

**PENGARUH PENGGUNAAN *E-COMMERCE* DAN *DIGITAL PAYMENT SYSTEM* TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN UMKM BIDANG *FOOD & BEVERAGE* DI KOTA YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh:**

**BIMA BINTANG PRAMUDYA TODING**

**1120 31567**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA**

**2026**

# HALAMAN PENGESAHAN

## TUGAS AKHIR

### SKRIPSI

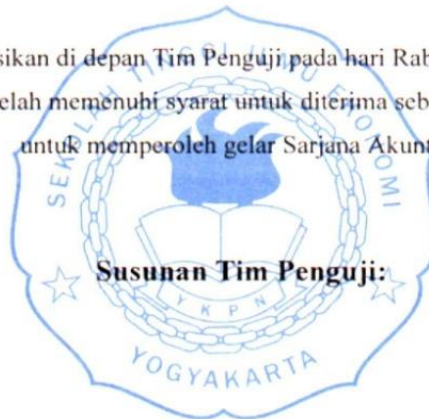
#### PENGARUH PENGGUNAAN *E-COMMERCE* DAN *DIGITAL PAYMENT SYSTEM* TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN UMKM BIDANG *FOOD & BEVERAGE* DI KOTA YOGYAKARTA

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**BIMA BINTANG PRAMUDYA TODING**

Nomor Induk Mahasiswa: 112031567

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Rabu tanggal 21 Januari 2026 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi (S.Ak.)



**Susunan Tim Penguji:**

Pembimbing

Manggar Wulan Kusuma, SE., M.Si., Ak.

Penguji

Dr. Wing Wahyu Winarno, MAFIS., Ak., CA.

Yogyakarta, 9 Februari 2026  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta  
Ketua



Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## **PENGARUH PENGGUNAAN *E-COMMERCE* DAN *DIGITAL PAYMENT SYSTEM* TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN UMKM BIDANG *FOOD & BEVERAGE* DI KOTA YOGYAKARTA**

Bima Bintang Pramudya Toding<sup>1</sup>, Manggar Wulan Kusuma, S.E., M.Si., Ak.  
Program Studi Akuntansi STIE YKPN *Business School* Yogyakarta

[bintangpramudya016@gmail.com](mailto:bintangpramudya016@gmail.com)<sup>1</sup>, [manggar@stieykpn.ac.id](mailto:manggar@stieykpn.ac.id)

### **ABSTRAK**

Perubahan pola transaksi dan pemasaran yang disebabkan oleh kemajuan teknologi digital belum sepenuhnya dipahami dampaknya terhadap peningkatan pendapatan UMKM bidang makanan dan minuman (F&B) di Kota Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan *e-commerce* dan *digital payment system* terhadap peningkatan pendapatan UMKM sektor F&B di Kota Yogyakarta. Metode kuantitatif deskriptif digunakan dalam penelitian ini dengan metode survei digunakan sebagai sarana untuk melakukannya. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 150 pelaku usaha UMKM di bidang makanan dan minuman yang menggunakan *e-commerce* dan *digital payment system* di Kota Yogyakarta. Untuk menganalisis data, program SPSS digunakan untuk melakukan regresi linier berganda dan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, dan hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM, tetapi dengan arah negatif. Ini menunjukkan bahwa biaya tambahan seperti komisi platform dan promosi dapat menekan pendapatan bersih UMKM. Di sisi lain, *digital payment system* berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM karena mampu meningkatkan kecepatan transaksi, kecepatan pembayaran, dan kenyamanan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *digital payment system* berperan penting dalam meningkatkan pendapatan UMKM di sektor F&B. Sedangkan *e-commerce* masih memiliki potensi strategis, tetapi harus dikelola dengan baik agar tidak membebani biaya.

Kata Kunci: *e-commerce*, *digital payment system*, UMKM

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## A. PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memiliki posisi strategis dalam struktur perekonomian nasional karena kontribusinya yang dominan terhadap pembentukan Produk Domestik Bruto serta penyerapan tenaga kerja. Jumlah UMKM di Yogyakarta meningkat sebagai akibat dari karakteristik ekonomi Yogyakarta yang unik seperti kombinasi pariwisata, pendidikan, dan konsumsi lokal. Transformasi digital memiliki peran strategis dalam menunjang kinerja UMKM sektor *Food & Beverage* (F&B) mengingat perubahan perilaku konsumen yang semakin mengutamakan kemudahan transaksi. Praktik di lapangan menunjukkan bahwa konsumen kerap menanyakan ketersediaan metode pembayaran sebelum melakukan pembelian sehingga menempatkan sistem pembayaran digital sebagai faktor penting dalam proses pengambilan keputusan. Kondisi tersebut menandakan bahwa transformasi digital telah menjangkau berbagai lapisan pelaku usaha mulai dari UMKM di pasar tradisional hingga pedagang kaki lima serta jaringan toko ritel modern yang kini terintegrasi dalam ekosistem ekonomi digital

### 2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka, dapat dirumuskan permasalahanterkait penelitian ini. Antara lain;

1. Apakah penggunaan *e-commerce* berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM bidang F&B di Kota Yogyakarta?
2. Apakah *digital payment system* berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM bidang F&B di Kota Yogyakarta?

### 3. Tujuan Peneliian

Sesuai dengan rumusan masalah tersebut, penelitian ini ditujukan untuk mengetahuiserta melakukan analisis terhadap;

1. Untuk menganalisis pengaruh penggunaan *e-commerce* terhadap peningkatan pendapatan UMKM bidang F&B di Kota Yogyakarta.
2. Untuk menganalisis pengaruh *digital payment system* terhadap peningkatan pendapatan UMKM bidang F&B di Kota Yogyakarta.

## B. Tinjauan Teori

### 1. *Diffusion of Innovation Theory*

Teori difusi inovasi yang diperkenalkan oleh Rogers, (1962) membahas bagaimana inovasi menyebar dari penciptanya ke masyarakat atau organisasi. Teori ini juga membahas faktor-faktor yang memengaruhi seberapa cepat dan luas adopsi inovasi terjadi. Menurut Titasari, (2024) menyatakan bahwa UMKM kuliner yang menggunakan *e-commerce* dapat memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan secara signifikan.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Menurut Sharma, (2023) juga menyatakan bahwa adopsi teknologi *digital* membantu UMKM mendapatkan pelanggan baru dan meningkatkan frekuensi transaksi. Hasilnya menunjukkan bahwa inovasi *digital* benar-benar meningkatkan performa keuangan bisnis UMKM.

## 2. Teori *Technology Acceptance Model (TAM)*

Menurut teori *Technology Acceptance Model (TAM)* karya D.Davis, (1989), kegunaan dan kemudahan penggunaan adalah dua faktor utama yang memengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan teknologi. Pelaku usaha menyadari bahwa penggunaan *e-commerce* dan sistem pembayaran *digital* dapat mempercepat proses layanan, menjangkau lebih banyak konsumen, dan membantu meningkatkan pendapatan. Menurut Venkatesh et al., (2003) persepsi kegunaan teknologi dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan dan keinginan untuk menggunakannya.

## 3. *Value Chain*

*Theory Value Chain* yang diusulkan oleh Porter, (1985), menyatakan bahwa setiap organisasi melakukan berbagai aktivitas yang saling terkait untuk menciptakan value bagi konsumen. Porter, (1985) menyatakan bahwa penggunaan teknologi dalam operasi marketing dapat menghasilkan nilai tambahan melalui peningkatan *exposure* konsumen terhadap produk dan komunikasi yang lebih efisien dengan pelanggan. Katalog *digital*, layanan pelacakan pesanan, dan sistem manajemen pesanan berbasis online merupakan beberapa fitur yang membantu UMKM mengurangi biaya operasional sambil membantu mereka mencapai tujuan bisnis yang lebih besar.

## 4. Hipotesis Penelitian

H1 : Penggunaan *e-commerce* berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM bidang *food & beverage*.

H2 : Penggunaan *digital payment system* berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM bidang *food & beverage*.

## C. Metode Penelitian

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh UMKM yang beroperasi secara aktif di industri makanan dan minuman (*F&B*) dan berlokasi di wilayah Kota Yogyakarta. Kelompok pelaku usaha tersebut meliputi UMKM yang melakukan aktivitas penjualan produk secara langsung kepada konsumen serta memiliki pengetahuan atau pengalaman dalam penggunaan sistem *digital* sebagai pendukung operasional bisnis. Metode *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*. Sementara itu, metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan penyebaran kuesioner yang dibuat menggunakan *Google Form*. Dalam kuesioner tersebut, pengukuran yang digunakan adalah dengan menggunakan skala Likert.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif untuk menguji hipotesis penelitian yang telah dirumuskan. Sementara itu, untuk menganalisis data yang diperoleh dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS 25.

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, analisis statistik deskriptif, uji validitas dan reabilitas, uji – t, uji – f, uji asumsi klasik.

## D. Analisis Data & Pembahasan

### 1. Hasil Penelitian

#### a. Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif ini perlu dilakukan untuk melihat gambaran data secara umum seperti nilai rata-rata (Mean), tertinggi (Max), terendah (Min), dan standar deviasi dari masing-masing variabel yaitu *E-Commerce* (X1), *Digital Payment System* (X2), dan Pendapatan UMKM (Y). Tabel 1 menampilkan hasil uji statistik deskriptif dalam studi ini:

Tabel 1 Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>E-Commerce</i> (X1)	130	0.00	4.00	3.5635	.49641
<i>Digital Payment System</i> (X2)	130	0.00	4.00	3.6058	.39111
Pendapatan UMKM (Y)	130	0.00	4.00	3.2962	.45408
Valid N (listwise)	130				

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Menurut hasil Uji Statistik Deskriptif, distribusi data yang diperoleh dapat digambarkan sebagai berikut:

1. Variabel *E-Commerce* (X1), memiliki nilai rata-rata sebesar 3,5635. Berdasarkan skala pengukuran yang digunakan, variasi jawaban responden relatif rendah dan nilai standar deviasi sebesar 0,49641 menunjukkan bahwa tingkat penggunaan *e-commerce* oleh responden berada pada kategori tinggi, menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM telah menggunakan *e-commerce* dalam kegiatan usahanya.

2. Variabel *Digital Payment System* (X2), memiliki nilai rata-rata sebesar 3,6058. Berdasarkan skala pengukuran, angka ini menunjukkan bahwa UMKM menggunakan sistem pembayaran digital secara luas dan sangat tinggi. Nilai standar deviasi 0,39111 yang lebih rendah dibandingkan dengan variabel lainnya menunjukkan bahwa tingkat

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

penyebaran data pada variabel ini relatif lebih seragam, yang menunjukkan bahwa semua responden menggunakan sistem pembayaran digital sama.

3. Variabel Pendapatan UMKM (Y), Variabel Pendapatan UMKM (Y) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,2962 berdasarkan skala pengukuran yang digunakan, hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendapatan UMKM dalam penelitian ini berada pada kategori yang cukup tinggi. Nilai standar deviasi sebesar 0,45408, bagaimanapun, menunjukkan bahwa ada perbedaan tingkat pendapatan antar UMKM.

## **b. Uji Validitas & Reliabilitas**

Analisis Suatu item dikatakan valid apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 5% (sig. <0,05) dan setelah melakukan uji validitas, semua item pertanyaan mempunyai nilai kurang dari 0,05 dimana ini berarti semua item dinyatakan valid. Apabila nilai Cronbach Alpha > 0,60 maka pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner tersebut dikatakan reliabel. Setelah melakukan uji reliabilitas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien Cronbach Alpha seluruh variabel penelitian lebih besar dari 0,6. Maka semua butir pertanyaan dalam variabel penelitian adalah reliabel.

## **c. Uji Asusmsi Klasik**

### **Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk memastikan apakah data dari variabel penelitian memiliki distribusi normal. Uji Kolmogorov satu sampel Smirnov digunakan. Nilai signifikansi atau Asymp Sig (2-tailed) yang lebih besar dari 5% atau 0,05 menunjukkan bahwa data mengikuti distribusi normal. Sebaliknya, data tidak mengikuti distribusi normal jika nilainya lebih kecil dari 0,05 (Ghozali, 2020).

Tabel 2 Hasil Uji Normalitas

## One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		130
Normal	Mean	.0000000
Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	1.60577092
Most Extreme	Absolute	.081
Differences	Positive	.081
	Negative	-.066
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.034 <sup>c</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.334 <sup>d</sup>
	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	.322
	Upper Bound	.347

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 2 di atas, hasil Monte Carlo. Sig. (2-tailed) dapat diketahui nilai signifikansi sebesar  $0,334 > 0,05$ , sehingga data didistribusikan secara normal.

### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menentukan apakah variabel independen dalam model regresi saling berkorelas. Nilai toleransi dan (VIF) dapat digunakan untuk mengetahui apakah ada multikolinearitas. Standar pengujian multikolinearitas menyatakan bahwa terjadi multikolinearitas jika nilai VIF lebih besar dari 10 atau nilai toleransi kurang dari 0,10. Di sisi lain, jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai toleransi lebih besar dari 0,10 maka multikolinearitas tidak terjadi dalam model regresi.

Tabel 3 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
<i>E-Commerce (X1)</i>	0.907	1.102
<i>Digital Payment System (X2)</i>	0.907	1.102

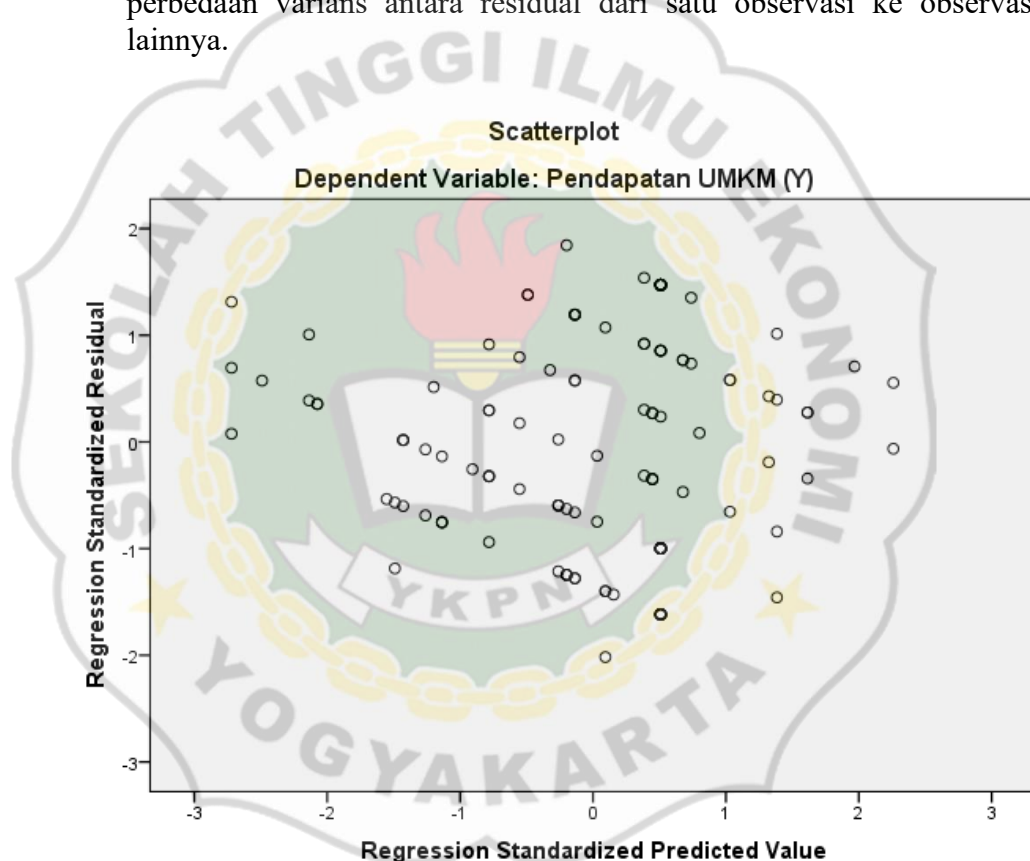
Sumber: Data diolah peneliti, 2025

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tabel 3 menunjukkan, dapat dinyatakan bahwa hasil tolerance pada *e-commerce* dan *digital payment system*  $>0,1$  dan nilai VIF  $<10$ . Maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas.

## Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas diterapkan untuk menemukan tanda-tanda ketidaksetaraan varians residual, atau heteroskedastisitas, dalam model regresi. Tujuan dari uji ini adalah untuk mengetahui apakah ada perbedaan varians antara residual dari satu observasi ke observasi lainnya.



Gambar 1 Hasil Uji Heterokedasitas

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Gambar 1 menunjukkan, model regresi dalam penelitian ini memenuhi persyaratan normal *probability plot*, yang berarti memenuhi asumsi normalitas dari populasi yang berdistribusi normal. Ini disebabkan oleh grafik gambar di atas menunjukkan distribusi data berada di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

## d. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menentukan apakah pendapatan UMKM, variabel dependen, dipengaruhi secara signifikan oleh *e-commerce* dan *digital payment system*. Koefisien regresi, nilai t-statistik, koefisien determinasi (R<sup>2</sup>), dan nilai F-statistik adalah hasil analisis regresi berganda ditampilkan dalam Tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 4 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	1 (Constant)	8.809	1.474		
<i>E-Commerce</i> (X1)	-.248	0.75	-.271	3.288	.001
<i>Digital Payment System</i> (X2)	.548	.096	.472	5.733	.000

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Tabel 4 mengandung model persamaan sebagai berikut:

$$Y = 8,809 - 0,248X_1 + 0,548X_2$$

Berikut ini merupakan interpretasi dari model diatas:

1. Koefisien konstanta sebesar 8,809 menunjukkan bahwa apabila variabel *E-Commerce* (X1) dan *Digital Payment System* (X2) dinilai bermakna konstan, dengan demikian nilai Pendapatan UMKM (Y) adalah sebesar 8,809 satuan. Nilai konstanta ini signifikan secara statistik dengan nilai signifikansi sebesar 0,000.
2. Dengan nilai signifikansi 0,001 (< 0,05), pengaruh *e-commerce* terhadap pendapatan UMKM adalah signifikan secara statistik. Nilai koefisien regresi adalah -0,248 dan asumsi variabel independen lainnya konstan. Dalam model penelitian ini, ada hubungan berlawanan arah antara penggunaan *e-commerce* dan pendapatan UMKM. Hasil ini menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* belum sepenuhnya diikuti oleh peningkatan pendapatan karena ada biaya tambahan, seperti komisi platform dan biaya promosi, yang memengaruhi pendapatan bersih.
3. *Digital Payment System* (X2) memiliki koefisien sebesar 0,548 menunjukkan bahwa jika setiap peningkatan penggunaan sistem pembayaran digital dilanjutkan dengan peningkatan pendapatan sebesar

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

0,548 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan. Sebagai contoh, jika pelaku UMKM meningkatkan penggunaan sistem pembayaran *digital*, misalnya dari hanya menggunakan satu metode pembayaran *digital* menjadi beberapa metode pembayaran *digital*, pendapatan usaha akan meningkat sebesar 0,548 satuan. Peningkatan ini terjadi jika penggunaan e-commerce, salah satu komponen penelitian, tetap dalam kondisi konstan. Dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , digital payment system memiliki dampak yang signifikan terhadap pendapatan UMKM. Ini menunjukkan bahwa *digital payment system* berkontribusi secara positif terhadap pendapatan UMKM.

## e. Uji T

Uji t ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sesuai dengan persyaratan tertentu. Jika nilai t kurang dari 0,05, *e-commerce* (X1) dan *digital payment system* (X2) memiliki dampak yang signifikan secara marginal terhadap pendapatan UMKM (Y).

Tabel 5 Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
<sup>1</sup> (Constant)	8.809	1.474		5.975	.000
<i>E-Commerce</i> (X1)	-.248	0.75	-.271	-3.288	.001
<i>Digital Payment System</i> (X2)	.548	.096	.472	5.733	.000

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 5 dapat ditunjukkan bahwa hasil uji t adalah sebagai berikut:

### 1) Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Pendapatan UMKM

Tingkat signifikansi  $0,001 < \alpha = 0,05$ , nilai t hitung -3,288 lebih besar dari t tabel 1,978 menurut tabel uji t. Variabel *E-Commerce* (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pendapatan UMKM (Y) karena H0 ditolak dan H1 diterima. Oleh karena itu, hipotesis pertama diterima.

### 2) Pengaruh *Digital Payment System* Terhadap Pendapatan UMKM

Tingkat signifikansi  $0,000 < \alpha = 0,05$ , nilai t hitung 5,733 lebih besar dari t tabel 1,978 menurut tabel uji t. Variabel *Digital Payment System* (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pendapatan UMKM (Y)

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

karena  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Oleh karena itu, hipotesis kedua diterima.

## f. Uji F

Uji F ini digunakan untuk melakukan pengujian pada variabel independen yaitu *e-commerce* ( $X_1$ ) dan *digital payment system* ( $X_2$ ) terhadap variabel dependen yaitu pendapatan UMKM ( $Y$ ). Hasil uji F yang didapat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 6 Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	92.943	2	46.471	17.743	.000 <sup>b</sup>
Residual	332.627	127	2.619		
Total	425.569	129			

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai signifikansi uji F adalah 0,000. yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memiliki signifikansi simultan dalam menjelaskan pendapatan UMKM bidanindustri makanan dan minuman di Kota Yogyakarta.

## 2. Pembahasan

### a. Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Pendapatan UMKM

Berdasarkan hasil analisis regresi yang menunjukkan koefisien sebesar -0.248 dengan tingkat signifikansi 0.001 yang lebih kecil dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM. Arah hubungan yang negatif mengindikasikan bahwa semakin tinggi *e-commerce*, maka semakin rendah pendapatan. Kondisi ini dapat dipengaruhi oleh adanya beban biaya tambahan seperti komisi *platform*, biaya layanan, serta pengeluaran untuk iklan digital yang harus ditanggung oleh pelaku usaha. Situasi tersebut mencerminkan bahwa sebagian UMKM sektor makanan dan minuman (F&B) di Kota Yogyakarta belum mampu mengoptimalkan pemanfaatan *e-commerce* sebagai sarana peningkatan pendapatan secara berkelanjutan.

Temuan ini secara konseptual selaras dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh D. Davis (1989), yang menekankan bahwa tingkat adopsi teknologi sangat dipengaruhi oleh persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan. Dalam konteks UMKM, manfaat *e-commerce* tidak dapat dirasakan secara optimal

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

apabila pelaku usaha belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai strategi pemasaran digital, pengelolaan konten, serta analisis perilaku konsumen daring. Kondisi ini menunjukkan bahwa ketersediaan *platform* digital dan sejauh mana pelaku usaha mampu mengelola dan memanfaatkan *e-commerce* secara strategis secara langsung terkait dengan adopsi teknologi. Hasil ini menunjukkan bahwa agar *e-commerce* dapat lebih mendukung kinerja penjualan, beberapa UMKM masih memerlukan peningkatan kapasitas. Oleh karena itu, dukungan dan peningkatan literasi digital diperlukan agar UMKM dapat memaksimalkan manfaat *e-commerce*.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan temuan Sharma (2023) yang menyatakan bahwa *e-commerce* berpotensi meningkatkan efisiensi pemasaran dan memperluas jangkauan pasar. Akan tetapi, realitas di lapangan menunjukkan bahwa UMKM di Kota Yogyakarta masih menghadapi keterbatasan dalam kapasitas promosi digital, baik dari segi keterampilan teknis maupun perencanaan pemasaran. Perbedaan tingkat kesiapan dan kemampuan adaptasi teknologi antar pelaku UMKM dalam wilayah yang sama menyebabkan dampak penggunaan *e-commerce* terhadap pendapatan menjadi tidak merata. Dengan demikian, agar *e-commerce* mampu memberikan kontribusi ekonomi yang optimal, penguatan kapasitas pemasaran digital perlu menjadi perhatian utama dalam pengembangan UMKM.

## **b. Pengaruh *Digital Payment System* Terhadap Pendapatan UMKM**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Digital Payment System* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM, yang ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar 0,548 dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin intensif penggunaan sistem pembayaran *digital* seperti QRIS atau *E-Wallet*, maka semakin tinggi pula potensi peningkatan pendapatan UMKM. Pemanfaatan sistem pembayaran *digital* mampu meningkatkan efisiensi proses transaksi, mempercepat arus kas, serta mengurangi hambatan dalam proses pembayaran. Kemudahan dan kecepatan transaksi juga berkontribusi terhadap peningkatan kenyamanan pelanggan, yang pada akhirnya mendorong peningkatan frekuensi pembelian.

Hubungan positif tersebut mencerminkan bahwa penerapan sistem pembayaran *digital* turut membentuk ekosistem usaha yang lebih transparan, efisien, dan berkelanjutan. Pencatatan transaksi yang lebih rapi dan terintegrasi membantu pelaku UMKM dalam pengelolaan keuangan serta pengambilan keputusan bisnis yang lebih akurat. Dalam jangka panjang, kondisi ini berpotensi meningkatkan kinerja keuangan UMKM secara menyeluruh dan memperkuat daya saing usaha di tengah perkembangan ekonomi digital.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Temuan ini sejalan dengan Teori Difusi Inovasi yang dikemukakan oleh Rogers (1962), yang menjelaskan bahwa adopsi inovasi teknologi dapat mempercepat peningkatan produktivitas dan efisiensi usaha. Penerimaan yang cepat terhadap *E-Wallet* dan QRIS memberikan keunggulan kompetitif bagi UMKM karena mampu menghadirkan layanan yang lebih praktis dan responsif terhadap kebutuhan konsumen. Selain itu, Teori Value Chain Porter (1985) menegaskan bahwa pemanfaatan teknologi dalam setiap aktivitas rantai nilai perusahaan dapat meningkatkan nilai yang dirasakan pelanggan sekaligus efisiensi operasional internal.

Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan Kusumawati dan Kartikasari (2025) yang menyatakan bahwa penggunaan QRIS berkontribusi terhadap peningkatan kinerja keuangan UMKM. Keselarasan hasil juga ditemukan pada penelitian Adriani et al. (2023) yang menunjukkan bahwa sistem pembayaran *digital* mampu meningkatkan profitabilitas usaha melalui peningkatan kepuasan pelanggan serta pengurangan biaya operasional. Dengan demikian, penerapan *Digital Payment System* dapat dipandang sebagai salah satu strategi efektif dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM.

## E. Kesimpulan dan Saran

### 1. Kesimpulan

Mengingat hasil penelitian yang dilakukan pada judul “Pengaruh Penggunaan *E-Commerce* Dan *Digital Payment System* Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Bidang *Food & Beverage* Di Kota Yogyakarta” bahwa hasil analisis regresi menunjukkan bahwa faktor-faktor *e-commerce* dan *digital payment system* memengaruhi pendapatan UMKM di industri makanan dan minuman. Pengujian secara parsial dan simultan menunjukkan bahwa model penelitian sesuai untuk menjelaskan pendapatan UMKM di wilayah Kota Yogyakarta. Meskipun *e-commerce* memiliki potensi untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar, beberapa bisnis masih belum menggunakan strategi pemasaran digital sepenuhnya. Karena transaksi yang lebih cepat, kepercayaan pelanggan yang lebih tinggi, dan kemudahan pencatatan keuangan, penggunaan sistem pembayaran digital telah terbukti meningkatkan pendapatan. Kedua elemen ini menunjukkan betapa pentingnya menggunakan teknologi digital untuk membantu bisnis UMKM F&B berkembang agar dapat lebih responsif terhadap perilaku konsumen modern.

### 2. Keterbatasan

- a. Pertama, studi ini hanya menyelidiki UMKM di bidang F&B di Kota Yogyakarta. Akibatnya, hasil ini tidak dapat diterapkan di area lain
- b. Kedua, penelitian ini mengukur persepsi responden terhadap penggunaan *e-commerce*, *digital payment system*, dan pendapatan

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

UMKM menggunakan data kuesioner skala Likert. Akibatnya, hanya berdasarkan penilaian subjektif para pelaku usaha saja, sehingga hasil penelitian tidak secara akurat menggambarkan kondisi keuangan UMKM.

- c. Ketiga, model analisis hanya melihat metode pembayaran *e-commerce* dan *digital* sehingga mengabaikan komponen lain seperti loyalitas pelanggan, inovasi produk, dan strategi pemasaran *digital*. Batasan-batasan ini diperkirakan akan menjadi fokus studi di masa depan.

### 3. Saran

- a. Untuk memberikan gambaran yang lebih menyeluruh tentang bagaimana digitalisasi berkontribusi terhadap berbagai jenis bisnis di tempat lain. Penelitian Peneliti menyarankan agar penelitian selanjutnya harus mencakup lebih banyak wilayah dan industri daripada hanya UMKM F&B di Kota Yogyakarta.
- b. Peneliti merekomendasikan untuk memanfaatkan data keuangan aktual atau data sekunder, seperti catatan transaksi dan laporan penjualan, untuk menciptakan gambaran empiris yang lebih akurat tentang kondisi keuangan aktual.
- c. Penelitian Peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk memperluas pemahaman tentang komponen yang berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan UMKM dalam ekosistem ekonomi *digital*, dan disarankan untuk memasukkan variabel seperti *digital marketing*, inovasi produk, dan *customer engagement*.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, Vira A.P., Y. (2023). Pengaruh Penggunaan *Digital Payment* Terhadap Kinerja Keuangan Pada Umkm Di Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 6(2).
- Alifia, N., & Permana, E. (2024). *Analisis Penggunaan Qris Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM*. 25(1).
- Anandhi Bharadwaj, Omar A. El Sawy, P. A. P. and N. V. (2013). *Digital Business Strategy: Toward a Next Generation of Insights*. *MIS Quarterly*, 37(12), 471–482. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2013/37:2.3>
- Asbaruna, L. W. (2025). Pengaruh Penggunaan QRIS dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Dimamu*, 4(2), 370–378. <https://doi.org/10.32627/dimamu.v4i2.1402>
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2023). *Statistik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. BPS RI. <https://www.bps.go.id/id>
- Bappeda. (2024). *Laporan Kinerja Perekonomian Daerah Kota Yogyakarta 2024*. Bappeda Kota Yogyakarta. <https://bappeda.jogjakota.go.id/>
- Bapperida. (2024). *Jumlah Siswa/Mahasiswa*. Bapperida DIY. [https://bapperida.jogjaprov.go.id/dataku/data\\_dasar/index/482-jumlah-peserta-didik](https://bapperida.jogjaprov.go.id/dataku/data_dasar/index/482-jumlah-peserta-didik)
- D.Davis, F. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Efandri, A. (2025). Implementasi Pembayaran *Digital* dalam Meningkatkan Kinerja

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Keuangan UMKM di Indonesia. *JUMANJI (Jurnal Manajemen Jambi)*, 8(1), 56–64. <https://ejournal.unaja.ac.id/index.php/JMJ/article/view/1366>
- Ghozali, I. (2020). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Semarang. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro* (pp. 1–32). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- KEMENKO. (2023). *Pentingnya Kewirausahaan Perempuan dan Pemuda Untuk Capai Indonesia Maju 2045*. Kemenko PMK. <https://www.kemenkopmk.go.id/pentingnya-kewirausahaan-perempuan-dan-pemuda-untuk-capai-indonesia-maju-2045?>
- Kusumawati, E. D., & Kartikasari, D. (2025). Optimalisasi Kinerja Keuangan Usaha Kuliner Melalui Implementasi QRIS. *Owner*, 9(1), 399–410. <https://doi.org/10.33395/owner.v9i1.2572>
- Linangkung, E. (2025). *Pertumbuhan Ekonomi DIY Membaik, Transaksi QRIS Tembus 486 Juta dengan Nilai Rp 41,09 Triliun*. *Kabar Jawa*. <https://kabarjawa.com/berita/yogyakarta/pertumbuhan-ekonomi-diy-membaik-transaksi-qr-is-tembus-486-juta-dengan-nilai-rp-4109-triliun>
- Muhammad Ilham Baktora. (2024). *Kota Jogja Dikunjungi 7 Juta Lebih Pelancong Selama 2023, Angka Belanja Wisatawan Meningkat*. *Suara Jogja Id*. <https://jogja.suara.com/read/2024/01/05/175500/kota-jogja-dikunjungi-7-juta-lebih-pelancong-selama-2023-angka-belanja-wisatawan-meningkat?>
- Novianty, M. R., Salim, A., & Digital, B. (2025). *Literatur Review Pengaruh E-Commerce Terhadap Kinerja*. 01(01), 30–39.
- Ode, A. R. (2023). *Pengaruh e-commerce dan penggunaan sistem informasi*

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

*akuntansi terhadap efektivitas kinerja umkm di kota ambon. 2, 103–114.*

Porter, M. E. (1985). *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.

Rogers, E. M. (1962). *Diffusion of innovations*. Free Press of Glencoe.

Romney, Marshall B., Steinhart, P. J. (2012). *Accounting Information Systems* (12th ed.). Pearson Education.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Bisnis* (6th ed.). Penerbit Salemba Empat.

Sharma, S. (2023). *Reving Up Growth : A Study of the Positive Impact of e-Commerce Adoption by SMEs*. 10(01), 1–7.

Siregar, I. R., Purba, M. I., & Sinaga, A. R. (2025). *Pengaruh E-Commerce , Digital Payment , Media Sosial Terhadap Pendapatan Umkm Di Kecamatan Medan Barat*. 6(5), 222–234.

Sugiyono, D. (2019). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta.

Tadius, Y., & Candra, A. (2024). *Pengaruh E-Payment Services Dan E-Commerce Services Terhadap Kinerja Umkm Yang Dimediasi Oleh Digitalization Knowledge “Studi Kasus Pada Umkm Food And Beverage Di Daerah Istimewa Yogyakarta.”* *Ecobisma*, 11(1), 48–61.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.36987/ecobi.v11i1.5296>

Tambunan, T. (2021). *UMKM Di INDONESIA: Perkembangan, Kendala, dan Tantangan*. LP3ES (Lembaga Penelitian, Pendidikan, dan Penerangan Ekonomi dan Sosial).

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tantri, A. L. (2024). Revolutionizing Culinary Business: How Online Food Delivery, Fintech, And *Digital* Marketing Drive Income Growth For SMES. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 5(2), 479–489. <https://doi.org/https://doi.org/10.21009/jpepa.0502.20>

Titasari, H. I. (2024). Pengaruh E-Commerce dan *Digital* Payment terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Sunan Kalijaga: Islamic Economics Journal*, 2(1), 145–160. <https://doi.org/10.14421/skiej.2023.2.1.1750>

Viswanath Venkatesh, Michael G. Morris, Gordon B. Davis, F. D. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward A Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>