



PENGARUH DIGITAL PAYMENT TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN UMKM DI TELUKJAMBE TIMUR

Natalya Puspawangi Nurhanifah¹, Sungkono²

mn21.natalyanurhan@mhs.ubpkarawang.ac.id¹ sungkono@ubpkarawang.ac.id²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Buana Perjuangan Karawang

Abstract. *With the use of digital payment, Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the area can enhance efficiency, security, and convenience in financial transactions. Local government has implemented policies and regulations to support Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in utilizing digital payment technology, including fiscal incentives and training. Previous studies indicate that MSMEs using digital payment tend to experience revenue and sales growth. The research aims to determine the extent of MSMEs using digital payment, whether digital payment can boost sales volume and profitability of MSMEs, and how MSMEs perceive the ease of use, security, and benefits of digital payment. The findings are expected to provide a better understanding of the impact of digital payment on the growth of MSMEs in Telukjambe Timur.*

Keywords: *Digital Payment, sales volume, MSMEs*

Abstrak. Dengan penggunaan digital payment, UMKM di wilayah tersebut dapat meningkatkan efisiensi, keamanan, dan kemudahan dalam transaksi keuangan. Pemerintah setempat telah menerapkan kebijakan dan peraturan untuk mendukung UMKM dalam menggunakan teknologi pembayaran digital, termasuk insentif fiskal dan pelatihan. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa UMKM yang menggunakan pembayaran digital cenderung mengalami peningkatan pendapatan dan penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa banyak UMKM yang telah menggunakan digital payment, apakah digital payment dapat meningkatkan volume penjualan dan profitabilitas UMKM, serta bagaimana UMKM memandang kemudahan penggunaan, keamanan, dan manfaat digital payment. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang dampak digital payment terhadap pertumbuhan UMKM di Telukjambe Timur.

Kata kunci : *Digital Payment, Volume Penjualan, UMKM*

PENDAHULUAN

Terletak di wilayah perkotaan yang berkembang pesat, Telukjambe Timur memiliki ciri khas sebagai pusat aktivitas perdagangan dan bisnis yang penting. Area ini memiliki banyak Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang memainkan peran penting dalam menggerakkan ekonomi lokal. Dengan populasi yang terus meningkat dan tingkat urbanisasi yang meningkat, Telukjambe Timur menyaksikan perubahan besar dalam struktur ekonomi dan gaya hidup masyarakatnya. Akibatnya, pembayaran digital muncul sebagai salah satu komponen penting dari transformasi ekonomi yang sedang terjadi.

Pemerintah setempat telah mengadopsi berbagai kebijakan dan peraturan untuk mendorong pembayaran digital di Telukjambe Timur sebagai tanggapan terhadap

Received Juni 30, 2024; Revised Juli 29, 2024; Agustus 01, 2024

* Natalya Puspawangi Nurhanifah, mn21.natalyanurhan@mhs.ubpkarawang.ac.id,

perubahan ini. Termasuk dalam aturan ini adalah kebijakan yang dimaksudkan untuk membantu usaha kecil dan menengah (UMKM) mengakses dan menggunakan teknologi pembayaran digital dengan lebih mudah dan efisien. Ini termasuk memberikan insentif fiskal, memberikan pelatihan, dan membantu mereka memanfaatkan teknologi ini secara efektif untuk mengelola transaksi keuangan mereka, dan menciptakan lingkungan bisnis yang mendukung pertumbuhan UMKM.

Potensi digital payment untuk meningkatkan penjualan usaha kecil dan menengah (UMKM) di Telukjambe Timur telah diamati secara luas oleh para pakar ekonomi dan bisnis. Mereka percaya bahwa penggunaan sistem pembayaran digital dapat meningkatkan efisiensi, keamanan, dan kemudahan bagi UMKM. Pernyataan para pakar ini memberikan dasar yang kuat untuk melakukan penyelidikan tentang bagaimana penerapan pembayaran digital berdampak pada penjualan bisnis kecil dan menengah (UMKM) di Telukjambe Timur.

Perilaku konsumen di Telukjambe Timur telah berubah secara signifikan sebagai akibat dari fenomena pembayaran digital. Semakin banyak pelanggan menggunakan pembayaran digital karena praktisnya, yang memberikan peluang baru bagi UMKM untuk meningkatkan penjualan mereka dengan mengubah cara mereka membayar pelanggan. Selain itu, digital payment memiliki potensi untuk memperluas jangkauan pasar bagi bisnis kecil dan menengah (UMKM), baik secara demografis maupun geografis.

Data empiris menunjukkan bahwa UMKM di Telukjambe Timur yang menggunakan pembayaran digital cenderung mengalami peningkatan pendapatan dan penjualan. Ini ditunjukkan oleh analisis data transaksi dan pola pembelian, yang menunjukkan bahwa adopsi pembayaran digital telah berdampak positif pada kinerja penjualan UMKM di Telukjambe Timur. Ini ditunjukkan oleh survei dan analisis data transaksi, yang menunjukkan bahwa adopsi pembayaran digital telah berdampak positif pada kinerja penjualan UMKM di Teluk

Studi sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan pembayaran digital dapat meningkatkan penjualan UMKM. Sebuah penelitian oleh Deliska Rizqi Rahmadani (2019) menemukan bahwa UMKM di Kota Semarang Timur menggunakan e-wallet sebesar 15% dalam enam bulan. Penelitian lain oleh Aulia et al. (2022) menemukan bahwa pembayaran elektronik meningkatkan kinerja UMKM di Kota Makasar, dan penelitian oleh Subekti & Pahlevi (2022) menemukan bahwa pembayaran elektronik meningkatkan kinerja UMKM di Kota Makasar. Oleh karena itu, UMKM di Telukjambe Timur telah memperoleh keuntungan yang signifikan dari digital payment, yang telah meningkatkan pendapatan dan penjualan mereka. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang lebih mendalam dan kontekstual yang mengkaji secara khusus

bagaimana digital payment memengaruhi penjualan UMKM di Telukjambe Timur.

Penelitian ini tidak hanya menunjukkan betapa pentingnya adopsi pembayaran digital bagi penjualan usaha kecil dan menengah (UMKM), tetapi juga mempelajari bagaimana ekosistem bisnis lokal di Telukjambe Timur bekerja, yang berkontribusi pada keberhasilan penerapan teknologi tersebut. Oleh karena itu, diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana pertumbuhan ekonomi di wilayah tersebut berkorelasi dengan pembayaran digital.

Berdasarkan permasalahan diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa banyak UMKM yang sudah menggunakan digital payment.
2. Untuk mengetahui apakah digital payment dapat meningkatkan volume penjualan dan profitabilitas UMKM.
3. Untuk mengetahui bagaimana UMKM Telukjambe Timur memandang kemudahan penggunaan, keamanan, dan manfaat digital payment.

KAJIAN TEORI

Digital Payment

Digital payment memainkan peran penting sebagai faktor yang mendorong kinerja UMKM. Karena kemudahan penggunaan, mereka dapat membuat konsumen puas, yang pada gilirannya akan meningkatkan loyalitas dan niat pembelian. (Zidni Husnia Fachrunnisa, 2024)

Pembayaran digital menggunakan informasi digital untuk menyimpan, memproses, dan mengirim uang. Alat pembayaran elektronik biasanya digunakan untuk membayar dengan uang tunai, cek, atau kartu kredit, tetapi pembayaran digital menggunakan perangkat lunak tertentu, kartu pembayaran, dan uang elektronik. Aplikasi transfer uang, infrastruktur jaringan, dan protokol yang mengatur penggunaan sistem adalah komponen utama sistem pembayaran digital. penggunaan digital payment, yang berarti sistem pembayaran dan transaksi jual beli menjadi lebih efisien, efisien, dan hemat biaya. Selain itu, Anda dapat melakukan transaksi keuangan di mana pun dan kapan pun dengan mudah, aman, dan terkendali. (Ibrahim Dauda, 2022)

Disintesa bahwa digital payment memainkan peran penting dalam meningkatkan kinerja UMKM dengan memudahkan penggunaan, sehingga meningkatkan kepuasan konsumen, loyalitas, dan niat pembelian. Sistem pembayaran digital menggunakan teknologi digital untuk menyimpan, memproses, dan mengirim uang, yang memungkinkan transaksi jual beli lebih efisien, efisien, dan hemat biaya.

Penggunaan digital payment juga memungkinkan transaksi keuangan di mana pun dan kapan pun dengan mudah, aman, dan terkendali.

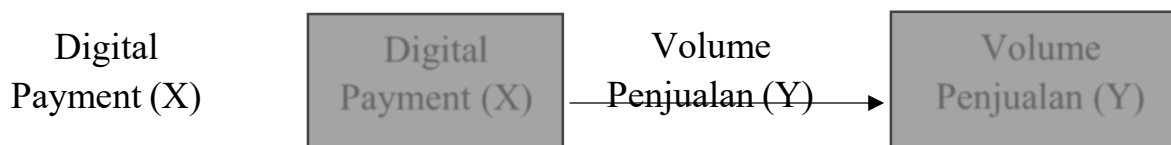
Volume Penjualan

Menurut Daryono (2011:187) Volume penjualan merupakan ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual. Menurut Fandy Tjiptono (2012:310) Penjualan adalah puncak kegiatan dalam seluruh kegiatan perusahaan dalam usaha untuk mencapai target yang di inginkan. Penjualan adalah sumber pendapatan yang diperlukan menutup ongkos-ongkos dengan harapan mendapatkan laba.

Menurut Marbun (2010:225) volume penjualan adalah total barang yang terjual oleh perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, semakin besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan. Sedangkan menurut Rangkuti (2009) dalam Prihantara (2015) volume penjualan adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk.

Disintesakan bahwa volume penjualan memegang peranan yang sangat penting dalam mengukur kinerja dan keberhasilan suatu bisnis. Definisi yang dikemukakan oleh berbagai ahli menyoroti aspek-aspek utama volume penjualan, termasuk ukuran kuantitatif kinerja bisnis, pentingnya mencapai tujuan bisnis serta hubungannya dengan potensi keuntungan. Padahal, melacak dan meningkatkan penjualan adalah tujuan utama perusahaan untuk mencapai pertumbuhan dan keberlanjutan. Oleh karena itu, pemahaman yang jelas tentang penjualan dan upaya untuk meningkatkan penjualan sangat penting untuk keberhasilan manajemen dan pertumbuhan bisnis.

KERANGKA PEMIKIRAN



HIPOTESIS PENELITIAN

Terdapat pengaruh positif antara digital payment terhadap peningkatan volume penjualan padaUMKM di Telukjambe Timur.

METODE PENELITIAN

Lokus

Penelitian ini dilaksanakan pada UMKM yang ada di Telukjambe Timur yang berjumlah 30 UMKM. Peneliti memilih lokasi di Telukjambe Timur karena berdasarkan pengamatan di lapangan lokasi ini banyak sekali ditemui UMKM yang sudah menggunakan digital payment dalam usahanya. Sekaligus untuk melihat sejauh mana

digital payment mempengaruhi peningkatan volume penjualan UMKM di Telukjambe Timur.

Responden

Responden yang ada dalam penelitian ini adalah para pemilik maupun karyawan UMKM di Telukjambe Timur yaitu sebanyak 30 responden. Dalam penelitian ini responden akan diminta untuk mengisi kuesioner terkait judul “Pengaruh Digital Payment Terhadap PeningkatanVolume Penjualan pada UMKM di Telukjambe Timur”.

Variable

Dalam penelitian ini terdapat dua macam variabel yaitu variabel terikat dan variabel tidak terikat. Variabel terikat (Dependen) yaitu variabel yang bergantung pada variabel lain, dan variabel bebas. Sedangkan variabel tidak terikat (Independen) yaitu bariabel yang tidakbergantung pada variabel lain. Dalam penelitian ini menggunakan variabel :

- 1. Variabel Indipenden (Variabel Tidak Terikat) : Digital Payment (X)
- 2. Variabel Dependen (Variabel Terikat) : Volume Penjualan (Y)

Populasi

Menurut Sugiyono (2012: 43), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atausubjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi adalah keseluruhan subjek yang akan dipelajari dengan karakteristik yang sebanding, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan. Populasi dalam hal ini meliputi seluruh unit usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang beroperasi di Telukjambe Timur.

Sampel

Sampel termasuk bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015 : 55). Dengan demikian, sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya akan diselidiki, dan oleh karena itu lebih sedikit dari populasi. Dalam penelitian ini peneliti mengambil 30 UMKM di Telukjambe Timur.

Teknik Sampling

Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan yaitu purposive sampling. Teknik ini membantu peneliti dalam memilih responden secara selektif berdasarkan karakteristik tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Pengambilan sampel dalam

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	TOTAL_X
X1 Pearson Correlation	1	.790*	.257	.425*	.380*	.383*	.249	.308	.038	.661**
Sig. (2-tailed)		.000	.171	.019	.038	.037	.185	.098	.840	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

penelitian ini adalah observasi dan membagikan kuesioner keapada pemilik

ataupun karyawan UMKM yang ada di Telukjambe Timur.

X2	Pearson Correlation	.790*	1	.109	.277	.207	.305	.334	.244	.086	.581**
	Sig. (2- tailed)	.000		.568	.138	.272	.101	.071	.193	.649	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3	Pearson Correlation	.257	.109	1	-.026	.277	.407*	.299	.202	.015	.418*
	Sig. (2- tailed)	.171	.568		.892	.138	.025	.108	.284	.937	.021
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4	Pearson Correlation	.425*	.277	-.026	1	.477*	.300	.249	.406*	.295	.616**
	Sig. (2- tailed)	.019	.138	.892		.008	.107	.184	.026	.113	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X5	Pearson Correlation	.380*	.207	.277	.477*	1	.447*	.510*	.474*	.187	.682**
	Sig. (2- tailed)	.038	.272	.138	.008		.013	.004	.008	.323	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X6	Pearson Correlation	.383*	.305	.407*	.300	.447*	1	.511*	.611*	.569*	.785**
	Sig. (2- tailed)	.037	.101	.025	.107	.013		.004	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X7	Pearson Correlation	.249	.334	.299	.249	.510*	.511*	1	.416*	.440*	.688**
	Sig. (2- tailed)	.185	.071	.108	.184	.004	.004		.022	.015	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X8	Pearson Correlation	.308	.244	.202	.406*	.474*	.611*	.416*	1	.613*	.748**
	Sig. (2- tailed)	.098	.193	.284	.026	.008	.000	.022		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Pengumpulan Data

Pada penelitian ini data yang diperoleh adalah data primer yang langsung berasal dari sumber maupun subjek penelitian dengan cara mengajukan pertanyaan kepada responden menggunakan kuesioner. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data mengenai persepsi, pengalaman, dan pendapat dari pemilik atau karyawan UMKM di Telukjambe Timur terkait Digital Payment yang dapat memberikan pengaruh pada volume penjualan.

Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis korelasi, yaitu dengan menggunakan kuesioner yang nantinya akan diolah dengan SPSS. Penelitian ini akan menggunakan analisis korelasi untuk menentukan apakah ada hubungan antara penggunaan pembayaran digital oleh UMKM di Telukjambe Timur dan peningkatan volume penjualan. Teknik analisis korelasi digunakan untuk mengevaluasi kekuatan serta arah keterkaitan antara dua variabel dan arah hubungan dua variabel. Dengan menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data dari pemilik dan karyawan UMKM, peneliti dapat menganalisis korelasi antara variabel "Digital Payment" dan "peningkatan volume penjualan", yang akan membantu dalam menentukan sejauh mana penggunaan Digital Payment berdampak pada volume penjualan UMKM, apakah ada hubungan positif, negatif, atau tidak ada hubungan sama sekaliantara keduanya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengevaluasi apakah sebuah kuesioner memiliki keandalan atau tidak. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui kevalidan kuesioner yang digunakan peneliti dalam mengukur dan memperoleh data penelitian dari responden.

Untuk kriteria uji validitas menggunakan nilai signifikansi, yaitu:

- Nilai signifikansi $< 0,05$ berkesimpulan valid
- Nilai signifikansi $> 0,05$ berkesimpulan tidak valid
- berkesimpulan tidak valid

Correlations

X9	Pearson Correlation	.038	.086	.015	.295	.187	.569**	.440*	.613**	1	.575**
	Sig. (2-tailed)	.840	.649	.937	.113	.323	.001	.015	.000		.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL_X	Pearson Correlation	.661**	.581**	.418*	.616**	.682**	.785**	.688**	.748**	.575**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.021	.000	.000	.000	.000	.000	.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	TOTAL_Y	
Y1	Pearson Correlation	1	.378 [*]	.472 ^{**}	.796 ^{**}	.663 ^{**}	.781 ^{**}	.868 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.040	.009	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.378 [*]	1	.463 ^{**}	.325	.539 ^{**}	.261	.635 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.040		.010	.080	.002	.163	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.472 ^{**}	.463 ^{**}	1	.549 ^{**}	.507 ^{**}	.528 ^{**}	.735 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.009	.010		.002	.004	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.796 ^{**}	.325	.549 ^{**}	1	.672 ^{**}	.805 ^{**}	.860 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.080	.002		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.663 ^{**}	.539 ^{**}	.507 ^{**}	.672 ^{**}	1	.541 ^{**}	.832 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.004	.000		.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	.781 ^{**}	.261	.528 ^{**}	.805 ^{**}	.541 ^{**}	1	.817 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.163	.003	.000	.002		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.868 ^{**}	.635 ^{**}	.735 ^{**}	.860 ^{**}	.832 ^{**}	.817 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel X dan Y diatas bahwa uji validitas berkesimpulan valid karena nilai signifikansi < 0,05.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi kuesioner tersebut dapat dihandalkan. Uji reliabilitas dibuat setelah item pertanyaan pada kuesioner dinyatakan valid. Menurut Imam Ghozali, variable dinyatakan valid jika nilai Cronbach Alpha > 0,70.

Uji reliabilitas variable X

Reliability Statistics

onbach'sAlpha	N of Items
.818	9

Uji reliabilitas variable Y

Reliability Statistics

onbach'sAlpha	N of Items
.875	6

Berdasarkan tabel X dan Y diatas bahwa uji reliabilitas berkesimpulan valid karena nilai Cronbach Alpha > 0,70.

UJI ASUMSI KLASIK

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		standardized Residual
N		30
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.00234232
Most Extreme Differences	Absolute	.234
	Positive	.182
	Negative	-.234
Kolmogorov-Smirnov Z		1.284
Asymp. Sig. (2-tailed)		.074
a. Test distribution is Normal.		

Uji Normalitas (Kolmogrov smirnov) diatas yaitu nilai asymp. Sig. (2-tailed) yang didapatsebesar 0,074 (>0,05) maka berkesimpulan data terdistribusi normal.

Uji Heterokedasititas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.395	4.043		2.571	.016
X	-.227	.106	-.377	-2.152	.040

a. Dependent Variable: ABS_RES

Variabel yang masuk dalam model memiliki nilai signifikansi sebesar 0,040 (<0,05) maka berkesimpulan terjadi gejala heteroskedastitas atau asumsi uji heteroskedastitas belum terpenuhi.

Uji Autokorelasi (Durbin Watson)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted RSquare	Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.260 ^a	.067	.034	3.055	1.811

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Jika nilai $DU < DW < 4 - DU$ maka berkesimpulan data tidak terjadi autokorelasi. Jumlah datamemiliki 30 dengan jumlah $X=1$.

Diketahui :
Nilai DL = 1,3520 Nilai DU = 1,4894 Nilai 4-DL = 2,648 Nilai 4-DU = 2,5106
Nilai DW = 1,811
Kesimpulan: Nilai $DU < DW < 4 - DU = (1,4894 < 1,811 < 2,5106)$ maka berkesimpulan data tidak terjadi gejala autokorelasi atau asumsi uji autokorelasi sudah terpenuhi.

UJI REGRESI LINEAR SEDERHANA

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted RSquare	Error of the Estimate
1	.260 ^a	.067	.034	3.055

a. Predictors: (Constant), Digital Payment

Besarnya nilai korelasi/hubungan (R) pada tabel diatas yaitu sebesar 0,260. Dari hasil output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,067 yang memiliki kesimpulan bahwa pengaruh variable bebas (Digital Payment) terhadap variable terikat

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	20.651	5.406		3.820	.001
Digital Payment	.201	.141	.260	1.423	.166

(Volume Penjualan) adalah 6,7%.

a. Dependent Variable: Volume Penjualan
Diketahui nilai Constant (a) sebesar 20,651 sedangkan nilai Digital Payment (b/koefisien regresi) sebesar 0,201 koefisien bernilai positif dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variableX terhadap Y adalah positif. Sehingga persamaan regresinya ditulis:
 $Y = a + Bx$
 $Y = 20,651 + 0,201X$

PEMBAHASAN
Pengaruh Digital Payment Terhadap Volume Penjualan

Hasil uji regresi yang menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas (Digital Payment)terhadap variabel terikat (Volume Penjualan) sebesar 6,7%. Koefisien regresi untuk Digital Payment adalah 0,201 dengan nilai positif, menandakan adanya pengaruh positif antara DigitalPayment dan Volume Penjualan UMKM di Telukjambe Timur.

Penggunaan digital payment telah memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan volume penjualan UMKM tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adopsi teknologi pembayaran digital telah membantu UMKM dalam meningkatkan efisiensi transaksi, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan kinerja penjualan pada UMKM di Telukjambe Timur.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh digital payment terhadap volume penjualan UMKM di Kecamatan Telukjambe Timur. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa digital payment berpengaruh terhadap volume penjualan UMKM di Telukjambe Timur. Digital payment memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan UMKM di Telukjambe Timur, terutama dalam meningkatkan volume penjualan dan memperluas akses pasar. Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk terus mengadopsi teknologi pembayaran digital dan memanfaatkannya secara efektif guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutanusaha mereka di era digital ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal Tsani, S. A. (2019). Harga Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Devi Novitasari, S. (2021). Upaya Peningkatan Volume Penjualan di Masa Pandemi Covid-19 melalui Optimalisasi Promosi, Harga, dan Saluran Distribusi pada Pusat Oleh-Oleh Gudange Tahu Takwa. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*.
- Jefry Tarantang, A. A. (2019). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia. *Jurnal Al Qardh*.
- Khoyatu Rizkiyah, L. N. (2021). Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumen Pengguna Platform Digital Payment OVO. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*.
- Puspita, Y. C. (2019). ANALISIS KESESUAIAN TEKNOLOGI PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT PADA APLIKASI OVO. *Jurnal Manajemen Informatika*.
- Raka Arief Al Hadi, B. S. (2020). Analisis Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan (Studi Kasus Pada PT. Ricky Putra Globalindo Tahun 2020). *e-Proceeding of Applied Science*.
- Santi Pertiwi Hari Sandi, L. R. (2023). PENERAPAN PENJUALAN MENGGUNAKAN DIGITALISASI DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PADA PELAKU UMKM DESA KERTARAHARJA KECAMATAN PEDES KARAWANG. *journal.ubpkarawang*.
- Sintia Safrianti, V. P. (2022). Tingkat financial technology terhadap peningkatan kinerja UMKM dengan variabel intervening inklusi keuangan pada pelaku UMKM Kota Bengkulu. *MBR (Management and Business Review)*.
- Siti Nur Zahra, Y. A. (2023). PENGARUH DIGITAL PAYMENT QRIS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TELKOM (STUDI KASUS PADA PUJASERA TEL-U). *CAKRAWALA – Repositori IMWI*.
- Talenta Azzahra, K. (2022). Pengaruh Financial Technology Payment, Financial Attitude, dan Financial Knowledge terhadap Financial Management, Behavior bagi Mahasiswa di Yogyakarta. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*.
- Uul Ulfah Fauziah, A. E. (2019). Sales Promotion Dan Harga Terhadap Volume Penjualan. *Jurnal Ilmu Manajemen*.