendapatan UMKM di Kecamatan Johan Pahlawan memang signifikan, meskipun terbatas. Hal ini tercermin dari nilai Adjusted R Square yakni 16,9%, yang memperlihatkan bahwasanya *Digital Payment* hanya mampu menjelaskan sebagian kecil dari variasi pendapatan UMKM. Temuan ini sejalan dengan kajian rahmita & asyari (2024), yang mengungkapkan bahwasanya meskipun *Digital Payment* memiliki pengaruh signifikan dengan nilai koefisien  $\beta$  sebesar 0,220, kontribusinya terhadap pendapatan UMKM hanya sekitar 19%. Dengan kata lain, meskipun *Digital Payment* dapat meningkatkan pendapatan, faktor-faktor lain seperti manajemen usaha, kualitas produk, serta aspek pemasaran juga mempunyai peranannya yang sangat krusial dalam menentukan keberhasilan UMKM.

Dalam konteks ini, *Digital Payment* harus dipandang sebagai faktor pendukung yang berperan penting dalam peningkatan pendapatan UMKM, tetapi bukan faktor utama yang dapat berdiri sendiri. Peningkatan pemanfaatan sistem *Digital Payment* harus diiringi dengan peningkatan kapasitas dan pengetahuan pelaku UMKM dalam mengelola usaha mereka secara lebih profesional. Penguatan aspek internal usaha seperti kualitas produk, pemasaran yang lebih efektif, dan pengelolaan keuangan yang baik, juga sangat diperlukan untuk memaksimalkan dampak positif dari pemanfaatan teknologi digital dalam menambah tingkatan pendapatan UMKM.

Secara keseluruhan, temuan dalam penelitian ini menegaskan bahwasanya meskipun *Digital Payment* dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pendapatan UMKM, faktor eksternal dan internal lainnya juga perlu diperhatikan. Oleh karena itu, kebijakan yang mendukung pelatihan literasi digital, penguatan manajemen usaha, serta promosi yang lebih intensif dapat menjadi langkah yang penting untuk memaksimalkan potensi *Digital Payment* dalam mendukung pertumbuhan UMKM.

## KESIMPULAN

Adapun tujuannya dari penelitian ini guna menganalisis pengaruhnya dari sistem *Digital Payment* pada pendapatan UMKM di Kecamatan Johan Pahlawan. Sebagaimana hasil analisa, ditemukan bahwasanya penggunaan *Digital Payment*, seperti *mobile banking*, *e-wallet*, dan *QRIS*, memberikan pengaruhnya yang positif maupun signifikan pada peningkatan pendapatan UMKM. Semakin optimal penggunaan berbagai metode *Digital Payment*, semakin besar peluang bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan pendapatan mereka. Hal ini disebabkan oleh kemudahan transaksi yang ditawarkan oleh teknologi digital, yang tidak hanya mempercepat proses pembayaran, tetapi juga memperluas jangkauan konsumen serta meningkatkan efisiensi operasional.

Meskipun demikian, peningkatan Pendapatan UMKM tidak sepenuhnya ditentukan oleh

penggunaan *Digital Payment* saja. Masih terdapat berbagai faktor lain yang turut memengaruhi pendapatan UMKM, terutama faktor internal usaha seperti manajemen, strategi operasional, dan pengelolaan sumber daya. Oleh karena itu, meskipun *Digital Payment* memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan UMKM, penerapannya perlu diimbangi dengan penguatan manajerial dan pengelolaan usaha yang baik agar hasil yang diperoleh dapat lebih optimal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Habiba, A. F. C. (2022). *Analisis Pengaruh Penerapan E-Commerce Terhadap Pendapatan UMKM di Masa Pandemi*. *Jurnal Ekonomi Digital dan Sosial*, 9(1), pp. 49-55. <https://doi.org/10.217776/jdess>
- Hardianti, R. A., Permatasari, I., & wahyuni, ratih nur. (2022). *Paradigma Cashless Society dan E-Commerce di Indonesia, Keberhasilan Pemulihan Ekonomi atau Euforia?* (Vol. 2, Issue 1).
- Helmalia, & Afrinawati. (2018). *Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Padang*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(2), pp. 120-130.
- Janna, N. miftahul, & Herianto. (2021). *Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS*. *Jurnal Penelitian Statistika*, 5(3), pp. 15-25.
- Kresna, R. B., & Nugroho. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan, dan Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Minat Penggunaan Quick Response Indonesian Standard (QRIS) pada Pelaku UMKM di Kecamatan Temanggung*. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan UMKM*, 6(1), pp.25-35.
- Mardiatmoko. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada analisis regresi linear berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Parasan, P. M., Tooy, S. M., Ombuh, I. W., & Roring, G. D. J. (2024). *Peranan Investasi Industri Kecil Menengah Dalam Penyerapan Tenaga Kerja Di Propinsi Sulawesi Utara*.
- Purnamasari, E. dewi. (2020). Pengaruh Payment Gateway dan Peer to Peer Lending (P2P) terhadap Peningkatan Pendapatan di Kota Palembang. *Electronic Commerce Research and Applications*, 7(2), 141–164. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2006.12.004>
- rahmita, febli, & asyari. (2024). *The Effect Of Using Digital Payment And Social Media On Umkm Income With Human Capital As An Intervening Variable (Case Study Of Food And Beverage Umkm In Bukittinggi)*. *Jurnal UMKM dan Ekonomi Digital*, 8(4), pp. 85-92
- Sukayana, K., & Sinarwati, N. K. (2022). *Analisis Pengaruh Financial Behaviour dan Actual Use Digital Payment System Analisis Pengaruh Financial Behaviour dan Actual Use Digital Payment System Terhadap Pendapatan Usaha Sektor UMKM di Bali*. *Jurnal Keuangan dan ekonomi*, 4(1), pp. 120-130
- Yusriana, & Modding, B. (2022). Analysis of Effectiveness and Contribution of Regional Tax Revenue Before and After the Implementation of the Tapping Box to Optimize Regional Original Income in Polewali Mandar. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), pp. 45-46