Community Engagement & Emergence Journal
Volume 8 Nomor 1, Tahun 2027
Halaman : 506-524

Penggunaan *Digital Payment* dan Implikasinya terhadap Kinerja Keuangan UMKM: Peran Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Risiko

The Use of Digital Payments and Their Implications for MSME Financial Performance: The Roles of Perceived Ease of Use, Trust, and Risk

Ulin Ni'mah Nurhayati[a], Liana Mangifera[b]*
Universitas Muhammadiyah Surakarta[a,b]
[a]b100230148@student.ums.ac.id, [b]lm122@ums.ac.id*

Abstract
This study aims to analyze the role of digital payment in improving the financial performance of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Surakarta City by examining the direct and indirect effects of perceived ease of use, digital trust, and perceived risk through digital payment adoption. This study employed a quantitative approach with a purposive sampling technique. Primary data were collected through questionnaires distributed to MSME owners who utilize digital payment systems and maintain business financial records. Data analysis was conducted using the Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with the assistance of SmartPLS 4. Model evaluation included validity and reliability assessments, structural model analysis, and hypothesis testing through a bootstrapping procedure involving 5,000 subsamples. The findings indicate that digital payment adoption, perceived ease of use, and digital trust have positive and significant effects on MSME financial performance, whereas perceived risk has a negative and significant effect. Furthermore, digital payment adoption mediates the effects of perceived ease of use and digital trust positively, as well as perceived risk negatively, on MSME financial performance. These findings imply that MSME owners need to optimize the use of digital payment systems by improving transaction convenience, building trust in payment systems, and minimizing transaction risks. These efforts are expected to support more effective financial management and improve MSME financial performance.
Keywords: : *Digital Payment; Digital Trust; Financial Performance; Perceived Ease of Use; Perceived risk.*

Abstrak
Penelitian ini bertujuan menganalisis peran *digital payment* dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM di Kota Surakarta dengan menguji pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan digital, dan persepsi risiko, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui penggunaan *digital payment*. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik *purposive sampling*. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM yang menggunakan pembayaran digital dan memiliki pencatatan keuangan usaha. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan SmartPLS 4. Evaluasi model mencakup pengujian validitas, reliabilitas, model struktural, serta pengujian hipotesis melalui prosedur *bootstrapping* sebanyak 5.000 subsampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *digital payment*, persepsi kemudahan, dan kepercayaan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM, sedangkan persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan. Selain itu, penggunaan *digital payment* terbukti memediasi pengaruh persepsi kemudahan dan kepercayaan digital secara positif serta persepsi risiko secara negatif terhadap kinerja keuangan UMKM. Temuan ini mengimplikasikan bahwa pelaku UMKM perlu mengoptimalkan penggunaan pembayaran digital dengan meningkatkan kemudahan transaksi, membangun kepercayaan terhadap sistem pembayaran, serta meminimalkan risiko transaksi. Upaya tersebut diharapkan dapat mendukung pengelolaan keuangan yang lebih efektif dan meningkatkan kinerja keuangan UMKM.
Kata Kunci: *Digital Payment; Kepercayaan Digital; Kinerja Keuangan; Persepsi Kemudahan; Persepsi Risiko*.

1. Pendahuluan

Kinerja keuangan merupakan indikator penting dalam menilai keberhasilan dan keberlanjutan usaha, khususnya bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

e-ISSN:2715-9752, p-ISSN:2715-9868
Copyright © 2027 THE AUTHOR(S). This article is distributed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license

Kinerja tersebut tercermin melalui pertumbuhan omzet penjualan, peningkatan laba bersih, efisiensi biaya operasional, serta kemampuan mengelola arus kas secara efektif (Monica et al., 2024). Namun, pengelolaan keuangan masih menjadi tantangan bagi sebagian besar pelaku UMKM di Indonesia. Lebih dari 70% UMKM dilaporkan belum memiliki sistem pencatatan keuangan yang memadai dan lebih dari 60% mengalami kesulitan dalam mengelola arus kas (Luckieta, 2025). Kondisi ini menunjukkan bahwa keterbatasan tata kelola keuangan dapat menghambat perkembangan usaha, sehingga diperlukan strategi pengelolaan yang lebih efektif melalui pemanfaatan teknologi digital (Hilmawati & Kusumaningtias, 2021).

Perkembangan teknologi finansial mendorong perubahan sistem transaksi dari pembayaran tunai menuju *digital payment*, termasuk penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS). Pertumbuhan transaksi QRIS di Indonesia menunjukkan semakin luasnya penerimaan masyarakat terhadap sistem pembayaran digital, dengan pertumbuhan volume transaksi sebesar 226,54% secara tahunan dan jumlah pengguna melebihi 50 juta (Kementerian Komunikasi dan Digital, 2024). Bagi UMKM, penggunaan pembayaran digital berpotensi meningkatkan efisiensi operasional melalui proses transaksi yang lebih cepat, pencatatan pembayaran yang lebih sistematis, serta kemudahan pemantauan arus kas. Pemanfaatan QRIS dan dompet digital juga dapat membantu pelaku usaha mengurangi ketergantungan pada pencatatan manual serta meningkatkan akurasi informasi keuangan (Ginanjar Suendro & Ericke Fridatien, 2025; Saputro & Kamaluddin, 2024). Dengan demikian, *digital payment* tidak hanya berfungsi sebagai alternatif metode pembayaran, tetapi juga berpotensi menjadi instrumen pendukung peningkatan kinerja keuangan UMKM (Mahasari & Mangifera, 2023).

Meskipun menawarkan berbagai manfaat, keberhasilan pemanfaatan *digital payment* tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan teknologi, tetapi juga dipengaruhi oleh persepsi dan pengalaman pelaku usaha. Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) menjadi salah satu faktor penting sebagaimana dijelaskan dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), yaitu keyakinan bahwa teknologi dapat digunakan tanpa memerlukan usaha yang berlebihan akan mendorong penerimaan dan pemanfaatannya (Akhnes Noviyanti & Teguh Erawati, 2021). Selain itu, kepercayaan digital (*digital trust*) turut menentukan kesediaan pelaku UMKM dalam mengandalkan sistem pembayaran digital, terutama berkaitan dengan keamanan dana, perlindungan data, transparansi transaksi, dan keandalan penyedia layanan. Di sisi lain, persepsi risiko (*perceived risk*) seperti potensi penipuan, pemalsuan bukti pembayaran, gangguan sistem, serta biaya *Merchant Discount Rate* (MDR) dapat menimbulkan kekhawatiran dan mengurangi intensitas penggunaan teknologi tersebut (Fauziyah & Prajawati, 2023; Slamet Abdul Azis et al., 2025). Oleh karena itu, persepsi kemudahan, kepercayaan digital, dan persepsi risiko merupakan faktor yang perlu diperhatikan dalam memahami pemanfaatan *digital payment* oleh pelaku UMKM (Sholikin & Mangifera, 2026).

Kota Surakarta menjadi lokasi yang relevan untuk mengkaji hubungan tersebut karena memiliki aktivitas ekonomi yang didukung oleh sektor perdagangan, kuliner, dan berbagai usaha mikro serta kecil. Perkembangan UMKM di wilayah ini mendorong kebutuhan terhadap sistem transaksi dan pengelolaan keuangan yang lebih adaptif terhadap digitalisasi. Namun, karakteristik pelaku usaha yang beragam, baik dari segi usia, pendidikan, maupun pengalaman menggunakan teknologi, berpotensi menghasilkan perbedaan dalam menerima dan memanfaatkan layanan pembayaran

digital. Sebagian pelaku usaha dapat merasakan manfaat kemudahan transaksi, sedangkan sebagian lainnya masih menghadapi kekhawatiran terkait keamanan, keandalan sistem, dan biaya penggunaan. Kondisi tersebut menjadikan Surakarta sebagai konteks empiris yang menarik untuk menganalisis bagaimana persepsi kemudahan, kepercayaan digital, dan persepsi risiko berkaitan dengan pemanfaatan *digital payment* serta implikasinya terhadap kinerja keuangan UMKM.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pembayaran digital dapat memberikan pengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM melalui peningkatan efisiensi transaksi dan akses pasar (Aflagaly & Kusumowati, 2025; Trianita & Wahyuning Damayanti, 2024). Namun, risiko keamanan dan kegagalan pengelolaan transaksi digital juga berpotensi menimbulkan kerugian yang mengganggu kondisi keuangan usaha (Hamidah, 2024). Perbedaan temuan tersebut menunjukkan bahwa manfaat *digital payment* terhadap kinerja keuangan tidak selalu seragam dan perlu dikaji dengan mempertimbangkan faktor persepsi pengguna. Selain itu, penelitian yang menguji persepsi kemudahan, kepercayaan digital, dan persepsi risiko secara bersamaan dalam konteks UMKM di Kota Surakarta masih perlu dikembangkan. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan digital, dan persepsi risiko *digital payment* terhadap kinerja keuangan UMKM di Kota Surakarta. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian penerimaan teknologi finansial sekaligus menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku UMKM, penyedia layanan pembayaran digital, dan regulator dalam mendorong pemanfaatan sistem pembayaran digital yang aman, terpercaya, dan mendukung peningkatan kinerja keuangan usaha.

2. Tinjauan Literatur

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) diperkenalkan oleh Davis (1989) sebagai pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) untuk menjelaskan penerimaan dan penggunaan teknologi berdasarkan keyakinan serta persepsi individu. Model ini menekankan dua konstruk utama, yaitu *perceived usefulness* (persepsi kegunaan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan), yang memengaruhi sikap, niat, dan perilaku seseorang dalam menggunakan teknologi informasi. Persepsi kemudahan penggunaan menggambarkan keyakinan individu bahwa suatu sistem dapat dioperasikan tanpa memerlukan usaha yang besar, sehingga semakin mudah teknologi dipahami dan digunakan, semakin tinggi kecenderungan seseorang untuk menerimanya (Maulidiah *et al*., 2023; Mawardani *et al*., 2021). Dalam penelitian ini, TAM digunakan untuk menjelaskan persepsi kemudahan penggunaan QRIS sebagai faktor yang dapat memengaruhi penerimaan teknologi pembayaran digital. Pengukuran persepsi kemudahan dapat mencakup kemudahan mempelajari sistem (*easy to learn*), memahami prosedur (*easy to understand*), mengoperasikan tanpa banyak usaha (*effortless*), dan menggunakan teknologi (*easy to use*) (Maulidiah, 2023 dalam Kumala *et al*., 2020).

Perceived Risk Theory

Perceived Risk Theory diperkenalkan oleh Bauer (1960) untuk menjelaskan bahwa keputusan individu dalam menggunakan produk atau layanan tidak hanya didasarkan pada manfaat yang diperoleh, tetapi juga pada ketidakpastian dan kemungkinan konsekuensi negatif yang menyertainya. Persepsi risiko merupakan

penilaian subjektif seseorang terhadap potensi kerugian yang mungkin timbul akibat penggunaan suatu produk atau layanan (Schiffman & Wisenblit, 2019; Ningsih *et al*., 2021). Risiko tersebut dapat berkaitan dengan keamanan informasi, kerugian finansial, kegagalan sistem, maupun ketidakpastian dalam proses transaksi digital. Dalam konteks pembayaran digital, pemahaman terhadap risiko menjadi penting karena pengguna perlu mempertimbangkan keamanan data pribadi, kemungkinan penipuan, dan ketepatan transaksi sebelum memanfaatkan layanan keuangan digital. Oleh karena itu, teori ini dapat digunakan untuk menjelaskan pentingnya kesadaran individu terhadap konsekuensi penggunaan teknologi serta bagaimana pemahaman risiko dapat mendukung pengambilan keputusan keuangan yang lebih bijak.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Penggunaan *Digital Payment* terhadap Kinerja Keuangan UMKM

Penggunaan *digital payment* berpotensi meningkatkan kinerja keuangan UMKM melalui efisiensi transaksi, ketepatan pencatatan, dan kemudahan pemantauan arus kas. Pemanfaatan QRIS memungkinkan transaksi tercatat secara digital sehingga mengurangi ketergantungan pada pencatatan manual serta meminimalkan risiko kesalahan perhitungan. Kondisi tersebut membantu pelaku usaha mengelola penerimaan dan memantau aktivitas keuangan secara lebih sistematis. Rani dan Desiyanti (2024) menemukan bahwa pembayaran digital berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM makanan dan minuman di Kota Padang. Hasil tersebut diperkuat oleh Apriantini *et al.* (2026), yang membuktikan bahwa penggunaan *payment gateway* berbasis QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Kabupaten Buleleng. Temuan serupa juga dikemukakan oleh Ginanjar Suendro dan Fridatien (2025) serta Zakariya dan Arifin (2025). Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang diajukan adalah:

H1: Penggunaan *digital payment* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM di Surakarta.

Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Kinerja Keuangan UMKM

Persepsi kemudahan mencerminkan keyakinan pengguna bahwa suatu teknologi dapat dioperasikan tanpa memerlukan usaha yang kompleks. Dalam aktivitas UMKM, kemudahan penggunaan QRIS memungkinkan pelaku usaha menyelesaikan transaksi secara cepat dan praktis sehingga mendukung efisiensi operasional serta pengelolaan keuangan. Sistem pembayaran yang mudah digunakan juga dapat mendorong konsistensi transaksi digital dan membantu proses pencatatan keuangan. Widowati dan Khusaeni (2022) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat UMKM dalam mengadopsi QRIS. Sementara itu, Zaldy *et al.* (2023) membuktikan bahwa penggunaan *digital payment* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM di Kota Makassar. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan teknologi pembayaran digital dapat mendukung peningkatan efisiensi pengelolaan keuangan usaha. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan adalah:

H2: Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM di Surakarta.

Pengaruh Kepercayaan Digital terhadap Kinerja Keuangan UMKM

Kepercayaan digital merupakan keyakinan pelaku usaha bahwa sistem pembayaran elektronik mampu menjaga keamanan dana, melindungi informasi transaksi, dan menyediakan layanan yang dapat diandalkan. Kepercayaan yang tinggi dapat mendorong pemanfaatan pembayaran digital secara konsisten sehingga

mendukung transparansi transaksi dan pengelolaan keuangan usaha. Cahyani (2024) menunjukkan bahwa kepercayaan menjadi salah satu faktor yang memengaruhi kinerja UMKM di wilayah Magelang dan Yogyakarta. Hasil tersebut sejalan dengan Indah (2024), yang menemukan keterkaitan antara penggunaan pembayaran digital dan kinerja keuangan UMKM di Kota Pangkalpinang. Dengan demikian, kepercayaan terhadap sistem pembayaran digital berpotensi mendukung efisiensi transaksi dan meningkatkan kualitas pengelolaan keuangan usaha. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang diajukan adalah:

H3: Kepercayaan digital berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM di Surakarta.

Pengaruh Persepsi Risiko *Digital Payment* terhadap Kinerja Keuangan UMKM

Persepsi risiko *digital payment* menggambarkan kekhawatiran pelaku usaha terhadap kemungkinan kerugian finansial, kebocoran informasi, kegagalan sistem, dan penipuan dalam transaksi elektronik. Tingginya risiko yang dirasakan dapat menghambat pemanfaatan pembayaran digital secara optimal sehingga manfaat berupa efisiensi transaksi, transparansi keuangan, dan ketepatan pencatatan tidak dapat diperoleh secara maksimal. Firdayanti *et al.* (2024) menunjukkan bahwa persepsi risiko memengaruhi minat UMKM di Kabupaten Nganjuk dalam menggunakan *fintech* sebagai layanan pembayaran digital. Temuan tersebut didukung oleh Purwantini (2021), yang menemukan bahwa persepsi risiko memengaruhi niat pelaku UMKM dalam menggunakan layanan pembayaran *fintech*. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi risiko yang dirasakan, semakin besar potensi hambatan dalam pemanfaatan teknologi pembayaran digital untuk mendukung pengelolaan keuangan usaha. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan adalah:

H4: Persepsi risiko *digital payment* berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan UMKM di Surakarta.

Peran Penggunaan *Digital Payment* dalam Memediasi Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Kinerja Keuangan UMKM

Penggunaan *digital payment* dapat menjadi mekanisme perantara yang menghubungkan persepsi kemudahan dengan peningkatan kinerja keuangan UMKM. Ketika pelaku usaha menilai QRIS mudah dipahami dan dioperasikan, pemanfaatan teknologi tersebut dalam aktivitas transaksi berpotensi memberikan kemudahan pembayaran, pencatatan transaksi yang lebih sistematis, serta pengelolaan arus kas yang lebih baik. Stanislaus dan Nainggolan (2026) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan QRIS berkaitan dengan intensitas penggunaan dan kinerja keuangan UMKM. Temuan tersebut sejalan dengan Denita Marceliawati dan Hudi Kurniawanto (2025), yang membuktikan bahwa *digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM sektor kuliner di Kabupaten Sragen. Dengan demikian, penggunaan *digital payment* diduga menjadi mekanisme yang menyalurkan pengaruh persepsi kemudahan terhadap kinerja keuangan UMKM. Hipotesis yang diajukan adalah:

H5: Penggunaan *digital payment* memediasi pengaruh positif persepsi kemudahan terhadap kinerja keuangan UMKM di Surakarta.

Peran Penggunaan *Digital Payment* dalam Memediasi Pengaruh Kepercayaan Digital terhadap Kinerja Keuangan UMKM

Kepercayaan digital berpotensi mendorong pelaku UMKM untuk memanfaatkan sistem pembayaran elektronik secara konsisten sehingga manfaat teknologi dapat dirasakan dalam aktivitas operasional dan pengelolaan keuangan. Keyakinan terhadap

keamanan dana, keakuratan transaksi, dan keandalan penyedia layanan dapat meningkatkan kesediaan pelaku usaha dalam menggunakan QRIS. Febriyanto *et al.* (2024) menunjukkan bahwa kepercayaan digital memiliki hubungan positif dengan intensi penggunaan sistem pembayaran digital pada UMKM. Selanjutnya, Utami (2025) membuktikan bahwa adopsi QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja finansial UMKM. Temuan Fikri *et al.* (2025) serta Zakariya dan Arifin (2025) juga mendukung keterkaitan antara kepercayaan, penggunaan pembayaran digital, dan kinerja keuangan usaha. Berdasarkan temuan tersebut, penggunaan *digital payment* diduga menjadi mekanisme yang menghubungkan kepercayaan digital dengan peningkatan kinerja keuangan UMKM. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan adalah:

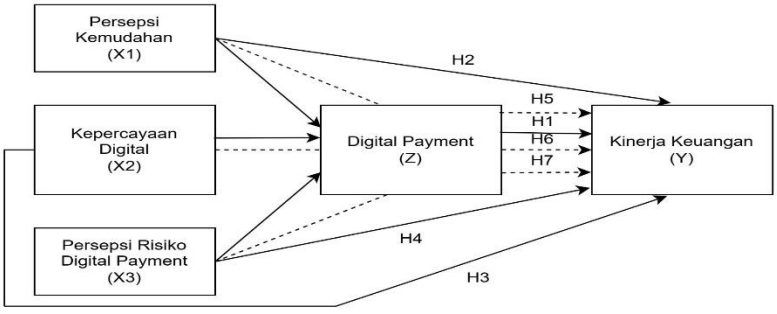
H6: Penggunaan *digital payment* memediasi pengaruh positif kepercayaan digital terhadap kinerja keuangan UMKM di Surakarta.

Peran Penggunaan *Digital Payment* dalam Memediasi Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Kinerja Keuangan UMKM

Persepsi risiko dapat memengaruhi kinerja keuangan UMKM melalui tingkat pemanfaatan pembayaran digital dalam aktivitas usaha. Kekhawatiran terhadap keamanan transaksi, kegagalan sistem, dan potensi kerugian finansial dapat mengurangi intensitas penggunaan teknologi pembayaran sehingga manfaat efisiensi dan transparansi keuangan tidak dapat dimanfaatkan secara optimal. Zayyani dan Suryani (2025) menunjukkan bahwa persepsi risiko berkaitan dengan hubungan antara pembayaran digital dan kinerja UKM sektor ekonomi kreatif di Pulau Lombok. Sementara itu, Badarudin dan Adi (2025) menemukan bahwa persepsi terhadap *e-wallet* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Kecamatan Jebres, Kota Surakarta. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa persepsi risiko dapat memengaruhi pemanfaatan teknologi pembayaran digital yang selanjutnya berkaitan dengan pencapaian kinerja keuangan usaha. Dengan demikian, penggunaan *digital payment* diduga menjadi mekanisme perantara dalam hubungan negatif antara persepsi risiko dan kinerja keuangan UMKM. Hipotesis yang diajukan adalah:

H7: Penggunaan *digital payment* memediasi pengaruh negatif persepsi risiko terhadap kinerja keuangan UMKM di Surakarta.

Berikut model dalam penelitian ini:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

3. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji pengaruh persepsi kemudahan (X1), kepercayaan digital (X2), dan persepsi risiko *digital payment* (X3) terhadap kinerja keuangan UMKM (Y) dengan penggunaan *digital payment* (Z) sebagai variabel mediasi. Populasi penelitian mencakup seluruh pelaku

UMKM di Kota Surakarta yang telah menggunakan pembayaran digital, sedangkan sampel ditentukan melalui teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling* berdasarkan kriteria pemilik atau pengelola UMKM yang menjalankan usaha di Surakarta, menggunakan pembayaran digital minimal satu tahun terakhir, serta memiliki pencatatan keuangan usaha. Jumlah sampel ditetapkan sebanyak 150 responden berdasarkan pertimbangan jumlah indikator penelitian. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert 1–5. Pengukuran variabel meliputi persepsi kemudahan, kepercayaan digital, persepsi risiko, penggunaan *digital payment*, dan kinerja keuangan UMKM yang masing-masing direpresentasikan oleh empat indikator. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan SmartPLS 4 melalui evaluasi *outer model* untuk menguji validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas konstruk, serta *inner model* untuk menguji koefisien determinasi (R^2), ukuran efek (f^2), relevansi prediktif (Q^2), dan hubungan antarvariabel. Pengujian hipotesis dilakukan melalui prosedur *bootstrapping* dengan 5.000 subsampel, sedangkan pengujian mediasi dilakukan melalui analisis *indirect effect* berdasarkan nilai signifikansi dan *confidence interval*. Pendekatan ini digunakan karena mampu menganalisis hubungan langsung maupun tidak langsung antarvariabel dalam model penelitian secara simultan (Hair *et al*., 2022; Ghozali, 2023).

4. Hasil Dan Pembahasan

Deskripsi Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, jenis usaha, lama usaha, jumlah karyawan, rata-rata transaksi penjualan bulanan, dan klasifikasi usaha. Ringkasan karakteristik 201 responden disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden

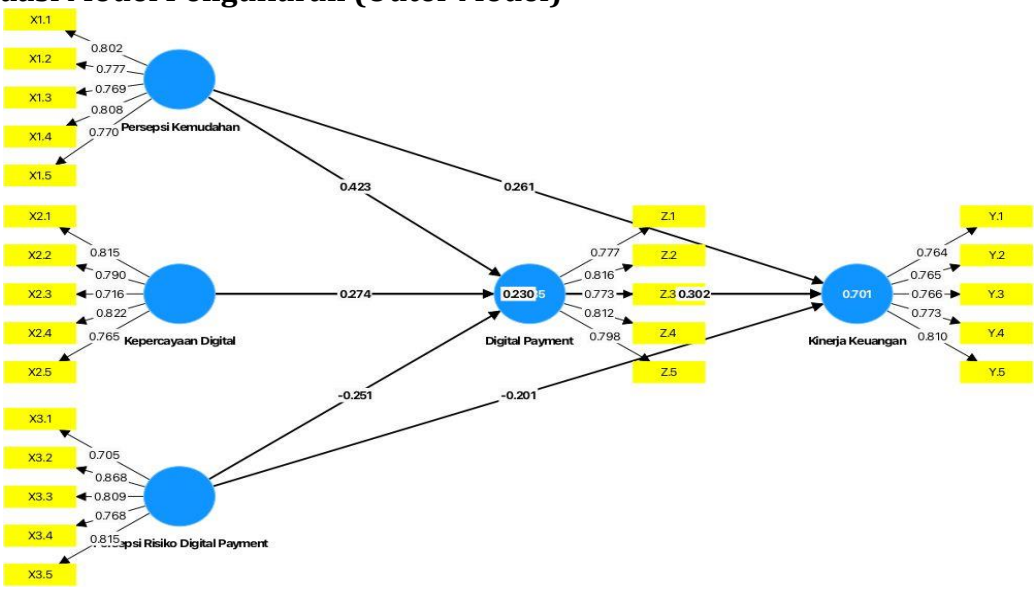
Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase
Jenis kelamin	Laki-laki	80	39,8%
	Perempuan	121	60,2%
Usia	< 25 tahun	109	54,2%
	25–35 tahun	69	34,3%
	> 35 tahun	23	11,4%
Pendidikan terakhir	SMA/SMK	116	57,7%
	D3/S1	82	40,8%
	S2/S3	3	1,5%
Jenis usaha	Kuliner	76	37,8%
	Fashion	45	22,4%
	Jasa	21	10,4%
	Toko kelontong	15	7,5%
	Furnitur	11	5,5%
	Manufaktur	6	3,0%
	Dagang komersial	10	5,0%
	Lainnya	17	8,5%
Lama usaha	< 1 tahun	77	38,3%
	1–5 tahun	87	43,3%
	> 5 tahun	37	18,4%
Jumlah karyawan	1–5 orang	170	84,6%
	5–10 orang	25	12,4%
	> 10 orang	6	3,0%
Rata-rata transaksi penjualan/bulan	< Rp2 juta	44	21,9%

	Rp2–5 juta	70	34,8%
	Rp5–10 juta	66	32,8%
	> Rp10 juta	21	10,4%
Klasifikasi usaha	Usaha mikro	91	45,3%
	Usaha kecil	80	39,8%
	Usaha menengah	30	14,9%

Sumber : Data diolah menggunakan SmartPLS 4, 2026.

Berdasarkan Tabel 1, penelitian ini melibatkan 201 responden yang didominasi perempuan (60,2%) dan kelompok usia di bawah 25 tahun (54,2%). Sebagian besar responden memiliki pendidikan terakhir SMA/SMK (57,7%), menjalankan usaha di bidang kuliner (37,8%), serta telah menjalankan usaha selama 1–5 tahun (43,3%). Dari sisi operasional, mayoritas UMKM memiliki 1–5 karyawan (84,6%), dengan rata-rata transaksi penjualan bulanan Rp2–5 juta (34,8%) dan termasuk dalam klasifikasi usaha mikro (45,3%). Gambaran tersebut menunjukkan bahwa responden penelitian terutama merepresentasikan usaha mikro dengan skala tenaga kerja relatif kecil.

Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)



Gambar 2. Outer Model

Evaluasi outer model dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas konstruk melalui pengujian outer loading, Average Variance Extracted (AVE), validitas diskriminan, dan reliabilitas internal. Hasil pengujian masing-masing indikator disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Outer Loading

Konstruk	Indikator	Outer loading
Persepsi Kemudahan (X1)	X1.1	0,802
	X1.2	0,777
	X1.3	0,769
	X1.4	0,808
	X1.5	0,770
Kepercayaan Digital (X2)	X2.1	0,815
	X2.2	0,790
	X2.3	0,716
	X2.4	0,822
	X2.5	0,765

Persepsi Risiko Digital Payment (X3)	X3.1	0,705
	X3.2	0,868
	X3.3	0,809
	X3.4	0,768
	X3.5	0,815
Digital Payment (Z)	Z.1	0,777
	Z.2	0,816
	Z.3	0,773
	Z.4	0,812
	Z.5	0,798
Kinerja Keuangan (Y)	Y.1	0,764
	Y.2	0,765
	Y.3	0,766
	Y.4	0,773
	Y.5	0,810

Sumber : Data diolah menggunakan SmartPLS 4, 2026.

Hasil pengujian pada Tabel 2 menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai outer loading antara 0,705 hingga 0,868, sehingga telah melampaui batas minimum 0,70. Nilai tertinggi terdapat pada indikator X3.2 sebesar 0,868, sedangkan nilai terendah terdapat pada X3.1 sebesar 0,705. Dengan demikian, seluruh indikator dinyatakan memenuhi validitas konvergen dan dapat dipertahankan dalam model pengukuran.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas Konvergen

Konstruk	Cronbach's alpha	rho_A	Composite reliability (rho_C)	AVE	Keterangan
Digital Payment	0,855	0,856	0,896	0,633	Reliabel dan Valid
Kepercayaan Digital	0,842	0,847	0,887	0,613	Reliabel dan Valid
Kinerja Keuangan	0,835	0,837	0,883	0,602	Reliabel dan Valid
Persepsi Kemudahan	0,845	0,845	0,890	0,617	Reliabel dan Valid
Persepsi Risiko Digital Payment	0,853	0,856	0,895	0,632	Reliabel dan Valid

Sumber : Data diolah menggunakan SmartPLS 4, 2026.

Tabel 3 memperlihatkan bahwa seluruh konstruk memiliki nilai Cronbach’s alpha sebesar 0,835–0,855 dan composite reliability (rho_C) sebesar 0,883–0,896, sehingga seluruhnya memenuhi kriteria reliabilitas di atas 0,70. Nilai AVE setiap konstruk juga berada pada rentang 0,602–0,633, lebih tinggi daripada batas minimum 0,50. Hasil tersebut menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki konsistensi internal yang baik dan setiap konstruk mampu menjelaskan lebih dari separuh varians indikatornya.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Diskriminan Fornell–Larcker

Konstruk	DP	KD	KK	PK	PR
Digital Payment	0,795				
Kepercayaan Digital	0,699	0,783			
Kinerja Keuangan	0,761	0,722	0,776		

Persepsi Kemudahan	0,732	0,761	0,738	0,786	
Persepsi Risiko Digital Payment	-0,535	-0,414	-0,562	-0,403	0,795

Sumber : Data diolah menggunakan SmartPLS 4, 2026.

Berdasarkan Tabel 4, nilai akar kuadrat AVE pada diagonal masing-masing konstruk lebih besar daripada korelasi konstruk tersebut dengan konstruk lainnya. Sebagai contoh, nilai diagonal Digital Payment sebesar 0,795 lebih tinggi daripada korelasinya dengan konstruk lain, sedangkan nilai diagonal Persepsi Kemudahan sebesar 0,786 juga melampaui korelasi antarkonstruk terkait. Dengan demikian, berdasarkan kriteria Fornell–Larcker, seluruh konstruk memenuhi validitas diskriminan.

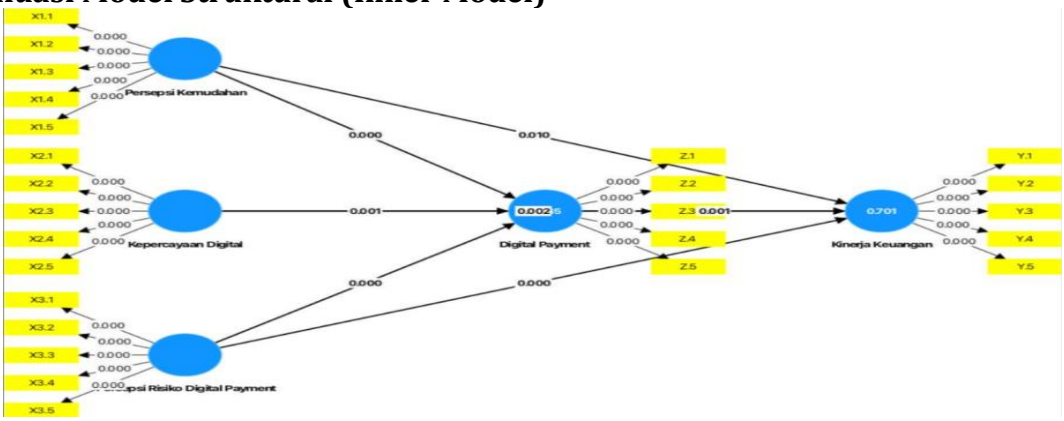
Tabel 5. Hasil Uji Heterotrait–Monotrait Ratio (HTMT)

Konstruk	DP	KD	KK	PK	PR
Kepercayaan Digital	0,816				
Kinerja Keuangan	0,892	0,854			
Persepsi Kemudahan	0,861	0,896	0,870		
Persepsi Risiko Digital Payment	0,625	0,489	0,669	0,475	

Sumber : Data diolah menggunakan SmartPLS 4, 2026.

Hasil pengujian HTMT menunjukkan bahwa seluruh nilai berada di bawah batas 0,90, dengan rentang 0,475–0,896. Nilai tertinggi terdapat pada hubungan Kepercayaan Digital dan Persepsi Kemudahan sebesar 0,896, sedangkan nilai terendah terdapat pada hubungan Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko Digital Payment sebesar 0,475. Oleh karena itu, seluruh konstruk dinyatakan memenuhi validitas diskriminan berdasarkan kriteria HTMT 0,90. Pengujian multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai Variance Inflation Factor (VIF) seluruh indikator berada pada rentang 1,605–2,644. Nilai tersebut berada di bawah ambang batas 5, sehingga tidak ditemukan indikasi multikolinearitas yang mengganggu dalam model pengukuran.

Evaluasi Model Struktural (Inner Model)



Gambar 3. Inner Model

Evaluasi inner model dilakukan untuk menilai kemampuan model dalam menjelaskan variabel endogen, besarnya kontribusi antarvariabel, relevansi prediktif, serta signifikansi hubungan struktural. Ringkasan nilai koefisien determinasi dan relevansi prediktif disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Koefisien Determinasi dan Relevansi Prediktif

Variabel endogen	R-square	R-square adjusted	Q^2
Digital Payment	0,635	0,630	0,394
Kinerja Keuangan	0,701	0,695	0,412

Sumber : Data diolah menggunakan SmartPLS 4, 2026.

Tabel 6 menunjukkan bahwa Digital Payment memiliki nilai R-square sebesar 0,635, yang berarti 63,5% variasinya dapat dijelaskan oleh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Digital, dan Persepsi Risiko Digital Payment, sedangkan 36,5% dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Kinerja Keuangan memiliki nilai R-square sebesar 0,701, sehingga 70,1% variasinya dapat dijelaskan oleh konstruk-konstruk dalam model, sementara 29,9% dipengaruhi faktor lain. Nilai Q^2 Digital Payment sebesar 0,394 dan Kinerja Keuangan sebesar 0,412, yang keduanya lebih besar dari nol, menunjukkan bahwa model memiliki relevansi prediktif terhadap kedua variabel endogen. Selain koefisien determinasi, ukuran efek (f^2) digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi masing-masing konstruk eksogen terhadap konstruk endogen. Hasil pengujian f^2 disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Effect Size (f^2)

Hubungan antarvariabel	f^2
Persepsi Kemudahan → Digital Payment	0,202
Kepercayaan Digital → Digital Payment	0,084
Persepsi Risiko Digital Payment → Digital Payment	0,140
Digital Payment → Kinerja Keuangan	0,111
Persepsi Kemudahan → Kinerja Keuangan	0,078
Kepercayaan Digital → Kinerja Keuangan	0,066
Persepsi Risiko Digital Payment → Kinerja Keuangan	0,096

Sumber : Data diolah menggunakan SmartPLS 4, 2026.

Berdasarkan Tabel 7, nilai f^2 berada pada rentang 0,066–0,202. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Digital Payment memiliki ukuran efek terbesar, yaitu 0,202 dan termasuk kategori sedang. Sementara itu, hubungan lainnya memiliki nilai f^2 antara 0,066 hingga 0,140 yang termasuk kategori kecil. Hasil ini menunjukkan bahwa setiap konstruk eksogen memberikan kontribusi terhadap konstruk endogen dengan besaran efek yang berbeda.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan melalui prosedur bootstrapping dengan melihat nilai koefisien jalur, t-statistics, dan p-values. Hasil pengujian pengaruh langsung dan tidak langsung dirangkum dalam satu tabel agar hubungan antarvariabel dapat dibandingkan secara menyeluruh.

Tabel 8. Hasil Pengujian Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Hipotesis	Hubungan antarvariabel	Koefisien	t-statistics	p-values	Keputusan
H1	Digital Payment → Kinerja Keuangan	0,302	3,192	0,001	Diterima
H2	Persepsi Kemudahan → Kinerja Keuangan	0,261	2,583	0,010	Diterima
H3	Kepercayaan Digital → Kinerja Keuangan	0,230	3,042	0,002	Diterima

H4	Persepsi Risiko Digital Payment → Kinerja Keuangan	-0,201	3,880	<0,001	Diterima
H5	Persepsi Kemudahan → Digital Payment → Kinerja Keuangan	0,128	2,608	0,009	Diterima
H6	Kepercayaan Digital → Digital Payment → Kinerja Keuangan	0,083	2,306	0,021	Diterima
H7	Persepsi Risiko Digital Payment → Digital Payment → Kinerja Keuangan	-0,076	2,332	0,020	Diterima

Sumber : Data diolah menggunakan SmartPLS 4, 2026.

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh langsung dan tidak langsung, seluruh hipotesis H1–H7 dinyatakan diterima karena memiliki nilai *p-values* kurang dari 0,05. Secara langsung, *Digital Payment*, persepsi kemudahan, dan kepercayaan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan, sedangkan persepsi risiko *Digital Payment* berpengaruh negatif dan signifikan. Selain itu, hasil pengujian pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwa *Digital Payment* mampu memediasi pengaruh persepsi kemudahan dan kepercayaan digital secara positif serta persepsi risiko secara negatif terhadap kinerja keuangan UMKM. Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan pembayaran digital berperan sebagai salah satu mekanisme yang menghubungkan persepsi pengguna dengan kinerja keuangan UMKM.

Pembahasan

Pengaruh Penggunaan Digital Payment terhadap Kinerja Keuangan

Penggunaan Digital Payment berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan. Hal ini dibuktikan dengan nilai p-value 0,001 < 0,05. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Apriantini et al., 2026) yang menemukan bahwa penggunaan digital payment berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya.

Pengaruh positif ini terjadi karena digital payment sudah menjadi bagian dari operasional usaha responden. Mayoritas menggunakannya setiap hari, memakai lebih dari satu platform, dan sebagian besar transaksi penjualannya sudah lewat digital payment, karena dianggap sangat penting untuk menunjang usaha. Penggunaan yang rutin ini membuat uang masuk lebih cepat dan tercatat otomatis, sehingga mayoritas responden merasakan arus kas lebih mudah dipantau, transaksi lebih efisien, jumlah transaksi harian meningkat, dan pada akhirnya pendapatan serta laba usaha ikut naik.

Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Kinerja Keuangan

Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan. Hal ini dibuktikan dengan nilai p-value 0,010 < 0,05. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Zaldy et al., 2023) yang menemukan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya.

Pengaruh positif ini terjadi karena kemudahan membuat pelaku UMKM bisa mengelola transaksi dengan lebih cepat dan minim kesalahan. Responden merasa

digital payment tidak rumit, praktis di berbagai situasi, dan menghemat waktu. Waktu dan tenaga yang terhemat bisa dialihkan untuk melayani lebih banyak pelanggan dan mengurus usaha, sehingga transaksi lebih efisien, arus kas lebih mudah dipantau, dan kinerja keuangan membaik.

Pengaruh Kepercayaan Digital terhadap Kinerja Keuangan

Kepercayaan Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan. Hal ini dibuktikan dengan nilai p-value 0,002 < 0,05. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Indah, 2024) yang menemukan bahwa kepercayaan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya.

Pengaruh positif ini terjadi karena pelaku UMKM yang percaya pada sistem digital payment merasa aman bertransaksi. Responden yakin sistemnya andal, data keuangannya terlindungi, nominal transaksi tidak berkurang, dan biaya diterapkan secara transparan. Tanpa rasa was-was, mereka lebih leluasa melayani pembayaran digital dan mengelola keuangan usaha, sehingga penjualan dan pencatatan keuangan berjalan lebih baik.

Pengaruh Persepsi Risiko Digital Payment terhadap Kinerja Keuangan

Persepsi Risiko Digital Payment berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan. Hal ini dibuktikan dengan nilai p-value 0,000 < 0,05. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Purwantini, 2021) yang menemukan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya.

Pengaruh negatif ini terjadi karena risiko yang dirasakan pelaku UMKM menimbulkan beban bagi usaha. Responden mengakui adanya gangguan sistem, ketergantungan pada internet, kekhawatiran kebocoran data, dan biaya aplikasi yang berpotensi mengurangi keuntungan. Kekhawatiran ini membuat pelaku usaha ragu, kehilangan peluang transaksi, atau harus menanggung biaya tambahan, sehingga kinerja keuangan usaha ikut tertekan.

Penggunaan Digital Payment Memediasi Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Kinerja Keuangan

Digital Payment memediasi pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Kinerja Keuangan secara positif dan signifikan. Hal ini dibuktikan dengan nilai p-value 0,009 < 0,05. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Denita Marceliawati & Hudi Kurniawanto, 2025) yang menemukan bahwa penggunaan digital payment dapat memediasi hubungan antara persepsi kemudahan dan kinerja keuangan. Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya.

Pengaruh ini terjadi karena kemudahan lebih dulu mendorong pelaku UMKM memakai digital payment. Responden yang merasa aplikasinya mudah, praktis, dan menghemat waktu menjadikannya bagian dari kegiatan usaha sehari-hari. Penggunaan yang rutin inilah yang kemudian dirasakan manfaatnya, yaitu arus kas lebih mudah dipantau, transaksi lebih efisien, dan pendapatan serta laba meningkat.

Penggunaan Digital Payment Memediasi Pengaruh Kepercayaan Digital terhadap Kinerja Keuangan

Digital Payment memediasi pengaruh Kepercayaan Digital terhadap Kinerja Keuangan secara positif dan signifikan. Hal ini dibuktikan dengan nilai p-value 0,021 < 0,05. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Zakariya & Arifin, 2025) yang menemukan bahwa penggunaan digital payment dapat memediasi hubungan antara kepercayaan digital dan kinerja keuangan. Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya.

Pengaruh ini terjadi karena rasa percaya membuat pelaku UMKM nyaman memakai digital payment. Responden yang yakin sistemnya andal, datanya aman, dan biayanya transparan berani menjadikannya alat transaksi utama, bahkan memakai lebih dari satu platform. Semakin sering digunakan, semakin terasa manfaatnya bagi arus kas, efisiensi transaksi, dan peningkatan pendapatan usaha.

Penggunaan Digital Payment Memediasi Pengaruh Persepsi Risiko Digital Payment terhadap Kinerja Keuangan

Digital Payment memediasi pengaruh Persepsi Risiko Digital Payment terhadap Kinerja Keuangan secara negatif dan signifikan. Hal ini dibuktikan dengan nilai p-value 0,020 < 0,05. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fauziyah & Prajawati, 2023) dan (Syahputra F, n.d.) yang menemukan bahwa penggunaan digital payment dapat memediasi hubungan antara persepsi risiko dan kinerja keuangan. Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya.

Pengaruh ini terjadi karena kekhawatiran akan gangguan sistem, ketergantungan internet, kebocoran data, dan biaya aplikasi membuat pelaku UMKM membatasi penggunaan digital payment. Ketika penggunaannya rendah, usaha tidak memperoleh manfaatnya, seperti arus kas yang mudah dipantau, transaksi yang efisien, dan jumlah transaksi yang meningkat, sehingga kinerja keuangan ikut menurun.

5. Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan metode Partial Least Squares (PLS), penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan kepercayaan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan digital payment, sedangkan persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan. Penggunaan digital payment, persepsi kemudahan, dan kepercayaan digital juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM, sementara persepsi risiko memberikan pengaruh negatif dan signifikan. Selain itu, penggunaan digital payment terbukti mampu memediasi pengaruh persepsi kemudahan dan kepercayaan digital secara positif serta persepsi risiko secara negatif terhadap kinerja keuangan UMKM. Dengan demikian, seluruh hipotesis penelitian (H1–H10) dinyatakan diterima. Berdasarkan temuan tersebut, pelaku UMKM diharapkan dapat mengoptimalkan pemanfaatan pembayaran digital dengan memperhatikan kemudahan, keamanan, dan risiko transaksi untuk mendukung pengelolaan keuangan usaha. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas cakupan responden dan sektor usaha, menggunakan metode observasi atau wawancara sebagai pelengkap, serta mempertimbangkan penambahan variabel lain, seperti literasi keuangan, guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan digital payment dan kinerja keuangan UMKM.

6. Daftar Pustaka

Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality, and Behavior* (2nd ed.). Open University Press. https://psicoexperimental.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/03/ajzeni-2005-attitudes-personality-and-behaviour-2nd-ed-open-university-press.pdf

Apriantini, K. R., Dewi, G. A. K. R. S., & Masdiantini, P. R. (2026). *Pengaruh Financial Attitude, Payment Gateway Berbasis Qris, Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Keuangan Umkm Di Kabupaten Buleleng Kadek*. *7*(3), 2323–2331. https://journal.yrpipku.com/index.php/msej/about/contact

Azis, S. abdul, Prihatni, R., & Gurendrawati, E. (2025). Pemanfaatan Teknologi Finansial (Fintech) Untuk Meningkatkan Inklusi Keuangan Pada Umkm. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, *5*(1), 67–86. https://doi.org/10.51903/jiab.v5i1.870

Badarudin, D. A., & Adi, S. W. (2025). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Kemanfaatan Elektronik Wallet Shopeepay Terhadap Kinerja Keuangan UMKM. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB)*, *4*(1), 209–215. https://doi.org/10.47233/jemb.v4i1.2790

Candraningrat, I. R., Abundanti, N., Mujiati, N. W., Erlangga, R., & Jhuniantara, I. M. G. (2021). The role of financial technology on development of MSMEs. *Accounting*, *7*(1), 225–230. https://doi.org/10.5267/j.ac.2020.9.014

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th, Ed.). SAGE Publications.

Darmaningrum, K. (2025). *Transformasi Digital pada UMKM* (E. Damayanti, Ed.). Widina Bhakti Persada. https://repository.penerbitwidina.com/media/publications/590468-transformasi-digital-pada-umkm-bcb678fc.pdf

Darmaningrum kurniawati. (2023). *Transformasi Digital pada UMKM*. Widina Media Utama. https://repository.penerbitwidina.com/media/publications/590468-transformasi-digital-pada-umkm-bcb678fc.pdf#:~:text=Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM%2C pada,Produk Domestik Bruto (PDB) dan menciptakan 97

Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. https://doi.org/https://doi.org/10.2307/249008

Denita Marceliawati, & Hudi Kurniawanto. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan SIA, Inklusi Keuangan, dan Digital Payment Terhadap Kinerja UMKM di Sragen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, *5*(3), 151–166. https://doi.org/10.55606/jurima.v5i3.5666

Dewi, I. R., & Purnamasari, P. E. (2025). The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Trust on the Use of E-Payment with Customer Engagement Mediation on MSMEs in Malang City. *Jurnal Manajemen Motivasi*, *22*(1), 663–671. https://doi.org/10.29406/jmm.v22i1.8497

Fauziyah, L., & Prajawati, M. I. (2023). Persepsi dan Risiko QRIS sebagai Alat Transaksi Bagi UMKM. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, *7*(2), 1159. https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i2.987

Faza, R. A., & Melati, I. S. (2025). *Pemahaman atas Persepsi Risiko Penggunaan E-Wallet di Kalangan Gen Z Kota Semarang*. *24*(1). https://doi.org/10.33557/f63xpx38

Febriyanto, A., Saputro, E. P., & Setyaningrum, D. P. (2024). Intensi Penggunaan Digital Payment pada UMKM: Analisis Multigroup High and Low Trust. *Jurnal Persaingan Usaha*, *4*(2), 134–146. https://doi.org/10.55869/kppu.v4i2.123

Fikri, M., Herlina, L., & Winar, I. (2025). *Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Penggunaan QRIS sebagai Instrumen Transaksi Keuangan Digital pada Generasi Z di Kota Bandung*. https://doi.org/10.61104/alz.v3i5.2864

Ghozali, I. (2023). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0 untuk Penelitian Empiris* (1st ed.). Yoga Pratama.

Ginanjar Suendro, & Fridatien, E. (2025). Peran Digital Payment dalam Efisiensi Keuangan Usaha Mikro di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, *5*(1), 661–669. https://doi.org/10.55606/jimek.v5i1.6718

Gunibala, Z. (2025). Scoping Review: Efektivitas Penggunaan Fintech Terhadap Kinerja Umkm Indonesia. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, *4*(1), 1–12. https://doi.org/10.35446/bisniskompetif.v4i1.2069

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). SAGE Publications.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). SAGE Publications.

Haryani, S., & Zahwa, S. (2025). *THE IMPACT OF DIGITAL MARKETING ON TRADITIONAL MARKET CLOTHING TRADERS (CASE STUDY OF THE INPRES MARKET IN PALU CITY) Dasa*. *8*(2), 3020–3033.

Hilmawati, M. R. N., & Kusumaningtias, R. (2021). Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Dan Keberlangsungan Sektor Usaha Mikro Kecil Menengah. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, *10*(1), 135–152. https://doi.org/10.21831/nominal.v10i1.33881

Husna Afrizal, S., & Megananda, T. B. (2025). Digital Transformation: Enhancing MSME Sustainability Through Financial Digitalization. *Jiic: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, *2*(2), 2914–2922. https://jicnusantara.com/index.php/jiic

Khairani, N., Saragih, A. Y., Panggabea, W. N., Juan, O., & Manihuruk, G. (2025). *Pengaruh QRIS terhadap Efisiensi Operasional UMKM pada Era Transformasi Digital : Study Literatur*. *5*, 6764–6774.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (Pearson, Ed.; 14th ed.).

Kumala, D. C., Pranata, J. W., & Thio, S. (2020). *Pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use, trust , dan security terhadap minat penggunaan gopay pada generasi x di surabaya*. *6*(1), 19–29. https://doi.org/10.9744/jmhot.6.1.19

Kusuma, A. W., & Priyastiwi. (2026). *Literasi Keuangan , Persepsi Kemudahan Penggunaan Teknologi , dan Kinerja Keuangan UMKM : Peran Mediasi Penggunaan Digital Payment*. *9*(1), 1116–1125.

Luckieta, M. (2025). Strategi Pengelolaan Keuangan Dan Dampaknya Terhadap Profitabilitas Umkm. *Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian*, *4*(3), 1279–1289. https://doi.org/10.58344/locus.v4i3.3932

Maulana, M. R., & Suhartono, E. (2025). The Influence of Financial Literacy and Ease of Use on Transactions Using QRIS in MSMEs in Semarang City. *MARGINAL JOURNAL OF MANAGEMENT ACCOUNTING GENERAL FINANCE AND INTERNATIONAL ECONOMIC ISSUES*, *4*(4), 881–891. https://doi.org/10.55047/marginal.v4i4.1781

Maulidiah, E. P., Budiantono, B., History, A., & Satisfaction, C. (2023). *PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI RISIKO, DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN SHOPEEPAY DI KOTA BEKASI*. *2*(1), 2137–2146.

Mahasari, D. P., & Mangifera, L. (2023). THE ROLE OF GOVERNMENT SUPPORT IN THE ENHANCEMENT OF FINANCIAL ABILITY AND TECHNOLOGY ABILITY ON SMEs FINANCIAL PERFORMANCE. *Midyear International Conference*, 171–181.

Mawardani, F., Dwijayanti, R., & Cashback, P. (2021). *PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PROMOSI CASHBACK TERHADAP MINAT DALAM MENGGUNAKAN DOMPET DIGITAL*. *9*(3). https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jptn.v9n3.p1455-1463

Monica, L., Maulida, A., & Sari, P. P. (2024). Pengetahuan Sistem Pembayaran Teknologi Digital Dalam Kinerja Keuangan Umkm. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, *13*(04), 1355–1366. https://doi.org/10.22437/jmk.v13i04.38291

Nabila, A. P., Raharso, S., & Tiorida, E. (2025a). The Influence of Trust and Transaction Security on Interest in Using The QRIS Payment System. *Airlangga Journal of Innovation Management*, *6*(2), 248–260. https://doi.org/10.20473/ajim.v6i2.72597

Nabila, A. P., Raharso, S., & Tiorida, E. (2025b). The Influence of Trust and Transaction Security on Interest in Using The QRIS Payment System. *Airlangga Journal of Innovation Management*, *6*(2), 248–260. https://doi.org/10.20473/ajim.v6i2.72597

Namira, L. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat UMKM di Kota Padang Menggunakan e-Payment sebagai Metode Pembayaran. *Owner*, *6*(1), 212–224. https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.553

Nasih, A. M., Gati, V., & Rahayu, S. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kepercayaan,Persepsi Risiko Dan Persepsi Hambatan Terhadap Minat Menggunakan QRISyangDimediasi Oleh Sikap Terhadap QRIS. *Nucl. Phys.*, *13*(1), 104–116. https://doi.org/10.26740/akunesa

Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021). *Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada* . *4*(1), 1–9.

Nurrohmah, A., Nuryani, Y., Kunci, K., Kemanfaatan, P., & Penggunaan, K. (2025). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan dan Kemudahan terhadap Keputusan Penggunaan Digital Payment QRIS pada UMKM di Kabupaten Bandung. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi*, *2*(3), 508–517.

Octavina, larissa adella, & Rita, maria rio. (2021). Digitalisasi umkm, literasi keuangan, dan kinerja keuangan : Studi pada masa pandemi Covid-19. *Journal of Business and Banking*, 73–92. https://doi.org/10.14414/jbb.v11i1.2552

Putri, E. W., Isnaini, R. A., & Tristiana, S. P. (2022). Prosiding National Seminar on Accounting , Finance , Peran Sistem Digital Payment Sebagai Strategi Peningkatan Pendapatan pada Usaha. *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics*, *2*(2), 17–30.

Rahadi, J., Agrecia, A., P, G. P. A., Valecia, V. G., & Nofirda, F. A. (2025). Pengaruh Penggunaan QRIS terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *9*(1), 4256–4262.

Rahmadhana, R., & Ekowati, S. (2022). *Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Konsumen Shopee Di Kota Bengkulu*. *10*(2), 629–636.

Rani, G. M., & Desiyanti, R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Digital Payment Terhadap Kinerja UMKM Makanan & Minuman di Kota Padang. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, *5*(02), 161–174. https://doi.org/10.37366/ekomabis.v5i02.1403

Rayhan, M., Nursaidah, & Dian, T. (2025). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat dan Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada UNISRI Surakarta. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, *2*(3), 3364–3381. https://doi.org/10.62710/kv28t116

Rosalina Widyayanti, E. (n.d.). *ANALISIS PENGARUH KECENDERUNGAN PERGESERAN SISTEM PEMBAYARAN DARI TUNAI KE NON-TUNAI/ONLINE PAYMENT TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN USAHA (Studi pada UMKM di Yogyakarta)*. 187–200. Retrieved www.gatra.com,

Sabyan, M. (2025). DAMPAK PENGGUNAAN QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD TERHADAP KEMUDAHAN TRANSAKSI DI KOTA JAMBI. In *Jurnal Dinamika Manajemen* (Vol. 13, Number 3). https://doi.org/https://doi.org/10.22437/jdm.v13i3.47591

Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). Pearson Education.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach* (7th ed.). John Wiley & Sons.

Septa, A., & Budiwitjacksono, G. S. (2023). PERCEIVED EASE AND SECURITY OF USING QRIS TOWARDS CASHLESS SOCIETY. *IJEBD (International Journal of Entrepreneurship and Business Development)*, *6*(4), 725–738. https://doi.org/10.29138/ijebd.v6i4.2308

Sholihah, E., & Nurhapsari, R. (2023). Percepatan Implementasi Digital Payment Pada UMKM: Intensi Pengguna QRIS Berdasarkan Technology Acceptance Model. *Nominal Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, *12*(1), 1–12. https://doi.org/10.21831/nominal.v12i1.52480

Sholikin, M. K., & Mangifera, L. (2026). Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah Implikasi Penerapan Fintech dan Blockchain Terhadap Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, *8*(2), 1099–1110. https://doi.org/10.47467/alkharaj.v8i2.11521

Stanislaus, J., & Nainggolan, R. (2026). *Peran Kemudahan QRIS dalam Bertransaksi terhadap Kinerja UMKM*. *10*(1), 12–28. https://doi.org/10.29408/jpek.v10i1.33657

Stockemer, D. (2019). *Quantitative methods for the social sciences: A practical introduction with examples in SPSS and Stata*. Springer International Publishing. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-319-99118-4

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

Sugiyono, P. D. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Syahputra, F. S., & Oktafani, F. (2014). Pengaruh Brand Image Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Pengguna Layanan Airasia Indonesia Di Fakultas Komunikasi Dan …. *EProceedings …*.

Syahputra F, O. F. (n.d.). *Pengaruh Brand Image Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Pengguna Layanan Airasia Indonesia Di Fakultas Komunikasi* .

Utami, N. (2025). Adopsi Pembayaran Digital melalui QRIS dan Dampaknya terhadap Kinerja Finansial UMKM. *Jurnal Transaksi (Atma Jaya)*, *9*(2), 1–13.

Wulandari, E., & Septiani, M. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-wallet OVO. *Jurnal Economina*, *3*(1), 87–95. https://doi.org/10.55681/economina.v3i1.1141

Zakariya, A., & Arifin, A. A. (2025). The Application of Digital Payments (QRIS & E-Wallet) on the Efficiency of MSME Transactions. *Journal of Finance, Economics and Business*, *4*(2), 1–19. https://doi.org/10.59827/jfeb.v4i2.326

Zaldy, Arman, A., & Darwin, K. (2023). Pengaruh Penggunaan Digital Payment Terhadap Kinerja Keuangan Pada Umkm Di Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Ekonomi Bisnis, Manajemen Akuntansi*, *6*(2), 20–29. https://jurnal.stie-lpi.ac.id/index.php/neraca

Zayyani, E., & Suryani, E. (2025). The Impact of Digital Finance, Financial Constraints, and Risk Perception of Digital Financial Services on SME Performance: an Empirical Study of SMEs in the Creative Economy Sector on Lombok Island. *Journal of Finance and Business Digital*, *4*(1), 189–200. https://doi.org/10.55927/jfbd.v4i1.59