



Pengaruh Penggunaan *Digital Payment* Terhadap Kinerja UMKM di Kota Makassar

Zaldy. M^{1*}, Andi Arman², Khadijah Darwin³

¹⁻³Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar

Korespondensi Penulis: zaldy.m0808@gmail.com

Abstract: This study aims to determine the effect of digital payment usage on the performance of MSMEs in Makassar City. The method used was quantitative with a simple linear regression technique on 99 MSME respondents. The analysis results show that digital payment usage has a positive and significant effect on MSME performance, with a calculated *t*-value of $9.646 > t$ -table 1.984 and a significance level of $0.000 < 0.05$. The *R*-square value of 0.490 indicates that 49% of the variation in MSME performance is explained by the use of digital payments. This study concludes that digital payments play a significant role in improving MSME performance. It is recommended that MSMEs utilize these services more actively and that the government support them through digital training.

Keywords: Usage; Digital Payment; MSME Performance.

Absrak; Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan digital payment terhadap kinerja UMKM di Kota Makassar. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik regresi linear sederhana terhadap 99 responden pelaku UMKM. Hasil analisis menunjukkan bahwa penggunaan digital payment berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM, dengan nilai *t* hitung $9,646 > t$ tabel 1,984 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai *R* Square sebesar 0,490 menunjukkan bahwa 49% variasi kinerja UMKM dijelaskan oleh penggunaan digital payment. Penelitian ini menyimpulkan bahwa digital payment berperan penting dalam meningkatkan kinerja UMKM. Disarankan agar pelaku UMKM lebih aktif memanfaatkan layanan ini dan pemerintah turut mendukung melalui pelatihan digital.

Kata Kunci: Penggunaan; Digital Payment; Kinerja UMKM.

1. LATAR BELAKANG

Kajian Umum

Dalam era Revolusi Industri 4.0 yang ditandai dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, transformasi digital telah menjadi pendorong utama perubahan struktural di berbagai sektor ekonomi, termasuk sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Perubahan ini tidak lagi bersifat opsional, melainkan menjadi keharusan strategis agar pelaku usaha dapat bertahan dan bersaing di tengah dinamika pasar yang semakin kompleks. Teknologi digital membawa lompatan besar dalam efisiensi operasional, transparansi proses bisnis, serta perluasan akses pasar secara lintas batas geografis. Berbagai inovasi seperti aplikasi digital berbasis e-commerce, media sosial, dompet digital (e-wallet), dan sistem manajemen akuntansi berbasis cloud telah menjadi alat utama bagi UMKM untuk mengoptimalkan kinerja bisnis. (Forum, 2018) menegaskan bahwa digitalisasi memungkinkan pelaku usaha untuk memangkas biaya produksi, mempercepat proses layanan, serta meningkatkan kualitas interaksi dengan pelanggan.

Di Indonesia, digitalisasi UMKM menjadi bagian integral dari strategi nasional, sebagaimana tercermin dalam inisiatif “UMKM Go Digital” yang dicanangkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika. Program ini bertujuan untuk mendorong UMKM agar memanfaatkan teknologi digital tidak hanya dalam pemasaran, tetapi juga dalam pengelolaan operasional dan keuangan. Keberhasilan digitalisasi UMKM diyakini dapat menjadi tulang punggung penguatan perekonomian nasional karena UMKM menyumbang lebih dari 60% PDB Indonesia dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja. Oleh sebab itu, adopsi teknologi digital oleh UMKM bukan sekadar fenomena modernisasi, melainkan merupakan kebutuhan strategis dan vital untuk keberlanjutan usaha mereka di era kompetisi global.

Keterkaitan antara aplikasi digital dan keberlangsungan usaha UMKM semakin relevan karena perilaku konsumen saat ini telah berubah secara signifikan menuju preferensi layanan digital yang serba cepat dan fleksibel. Konsumen kini mengharapkan transaksi yang mudah, layanan yang responsif, serta pengalaman pengguna yang seamless, yang hanya bisa dipenuhi melalui integrasi teknologi digital oleh pelaku usaha. Aplikasi digital yang dimaksud dalam konteks ini mencakup berbagai jenis perangkat lunak dan platform, seperti point of sales system (POS), platform marketplace (Tokopedia, Shopee, Bukalapak), sistem pembayaran berbasis QRIS dan dompet digital (OVO, GoPay, DANA), serta software pencatatan keuangan seperti BukuWarung dan Akuntansi UKM. Aplikasi-aplikasi ini mampu mendorong efisiensi dalam manajemen inventori, mempercepat arus kas, serta memungkinkan pelaku UMKM untuk membuat keputusan bisnis yang lebih tepat berdasarkan data real-time. Dalam kerangka penelitian ini, aplikasi digital diposisikan sebagai variabel bebas (independen) yang memengaruhi variabel terikat (dependen), yakni kinerja dan pertumbuhan UMKM. Kinerja UMKM diukur melalui berbagai indikator seperti pendapatan, volume penjualan, efisiensi operasional, dan jangkauan pemasaran.

Kota Makassar sebagai ibu kota provinsi Sulawesi Selatan sekaligus kota terbesar di Indonesia Timur memiliki potensi besar dalam penerapan ekonomi digital. Dengan jumlah UMKM yang mencapai lebih dari 200.000 unit, kota ini menghadirkan laboratorium sosial yang tepat untuk meneliti dampak adopsi teknologi dalam konteks ekonomi daerah. Namun, data empiris menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital oleh UMKM di Makassar belum sepenuhnya merata, sehingga menimbulkan pertanyaan tentang efektivitas, hambatan, dan peluang digitalisasi di wilayah tersebut.

Permasalahan utama yang menjadi pijakan dalam penelitian ini adalah masih rendahnya tingkat adopsi teknologi digital oleh UMKM di Kota Makassar, meskipun berbagai data menunjukkan bahwa potensi manfaatnya sangat besar. Laporan dari Bappelitbangda Sulawesi Selatan (2024) mengungkap bahwa digitalisasi berpotensi meningkatkan pendapatan UMKM hingga 80%, terutama jika disertai dengan optimalisasi proses bisnis dan pengelolaan keuangan berbasis aplikasi. Namun, kenyataannya masih banyak pelaku UMKM yang belum mampu atau belum bersedia mengintegrasikan aplikasi digital ke dalam aktivitas usahanya. Berdasarkan data (Statistik, 2025), dari total 33.097 UMKM di Kota Makassar, hanya sekitar 39% yang tercatat telah memanfaatkan teknologi digital dalam operasional bisnisnya secara rutin. Sisa dari jumlah tersebut masih bergantung pada metode konvensional dalam transaksi, pencatatan, dan pemasaran, yang cenderung lambat dan berisiko tinggi.

Hambatan terbesar dalam adopsi teknologi digital antara lain adalah rendahnya literasi digital, kurangnya pelatihan atau pendampingan, keterbatasan akses terhadap perangkat dan jaringan internet, serta ketakutan akan perubahan sistem kerja. Studi dari (Rahmawati, 2024) juga menunjukkan bahwa meskipun pelaku UMKM mengakui manfaat aplikasi e-commerce dan pembayaran digital, mereka masih menghadapi tantangan struktural seperti mahalnya biaya pengembangan platform digital dan kurangnya dukungan teknis. Selain itu, resistensi terhadap perubahan, terutama pada pelaku UMKM dari generasi lama, menjadi tantangan kultural yang tidak kalah besar. Fenomena ini menggarisbawahi urgensi untuk meneliti lebih jauh bagaimana pengaruh aplikasi digital dapat dioptimalkan bagi UMKM di Kota Makassar, serta strategi apa yang perlu dikembangkan agar digitalisasi UMKM tidak hanya wacana, tetapi benar-benar menjadi praktik nyata yang berkelanjutan.

Dalam menelaah fenomena ini, berbagai penelitian terdahulu telah memberikan kontribusi penting terhadap pemahaman hubungan antara aplikasi digital dan kinerja UMKM. Penelitian (Asisa, 2022) menemukan bahwa kemudahan *digital payment* memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Makassar. (Pontoh, 2024) dalam studinya pada UMKM 7W Coffee menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi kasir membantu meningkatkan efektivitas pencatatan keuangan. Sementara itu, penelitian oleh (Bustomi, 2021) di Kutai Timur menegaskan bahwa pemanfaatan aplikasi digital berpengaruh terhadap pemberdayaan dan kemandirian UMKM. Adapun studi (Kurniawati, 2020) menguji pengaruh digital marketing dan aplikasi pesan-antar makanan terhadap volume penjualan, meski hasilnya menunjukkan bahwa pengaruhnya bervariasi tergantung pada konteks dan sektor.

Secara keseluruhan, pemanfaatan aplikasi digital memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kinerja dan pendapatan UMKM di Kota Makassar. Namun, untuk mengoptimalkan manfaat ekonomi digital, diperlukan strategi inklusif dan komprehensif yang mampu mengatasi berbagai tantangan serta hambatan dalam proses transformasi digital di sektor UMKM. Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “ Pengaruh Penggunaan *Digital Payment* Terhadap Kinerja UMKM Kota Makassar“.

2. KAJIAN TEORITIS

Teori Technology of Acceptance Model (TAM)

Dalam perkembangannya, TAM telah banyak digunakan untuk menjelaskan penerimaan berbagai teknologi, termasuk sistem informasi, e-commerce, mobile banking, dan digital payment. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa TAM masih relevan dalam era digital karena dapat mengukur faktor kognitif dan persepsi pengguna yang menentukan adopsi teknologi baru (Kala'lumbang, 2024).

Lebih lanjut, TAM juga dianggap fleksibel karena dapat diperluas dengan menambahkan variabel eksternal yang relevan dengan konteks penelitian. Misalnya, pada adopsi digital payment, faktor kepercayaan (trust), keamanan (perceived security), serta dukungan infrastruktur sering ditambahkan untuk memperkuat model (Formosa Publisher, 2025; Shetu et al., 2022). Hal ini penting karena dalam transaksi digital, aspek psikologis seperti rasa aman dan keyakinan terhadap penyedia layanan menjadi penentu utama keberlanjutan penggunaan.

Beberapa studi di Indonesia juga menegaskan pentingnya TAM untuk menjelaskan penerimaan digital payment oleh UMKM. Misalnya, penelitian Kala'lumbang (2024) menemukan bahwa persepsi manfaat (perceived usefulness) memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan OVO sebagai metode pembayaran digital di kalangan UMKM. Begitu pula penelitian terkait implementasi QRIS menunjukkan bahwa selain PU dan PEOU, faktor kepercayaan sangat menentukan keputusan UMKM untuk mengadopsi sistem pembayaran digital (Syanova et al., 2024).

Penggunaan Digital Payment

Menurut Priyono dan Adi (2021), digital payment mencakup berbagai instrumen seperti mobile banking, internet banking, e-wallet (misalnya OVO, GoPay, Dana, ShopeePay), hingga sistem pembayaran berbasis kode QR seperti QRIS. Kehadiran digital payment menjadi bagian penting dalam transformasi digital sektor keuangan dan perdagangan, terutama di era pasca-pandemi COVID-19 yang mempercepat digitalisasi transaksi.

Di Kota Makassar, penggunaan digital payment juga meningkat pesat seiring dengan pertumbuhan UMKM. Pemerintah Kota dan Bank Indonesia Wilayah Sulawesi Selatan secara aktif mendorong adopsi QRIS dan e-wallet untuk memudahkan UMKM dalam menerima pembayaran non-tunai. Hal ini bertujuan untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta mendorong inklusi keuangan di masyarakat (BI Sulsel, 2023).

Kinerja UMKM

Menurut Hasibuan (Suparyanto dan Rosad, 2020), Kinerja UMKM adalah suatu hasil kerja yang dicapai seseorang atau organisasi dalam melaksakan tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atas kecakapan, pengalaman, kesungguhan serta waktu.”

Menurut Aribawa (Suparyanto dan Rosad, 2020) “Kinerja UMKM merupakan hasil kerja yang di capai oleh seorang individu dan dapat diselesaikan dengan tugas individu tersebut didalam UMKM pada suatu periode tertentu, dan akan dihubungkan dengan ukuran nilai atau standard dari UMKM yang individu bekerja.”

Hipotesis

Hipotesis adalah solusi jangka pendek terhadap pertanyaan penelitian yang kebenarannya belum ditetapkan. Aplikasi digital merupakan inovasi teknologi yang dirancang untuk mempermudah aktivitas manusia dengan memanfaatkan perangkat lunak pada platform elektronik, seperti smartphone, tablet, atau komputer. Menurut (Azis & Susanti, 2021). Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Asisa, 2022) dengan judul Pengaruh Pemahaman Literasi Keuangan dan Kemudahan Digital Payment terhadap Kinerja UMKM di Kota Makassar yang hasilnya menunjukkan menunjukkan secara parsial adanya pengaruh positif dan signifikan literasi keuangan terhadap kinerja UMKM di kota Makassar, sedangkan penelitian yang dilakukan (Kurniawati, 2020) dengan judul Pengaruh Digital Marketing, Berdasarkan kajian teoritis dan hasil-hasil penelitian terdahulu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah Aplikasi layanan pesan-antar makanan dan harga tidak memiliki pengaruh yang nyata terhadap volume penjualan UMKM di Kota Semarang, dan Pemasaran digital serta Aplikasi layanan pesan-antar makanan tidak memiliki pengaruh yang nyata terhadap volume penjualan di Kota Semarang:

H^1 : Diduga Pengaruh Positif Dan Signifikan Antara Penggunaan *Digital Payment* Terhadap Kinerja UMKM Kota Makassar

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif sebagai metodologi positivis untuk menguji hipotesis mengenai Pengaruh Pengguna Digital Payment Terhadap Kinerja UMKM Kota

Makassar. Studi ini dilaksanakan di Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Makassar selama periode dua bulan, yaitu Mei hingga Juni 2025. Data yang digunakan adalah data kuantitatif (berupa angka-angka) dengan sumber data primer dikumpulkan melalui kuesioner kepada responden dan didukung oleh data sekunder dari dokumentasi. Teknik pengumpulan data juga mencakup observasi. Populasi penelitian ini adalah 33.097 UMKM di Kota Makassar, dan berdasarkan perhitungan Rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% ($e=0,1$), diperoleh jumlah sampel sebanyak 99,69 responden.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen

Uji Validitas

Uji validitas adalah proses untuk menentukan apakah instrumen pengukuran yang digunakan telah memenuhi standar validitas, sehingga dapat dipercaya untuk mengukur konsep yang ingin diukur. Uji validitas ini bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen pengukuran yang digunakan dapat mengukur apa yang seharusnya diukur, dan tidak mengukur hal-hal lain yang tidak relevan. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen pengukuran variabel Pengguna Digital Payment (X) dan Kinerja UMKM (Y) telah memenuhi standar validitas.

Uji Validitas Pengguna *Digital Payment* (X)

Tabel berikut menampilkan hasil uji validitas variabel Pengguna *Digital Payment* (X). Uji validitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen pengukuran yang digunakan telah memenuhi standar validitas, sehingga dapat dipercaya untuk mengukur konsep Pengguna *Digital Payment*.

Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Pengguna *Digital Payment* (X)

No.	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1.	X.P1	0,886	0,197	Valid
2.	X.P2	0,931	0,197	Valid
3.	X.P3	0,935	0,197	Valid
4.	X.P4	0,927	0,197	Valid
5.	X.P5	0,934	0,197	Valid
6.	X.P6	0,919	0,197	Valid
7.	X.P7	0,908	0,197	Valid
8.	X.P8	0,896	0,197	Valid
9.	X.P9	0,926	0,197	Valid
10.	X.P10	0,917	0,197	Valid
11.	X.P11	0,828	0,197	Valid
12	X.P12	0,880	0,197	Valid

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 25

Berdasarkan hasil uji validitas yang ditampilkan pada tabel di atas, terlihat bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Pengguna *Digital Payment* (X), yaitu dari X.P1 hingga X.P12, memiliki nilai r hitung yang lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel sebesar 0,197 (dengan jumlah responden sebanyak 99 orang dan tingkat signifikansi 0,05).

Nilai r hitung dari masing-masing pernyataan berkisar antara 0,828 hingga 0,935, yang berarti seluruh item berada di atas nilai r tabel. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing butir pernyataan memiliki korelasi yang kuat dengan skor total variabel, sehingga memenuhi syarat validitas.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dalam variabel Pengguna Digital Payment dinyatakan valid. Artinya, seluruh pernyataan tersebut mampu mengukur konsep Pengguna *Digital Payment* secara akurat dan konsisten. Validitas yang tinggi ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat diandalkan dan layak digunakan untuk mengukur persepsi atau tingkat penggunaan layanan *digital payment* oleh responden.

Uji Validitas Kinerja UMKM (Y)

Tabel berikut menampilkan hasil uji validitas variabel Kinerja UMKM (Y). Uji validitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen pengukuran yang digunakan telah memenuhi standar validitas, sehingga dapat dipercaya untuk mengukur konsep Kinerja UMKM.

Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Kinerja UMKM (Y)

No.	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1.	Y.P1	0,883	0,197	Valid
2.	Y.P2	0,807	0,197	Valid
3.	Y.P3	0,842	0,197	Valid
4.	Y.P4	0,829	0,197	Valid
5.	Y.P5	0,822	0,197	Valid
6.	Y.P6	0,916	0,197	Valid
7.	Y.P7	0,786	0,197	Valid
8.	Y.P8	0,849	0,197	Valid
9.	Y.P9	0,882	0,197	Valid
10.	Y.P10	0,864	0,197	Valid
11.	Y.P11	0,692	0,197	Valid
12	Y.P12	0,862	0,197	Valid

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 25

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa hasil uji validitas untuk variabel Kinerja UMKM (Y) menunjukkan bahwa semua pernyataan memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari pada nilai r tabel (0,197). Hal ini menunjukkan bahwa semua pernyataan tersebut telah memenuhi standar validitas dan dapat digunakan untuk mengukur konsep Kinerja UMKM.

Semua pernyataan tersebut memiliki validitas yang tinggi dan dapat dipercaya untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah proses untuk menentukan seberapa besar instrumen pengukuran dapat memberikan hasil yang konsisten dan dapat diandalkan. Uji reliabilitas ini bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen pengukuran yang digunakan dapat memberikan hasil yang sama jika digunakan kembali dalam kondisi yang sama. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen pengukuran variabel Pengguna Digital Payment (X), dan Kinerja UMKM (Y) telah memenuhi standar reliabilitas.

Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N Of Items
Pengguna Digital Payment (X)	0,980	12
Kinerja UMKM (Y)	0,959	12

Sumber:

Data

Primer Diolah SPSS 25

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa hasil uji reliabilitas untuk variabel Pengguna Digital Payment (X) dan Kinerja UMKM (Y) menunjukkan nilai Cronbach's Alpha yang sangat tinggi, yaitu sebesar 0,980 untuk variabel X dan 0,959 untuk variabel Y, masing-masing dengan jumlah item sebanyak 12.

Nilai Cronbach's Alpha yang melebihi angka 0,60 menunjukkan bahwa kedua instrumen pengukuran tersebut memiliki reliabilitas yang sangat baik. Dengan kata lain, seluruh pernyataan pada kedua variabel mampu memberikan hasil pengukuran yang konsisten dan dapat diandalkan.

Dengan demikian, hasil uji reliabilitas ini menyimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian telah memenuhi standar reliabilitas, sehingga layak digunakan untuk mengukur tingkat penggunaan digital payment dan kinerja UMKM secara akurat. Hal ini juga memperkuat keandalan data yang diperoleh dari responden serta mendukung validitas hasil analisis lebih lanjut dalam penelitian ini.

Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik adalah proses untuk memastikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi-asumsi yang diperlukan untuk melakukan analisis statistik. Asumsi-asumsi ini meliputi normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas.

Uji Normalitas

Uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov untuk memastikan data memiliki

distribusi normal, sehingga hasil analisis statistik dapat dipercaya.

Tabel 4. 4 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.20892921
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.074
	Negative	-.063
Test Statistic		.074
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 25

Berdasarkan hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov Test, dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini memiliki distribusi normal. Hal ini dapat dilihat dari nilai Asymp. Sig. (2-tailed) 0,200, yang berarti bahwa nilai probabilitas (p-value) adalah 0,200. Karena nilai p-value ini lebih besar dari tingkat signifikansi yaitu (0,05), maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak menolak asumsi normalitas. Dengan demikian, data yang digunakan dalam penelitian ini dapat digunakan untuk analisis statistik yang memerlukan asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menggunakan VIF untuk memastikan tidak terdapat korelasi yang kuat antara variabel-variabel independen, sehingga model regresi dapat dibangun dengan akurat.

Coefficients ^a		
Model	Colinearity statistics	
	Tolerance	VIF
Pengguna Digital Payment	1.000	1.000

Tabel 4. 5

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

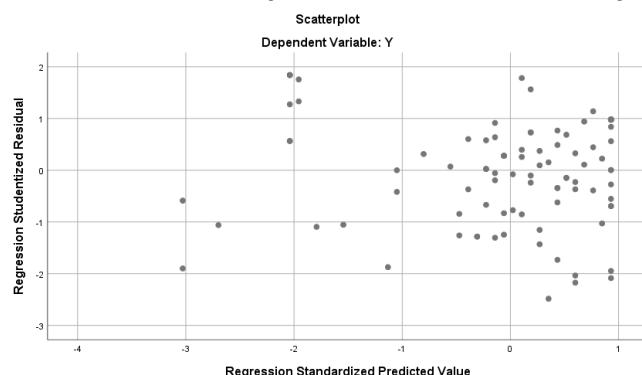
Hasil Uji
Multikolinearitas

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 25

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas menggunakan Variance Inflation Factor (VIF), dapat dilihat bahwa nilai VIF untuk variabel Pengguna Digital Payment adalah 1.000. Nilai VIF ini menunjukkan bahwa variabel tersebut tidak terdapat korelasi yang kuat antara variabel Pengguna Digital Payment dengan variabel-variabel lainnya dalam model regresi. Selain itu, nilai Tolerance, yaitu 1.000. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Pengguna Digital Payment tidak memiliki korelasi yang kuat dengan variabel-variabel lainnya, sehingga tidak terdapat multikolinearitas dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser



Sumber: Data Primer Diolah SPSS 25

Berdasarkan Gambar 4.2, titik-titik data terlihat tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, sehingga hasil analisis dapat dianggap lebih valid.

Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics

	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	18.047	3.030		5.956	.000	
	X	.582	.060	.700	9.646	.000	1.000
a. Dependent Variable: Y							

Tabel 4. 6 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 25

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana di atas, diperoleh nilai koefisien untuk konstanta (α) sebesar 18,047 dan Pengguna Digital Payment sebesar 0,582. Dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 18.047 + 0.582X_1$$

Dari hasil persamaan regresi linear sederhana di atas, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 18,047 artinya jika penggunaan *digital payment* berada pada nilai nol (artinya UMKM sama sekali tidak menggunakan digital payment), maka kinerja UMKM diprediksi bernilai 18,047. Namun, dalam praktiknya, kondisi di mana *digital payment* sama sekali tidak digunakan mungkin jarang terjadi, sehingga nilai konstanta ini lebih bersifat sebagai perhitungan matematis yang diperlukan dalam model regresi dan tidak selalu memiliki makna praktis secara langsung.
- Koefisien regresi variabel penggunaan *digital payment* (X) sebesar 0,582 menunjukkan bahwa setiap peningkatan penggunaan *digital payment* sebesar 1 satuan akan meningkatkan kinerja UMKM sebesar 0,582. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat pemanfaatan *digital payment* oleh UMKM, maka kinerja usaha cenderung meningkat. Hal ini menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara penggunaan digital payment dan kinerja UMKM.

Uji Hipotesis

Uji-t

Tabel 4. 7 Hasil Uji-t

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	18.047	3.030		5.956	.000	
	X	.582	.060	.700	9.646	.000	1.000
a. Dependent Variable: Y							

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 25

Berdasarkan hasil uji t (uji parsial) yang bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen Pengguna *Digital Payment* terhadap variabel dependen Kinerja UMKM, dapat dilihat pada Tabel 4.13 bahwa nilai t hitung sebesar $9,646 > t$ tabel 1,984 dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis dalam penelitian ini H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, variabel Pengguna Digital Payment berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4. 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.700 ^a	.490	.484	7.246	1.829
a. Predictors: (Constant), X					
b. Dependent Variable: Y					

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 25

Berdasarkan Tabel 4.14 besarnya nilai koefisien R Square adalah 0.490, hal ini berarti 49,0% variabel Kinerja UMKM dapat dijelaskan oleh variabel Pengguna Digital Payment sedangkan sisanya ($100\% - 49,0\% = 51,0\%$) dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, misalnya faktor manajemen usaha, pemasaran, inovasi produk, atau kondisi pasar.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dipaparkan sebelumnya, maka pada bagian ini akan dilakukan pembahasan secara rinci mengenai hasil penelitian serta bagaimana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Pengguna *Digital Payment* (X), sedangkan variabel dependennya adalah Kinerja UMKM (Y). Pengujian hipotesis antar variabel dilakukan melalui analisis regresi linear sederhana menggunakan program SPSS 25. Selanjutnya akan dilakukan pembahasan terhadap hipotesis sebagai berikut:

Pengaruh Pengguna *Digital Payment* terhadap Kinerja UMKM di Kota Makassar.

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel Pengguna *Digital Payment* terhadap Kinerja UMKM. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), diperoleh nilai t hitung sebesar $9,646$ yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,984, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti

bahwa Pengguna *Digital Payment* berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja UMKM di Kota Makassar.

Temuan ini memperkuat bahwa adopsi teknologi pembayaran digital seperti QRIS, dompet digital, dan platform transfer elektronik berkontribusi nyata dalam meningkatkan efisiensi transaksi, mempercepat pencatatan keuangan, dan memperluas akses pasar bagi pelaku UMKM. Dengan demikian, penggunaan digital payment menjadi salah satu faktor strategis dalam mendorong pertumbuhan dan daya saing UMKM di era ekonomi digital.

Hasil penelitian mengenai pengaruh penggunaan digital payment terhadap kinerja UMKM di Kota Makassar menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi pembayaran digital memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kinerja usaha. Hal ini sejalan dengan teori Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), di mana penerimaan teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu perceived usefulness (kemanfaatan yang dirasakan) dan perceived ease of use (kemudahan penggunaan). Dalam konteks UMKM di Makassar, digital payment dianggap memudahkan transaksi, mempercepat proses pembayaran, serta meningkatkan kepuasan pelanggan, sehingga berimplikasi langsung pada kinerja usaha (Yuliana & Saputri, 2020).

Secara empiris, UMKM yang mengadopsi digital payment mengalami peningkatan efisiensi operasional. Proses pencatatan transaksi menjadi lebih akurat, mengurangi risiko kesalahan dalam pembukuan, serta mempercepat arus kas. Hal ini mendukung penelitian terdahulu oleh Setiawan & Lestari (2020) yang menyatakan bahwa penggunaan fintech dan pembayaran digital dapat memperkuat daya saing UMKM melalui efisiensi biaya dan kecepatan layanan. Penelitian terbaru juga menegaskan bahwa transaksi digital membantu UMKM mengurangi ketergantungan pada uang tunai dan meningkatkan keamanan bisnis (Nurlinda & Karim, 2021).

Selain itu, digital payment juga memperluas akses pasar UMKM di Kota Makassar. Dengan hadirnya berbagai platform pembayaran seperti QRIS, OVO, GoPay, Dana, dan ShopeePay, pelaku usaha dapat menjangkau konsumen dari berbagai segmen, termasuk generasi muda yang cenderung mengutamakan kemudahan dan kecepatan transaksi. Kondisi ini mendukung temuan Pramono (2021) yang menegaskan bahwa adopsi sistem pembayaran digital meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperbesar potensi penjualan. Lebih jauh, penelitian oleh Wibowo & Hartati (2022) menunjukkan bahwa penggunaan QRIS meningkatkan volume penjualan UMKM di kota besar, termasuk Makassar.

Namun demikian, adopsi digital payment di kalangan UMKM juga menghadapi beberapa kendala. Hasil penelitian lapangan menunjukkan bahwa sebagian pelaku UMKM masih memiliki keterbatasan literasi digital dan infrastruktur teknologi, seperti akses internet yang tidak merata dan perangkat yang kurang memadai. Hambatan ini mengurangi optimalisasi penggunaan digital payment, sebagaimana dikemukakan oleh Rahmawati (2022) yang menyoroti bahwa rendahnya literasi digital menjadi tantangan utama dalam transformasi keuangan digital bagi UMKM di daerah berkembang. Tantangan lain adalah biaya layanan dan potensi gangguan teknis, yang juga menjadi faktor penghambat (Putri & Andriani, 2023).

Dari sisi kinerja keuangan, penggunaan digital payment membantu UMKM dalam mempercepat siklus penjualan dan mengurangi ketergantungan pada transaksi tunai. Hal ini penting dalam menjaga stabilitas arus kas dan meningkatkan kemampuan permodalan usaha. Sejalan dengan temuan Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2021), integrasi pembayaran digital pada UMKM terbukti dapat mendorong inklusi keuangan serta memperkuat pertumbuhan ekonomi lokal. Bahkan, riset terbaru menunjukkan bahwa penggunaan digital payment mampu meningkatkan profitabilitas UMKM melalui peningkatan produktivitas dan efisiensi biaya transaksi (Hidayat & Ramadhani, 2024).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan digital payment berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Makassar. Pengaruh tersebut tercermin dalam peningkatan efisiensi operasional, perluasan akses pasar, serta penguatan manajemen keuangan. Meski masih terdapat tantangan berupa keterbatasan literasi digital dan infrastruktur, prospek implementasi digital payment dalam mendukung kinerja UMKM ke depan sangatlah besar apabila didukung oleh pelatihan, sosialisasi, dan kebijakan pemerintah yang memadai.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh pengguna digital payment terhadap kinerja UMKM di Kota Makassar, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- A. Penggunaan digital payment terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja UMKM di Kota Makassar, terutama dalam aspek efisiensi operasional, pencatatan keuangan, serta kecepatan layanan transaksi.
- B. Adopsi digital payment membantu UMKM memperluas pasar, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan memperkuat daya saing usaha di tengah perkembangan ekonomi digital.
- C. Keberhasilan digital payment dalam mendukung kinerja UMKM menunjukkan bahwa

literasi digital, dukungan infrastruktur, serta pendampingan dari pemerintah dan lembaga terkait menjadi faktor penting untuk mendorong keberlanjutan transformasi digital di sektor UMKM.

DAFTAR REFERENSI

- Agussalim. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Statistik untuk Ekonomi dan Bisnis*. Deepublish.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Prentice-Hall.
- Asisa, W. (2022). Pengaruh Pemahaman Literasi Keuangan dan Kemudahan Digital Payment terhadap Kinerja UMKM di Kota Makassar. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(1), 1–15.
- Azis, R., & Susanti, L. (2021). Peran Aplikasi Digital dalam Meningkatkan Efisiensi Operasional UMKM di Era Digitalisasi. *Jurnal Ekonomi Digital Dan Bisnis*, 4(1), 55–66.
- Bustomi, M. Y. (2021). Pengaruh Pemanfaatan Aplikasi Digital terhadap Pemberdayaan UMKM di Kabupaten Kutai Timur. *Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 5(1), 45–58. <https://doi.org/10.31289/jsm.v5i1.XXXX>
- Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. MIS Quarterly, 13(3), 319–340.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesley.
- Formosa Publisher. (2025). *A Systematic Review Using the Technology Acceptance Model on Digital Payments*.
- Forum, W. E. (2018). *The Inclusive Growth and Development Report*. WEF.
- Ghozali, I. (2022). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 10)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, R., & Ramadhani, S. (2024). *Digital Payment Adoption and MSME Performance in Indonesia*. *Jurnal Ekonomi Digital*, 6(1), 45–58.
- Ilmi, M., Haris, A., & Yani, R. (2020). Perkembangan dan Penerapan Technology of Acceptance Model (TAM) di Indonesia. *Relasi: Jurnal Ekonomi*, 16(2), 436–458. <https://doi.org/10.31967/relasi.v16i2.371>
- Kala'lembang, A. (2024). *Understanding the adoption of digital payment in Indonesian SMEs: A modified TAM study on OVO adoption*. *Jurnal Sosial Ekonomi*.
- Kurniawati, N. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Aplikasi Layanan Pesan Antar Makanan, dan Harga terhadap Volume Penjualan UMKM di Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 20–35.
- Nurlinda, I., & Karim, A. (2021). *Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Digital terhadap Keamanan dan Efisiensi UMKM*. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 13(2), 88–99.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). *Laporan Perkembangan Fintech dan Inklusi Keuangan di Indonesia*. Jakarta: OJK.
- Pontoh, N. M. A. (2024). Penerapan Aplikasi Digital dalam Penyusunan Laporan Keuangan pada Usaha Mikro: Studi Kasus pada 7W Coffee. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan Korporat*, 2(2), 67–74.
- Pramono, D. (2021). *Digital Payment dan Loyalitas Konsumen UMKM*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 24(3), 112–124.

- Putri, A., & Andriani, F. (2023). *Kendala UMKM dalam Implementasi Pembayaran Digital di Indonesia*. *Jurnal Sosial Humaniora*, 15(4), 201–215.
- Rahmawati, A. (2024). Pengaruh Penggunaan Platform E-Commerce dan Pembayaran Digital terhadap Kinerja UMKM Sektor Kuliner di Kota Makassar. *Jurnal Ekonomi Digital Dan UMKM*, 5(2), 101–117. <https://doi.org/10.22225/jedumkm.5.2.101>
- Rizkiyah, K., Nurmayanti, L., Machdy, R. D. N., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumen Pengguna Platform Digital Payment OVO. *Management Insight : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 16(1), 107–126. <https://doi.org/10.33369/insight.16.1>
- Santoso, S. (2021). *Menguasai Statistik dengan SPSS untuk Analisis Data*. Elex Media Komputindo.
- Shetu, S. N., Islam, M., & Hossain, A. (2022). *An Empirical Investigation of the Continued Usage of Digital Wallets*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 65, 102876.
- Slamet, R., Subagyo, E., & Widodo, A. (2016). Strategi Pengembangan UKM Digital dalam Menghadapi Era Pasar Bebas. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 16(2), 136–150. <https://doi.org/10.25124/jmi.v16i2.319>
- Statistik, B. P. (2023). *Jumlah UMKM menurut Provinsi dan Jenis Usaha di Indonesia*. BPS RI.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suparyanto dan Rosad (2015. (2020). Pengaruh Kompetensi dan Modal Intelektual Terhadap Kinerja UMKM Klanting Gethuk. *Suparyanto Dan Rosad (2015*, 5(3), 248–253.