

**PENGARUH PENGGUNAAN *DIGITAL PAYMENT*  
TERHADAP KINERJA UMKM  
DI KOTA MAKASSAR**

**SKRIPSI**



**ZALDY M.**

**NIM: 10573121021**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
MAKASSAR  
2025**

---

## KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA

---

### JUDUL PENELITIAN:

#### PENGARUH PENGGUNAAN *DIGITAL PAYMENT* TERHADAP KINERJA UMKM DI KOTA MAKASSAR

SKRIPSI

Disusun dan Diajukan Oleh:

ZALDY.M

NIM: 105731121021

*Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Akuntansi pada Program Studi Akuntansi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Makassar*



PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
MAKASSAR  
2025

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

**Kesuksesan bukan hanya hasil dari kerja keras, tetapi juga ketekunan, doa, dan keyakinan bahwa setiap proses memiliki maknanya.”**

**“Ilmu tanpa amal bagaikan pohon tanpa buah.” — Ali bin Abi Thalib**

**“Tidak ada perjuangan yang sia-sia selama kita masih berusaha dan percaya kepada Allah SWT.”**

### PERSEMBAHAN

**Puji Syukur kepada Allah SWT atas Ridho-nya serta karunianya sehingga skripsi ini telah terselesaikan dengan baik.**

**Alhamdulillahi Rabbil' alamin**

**Skripsi ini kupersembahkan untuk kedua orang tuaku dan kedua saudaraku tercinta yang senantiasa memberikan doa dan dukungan baik moral dan moril tak terhingga, serta orang yang saya sayang dan almamaterku**

### PESAN DAN KESAN

**Jangan pernah menyerah Ketika menghadapi hambatan, karena setiap kesulitan yang dihadapi akan membuatmu semakin berkembang. pada akhirnya, proses dan usaha tidak ada yang mustahil untuk dicapai**



PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung lta Lt. 7 Tel. (0411) 855972 Makassar

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Penelitian Pengaruh Penggunaan Digital payment Terhadap Kinerja  
UMKM Di Kota Makassar

Nama Mahasiswa : ZALDY.M

No. Stambuk/Nim : 105731121021

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditekni, diperiksa, dan diujikan didepan panitia pengaji skripsi strata satu (S1) pada tanggal 13 Desember 2025 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar 13 Desember 2025

Pembimbing I

Andi Arman, SE., M.Si.Ak.CA  
NIDN: 0906126701

Menyetujui

Pembimbing II

Khadijah Darwin, SE., M.Ak., Ak  
NIDN: 0909099202

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Dr. Edi Cahyadi, SE., MM.  
NBM : 1038166

Mu. Khaedar Sahib, S.E., M.Ak  
NBM : 1190 048



PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi atas Nama: **ZALDY M.**, Nim: 105731121021 diterima dan disahkan oleh panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor: 0015/SK-Y/62201/091004/2025 M, Tanggal 22 Jumadil Akhir 1447 H /13 Desember 2025 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Akuntansi** pada program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 22 Jumadil Akhir 1447 H

13 Desember 2025 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas umum: Dr. Ir. H. Abd. Rakhim Nanda, S.T. M.T., IPU (.....)  
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Dr. Edi Jusriadi, SE., MM  
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Agusdiwana Suarni, S.E., M.Acc  
(Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Pengaji :
  1. Dr. Andi Arman, SE., M.Si., AK., CA  
(.....)
  2. Dr. Mira, SE., M.Ak  
(.....)
  3. Abd. Salam, SE., M.Si., Ak., CA., CSP  
(.....)
  4. Masrullah, SE., M.Ak  
(.....)

Disahkan Oleh,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Makassar

Dr. Edi Jusriadi, SE., MM

NBM: 1038166



PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung Iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ZALDY M.  
Stambuk : 105731121021  
Program Studi : Akuntansi  
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan *Digital payment* Terhadap Kinerja UMKM Di Kota Makassar

Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya Sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 13 Desember 2025

Yang bertanda tangan  
  
ZALDY M.

NIM: 105731121021

Diketahui oleh:

Ketua Program Studi

Dekan  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
KULIAH DEKAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Dr. Edi Jusriadi, SE., MM  
NBM : 1038166

  
Muh. Khaedar Sanib, S.E., M.Ak  
NBM : 1190 048

## PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Makassar, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ZALDY M.  
NIM : 105731121021  
Program Studi : Akuntansi  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Makassar **Hak Bebas Royalti Nonekslusif (Non-exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah yang berjudul:

### PENGARUH PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT TERHADAP KINERJA UMKM DI KOTA MAKASSAR

Beserta perangkat yang ada (Jika diperlukan). Dengan hak Bebas Royalti Nonekslusif ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Makassar, 13 Desember 2025

Yang membuat pernyataan,



ZALDY M.  
NIM: 105731121021

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul "**Pengaruh Penggunaan *Digital payment* Terhadap Kinerja UMKM Di Kota Makassar**".

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua saya. Bapak Mansyur dan Ibu Nurbaya yang senantiasa memberikan semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus. Dan saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, serta dukungan baik materi maupun moral, dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula bentuk penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Abd. Rakhim Nanda, M.T.,IPU Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.

- 
2. Dr. H. Andi Jam'an, SE., M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
  3. Ibu Mira, S.E.M.Ak selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Makassar.
  4. Bapak Andi Arman, SE,.M.Si.Ak.CA selaku Pembimbing I yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi.
  5. Ibu Khadijah Darwin, SE.,M.Ak.,Ak selaku Pembimbing II yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi selesai dengan baik.
  6. Bapak/ibu Asisten/Konsultan Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
  7. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
  8. Rekan-rekan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Akuntansi Angkatan 2021 yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.
  9. Pemerintah Kota Makassar/Pimpinan beserta segenap jajaran staf dan karyawan Dinas Koperasi usaha,kecil, dan menengah yang telah mengizinkan dan membantu penulis selama melakukan penelitian.
  10. Terima kasih kepada teman-teman terkhusus teman kelas AK21G/PA21A yang telah menemani saya selama kuliah serta rekan-rekan dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
  11. Terima kasih teruntuk Kiki Anriani A. yang selalu memberikan semangat dan waktunya selama penyusunan skripsi ini.

12. Terima kasih teruntuk semua kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan Skripsi ini.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritikannya demi kesempurnaan skripsi ini

Mudah-mudahan skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater tercinta Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

*Billahi fii Sabilil Haq, Fastabiql Khairat, Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Makassar, 8 Agustus 2025

Penulis

ZALDY M.

## ABSTRAK

ZALDY M.. 2025. Pengaruh Penggunaan *Digital payment* Terhadap Kinerja UMKM Di Kota Makassar. Skripsi. Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh: Andi Arman dan Khadijah Darwin.

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.



## ABSTRACT

ZALDY M.. 2025. *The Influence of Digital payment Usage on MSME Performance in Makassar City.* Thesis. Accounting Department, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Makassar. Supervised by: Andi Arman and Khadijah Darwin.

*This study aims to determine the effect of digital payment usage on the performance of MSMEs in Makassar City. The method used is quantitative with a simple linear regression technique on 99 MSME respondents. The results of the analysis show that the use of digital payment has a positive and significant effect on MSME performance, with a calculated t value of  $9.646 > t$  table 1.984 and a significance 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 payment. This study concludes that digital payment plays an important role in improving MSME performance. It is recommended that MSMEs be more active in utilizing this service and the government also supports it through digital training.*

**Keywords:** Digital payment Users, MSME Performance.



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
A. Tinjauan Teori .....	7
1. <i>Teori Technology of Acceptance Model (TAM)</i> .....	7
2. Penggunaan <i>Digital payment</i> .....	10
3. Kinerja UMKM.....	14
B. Penelitian Terdahulu .....	18
C. Kerangka Pikir .....	22
D. Hipotesis.....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>24</b>
A. Jenis Penelitian.....	24
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	24
C. Jenis dan Sumber Data .....	24
D. Populasi dan Sampel.....	25
E. Metode Pengumpulan Data .....	30
F. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran .....	31
G. Metode Analisis Data.....	32
H. Uji Hipotesis .....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>37</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	37
B. Hasil Penelitian.....	42

C. Pembahasan .....	60
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>66</b>
A. Kesimpulan.....	66
B. Saran.....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>68</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>70</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	18
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel .....	28
Tabel 3. 2 Skala Likert .....	29
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	43
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha Berjalan .....	44
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Platform yang Digunakan.....	45
Tabel 4. 5 Deskriptif Variabel Penggunaan <i>Digital payment</i> (X) .....	47
Tabel 4. 6 Deskriptif Variabel Kinerja UMKM (Y).....	50
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Penggunaan <i>Digital payment</i> (X) .....	52
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Kinerja UMKM (Y) .....	54
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas.....	56
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas .....	57
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana .....	58
Tabel 4. 13 Hasil Uji-t .....	59
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( <i>R</i> <sup>2</sup> ) .....	60

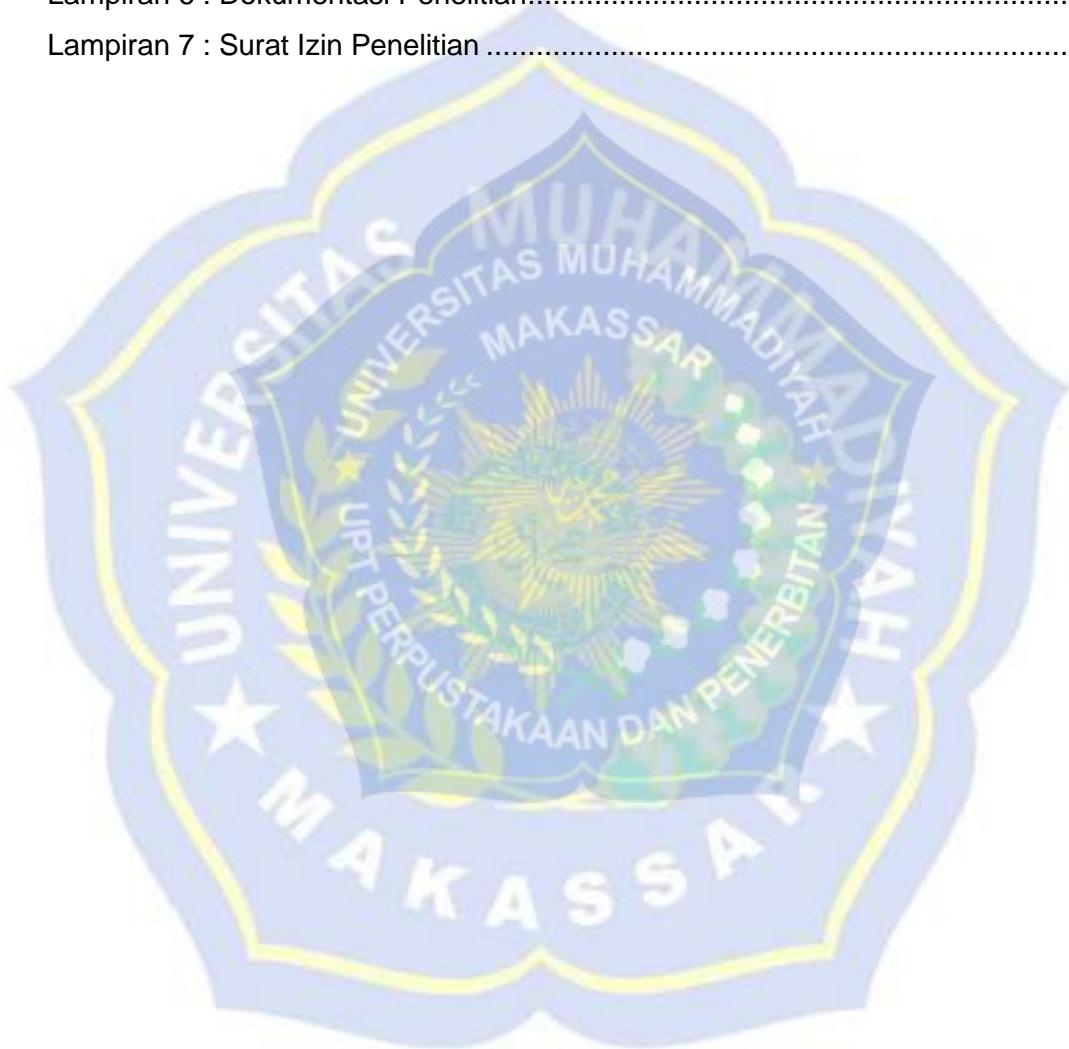
## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2. 1 Kerangka Pikir.....	23
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan .....	39
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser.....	58



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Kuesioner.....	71
Lampiran 2 : Tabulasi Data.....	75
Lampiran 3 : Hasil Olah Data SPSS.....	80
Lampiran 4 : R Tabel .....	89
Lampiran 5 : T Table.....	90
Lampiran 6 : Dokumentasi Penelitian.....	91
Lampiran 7 : Surat Izin Penelitian .....	94



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

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 menjadi 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**“.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu, Apakah Penggunaan *Digital payment* Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Kinerja UMKM Di Kota Makassar ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan judul dan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Penggunaan *Digital payment* Terhadap UMKM Di Kota Makassar.

### **D. Manfaat Penelitian**

Dari latar belakang yang telah diuraikan, permasalahan serta tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, diharapkan penelitian ini bisa bermanfaat sebagai berikut :

- a. Manfaat Teoritis
  - a. Penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai penerapan teknologi digital di sektor UMKM, khususnya dalam konteks ekonomi digital di kota-kota berkembang seperti Makassar.
  - b. Menjadi referensi bagi studi lanjutan terkait pengaruh pengguna *Digital payment* terhadap kinerja, pendapatan, serta efisiensi operasional UMKM di berbagai sektor.
  - c. Memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai hubungan

antara adopsi teknologi digital dengan pertumbuhan bisnis UMKM.

b. Manfaat Praktis

a. Bagi Pelaku UMKM

1. Memberikan wawasan tentang pentingnya pemanfaatan pengguna *digital payment*, seperti e-commerce, media sosial, dan sistem pembayaran digital, dalam meningkatkan kinerja, efisiensi, dan pendapatan usaha.
2. Menjadi pedoman bagi UMKM untuk mulai atau lebih optimal dalam mengadopsi teknologi digital sebagai bagian dari strategi bisnis mereka.

b. Bagi Pemerintah

1. Memberikan dasar untuk merumuskan kebijakan yang mendukung transformasi digital bagi UMKM, termasuk penyediaan infrastruktur teknologi, program pelatihan literasi digital, dan insentif bagi pelaku usaha.
2. Membantu pemerintah dalam memetakan tantangan yang dihadapi UMKM di era digital serta menyusun langkah-langkah strategis untuk mengatasi hambatan tersebut.

c. Bagi Sektor Swasta dan Komunitas

1. Menjadi acuan bagi perusahaan teknologi dan platform digital dalam menyediakan solusi yang sesuai dengan kebutuhan UMKM.
2. Mendorong kolaborasi antara sektor swasta dan komunitas dalam memberikan dukungan teknis, akses terhadap teknologi, dan pendampingan bagi UMKM untuk meningkatkan adopsi digital.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Tinjauan Teori**

##### **1. Teori Technology of Acceptance Model (TAM)**

*Technology Acceptance Model* (TAM) pertama kali diperkenalkan oleh Davis (1986; 1989) untuk menjelaskan faktor-faktor psikologis yang memengaruhi penerimaan teknologi oleh pengguna. Model ini merupakan adaptasi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975), dengan fokus pada penggunaan sistem informasi dan teknologi. Inti dari TAM adalah bahwa penerimaan suatu teknologi dipengaruhi oleh *Perceived Usefulness* (PU) atau persepsi manfaat, dan *Perceived Ease of Use* (PEOU) atau persepsi kemudahan penggunaan. Kedua faktor ini membentuk sikap (*attitude*) terhadap penggunaan teknologi, memengaruhi niat (*behavioral intention*), dan pada akhirnya menentukan perilaku penggunaan nyata (*actual use*) (Davis, 1989).

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'lembang, 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’lembang (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).

Dengan demikian, TAM tidak hanya menjelaskan faktor persepsi kognitif dalam penerimaan teknologi, tetapi juga dapat disesuaikan dengan kebutuhan penelitian kontemporer. Dalam konteks skripsi ini, TAM digunakan untuk menjelaskan bagaimana UMKM di Kota Makassar menerima dan menggunakan *digital payment*, serta bagaimana penerimaan tersebut berdampak pada kinerja usaha mereka.

Dalam konteks *digital payment*, TAM sangat relevan untuk menjelaskan perilaku adopsi pengguna, khususnya UMKM.

1. *Perceived Usefulness* (PU): UMKM akan mengadopsi *digital payment* apabila mereka merasa teknologi tersebut meningkatkan efisiensi usaha, mempercepat transaksi, memperluas akses pasar, serta

mempermudah pencatatan keuangan.

2. *Perceived Ease of Use* (PEOU): UMKM cenderung menggunakan *digital payment* jika aplikasi atau sistemnya mudah dipelajari, antarmuka sederhana, serta tidak membutuhkan keterampilan teknis yang rumit.
3. *Trust dan Security*: meskipun bukan bagian asli dari TAM, faktor ini sangat penting dalam adopsi *digital payment* karena UMKM akan enggan menggunakan sistem pembayaran digital jika tidak percaya pada keamanan transaksi (Syanova et al., 2024).
4. *Behavioral Intention dan Actual Use*: ketika UMKM memiliki persepsi positif terhadap manfaat, kemudahan, dan keamanan *digital payment*, maka niat penggunaan mereka meningkat dan pada akhirnya akan diwujudkan dalam perilaku penggunaan aktual.

Bagi UMKM, *digital payment* bukan hanya sekadar inovasi teknologi, melainkan bagian penting dalam strategi bisnis modern. Berdasarkan TAM, keputusan UMKM dalam mengadopsi teknologi pembayaran digital sangat dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan.

1. Jika UMKM merasa *digital payment* membantu meningkatkan efisiensi transaksi, mengurangi biaya operasional, serta meningkatkan kepercayaan konsumen, maka mereka akan cenderung menggunakannya (Mayani, 2023).
2. Jika UMKM menilai bahwa sistem *digital payment* sulit digunakan atau rumit, maka adopsi teknologi akan terhambat meskipun manfaatnya besar (Priyono & Adi, 2021).

3. Keberhasilan penggunaan *digital payment* oleh UMKM pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan kinerja usaha, baik dari sisi keuangan, operasional, maupun daya saing.

Berdasarkan kajian literatur, TAM masih relevan digunakan sebagai kerangka teoretis untuk menjelaskan adopsi *digital payment* oleh UMKM. Faktor utama yang memengaruhi penerimaan teknologi adalah perceived usefulness (PU) dan perceived ease of use (PEOU). Namun, dalam konteks *digital payment*, faktor tambahan seperti trust, security, dan literasi digital juga memainkan peran penting. Oleh karena itu, semakin tinggi persepsi manfaat, kemudahan, serta kepercayaan UMKM terhadap *digital payment*, semakin besar peluang peningkatan kinerja usaha mereka di era ekonomi digital.

## 2. Penggunaan *Digital payment*

### a. Pengertian *Digital payment*

*Digital payment* atau pembayaran digital adalah metode pembayaran yang dilakukan tanpa menggunakan uang tunai secara fisik, melainkan melalui perangkat elektronik seperti smartphone, komputer, atau mesin EDC yang terhubung dengan jaringan internet. Sistem ini memanfaatkan teknologi finansial (*fintech*) untuk memfasilitasi transaksi antara konsumen dan penyedia barang/jasa secara cepat, aman, dan efisien (Bank Indonesia, 2022).

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.

Indonesia mengalami peningkatan signifikan dalam adopsi *digital payment* beberapa tahun terakhir. Data Bank Indonesia (2023) menunjukkan bahwa transaksi uang elektronik mencapai Rp 399,6 triliun pada tahun 2022, naik 30% dibanding tahun sebelumnya. Peningkatan ini didorong oleh kebijakan Bank Indonesia melalui implementasi *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* yang menyederhanakan transaksi lintas platform.

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).

### **b. Manfaat Penggunaan *Digital payment* bagi UMKM**

Penggunaan *digital payment* memberikan berbagai manfaat bagi pelaku UMKM, antara lain:

#### **1. Efisiensi Transaksi**

*Digital payment* memungkinkan proses pembayaran yang lebih cepat, sehingga mengurangi waktu tunggu dan mempercepat perputaran modal usaha (Sudirman et al., 2022).

## 2. Transparansi dan Pencatatan Keuangan

Sistem *digital payment* secara otomatis mencatat setiap transaksi, sehingga memudahkan pelaku UMKM dalam membuat laporan keuangan dan memonitor arus kas (Yulianto & Putri, 2021).

## 3. Perluasan Akses Pasar

Dengan adanya pembayaran digital, UMKM dapat melayani konsumen yang lebih luas, termasuk mereka yang lebih menyukai transaksi cashless (Hidayat et al., 2020).

## 4. Peningkatan Kepercayaan Konsumen

Adopsi pembayaran digital memberi kesan modern, Professional, dan aman bagi konsumen, sehingga meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan (Rachmawati, 2022).

### c. Tantangan Penggunaan *Digital payment* bagi UMKM

Meskipun memberikan banyak manfaat, adopsi *digital payment* juga menghadapi tantangan, terutama bagi UMKM:

#### 1. Literasi Digital yang Rendah

Banyak pelaku UMKM, khususnya yang berusia lanjut, belum terbiasa menggunakan aplikasi *digital payment* (Nugroho, 2021).

## 2. Keterbatasan Infrastruktur

Masalah jaringan internet dan ketersediaan perangkat masih menjadi hambatan di beberapa wilayah (Pramono et al., 2020).

## 3. Isu Keamanan dan Kepercayaan

Sebagian UMKM masih khawatir terhadap potensi penipuan atau penyalahgunaan data dalam transaksi digital (Shetu et al., 2022).

## 4. Biaya Administrasi

Beberapa platform *digital payment* membebankan biaya transaksi yang dinilai cukup tinggi oleh pelaku UMKM kecil (Putri & Rasyid, 2021).

### d. Relevansi *Digital payment* terhadap Kinerja UMKM di Makassar

Penggunaan *digital payment* di Makassar terbukti berkontribusi pada peningkatan kinerja UMKM, baik dari sisi operasional maupun finansial. Dengan transaksi non-tunai, UMKM dapat memperluas basis pelanggan, mengurangi ketergantungan pada uang tunai, serta meningkatkan efektivitas pencatatan keuangan. Selain itu, adopsi *digital payment* juga membuka peluang UMKM untuk terhubung dengan ekosistem digital lain seperti marketplace, e-commerce, dan layanan fintech lending.

Penelitian terbaru menunjukkan bahwa penggunaan *digital*

*payment* berpengaruh positif terhadap peningkatan penjualan, efisiensi operasional, serta daya saing UMKM (Syanova et al., 2024). Di Kota Makassar, program *1000 UMKM Go Digital* yang dicanangkan pemerintah kota berkolaborasi dengan Bank Indonesia menegaskan pentingnya *digital payment* dalam meningkatkan kinerja sektor usaha kecil dan menengah (BI Sulsel, 2023).

### 3. Kinerja UMKM

#### a. Pengertian Kinerja UMKM

Kinerja atau performasi merupakan hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Kinerja merupakan sebuah gambaran atau kondisi mengenai pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan atau program dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi dan misi organisasi. Kinerja yang baik disemua sektor baik keuangan, produksi, distribusi,maupun pemasaran merupakan syarat mutlak bagi UMKM untuk bisa terus hidup. Dengan kinerja yang baik pula bagi UMKM diharapkan akan semakin kokoh jadi tulang punggung perekonomian dan akan semakin berperan penting dalam perekonomian Nasional. UMKM merupakan sebuah identitas yang terus menjadi perhatian dan selalu mendapat prioritas oleh pemerintah.

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.”

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa Kinerja UMKM merupakan hasil kerja yang dicapai oleh individu atau organisasi dalam jangka waktu tertentu, yang dinilai berdasarkan standar atau ukuran tertentu. Pencapaian ini dipengaruhi oleh faktor seperti kecakapan, pengalaman, kesungguhan, serta kemampuan menyelesaikan tugas sesuai tanggung jawab dalam UMKM.

Perbandingan antara UMKM di Indonesia dengan beberapa definisi UMKM di tempat lain Kewirausahaan, juga dikenal sebagai kewirausahaan. Alfabeta, Bandung, 2010, hlm. 26–27; Mulyadi Nitonusastro, Kewirausahaan & Manajemen Usaha Kecil. Definisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 adalah:

1. Orang perseorangan dan/atau badan usaha perseorangan yang memenuhi persyaratan usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini merupakan pemilik usaha mikro produktif.
2. Orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan

anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung atau tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi persyaratan usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini merupakan usaha kecil. Usaha kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang kegiatannya dilakukan secara mandiri.

3. Usaha kecil dan menengah adalah usaha yang kegiatannya tidak terlalu besar, pengelolaannya sangat mendasar, memiliki keterbatasan modal, dan belum memperluas jangkauan pasar.
4. Perorangan atau Badan Usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunannya diatur dalam Undang-Undang ini, merupakan usaha menengah. Perusahaan yang melakukan kegiatan ekonomi dan berkedudukan di Kudus tergolong usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar.
5. Entrepreneur merupakan istilah lain untuk pelaku bisnis (kewirausahaan). Singkatnya, entrepreneur adalah pebisnis yang mampu mengenali peluang, mencari modal dan sumber daya lain yang dibutuhkan untuk memanfaatkannya, berani mengambil risiko dalam menjalankan rencana bisnisnya, dan mengelola perusahaan dengan strategi pertumbuhan dan ekspansi.

Perusahaan yang tergolong UMKM di Indonesia dan beberapa UMKM di luar negeri. Sifat atau keadaan faktual yang melekat pada

operasi bisnis atau perilaku pengusaha yang bersangkutan dalam mengelola perusahaannya merupakan ciri-ciri UMKM. Bergantung pada ukuran perusahaannya, ciri-ciri inilah yang membedakan pelaku bisnis yang berbeda. Bank Dunia menyatakan bahwa UMKM dapat dibagi menjadi tiga kategori, yaitu:

- a. Usaha mikro (dengan sepuluh karyawan).
- b. Perusahaan kecil dengan tiga puluh pekerja.
- c. Perusahaan menengah (dengan hingga 300 karyawan).

UMKM dibagi menjadi empat kategori dari sudut pandang bisnis:

1. UMKM sektor informal, seperti pedagang kaki lima.
2. UMKM mikro adalah UMKM yang memiliki keterampilan kerajinan tetapi tidak memiliki keinginan untuk mengembangkan usahanya.
3. Usaha kecil menengah adalah kumpulan UMKM yang dapat berkembang menjadi wirausahawan melalui ekspor dan kemitraan (menerima pekerjaan subkontrak).
4. UMKM yang memiliki jiwa kewirausahaan yang kompeten dan siap untuk berkembang menjadi perusahaan besar dikenal sebagai usaha yang bergerak cepat.

**b. Indikator Kinerja UMKM**

Kinerja merujuk pada pencapaian atau prestasi dari perusahaan dalam waktu tertentu. Menurut Bruck Da Evens (Suparyanto dan Rosad, 2020) ada empat indikator UMKM yaitu :

1. Laba : Laba merupakan hasil yang didapat sesudah dikurangi dengan modal produksi dan biaya-biaya lain.
2. Wilayah Pemasaran : Wilayah pemasaran adalah jangkauan

daerah yang menjadi target proses jual beli.

3. Tenaga Kerja : Tenaga kerja adalah orang yang melaksanakan tugas dan tanggung jawab yang diberikan oleh atasan atau pemilik usaha.
4. Modal : Modal adalah hasil produksi yang digunakan untuk memproduksi lebih lanjut.

## B. Penelitian Terdahulu

Berikut merupakan data penelitian terdahulu yang dimaksudkan untuk menggali informasi tentang penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini dibawah ini penelitian terdahulu yang dipilih yaitu:

**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti dan Tahun Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Wafiq Asisa 2022	Pengaruh Pemahaman Literasi Keuangan dan Kemudahan <i>Digital payment</i> terhadap Kinerja UMKM di Kota Makassar	Literasi Keuangan (X1) dan Kemudahan (X2) Kinerja UMKM di Kota Makassar Y	Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, bahwa Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial adanya pengaruh positif dan signifikan literasi keuangan terhadap kinerja
2.	Natasha Maria Angela Pontoh (2024)	Penerapan aplikasi digital dalam penyusunan laporan keuangan pada usaha mikro: Studi kasus pada 7W Coffee	X: Aplikasi digital Y:Studi kasus pada 7W Coffee	Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik 7W Coffee dapat diketahui bahwa pencatatan transaksi khususnya penerimaan kas menggunakan aplikasi kasir POST dan pencatatan transaksi pengeluaran

				kas dicatat terpisah dengan bantuan Microsoft Excel.
3.	Muhamad Yazid Bustomi (2021)	Pengaruh Pemanfaatan Aplikasi Digital Terhadap Pemberdayaan UMKM di Kabupaten Kutai Timur	Dampak Sosial (X1) Dampak Ekonomi (X2) Dampak Lingkungan (X3) Kemandirian UKM (Y1)	Berdasarkan hasil uji PLS- Algorithm menunjukkan bahwa nilai composite reliability untuk semua variabel laten lebih besar dari 0,7 yaitu sesuai dengan pendapat Ghozali & Latan (2015) yang menjelaskan bahwa instrumen yang digunakan dalam setiap variabel laten sudah reliabel.
4.	Nila Kurniawati (2020)	Pengaruh Digital Marketing, Aplikasi Layanan Pesan Antar Makanan, dan Harga terhadap Volume Penjualan UMKM di Kota Semarang	Digital marketing (X1) aplikasi layanan pesan antar makanan (X2) harga (X3) volume penjualan (Y)	Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah: 1. Pemasaran digital dan aplikasi pesan-antar makanan tidak terlalu berpengaruh terhadap volume penjualan di Kota Semarang. 2. Harga berpengaruh terhadap volume penjualan di UMKM Kota Semarang. 3. Harga, aplikasi layanan pesan-antar makanan, dan pemasaran digital semuanya memiliki dampak besar terhadap volume penjualan UMKM di Kota Semarang, baik secara terpisah maupun kombinasi.
5.	Harya Damar Widiiputra (2021)	Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Berbasis Aplikasi Digital	X: Aplikasi Digma Y: untuk UMKM di Wilayah Jakarta Timur	Tujuan utama dari pelatihan aplikasi Buku Warung ini adalah untuk mencatat arus kas, dengan

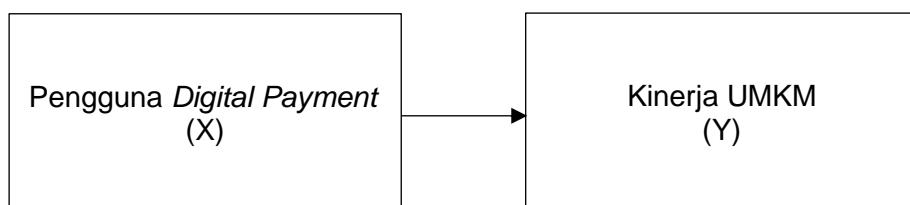
		Untuk UMKM di Wilayah Jakarta Timur.		mempertimbangkan keterbatasan waktu yang ada, baik untuk penjualan tunai maupun kredit, maupun pembelian dan belanja bahan baku. Banyak peserta yang mengalami kendala dalam pencatatan penjualan kredit dan pembelian bahan baku selama kegiatan berlangsung. Aplikasi ini diharapkan dapat membantu pencatatan keuangan harian usaha UMKM dan selanjutnya dapat mendukung program pemerintah dalam Digitalisasi UMKM
6.	Larasati Azzahra Pratiwi (2024)	Analisis Pengaruh Penggunaan Pembayaran Digital QRIS Terhadap Kenaikan Omset Penjualan Pada UMKM	Literasi penggunaan QRIS (X1) Penerapan QRIS (X2) omset penjualan (Y)	Berdasarkan hasil pengujian pada penelitian dijelaskan bahwa nilai probability dari $Obs^*Rsquared$ sebesar $0,3971 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini terjadi autokorelasi.
7.	Isra Hayati (2023)	Pelatihan Pembukuan Keuangan Dan Pemasaran Digital Bagi Umkm Binaan Lazismu Kota Medan	X1 Pelatihan Pembukuan Keuangan X2 Pemasaran Digital Y Umkm Binaan Lazismu Kota Medan	Berdasarkan pelaksanaan dan evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat ini, dapat disimpulkan bahwa tujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pelaku UMKM dalam mengelola pembukuan

				keuangan dan pemasaran digital telah tercapai.
8.	Michi Lussy dan Diana Airawaty (2024)	Literasi Edukasi Aplikasi Keuangan Digital Bukuwarung Pada Umkm Warmindo Fortuna Dan Warmindo Wisesa	X: Aplikasi Keuangan digital Y: Umkm Warmindo Fortuna	Kegiatan Literasi Eduksdi Aplikasi Keuangan Digital BukuWarung kepada UMKM Warmindo Fortuna dan Warmindo Wisesa di condong Catur Kecamatan Depok Kabupaten Sleman. Kegiatan pegabdian ini telah terlaksanakan selama 5 kali pertemuan dalam kurung waktu 1 bulan, pelaku usaha masih melakukan pencatatan pemasukan penjualan dan pengeluaran yang masih manual dalam mengelola dana.
9.	M ediany Kriseka Putri (2024)	Pengaruh adopsi teknologi digital dan value creation terhadap SME performance pada UMKM cafe di kota Bandung	X1: <i>value creation</i> X2: <i>teknologi digital</i> Y: <i>SME performance pada UMKM</i>	Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai pengaruh adopsi teknologi digital dan <i>value creation</i> terhadap SME Performance pada UMKM café di Kota Bandung, maka dapat dibuat kesimpulan bahwa <i>Social media application</i> tidak memiliki pengaruh positif terhadap <i>value creation</i> pada UMKM Café di

				Kota Bandung.
10.	Windi Mayani Dalimunthe (2023)	Efektivitas Fintech Melalui <i>Digital payment</i> terhadap Perkembangan UMKM di Indonesia	X: <i>Digital payment</i> Y: Perkembangan UMKM	Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka kesimpulan yang dapat diperoleh bahwa variabel <i>digital payment</i> secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha, mikro, kecil dan menengah dengan tingkat signifikan 0,000 dan berdasarkan uji simultan f maka diperoleh hasil bahwa <i>digital payment</i> berpengaruh pada usaha, mikro, kecil dan menengah.

### C. Kerangka Pikir

Salah satu jenis kerangka berpikir yang dapat diterapkan sebagai metode pemecahan masalah adalah kerangka berpikir. Kerangka kerja penelitian ini sering kali mengambil pendekatan ilmiah dan menggambarkan bagaimana variabel saling berhubungan selama proses analisis. Kerangka kerja konseptual penelitian ini adalah:



Gambar 2. 1 Kerangka Pikir

## D. 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

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif. Salah satu jenis penelitian yang persyaratannya metodis, sudah diatur sebelumnya, dan ditetapkan dengan baik sejak awal hingga pengembangan desain penelitian adalah teknik penelitian kuantitatif.

Menurut (Sugiyono, 2018), Salah satu cara untuk menganggap metode penelitian kuantitatif adalah sebagai metodologi penelitian positivis yang diterapkan pada populasi atau sampel tertentu. Alat penelitian digunakan untuk pengumpulan data, strategi pengambilan sampel sering kali acak, dan pemrosesan data bersifat kuantitatif dan statistik dengan tujuan menguji hipotesis.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### **1. Lokasi Penelitian**

Lokasi Penelitian ini dilaksanakan pada Dinas Koperasi, usaha kecil dan menengah di Jl. jendral ahmad yani no 2.

##### **2. Waktu Penelitian**

Studi ini telah dilakukan selama 2 bulan mulai dari bulan Mei 2025 – Juni 2025

#### **C. Jenis dan Sumber Data**

##### **1. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif adalah data yang berupa angka-angka dalam laporan seperti perkembangan jumlah karyawan dan jenis tenaga kerja.

## 2. Sumber Data

### a. Data Primer

Data yang diperoleh langsung dari sumber atau objek penelitian.

Sumber data primer adalah kuesioner kepada responden tentang Pengaruh Pengguna *Digital payment* Terhadap Kinerja UMKM Kota Makassar.

## D. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2018), populasi merupakan kategori generalisasi yang terdiri dari orang-orang atau objek dengan atribut tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulan. Sebanyak 33.097 UMKM di Kota Makassar yang menjadi peserta survei ini.

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengumpulan sampel pada penelitian ini menggunakan sampel yang ditetapkan oleh Slovin dengan tingkat kesalahan 10% Rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

$n$  = Ukuran sampel / jumlah responden

$N$  = Ukuran populasi

$e$  = Tingkat kesalahan sampel 10%

Dengan populasi ( $N$ ) sebanyak 33.097 Pemilik Usaha UMKM Kota

Makassar dengan tingkat kesalahan ( $e$ ) sebanyak 10%, maka:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{33,097}{1 + 33,097(0,1)^2}$$

$$n = \frac{33,097}{1 + 33,097 (0,01)}$$

$$n = \frac{33,097}{1 + 330,97}$$

$$n = \frac{33,097}{331,97}$$

$$n = 99,69$$

Berdasarkan perhitungan sampel diatas, maka diperoleh jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 99,69.

No	Nama UMKM	Pemilk	Jenis UMKM
1.	Rahmadi Sam	King Coffee	Kuliner
2.	Maemunah	Maemunah	Kuliner
3.	Haryani	Haryani	Campuran/Klontongan
4.	M. Aril	M. Aril	Campuran/Klontongan
5.	Ago Sejati Motor	Ambo Upe Umar	Otomotif
6.	Sirat Nurhajrul	Sirat Nurhajrul	Campuran/Klontongan
7.	Nurwani Haji	Nurwani Haji	Kecantikan
8.	Isradiaty	Isradiaty	Campuran/Klontongan
9.	Surianto Andi Rauf Naweng	Surianto Andi Rauf Naweng	Campuran/Klontongan
10.	Andhyka A. Karim	Andhyka A. Karim	Campuran/Klontongan
11.	Hanaria	Hanaria	Fashion
12.	Mujahidin, St	Mujahidin, St	Campuran/Klontongan
13.	Nurlaela	Ela	Kuliner
14.	Dewi Handayani	Dewi Handayani	Fashion
15.	Halijah Nasir	Halijah Nasir	Campuran/Klontongan
16.	Suriati	Suriati	Campuran/Klontongan
17.	Johari Syam	Johari Syam	Campuran/Klontongan

18.	Suryany Musakar	Suryany Musakar	Campuran/Klontongan
19.	Amin Aluminium	H. Ismail	Campuran/Klontongan
20.	Hasrina	Hasrina	Campuran/Klontongan
21.	Sitti Syamsiah Aziz	Sitti Syamsiah Aziz	Campuran/Klontongan
22.	Iqbal, Se, Mm	Iqbal, Se, Mm	Campuran/Klontongan
23.	Wiwik Umi Pratiwi	Wiwik Umi Pratiwi	Campuran/Klontongan
24.	Rasmawati	Rasmawati	Kuliner
25.	Kripik Tempe Bunda	Angraini	Kuliner
26.	Muhammad Yasser	Muhammad Yasser	Campuran/Klontongan
27.	Sutan Mansur	Sutan Mansur	Campuran/Klontongan
28.	Warung Mbak Tri	Sulastri	Kuliner
29.	Salon	Putri Amriah J.	Kecantikan
30.	Ud Syafiq Jaya	Naharuddin B	Campuran/Klontongan
31.	A N Zulkarnaen	A N Zulkarnaen	Campuran/Klontongan
32.	Al Kartini	Kios Latando	Kuliner
33.	Muhammad Taufiq Ramdhani	Food Box Makassar	Kuliner
34.	Syamsiah Jafar	Syamsiah Jafar	Campuran/Klontongan
35.	Hj. Rahma Adnan	Hj. Rahma Adnan	Campuran/Klontongan
36.	Jusniati. B	Jusniati. B	Campuran/Klontongan
37.	Asmawaty, Se	Asmawaty, Se	Campuran/Klontongan
38.	Hartati Yahya	Hartati Yahya	Agribisnis
39.	Mudji Isnawati	Mudji Isnawati	Campuran/Klontongan
40.	Dahniar Mamuri	Dahniar Mamuri	Campuran/Klontongan
41.	A. Muh. Taslim	A. Muh. Taslim	Campuran/Klontongan
42.	Irma Yanti	Irma Yanti	Campuran/Klontongan
43.	Guriana	Guriana	Campuran/Klontongan
44.	Salmin	Salmin	Campuran/Klontongan
45.	Jumasia	Jumasia	Campuran/Klontongan
46.	Muh. Odjie Kris Tofan	Muh. Odjie Kris Tofan	Campuran/Klontongan
47.	Megawati. B	Megawati. B	Campuran/Klontongan
48.	Andi Siriyanti, Se	Andi Siriyanti, Se	Campuran/Klontongan
49.	Bakso Solo	Sarmin	kuliner
50.	Hj Salma	Hj Salma	Kuliner
51.	Ud.Cahaya Berua	Drs.H.Syamsul	Campuran/Klontongan
52.	Irmayanti	Irmayanti	Campuran/Klontongan

53.	Macaroni Iscream	Inka Saputri	Kuliner
54.	Ni Wayan Suparti Asih	Ni Wayan Suparti Asih	Produk Kreatif
55.	Salmiati, S.Kom	Salmiati, S.Kom	Campuran/Klontongan
56.	Jumria Yulindah	Jumria Yulindah	Campuran/Klontongan
57.	Ris Nurlindah	Ris Nurlindah	Campuran/Klontongan
58.	Marthinus Minggu Batau	Marthinus Minggu Batau	Campuran/Klontongan
59.	Ud.Evi Karya	Anggah	Campuran/Klontongan
60.	Lilis Angraeni	Lilis Angraeni	Campuran/Klontongan
61.	Rosam Jaya	Muh.Amri	Campuran/Klontongan
62.	Ida Fitriani	Ida Fitriani	Campuran/Klontongan
63.	Warung Makan Satrio	Nurliah	Kuliner
64.	Wiwik Umi Pratiwi	Kripik Buweek	Kuliner
65.	Nurhandayani	Azahra	Kuliner
66.	Toko Bina Daya	Salbiah	Campuran/Klontongan
67.	Andi Anita Sari	Andi Anita Sari	Campuran/Klontongan
68.	Hajjerah	Hajjerah	Campuran/Klontongan
69.	Syamsuddin. P, Bsc	Syamsuddin. P, Bsc	Campuran/Klontongan
70.	Mulyadi Werang, Se	Mulyadi Werang, Se	Campuran/Klontongan
71.	Endang Kostami	Endang Kostami	Campuran/Klontongan
72.	Dhiman Irwandy N	Dhiman Irwandy N	Campuran/Klontongan
73.	Sriwati	Sriwati	Kuliner
74.	Andi Erwinsky Putra	Andi Erwinsky Putra	Campuran/Klontongan
75.	Miftah Nurin. A	Miftah Nurin. A	Campuran/Klontongan
76.	Fary Cell	Syamsuddin .P.	Telekomunikasi
77.	Nurlaini	Nurlaini	Campuran/Klontongan
78.	Sofyan. S	Sofyan. S	Campuran/Klontongan
79.	Rosmini	Khairunnisa	Kuliner
80.	Kiky Cell	Abd. Hafid Kulau	Telekomunikasi
81.	Toko Aneka	H.Sitti Hidayah	Campuran/Klontongan
82.	Muh. Ilyas	Muh. Ilyas	Campuran/Klontongan
83.	New Kuliner	Dwi Agus Andrianto	Kuliner
84.	Yusnita Samad	Yusnita Samad	Campuran/Klontongan
85.	Sri Widiyanti	Sri Widiyanti	Campuran/Klontongan
86.	Nurul Ilmih	Nurul Ilmih	Campuran/Klontongan
87.	Nurhayati Syam, Se	Nurhayati Syam, Se	Campuran/Klontongan
88.	Nurlela	Nurlela	Campuran/Klontongan

89.	Samsinar	Maeki Seaweed Brownies	Kuliner
90.	Hasfirach Farach	Kios Intan	Campuran/Klontongan
91.	Anti Damayanti	Anti Damayanti	Campuran/Klontongan
92.	Nur Indah Sari	Nur Indah Sari	Campuran/Klontongan
93.	Rifai Aluminium	H.Hasan	Campuran/Klontongan
94.	Nova Asniar Azis	Nova Asniar Azis	Produk Kreatif
95.	Jumriana	Jumriana	Campuran/Klontongan
96.	Muhammad Agus, S.Sos	Muhammad Agus, S.Sos	Campuran/Klontongan
97.	Alianto	Alianto	Campuran/Klontongan
98.	Suzanna Lewier	Suzanna Lewier	Campuran/Klontongan
99.	Nur Aisyah Aditio. A	Nur Aisyah Aditio. A	Campuran/Klontongan

## E. Metode Pengumpulan Data

Karena pengumpulan data merupakan tujuan utama penelitian, maka prosedur pengumpulan data merupakan tahapan yang paling strategis dalam proses tersebut (Sugiyono, 2018). Penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data yang dibutuhkan, antara lain:

1. Observasi (Pengamatan), Observasi merupakan suatu metode atau cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung. Metode observasi boleh dikatakan merupakan keharusan dalam pelaksanaan penelitian kuantitatif. Metode ini juga digunakan untuk mendapatkan data yang bersifat fisik berkaitan dengan penelitian.
2. Kuesioner merupakan salah satu jenis alat pengumpulan data yang digunakan oleh karyawan yang menjadi responden untuk mengisi serangkaian pertanyaan berdasarkan indikator variabel penelitian.
3. Dokumentasi: Teknik ini melibatkan pengumpulan informasi dari organisasi atau lembaga dengan menggunakan catatan cetak atau elektronik. Dokumen diperlukan untuk mendukung keakuratan data

lainnya.

## F. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran

### 1. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah melekatkan arti pada suatu variabel dengan cara menetapkan kegiatan atau tindakan yang perlu untuk mengukur variabel itu. Definisi operasional variabel merupakan penggambaran secara singkat masing-masing variabel.

**Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel**

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1.	Pengguna <i>Digital payment</i> (X)	Penggunaan <i>digital payment</i> adalah tingkat pemanfaatan teknologi pembayaran non-tunai oleh pelaku UMKM dengan memanfaatkan aplikasi atau platform elektronik ( <i>e-wallet</i> , <i>mobile banking</i> , QRIS, <i>internet banking</i> ) dalam aktivitas transaksi sehari-hari.	1. Kemudahan Penggunaan ( <i>Ease Of Use</i> ) 2. Manfaat Yang dirasakan ( <i>Perceived Usefulness</i> ) 3. Keamanan dan Kepercayaan 4. Frekuensi dan Intensitas Penggunaan (Kala'lembang, 2024)
2.	Kinerja UMKM (Y)	Kinerja UMKM adalah tingkat pencapaian hasil usaha yang ditunjukkan melalui keberhasilan finansial, operasional, dan pertumbuhan usaha dalam periode tertentu setelah mengadopsi <i>digital payment</i> .	1. Laba 2. Wilayah Pemasaran 3. Tenaga Kerja 4. Modal (Asisa, 2022)

### 2. Pengukuran Variabel

Menurut (Sugiyono, 2018) Sikap, keyakinan, dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap fenomena negatif dapat diukur dengan menggunakan skala likert. (Sugiyono, 2018) menyatakan, "Skala likert

memberikan gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif untuk setiap respon negatif, yang dapat diungkapkan dengan kata-kata dan kemudian diberi skor, khususnya skor yang diberikan kepada responden:

**Tabel 3. 2 Skala Likert**

Pertanyaan	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sesuai dengan klausul ini, instrumen penelitian tipe Likert dapat dibuat dengan meminta partisipan melengkapi kolom kuesioner dengan skor mereka, yang kemudian dapat dihitung, lalu ditabulasi untuk mengevaluasi keandalan dan validitas data.

## G. Metode Analisis Data

Pendekatan analisis meliputi pengujian data yang diperoleh dari tanggapan yang diberikan oleh responden, yang selanjutnya diperiksa menggunakan SPSS, alat analisis penelitian. Untuk mengumpulkan, mengolah, dan kemudian menyajikan data observasi sehingga pihak lain dapat dengan mudah memahami pokok bahasan penelitian, metode deskriptif kuantitatif digunakan sebagai strategi analisis dalam penelitian studi kasus.

### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Untuk memastikan bahwa alat ukur, jika digunakan untuk pengukuran, menghasilkan data kuantitatif, skala pengukuran berfungsi sebagai referensi untuk menentukan durasi interval (Sugiyono, 2018).

## 2. Uji Instrumen

### a. Uji Validitas

Prosedur pengujian validitas instrumen dilakukan dengan menghitung skor variabel dari skor butir soal dengan menggunakan perhitungan korelasi yang diolah menggunakan program SPPS. Pengujian ini untuk mengetahui apakah butir soal dan instrumen ukur secara tepat mengukur apa yang ingin diukur oleh peneliti. Apabila skor variabel signifikan terhadap skor keseluruhan, maka kuesioner dianggap valid.

Ho ditolak, yang menunjukkan bahwa variabel tersebut sah, jika  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ .

Ho diterima, yang menunjukkan bahwa variabel tersebut tidak valid, jika  $r_{\text{hitung}} \leq r_{\text{tabel}}$ .

### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menentukan seberapa reliabel suatu alat ukur dan seberapa baik alat tersebut dapat menghasilkan temuan pada sampel yang sama yang hampir identik. Pertanyaan yang valid kemudian dinilai keandalannya berdasarkan temuan uji validitas.

Membandingkan nilai tabel  $r$  dengan hasil  $r$  adalah pendekatan yang digunakan untuk memverifikasi keandalan. Nilai alfa dalam uji reliabilitas diwakili oleh nilai  $r$ . Jika  $r$  lebih besar dari tabel, pertanyaan tersebut dianggap dapat dipercaya.

## 3. Uji Asumsi Klasik

Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan bersifat netral, konsisten, dan akurat dalam estimasi. Uji asumsi

tradisional yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Uji Normalitas

Untuk mengetahui apakah nilai residual yang dihasilkan oleh regresi terdistribusi secara teratur atau tidak, digunakan uji normalitas.

Model regresi dengan nilai residual yang terdistribusi secara teratur dianggap baik (Agussalim, 2020). (Santoso, 2021) menegaskan bahwa probabilitas dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan.

b. Uji Multikolinearitas

Untuk menentukan apakah variabel independen dalam model regresi berkorelasi atau tidak, digunakan uji multikolinearitas. Uji ini disebut sebagai masalah multikolinearitas jika terdapat korelasi. Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi antara variabel independen. Model regresi harus dibuat ulang setelah salah satu variabel independen dihilangkan jika multikolinearitas telah dibuktikan (Santoso, 2021). Nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance digunakan untuk menguji keberadaan atau ketiadaan multikolinearitas.

Rekomendasi untuk regresi yang bebas dari multikolinearitas adalah memiliki angka toleransi mendekati 1. Tidak ada tanda-tanda multikolinearitas jika angka VIF kurang dari batas VIF 10 (Gujarati, 2022).

c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk menentukan apakah residual dari satu observasi berbeda variansnya dari residual observasi lain dalam model regresi. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan sejumlah metode, termasuk uji grafik plot, uji park, uji

glejser, dan uji white. Grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dan residualnya (SRESID) digunakan dalam uji studi ini. Jika tidak ada pola yang terlihat dan titik-titik tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka heteroskedastisitas tidak ada. (Ghozali, 2022).

#### **4. Analisis Regresi Linear Sederhana**

Dengan menggunakan alat bantu SPSS 25 (Statistic Package For Social Science), analisis regresi linier sederhana digunakan untuk memeriksa lebih lanjut hasil data (Zafira, 2020). Dengan menggunakan model estimasi berikut:

$$Y_1 = a + B_1 X_1 + e$$

Dimana:

Y = Kinerja UMKM Kota Makassar

a = Konstanta

b = koefisien Regresi

x = Pengguna *Digital payment*

e = Standar error (tingkat kesalahan)

### **H. Uji Hipotesis**

#### **1. Uji Persial (Uji-t)**

Menurut (Sugiyono, 2018) Uji t merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah, yaitu yang menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Rancangan pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui korelasi dari kedua variabel yang di teliti.

Tingkat signifikansi masing-masing sebesar 0,05 (5%) atau tingkat keyakinan sebesar 0,95 (95%) digunakan dalam pengujian hipotesis.

Melalui proses pengambilan keputusan:

1. Ho diterima jika t statistik signifikan  $> 0,05$ .
2. Ho ditolak jika t statistik signifikan  $< 0,05$ .

## 2. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) merupakan kuadrat korelasi dari persamaan regresi. Nilai koefisien determinasi antara 0 sampai 1 dan mendekati 1 (1) berarti variabel independen mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap variabel dependen. Namun nilai yang mendekati 0 (nol) berarti variabel independen tidak cukup berpengaruh terhadap variabel dependen.



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1. Sejarah Umum UMKM**

UKM atau Usaha Kecil Menengah ini sendiri merupakan jenis usaha yang sudah banyak dilakukan, terutama oleh masyarakat indonesianya sendiri. Pada awalnya, sejarah UKM mulai berkembang pesat setelah kejadian krisis ekonomi yang telah terjadi secara berkepanjangan.

Keadaan perekonomian yang cukup terguncang itu pernah menimpa Indonesia di tahun 1997. Kondisi ekonomi yang tidak stabil tersebut menimbulkan hal yang cukup buruk bagi kehidupan masyarakat. Banyak sekali yang terkena dampak buruk atas kejadian krisis ekonomi yang menimpa Indonesia tersebut.

PHK besar-besaran pun dilakukan oleh beberapa perusahaan. Dimana hal ini berakibat pada banyaknya orang yang kehilangan pekerjaannya. Namun, mereka pun harus bangkit dari keterpurukan tersebut. Para PHKwan ini mulai mencoba mencari cara untuk mengembangkan usaha sendiri dalam membiayai keperluan sehari-harinya. Ada yang memilih untuk mulai melakukan usaha jual beli, membuka bisnis jasa, hingga pengolahan produk.

Aneka usaha yang dilakukan oleh masyarakat inilah yang akhirnya memunculkan sejarah UKM atau usaha kecil menengah ini. Bahkan, pada saat itu, banyak sekali yang beranggapan bahwa UKM merupakan salah satu penyelamat perkenomian masyarakat. Hal ini dikarenakan UKM memiliki peran yang sangat penting dalam mengurangi angka

pengangguran. Bahkan, beberapa UKM tersebut bisa sukses dan masih berkembang hingga saat ini.

Masyarakat Indonesia pun menjadi lebih mandiri sehingga tidak tergantung pada pemerintah maupun perusahaan swasta lainnya. Bahkan, UKM saat itu menjadi salah satu pemberi pemasukan daerah hingga negara.

## 2. Visi dan Misi

### a. Visi

“Terwujudnya koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang kuat dan kompetitif bagi pengembangan daerah”.

### b. Misi

- 1) Meningkatkan peranan dan daya dukung organisasi unit kerja bagi pengembangan kegiatan berusaha serta meningkatkan kelembagaan Koperasi dan UKM.
- 2) Membangun sinergitas positif antar Koperasi UKM dan masyarakat dalam peningkatan produktifitas.
- 3) Meningkatkan daya saing komoditi unggulan daerah dengan pemanfaatan sumber daya lokal untuk kemandirian Koperasi dan UKM bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pendapatan daerah.
- 4) Memberikan pelayanan publik yang berkualitas, cepat, tepat, transparan dan akuntabel serta pembinaan, pengawasan dan pengendalian untuk memberi peluang dalam menggerakkan regulasi usaha.
- 5) Memberikan peluang berusaha yang seluas-luasnya kepada

Koperasi dan UKM dengan training keterampilan gratis dan dana bergulir tanpa anggaran.

### 3. Struktur Organisasi

#### **Gambar 4.1 Struktur Organisasi**



#### 4. Nama-nama UMKM

No	Nama UMKM	Pemilk	Jenis
100.	Rahmadi Sam	King Coffee	Kuliner
101.	Maemunah	Maemunah	Kuliner
102.	Haryani	Haryani	Campuran/Klontongan
103.	M. Aril	M. Aril	Campuran/Klontongan
104.	Ago Sejati Motor	Ambo Upe Umar	Otomotif
105.	Sirat Nurhajrul	Sirat Nurhajrul	Campuran/Klontongan
106.	Nurwani Haji	Nurwani Haji	Kecantikan
107.	Isradiaty	Isradiaty	Campuran/Klontongan
108.	Surianto Andi Rauf Naweng	Surianto Andi Rauf Naweng	Campuran/Klontongan
109.	Andhyka A. Karim	Andhyka A. Karim	Campuran/Klontongan
110.	Hanaria	Hanaria	Fashion
111.	Mujahidin, St	Mujahidin, St	Campuran/Klontongan
112.	Nurlaela	Ela	Kuliner

113.	Dewi Handayani	Dewi Handayani	Fashion
114.	Halijah Nasir	Halijah Nasir	Campuran/Klontongan
115.	Suriati	Suriati	Campuran/Klontongan
116.	Johari Syam	Johari Syam	Campuran/Klontongan
117.	Suryany Musakar	Suryany Musakar	Campuran/Klontongan
118.	Amin Aluminium	H. Ismail	Campuran/Klontongan
119.	Hasrina	Hasrina	Campuran/Klontongan
120.	Sitti Syamsiah Aziz	Sitti Syamsiah Aziz	Campuran/Klontongan
121.	Iqbal, Se, Mm	Iqbal, Se, Mm	Campuran/Klontongan
122.	Wiwik Umi Pratiwi	Wiwik Umi Pratiwi	Campuran/Klontongan
123.	Rasmawati	Rasmawati	Kuliner
124.	Kripik Tempe Bunda	Angraini	Kuliner
125.	Muhammad Yasser	Muhammad Yasser	Campuran/Klontongan
126.	Sutan Mansur	Sutan Mansur	Campuran/Klontongan
127.	Warung Mbak Tri	Sulastri	Kuliner
128.	Salon	Putri Amriah J.	Kecantikan
129.	Ud Syafiq Jaya	Naharuddin B	Campuran/Klontongan
130.	A N Zulkarnaen	A N Zulkarnaen	Campuran/Klontongan
131.	Al Kartini	Kios Latando	Kuliner
132.	Muhammad Taufiq Ramdhhan	Food Box Makassar	Kuliner
133.	Syamsiah Jafar	Syamsiah Jafar	Campuran/Klontongan
134.	Hj. Rahma Adnan	Hj. Rahma Adnan	Campuran/Klontongan
135.	Jusniati. B	Jusniati. B	Campuran/Klontongan
136.	Asmawaty, Se	Asmawaty, Se	Campuran/Klontongan
137.	Hartati Yahya	Hartati Yahya	Agribisnis
138.	Mudji Isnawati	Mudji Isnawati	Campuran/Klontongan
139.	Dahniar Mamuri	Dahniar Mamuri	Campuran/Klontongan
140.	A. Muh. Taslim	A. Muh. Taslim	Campuran/Klontongan
141.	Irma Yanti	Irma Yanti	Campuran/Klontongan
142.	Guriana	Guriana	Campuran/Klontongan
143.	Salmin	Salmin	Campuran/Klontongan
144.	Jumasia	Jumasia	Campuran/Klontongan
145.	Muh. Odjie Kris Tofan	Muh. Odjie Kris Tofan	Campuran/Klontongan
146.	Megawati. B	Megawati. B	Campuran/Klontongan
147.	Andi Siriyanti, Se	Andi Siriyanti, Se	Campuran/Klontongan

148.	Bakso Solo	Sarmin	kuliner
149.	Hj Salma	Hj Salma	Kuliner
150.	Ud.Cahaya Berua	Drs.H.Syamsul	Campuran/Klontongan
151.	Irmayanti	Irmayanti	Campuran/Klontongan
152.	Macaroni Iscream	Inka Saputri	Kuliner
153.	Ni Wayan Suparti Asih	Ni Wayan Suparti Asih	Produk Kreatif
154.	Salmiati, S.Kom	Salmiati, S.Kom	Campuran/Klontongan
155.	Jumria Yulindah	Jumria Yulindah	Campuran/Klontongan
156.	Ris Nurlindah	Ris Nurlindah	Campuran/Klontongan
157.	Marthinus Minggu Batau	Marthinus Minggu Batau	Campuran/Klontongan
158.	Ud.Evi Karya	Anggah	Campuran/Klontongan
159.	Lilis Angraeni	Lilis Angraeni	Campuran/Klontongan
160.	Rosam Jaya	Muh.Amri	Campuran/Klontongan
161.	Ida Fitriani	Ida Fitriani	Campuran/Klontongan
162.	Warung Makan Satrio	Nurliah	Kuliner
163.	Wiwik Umi Pratiwi	Kripik Buweek	Kuliner
164.	Nurhandayani	Azahra	Kuliner
165.	Toko Bina Daya	Salbiah	Campuran/Klontongan
166.	Andi Anita Sari	Andi Anita Sari	Campuran/Klontongan
167.	Hajjerah	Hajjerah	Campuran/Klontongan
168.	Syamsuddin. P, Bsc	Syamsuddin. P, Bsc	Campuran/Klontongan
169.	Mulyadi Werang, Se	Mulyadi Werang, Se	Campuran/Klontongan
170.	Endang Kostami	Endang Kostami	Campuran/Klontongan
171.	Dhiman Irwandy N	Dhiman Irwandy N	Campuran/Klontongan
172.	Sriwati	Sriwati	Kuliner
173.	Andi Erwinsky Putra	Andi Erwinsky Putra	Campuran/Klontongan
174.	Miftah Nurin. A	Miftah Nurin. A	Campuran/Klontongan
175.	Fary Cell	Syamsuddin .P.	Telekomunikasi
176.	Nurlaini	Nurlaini	Campuran/Klontongan
177.	Sofyan. S	Sofyan. S	Campuran/Klontongan
178.	Rosmini	Khairunnisa	Kuliner
179.	Kiky Cell	Abd. Hafid Kulau	Telekomunikasi
180.	Toko Aneka	H.Sitti Hidayah	Campuran/Klontongan
181.	Muh. Ilyas	Muh. Ilyas	Campuran/Klontongan
182.	New Kuliner	Dwi Agus Andrianto	Kuliner
183.	Yusnita Samad	Yusnita Samad	Campuran/Klontongan

184.	Sri Widiyanti	Sri Widiyanti	Campuran/Klontongan
185.	Nurul Ilmih	Nurul Ilmih	Campuran/Klontongan
186.	Nurhayati Syam, Se	Nurhayati Syam, Se	Campuran/Klontongan
187.	Nurlela	Nurlela	Campuran/Klontongan
188.	Samsinar	Maeki Seaweed Brownies	Kuliner
189.	Hasfirach Farach	Kios Intan	Campuran/Klontongan
190.	Anti Damayanti	Anti Damayanti	Campuran/Klontongan
191.	Nur Indah Sari	Nur Indah Sari	Campuran/Klontongan
192.	Rifai Aluminium	H.Hasan	Campuran/Klontongan
193.	Nova Asniar Azis	Nova Asniar Azis	Produk Kreatif
194.	Jumriana	Jumriana	Campuran/Klontongan
195.	Muhammad Agus, S.Sos	Muhammad Agus, S.Sos	Campuran/Klontongan
196.	Alianto	Alianto	Campuran/Klontongan
197.	Suzanna Lewier	Suzanna Lewier	Campuran/Klontongan
198.	Nur Aisyah Aditio. A	Nur Aisyah Aditio. A	Campuran/Klontongan

Sumber Data : Data Primer, 2025

## B. Hasil Penelitian

### 1. Karakteristik Responden

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner yang disebarluaskan kepada 99 responden. Penelitian ini menjelaskan karakteristik responden yang merupakan Pengguna *Digital payment* Terhadap Kinerja UMKM Kota Makassar. yang didapat melalui kuesioner. Karakteristik yang dimaksud merupakan identitas responden yang terdiri dari:

#### a. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada UMKM Kota Makassar, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-Laki	52	52,5
Perempuan	47	47,5
<b>Total</b>	<b>99</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 25

Dilihat dari tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa jumlah responden jenis kelamin laki-laki sebanyak 52 orang (52,5%) dan sisanya adalah jumlah responden perempuan sebanyak 47 orang (47,5%). Dengan demikian, dari jumlah responden laki-laki lebih banyak dibanding perempuan.

#### b. Karakteristik Berdasarkan Usia

Tabel berikut menampilkan karakteristik usia responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini, sehingga dapat memperlihatkan komposisi responden berdasarkan kategori usia.

**Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21-28	61	61.6	61.6	61.6
	29-36	19	19.2	19.2	80.8
	37-44	12	12.1	12.1	92.9
	45-52	4	4.0	4.0	97.0
	53-60	3	3.0	3.0	100.0
	<b>Total</b>	<b>99</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 25

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan usia memiliki distribusi yang beragam. Responden yang berusia 21-28 tahun berjumlah 61 orang (61,6%), diikuti oleh kelompok usia 29-36 tahun yang berjumlah 19 orang (19,2%), kemudian usia 37-44 tahun sebanyak 12 orang (12,1%), kemudian usia 45-52 yang berjumlah 4 orang (4%), dan terakhir usia 53-60 sebanyak 3 orang (3%). Hal ini menunjukkan bahwa proporsi

terbesar responden penelitian ini berada pada kelompok usia 21-28 tahun.

c. Karakteristik Berdasarkan Lama Usaha Berjalan

Karakteristik responden berdasarkan lama usaha berjalan dapat dilihat pada table 4.3 berikut:

**Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha Berjalan**

		<b>Lama usaha berjalan</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3 bulan - 9 bulan	18	18.2	18.2	18.2
	1 tahun - 5 tahun	66	66.7	66.7	84.8
	6 tahun - 10 tahun	9	9.1	9.1	93.9
	11 tahun - 15 tahun	3	3.0	3.0	97.0
	16 tahun - 40 tahun	3	3.0	3.0	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 25

Tabel di atas menunjukkan distribusi responden berdasarkan lama usaha berjalan. Dari 99 responden, sebagian besar atau 66 orang (66,7%) memiliki usaha yang telah berjalan selama 1 hingga 5 tahun, menunjukkan mereka berada pada tahap pengembangan usaha. Sebanyak 18 responden (18,2%) merupakan pelaku usaha baru dengan lama usaha 3 hingga 9 bulan. Sisanya, sebanyak 15 responden (15,1%) telah menjalankan usaha lebih dari 6 tahun, menunjukkan pengalaman usaha yang lebih matang namun jumlahnya relatif kecil.

d. Karakteristik Berdasarkan Platform yang Digunakan

Karakteristik responden berdasarkan platform yang digunakan dapat dilihat pada table 4.4 berikut:

**Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Platform yang Digunakan**

Platform yang Digunakan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Transfer Bank	2	2.0	2.0	2.0
	QRIS	69	69.7	69.7	71.7
	Dana	10	10.1	10.1	81.8
	Gopay	5	5.1	5.1	86.9
	Tunai	13	13.1	13.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 25

Tabel di atas menunjukkan distribusi responden berdasarkan platform pembayaran yang digunakan. Dari 99 responden, mayoritas menggunakan QRIS sebanyak 69 orang (69,7%), menandakan bahwa QRIS menjadi metode pembayaran paling populer karena kemudahannya. Selanjutnya, 13 responden (13,1%) masih menggunakan metode tunai, diikuti oleh Dana sebanyak 10 orang (10,1%) dan Gopay sebanyak 5 orang (5,1%). Sementara itu, hanya 2 responden (2,0%) yang menggunakan transfer bank. Data ini menunjukkan bahwa sistem pembayaran digital lebih dominan dibandingkan metode konvensional di kalangan responden.

## 2. Deskriptif Variabel

### a. Deskriptif Variabel Pengguna *Digital payment*

Penggunaan *digital payment* dalam perusahaan mencerminkan sejauh mana adopsi teknologi pembayaran digital memengaruhi efisiensi transaksi serta kenyamanan pengguna. Tabel 4.5 menyajikan hasil penelitian mengenai variabel pengguna *digital payment* yang diukur melalui empat indikator utama, yaitu kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, keamanan dan kepercayaan, serta frekuensi dan intensitas penggunaan.

Kemudahan penggunaan (*Ease of Use*) menggambarkan sejauh mana sistem pembayaran digital dianggap mudah diakses dan digunakan oleh karyawan atau pelanggan, termasuk antarmuka yang ramah pengguna dan proses transaksi yang tidak rumit. Kemudahan ini sangat memengaruhi niat dan kenyamanan dalam menggunakan platform digital.

Manfaat yang dirasakan (*Perceived Usefulness*) merujuk pada sejauh mana pengguna merasa bahwa *digital payment* memberikan nilai tambah, seperti kecepatan transaksi, efisiensi waktu, dan pencatatan transaksi yang lebih tertata.

Keamanan dan kepercayaan mencerminkan persepsi pengguna terhadap perlindungan data pribadi, keamanan dalam transaksi, serta keandalan platform digital yang digunakan. Tingkat kepercayaan yang tinggi akan mendorong penggunaan yang lebih konsisten.

Sementara itu, frekuensi dan intensitas penggunaan menunjukkan seberapa sering dan seberapa aktif responden menggunakan layanan *digital payment* dalam aktivitas sehari-hari. Indikator ini memberi gambaran tentang tingkat adopsi dan ketergantungan pengguna terhadap sistem pembayaran digital dalam konteks pekerjaan maupun kebutuhan personal. Tabel berikut menggambarkan bagaimana responden menilai keempat indikator tersebut dalam penggunaan *digital payment* di lingkungan kerja atau usaha mereka.

**Tabel 4. 5 Deskriptif Variabel Pengguna *Digital payment* (X)**

Pernyataan	Skor										Mean	
	STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X.P1	5	5,1	12	12,1	14	14,1	27	27,3	41	41,4	4,22	
X.P2	2	2,0	10	10,1	4	4,0	41	41,4	42	42,4	4,12	
X.P3	3	3,0	10	10,1	14	14,1	24	24,2	48	48,5	4,05	
X.P4	5	5,1	9	9,1	5	5,1	35	35,4	45	45,5	4,07	
X.P5	3	3,0	9	9,1	6	6,1	40	40,4	41	41,4	4,08	
X.P6	2	2,0	10	10,1	9	9,1	34	34,3	44	44,4	4,09	
X.P7	3	3,0	8	8,1	12	12,1	31	31,3	45	45,5	4,08	
X.P8	2	2,0	11	11,1	7	7,1	35	35,4	44	44,4	4,09	
X.P9	3	3,0	9	9,1	11	11,1	31	31,3	45	45,5	4,07	
X.P10	5	5,1	9	9,1	12	12,1	31	31,3	42	42,4	3,96	
X.P11	5	5,1	12	12,1	14	14,1	27	27,3	41	41,4	3,87	
X.P12	3	3,0	12	12,1	11	11,1	29	29,3	44	44,4	4,00	
Total Mean Variabel Pengguna <i>Digital payment</i> (X)											4,06	

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 25

Berdasarkan Tabel 4.5, tanggapan responden terhadap variabel pengguna *digital payment* (X) menunjukkan nilai rata-rata sebesar 4,06. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden memiliki persepsi positif terhadap penggunaan platform *digital payment* dalam aktivitas mereka.

Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada indikator X.P1 (Kemudahan Penggunaan / *Ease of Use*) dengan skor 4,22. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan dalam mengakses dan menggunakan platform *digital payment* menjadi faktor utama yang mendorong responden untuk terus menggunakannya. Fitur antarmuka yang sederhana, proses transaksi yang cepat, serta kemudahan dalam proses verifikasi membuat sistem ini semakin diminati oleh pengguna. Fitur antarmuka yang dimaksud antara lain tampilan menu yang sederhana dan mudah dipahami, navigasi yang jelas tanpa banyak langkah, serta formulir input yang otomatis sehingga meminimalkan kesalahan. Selain itu,

proses transaksi yang responsif, adanya fitur pencarian dan *shortcut* untuk transaksi favorit, serta notifikasi dan konfirmasi yang jelas turut meningkatkan kenyamanan pengguna. Desain visual yang bersih, konsisten, dan didukung verifikasi cepat seperti OTP otomatis, *fingerprint*, atau *face ID* juga membuat pengguna merasa aplikasi mudah digunakan sehingga mendorong tingginya skor pada indikator kemudahan penggunaan.

Sementara itu, nilai rata-rata terendah terdapat pada indikator X.P11 (Frekuensi dan Intensitas Penggunaan) dengan skor 3,87. Skor ini masih termasuk dalam kategori baik, namun menunjukkan bahwa tidak semua responden secara rutin menggunakan *digital payment* dalam aktivitas harian mereka. Beberapa responden mungkin masih menggunakan metode pembayaran lain seperti tunai atau transfer bank dalam situasi tertentu.

Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun pengguna merasa platform *digital payment* sangat mudah digunakan, namun masih terdapat variasi dalam intensitas penggunaannya. Hal ini dapat dipengaruhi oleh faktor kebiasaan, ketersediaan jaringan, atau kebutuhan spesifik dalam transaksi tertentu.

#### b. Deskriptif Variabel Kinerja UMKM

Kinerja UMKM merupakan indikator penting dalam menilai keberhasilan dan daya saing usaha kecil dan menengah di tengah persaingan pasar. Kinerja ini mencerminkan sejauh mana UMKM mampu bertahan, berkembang, dan memberikan kontribusi terhadap perekonomian lokal. Tabel 4.6 menyajikan hasil penelitian mengenai

kinerja UMKM yang diukur melalui empat indikator utama, yaitu laba, wilayah pemasaran, tenaga kerja, dan modal.

Laba mencerminkan kemampuan UMKM dalam menghasilkan keuntungan dari aktivitas operasionalnya. Laba yang meningkat menunjukkan efisiensi dalam pengelolaan usaha dan strategi bisnis yang tepat. Kinerja laba juga menjadi tolok ukur utama dalam menilai keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Wilayah pemasaran mengacu pada cakupan distribusi produk atau jasa yang ditawarkan oleh UMKM. Semakin luas jangkauan pasar, semakin besar peluang usaha untuk tumbuh dan menjangkau konsumen baru. Hal ini mencerminkan daya saing serta strategi promosi dan distribusi yang efektif.

Tenaga kerja menunjukkan sejauh mana UMKM mampu menciptakan lapangan pekerjaan dan mengelola sumber daya manusia yang dimiliki. Kinerja dalam hal ini dilihat dari jumlah, produktivitas, dan kualitas tenaga kerja yang dimiliki oleh usaha tersebut.

Sementara itu, modal mencerminkan kemampuan UMKM dalam mengelola dan memanfaatkan sumber daya keuangan untuk mendukung operasional dan ekspansi usaha. Modal yang cukup dan dikelola dengan baik akan mendukung pertumbuhan usaha, inovasi produk, serta kelancaran kegiatan bisnis secara keseluruhan. Tabel berikut memberikan gambaran mengenai bagaimana responden menilai masing-masing aspek dalam menunjang kinerja UMKM mereka.

**Tabel 4. 6 Deskriptif Variabel Kinerja UMKM (Y)**

Pernyataan	Skor										Mean	
	STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		STS (5)			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Y.P1	1	1,0	4	4,0	28	28,3	43	43,4	23	23,2	3,83	
Y.P2	2	2,0	3	3,0	22	22,2	50	50,5	22	22,2	3,87	
Y.P3	2	2,0	3	3,0	24	24,2	45	45,5	25	25,3	3,88	
Y.P4	4	4,0	17	17,2	23	23,2	24	24,2	31	31,3	3,61	
Y.P5	4	4,0	7	7,1	22	22,2	31	31,3	35	35,4	3,86	
Y.P6	4	4,0	6	6,1	22	22,2	39	39,4	28	28,3	3,81	
Y.P7	4	4,0	8	8,1	25	25,3	34	34,3	28	28,3	3,74	
Y.P8	4	4,0	5	5,1	22	22,2	38	38,4	30	30,3	3,85	
Y.P9	4	4,0	7	7,1	20	20,2	42	42,4	26	26,3	3,79	
Y.P10	5	5,1	1	1,0	11	11,1	47	47,5	35	35,4	4,07	
Y.P11	5	5,1	3	3,0	16	16,2	39	39,4	36	36,4	3,98	
Y.P12	2	2,0	3	3,0	18	18,2	42	42,4	34	34,3e	4,04	
Total Mean Variabel Kinerja UMKM (Y)											4,04	

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 25

Berdasarkan Tabel 4.6, dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan variabel Kinerja UMKM (Y) menunjukkan nilai rata-rata sebesar 4,04. Hal ini menandakan bahwa secara umum kinerja UMKM dinilai cukup baik oleh para responden.

Pernyataan dengan nilai rata-rata tertinggi terdapat pada indikator Y.P10 (Modal) dengan nilai 4,07. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM merasa cukup terbantu dengan ketersediaan modal dalam menjalankan usaha mereka. Akses terhadap modal yang memadai sangat penting untuk mendukung kegiatan produksi, pembelian bahan baku, serta ekspansi usaha. Modal yang cukup juga mencerminkan kepercayaan terhadap keberlanjutan usaha dan memberikan rasa aman bagi pelaku usaha untuk mengambil keputusan strategis dalam mengembangkan usahanya. Modal UMKM yang dimaksud dapat berupa modal awal untuk memulai usaha, modal kerja harian yang digunakan untuk membeli bahan baku atau

persediaan, serta modal pengembangan yang diperlukan untuk menambah peralatan, meningkatkan kapasitas produksi, atau memperluas pasar. Selain itu, modal tersebut bisa bersumber dari tabungan pribadi, pinjaman bank atau lembaga pembiayaan seperti KUR, koperasi, maupun investor lokal. Tersedianya modal yang mudah diakses, suku bunga ringan, serta proses pengajuan yang sederhana semakin membantu pelaku UMKM dalam menjaga keberlangsungan dan pertumbuhan usaha mereka.

Sementara itu, pernyataan dengan nilai rata-rata terendah terdapat pada indikator Y.P4 (Wilayah Pemasaran) dengan nilai 3,61. Nilai ini menunjukkan bahwa masih terdapat kendala atau keterbatasan yang dirasakan oleh pelaku UMKM dalam memperluas wilayah pemasaran produk mereka. Terbatasnya jangkauan pasar dapat menghambat pertumbuhan usaha dan menurunkan potensi pendapatan. Oleh karena itu, perlu adanya dukungan dari berbagai pihak, seperti pemerintah dan lembaga pendukung UMKM, dalam membantu memperluas akses pasar, baik melalui pelatihan digital marketing, fasilitasi keikutsertaan dalam pameran, maupun kemitraan dengan platform e-commerce.

Dengan memperkuat indikator-indikator yang masih rendah seperti wilayah pemasaran, serta mempertahankan aspek yang sudah baik seperti modal, diharapkan kinerja UMKM dapat meningkat secara berkelanjutan dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian daerah.

### 3. Uji Instrumen

#### a. 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.

##### 1. 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. 7 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.

## 2. 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. 8 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.

#### b. 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. 9 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	N Of Items
Pengguna <i>Digital payment</i> (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.

#### 4. 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.

##### a. Uji Normalitas

Uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov untuk memastikan data memiliki distribusi normal, sehingga hasil analisis statistik dapat dipercaya.

**Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>	
	Unstandardized Residual
N	99
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean .0000000
	Std. Deviation 7.20892921
Most Extreme Differences	Absolute .074
	Positive .074
	Negative -.063
Test Statistic	.074
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 <sup>c,d</sup>
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.

#### b. Uji Multikolinearitas

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

**Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas**

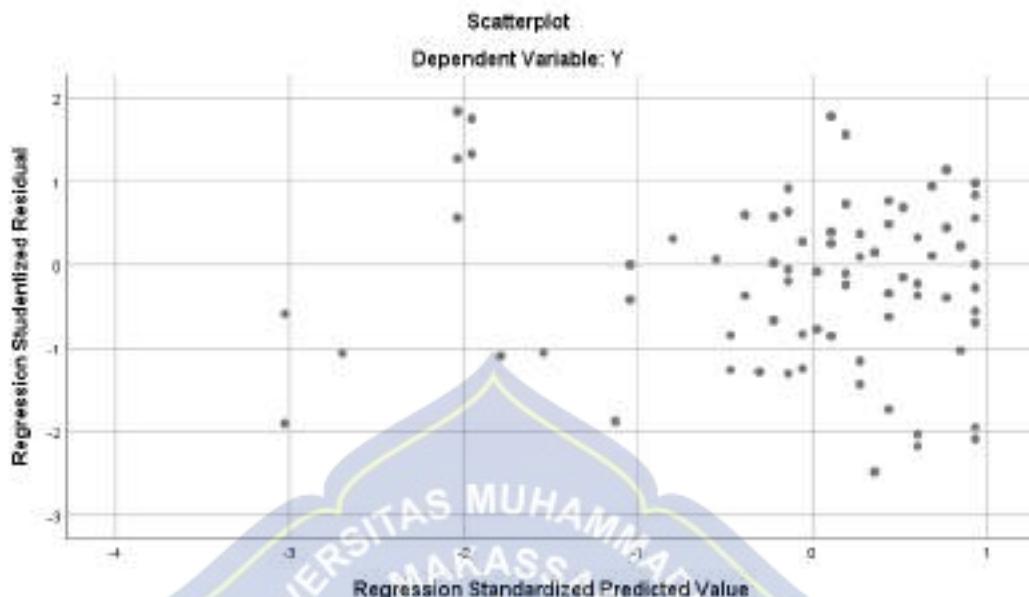
Coefficients <sup>a</sup>		
Model	Colinearity statistics	
	Tolerance	VIF
Pengguna <i>Digital payment</i>	1.000	1.000
a. Dependent Variable: Kinerja UMKM		

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.

c. 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.

**5. Uji Regresi Linear Sederhana**

**Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana**

Model	Coefficients <sup>a</sup>					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
	B	Std. Error	Beta			Tolerance
1	(Constant)	18.047	3.030	5.956	.000	
	X	.582	.060			

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 25

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana di atas, diperoleh nilai koefisien untuk konstanta ( $\alpha$ ) 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.

## 6. Uji Hipotesis

### a. Uji-t

Tabel 4. 13 Hasil Uji-t

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	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

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.

### b. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.700 <sup>a</sup>	.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.

## C. 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.**

Berdasarkan Tabel 4.3 tentang lama usaha berjalan, sebagian besar responden yaitu 66 orang atau 66,7% telah menjalankan usaha selama 1 hingga 5 tahun. Kondisi ini menunjukkan bahwa mayoritas UMKM berada dalam fase pertumbuhan, di mana kebutuhan modal untuk penambahan stok, peningkatan peralatan, dan pengembangan kapasitas produksi umumnya lebih tinggi. Sebanyak 18 responden (18,2%) merupakan pelaku usaha baru dengan masa operasional 3 hingga 9 bulan, sehingga kebutuhan modal mereka lebih difokuskan pada modal awal dan pembentukan sistem operasional. Sementara itu, terdapat 15 responden (15,1%) yang telah menjalankan usaha lebih dari 6 tahun, menggambarkan kelompok UMKM yang sudah lebih stabil tetapi tetap membutuhkan modal untuk mempertahankan keberlanjutan usaha di tengah persaingan.

Selanjutnya, berdasarkan Tabel 4.4 mengenai platform pembayaran yang digunakan, mayoritas responden, yaitu 69 orang (69,7%), memilih QRIS sebagai metode pembayaran utama dalam aktivitas usaha mereka. Dominasi QRIS menunjukkan bahwa pelaku UMKM sangat mengandalkan sistem pembayaran digital yang praktis, cepat, serta mudah diakses oleh pelanggan. Selain QRIS, terdapat 13 responden (13,1%) yang masih menggunakan metode tunai, 10 responden (10,1%) menggunakan DANA, dan 5 responden (5,1%) memilih GoPay. Hanya 2 responden (2,0%) yang menggunakan transfer bank sebagai metode transaksi utama. Data ini menegaskan bahwa penggunaan platform *digital payment* sangat berperan dalam mempercepat

perputaran modal, mempermudah pencatatan transaksi, dan membantu pelaku UMKM dalam mengelola arus kas secara lebih efisien.

Temuan dari kedua tabel tersebut memperkuat hasil indikator Y.P10 (Modal) yang memperoleh nilai mean tertinggi yaitu 4,07, menandakan bahwa modal merupakan aspek paling krusial dalam mendukung kinerja UMKM. Modal UMKM mencakup modal awal, modal kerja harian untuk membeli bahan baku, serta modal pengembangan untuk memperluas pasar dan meningkatkan kapasitas usaha. Pada UMKM yang berada pada fase 1–5 tahun, tingginya kebutuhan modal sangat terkait dengan upaya memperbesar produksi, memperbaiki layanan, dan melakukan modernisasi usaha, termasuk adopsi platform *digital payment* yang membantu mempercepat perputaran modal. Sementara itu, pada UMKM yang lebih berpengalaman (6–40 tahun), modal digunakan untuk mempertahankan daya saing dan menjaga stabilitas usaha. Kombinasi antara umur usaha yang sebagian besar dalam fase berkembang dan penggunaan platform *digital payment* yang dominan menjelaskan mengapa ketersediaan modal menjadi faktor yang dirasakan paling membantu oleh pelaku UMKM dalam penelitian ini.

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).

Kinerja keuangan UMKM menunjukkan peningkatan seiring dengan penggunaan *digital payment*, yang mampu 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).

Hasil temuan penelitian menunjukkan 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.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh pengguna *digital payment* terhadap kinerja UMKM di Kota Makassar, maka dapat disimpulkan adalah : Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh penggunaan digital payment terhadap kinerja UMKM di Kota Makassar, dapat disimpulkan bahwa penggunaan digital payment berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja UMKM, yang dibuktikan melalui hasil uji t dengan nilai t hitung 9,646 lebih besar dari t tabel 1,984 serta tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Pengaruh positif tersebut tercermin dalam peningkatan efisiensi operasional, kecepatan dan akurasi pencatatan keuangan, stabilitas arus kas, serta perluasan akses pasar dan peningkatan kepercayaan konsumen melalui penggunaan platform pembayaran digital seperti QRIS dan dompet digital lainnya. Meskipun demikian, optimalisasi manfaat digital payment masih dipengaruhi oleh faktor pendukung seperti literasi digital, ketersediaan infrastruktur, dan dukungan kebijakan pemerintah, sehingga diperlukan upaya berkelanjutan dalam bentuk pelatihan, sosialisasi, dan penguatan ekosistem digital untuk mendorong peningkatan kinerja UMKM secara lebih maksimal.

#### **B. Saran**

1. Pelaku UMKM disarankan untuk terus memanfaatkan *digital payment* guna meningkatkan efisiensi dan daya saing usaha.
2. Pemerintah dan lembaga terkait perlu mendorong literasi digital dan pelatihan penggunaan *digital payment* bagi UMKM.

3. Peneliti selanjutnya diharapkan menambahkan variabel lain agar hasil penelitian lebih komprehensif.



## DAFTAR PUSTAKA

- 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.
- Bustum, 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'llembang, 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.



**LAMPIRAN**

### Lampiran 1 Kuesioner

Kepada Yth,  
UMKM Kota Makassar

Dengan hormat,

Saya adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, yang sedang melakukan penelitian dalam rangka penyusunan tugas akhir skripsi guna untuk memperoleh gelar sarjana. Penelitian ini mengenai "**Pengaruh Pengguna Digital payment Terhadap Kinerja UMKM Kota Makassar**". Untuk itu saya mohon kesediaan bapak/ibu, saudara/(i) untuk mengisi kuesioner ini sesuai pendapat dan pengalaman masing-masing. Semua respon dalam kuesioner ini bersifat rahasia dan hanya untuk kepentingan penelitian yang dilakukan peneliti. Untuk partisipasi dan waktunya, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

ZALDY M  
(105731121021)

## KUESIONER PENELITIAN

### **PENGARUH PENGGUNA *DIGITAL PAYMENT* TERHADAP KINERJA UMKM KOTA MAKASSAR**

---

**Data Responden :**

Nama : \_\_\_\_\_

Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan

Usia : \_\_\_\_\_ tahun

Jenis usaha UMKM : \_\_\_\_\_

Lama usaha berjalan : \_\_\_\_\_

Apakah Anda menggunakan sistem pembayaran digital dalam usaha Anda?   
Ya  Tidak

Jika Ya, sebutkan platform yang digunakan:  QRIS  OVO  GoPay   
ShopeePay  Dana  Lainnya:

**Petunjuk Pengisian:**

- Saudara/i, dengan cara memberi tanda ceklis pada jawaban.
- Mohon Untuk menjawab semua pertanyaan sesuai dengan pendapat yang dianggap sesuai.
- Bacalah Pernyataan dengan seksama, kemudian pilih jawaban yang dianggap paling sesuai dengan keadaan dan kondisi saudara/i.
- Tingkat penilaian tersebut dinyatakan dengan skala 1-5, adapun perinciannya sebagai berikut:

Skala	Pernyataan Responden
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

**Pengguna *Digital payment* (X)**

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
<b>Kemudahan Penggunaan (Ease of Use)</b>						
1.	Saya merasa mudah dalam mengoperasikan aplikasi pembayaran digital.					
2.	Tampilan antarmuka aplikasi <i>digital payment</i> mudah dipahami.					
3.	Proses pembayaran melalui <i>digital payment</i> lebih cepat dibandingkan metode tunai.					
<b>Manfaat yang Dirasakan (Perceived Usefulness)</b>						
1.	<i>Digital payment</i> membantu meningkatkan efisiensi dalam transaksi usaha saya.					
2.	Penggunaan <i>digital payment</i> memberikan kenyamanan tambahan bagi pelanggan saya.					
3.	<i>Digital payment</i> membantu saya dalam pencatatan transaksi harian.					
<b>Keamanan dan Kepercayaan</b>						
1.	Saya merasa data saya aman saat menggunakan aplikasi <i>digital payment</i> .					
2.	Saya percaya dana saya aman saat melakukan transaksi dengan <i>digital payment</i> .					
3.	Saya percaya terhadap penyedia layanan pembayaran digital yang saya gunakan.					
<b>Frekuensi dan Intensitas Penggunaan</b>						
1.	Saya menggunakan <i>digital payment</i> dalam transaksi usaha setiap hari.					
2.	Saya menggunakan lebih dari satu platform <i>digital payment</i> dalam usaha saya.					
3.	Sebagian besar pelanggan saya lebih memilih membayar secara digital dibandingkan tunai.					

**Kinerja UMKM (Y)**

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
<b>Laba</b>						
1.	Laba usaha saya meningkat dalam 1 tahun terakhir.					
2.	Usaha saya mampu mencapai target keuntungan setiap bulan.					
3.	Tingkat keuntungan usaha saya stabil dari waktu ke waktu.Pasar dan Pelanggan					
<b>Wilayah Pemasaran</b>						
1.	Produk usaha saya telah dipasarkan ke luar wilayah lokal/kota.					
2.	Saya menggunakan media online untuk memperluas wilayah pemasaran					
3.	Jangkauan pemasaran usaha saya terus bertambah setiap tahun.					
<b>Tenaga Kerja</b>						
1.	Jumlah tenaga kerja di usaha saya bertambah dalam satu tahun terakhir.					
2.	Karyawan saya memiliki keterampilan yang memadai untuk menjalankan usaha					
3.	Saya memberikan pelatihan atau pembinaan kepada tenaga kerja secara rutin.					
<b>Modal</b>						
1.	Saya memiliki modal yang cukup untuk menjalankan operasional usaha.					
2.	Saya dapat dengan mudah mengakses tambahan modal (misalnya dari bank).					
3.	Modal usaha saya meningkat dibandingkan tahun sebelumnya.					

## **Lampiran 2 : Tabulasi Data**

### **Pengguna *Digital payment* (X)**

41	5	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	5	<b>45</b>
42	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	<b>12</b>
43	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	<b>55</b>
44	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	<b>53</b>
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>60</b>
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>60</b>
47	5	4	5	5	4	4	5	4	5	3	3	3	4	<b>51</b>
48	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>58</b>
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>60</b>
50	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	<b>54</b>
51	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	<b>36</b>
52	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	<b>12</b>
53	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	<b>56</b>
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>60</b>
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>60</b>
56	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	<b>25</b>
57	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	<b>24</b>
58	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	<b>39</b>
59	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	5	<b>44</b>
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>48</b>
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	<b>59</b>
62	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	<b>55</b>
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>60</b>
64	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	<b>56</b>
65	4	4	5	4	5	5	5	4	3	4	5	4	4	<b>52</b>
66	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	<b>25</b>
67	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	<b>24</b>
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>60</b>
69	5	4	3	4	4	3	3	3	4	3	2	5	5	<b>43</b>
70	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	<b>24</b>
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>48</b>
72	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>50</b>
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>60</b>
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>60</b>
75	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	<b>52</b>
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>60</b>
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>60</b>
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>60</b>
79	5	5	5	5	4	4	4	3	5	4	5	5	5	<b>54</b>
80	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	<b>24</b>
81	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	<b>54</b>
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>60</b>
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	<b>58</b>
84	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	<b>47</b>
85	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>49</b>
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	<b>50</b>

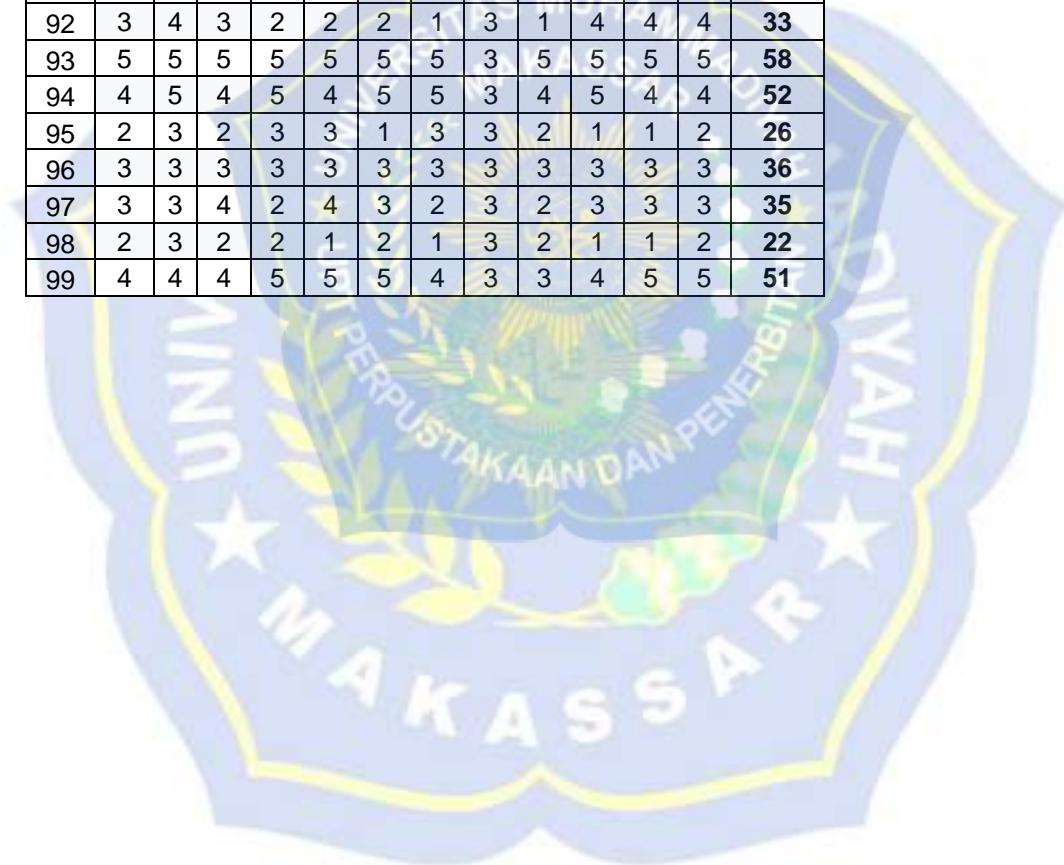
87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>60</b>
88	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	<b>52</b>
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>60</b>
90	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>55</b>
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>48</b>
92	5	4	5	5	3	5	5	4	5	4	4	4	4	<b>53</b>
93	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>60</b>
94	5	4	4	5	3	5	4	4	5	3	5	4	4	<b>51</b>
95	3	2	2	1	2	3	4	4	2	1	1	2	2	<b>27</b>
96	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	<b>56</b>
97	4	4	3	4	4	5	3	4	3	4	4	4	3	<b>45</b>
98	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	2	<b>16</b>
99	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	<b>57</b>

### Kinerja UMKM (Y)

NO	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	Total Y
1	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	<b>49</b>
2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	<b>49</b>
3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	<b>47</b>
4	4	4	3	2	4	3	2	3	4	3	3	3	<b>38</b>
5	4	4	4	1	3	3	2	4	4	4	4	4	<b>41</b>
6	4	3	4	4	5	4	3	3	3	4	4	4	<b>45</b>
7	3	4	3	3	3	4	1	3	3	4	3	3	<b>37</b>
8	3	3	4	4	4	4	4	3	5	4	3	3	<b>44</b>
9	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	<b>58</b>
10	3	4	3	3	5	4	4	3	4	3	2	4	<b>42</b>
11	4	4	5	4	5	5	4	3	5	5	4	5	<b>53</b>
12	4	4	3	5	4	5	5	3	4	5	5	4	<b>51</b>
13	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	<b>47</b>
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	<b>36</b>
15	3	2	1	1	2	1	3	3	1	1	5	2	<b>25</b>
16	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	<b>44</b>
17	5	4	5	5	5	5	4	3	5	4	4	4	<b>53</b>
18	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	<b>47</b>
19	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	<b>49</b>
20	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	<b>45</b>
21	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	5	4	<b>45</b>
22	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	<b>35</b>
23	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	<b>47</b>
24	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	<b>47</b>
25	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	<b>48</b>
26	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	<b>57</b>
27	3	5	4	5	4	5	4	3	4	5	4	5	<b>51</b>
28	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	5	<b>50</b>

29	4	4	4	2	4	2	2	3	4	4	4	4	41
30	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	29
31	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3	35
32	3	3	4	2	2	3	2	3	2	4	5	4	37
33	4	3	3	2	3	4	3	3	4	4	4	3	40
34	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	58
35	5	5	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5	56
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	37
37	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	58
38	4	4	5	5	4	4	4	3	4	5	4	5	51
39	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	57
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
41	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	35
42	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	14
43	5	4	5	4	5	4	5	3	4	5	4	5	53
44	5	4	4	3	4	4	4	3	5	5	4	5	50
45	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	58
46	4	4	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	55
47	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	46
48	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	58
49	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	58
50	4	5	5	4	5	5	4	3	4	5	3	4	51
51	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	39
52	2	1	3	3	1	1	5	3	1	1	1	1	23
53	3	4	4	1	1	2	3	3	3	4	3	3	34
54	5	4	4	5	4	4	5	3	5	4	4	5	52
55	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	58
56	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	5	4	40
57	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	44
58	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	42
59	4	2	3	3	5	4	3	3	4	4	1	4	40
60	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	47
61	4	4	4	5	5	5	5	3	4	5	3	5	52
62	4	2	3	4	4	4	4	5	3	4	4	5	47
63	4	4	4	5	5	4	4	3	4	5	5	4	51
64	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	47
65	3	4	3	2	5	3	4	3	3	4	2	3	39
66	3	3	5	3	4	4	3	3	4	4	4	4	44
67	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	44
68	3	4	4	2	2	2	2	3	3	4	5	4	38
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	37
70	3	3	3	2	3	3	4	3	4	4	4	4	40
71	4	4	4	2	3	3	2	3	2	5	5	4	41
72	4	4	4	2	2	3	5	3	5	5	5	5	47
73	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	58
74	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	58

75	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	<b>48</b>
76	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	<b>58</b>
77	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	<b>58</b>
78	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	<b>58</b>
79	4	4	3	5	4	3	4	3	3	4	5	5	5	<b>47</b>
80	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	5	4	4	<b>44</b>
81	4	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	3	3	<b>46</b>
82	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	<b>58</b>
83	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	<b>48</b>
84	4	4	4	3	3	4	2	3	3	4	5	4	4	<b>43</b>
85	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	<b>45</b>
86	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	<b>58</b>
87	3	4	4	2	2	3	3	3	3	3	4	5	5	<b>39</b>
88	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	5	4	4	<b>50</b>
89	5	5	3	4	3	4	4	3	5	5	5	5	5	<b>51</b>
90	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	<b>48</b>
91	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	<b>47</b>
92	3	4	3	2	2	2	1	3	1	4	4	4	4	<b>33</b>
93	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	<b>58</b>
94	4	5	4	5	4	5	5	3	4	5	4	4	4	<b>52</b>
95	2	3	2	3	3	1	3	3	2	1	1	2	2	<b>26</b>
96	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	<b>36</b>
97	3	3	4	2	4	3	2	3	2	3	3	3	3	<b>35</b>
98	2	3	2	2	1	2	1	3	2	1	1	2	2	<b>22</b>
99	4	4	4	5	5	5	4	3	3	4	5	5	5	<b>51</b>



### Lampiran 3 : Hasil Olah Data SPSS

### a. Uji Validitas

### **Pengguna *Digital payment* (X)**

Dig6	Pearson Correlation	.760*	.827*	.861*	.787*	.850*		1	.863*	.883*	.800*	.831*	.803*	.752*	.919**
		*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99		99	99	99	99	99	99	99	99
Dig7	Pearson Correlation	.762*	.809*	.866*	.778*	.858*	.863*		1	.846*	.816*	.771*	.761*	.759*	.908**
		*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99		99	99	99	99	99	99	99
Dig8	Pearson Correlation	.754*	.820*	.812*	.763*	.842*	.883*	.846*		1	.836*	.791*	.695*	.737*	.896**
		*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99		99	99	99	99	99	99	99
Dig9	Pearson Correlation	.835*	.845*	.863*	.897*	.830*	.800*	.816*	.836*		1	.840*	.712*	.806*	.926**
		*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99		99	99	99	99	99	99	99
Dig10	Pearson Correlation	.784*	.836*	.859*	.853*	.858*	.831*	.771*	.791*	.840*		1	.730*	.816*	.917**
		*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99		99	99	99	99	99	99	99
Dig11	Pearson Correlation	.620*	.730*	.747*	.700*	.758*	.803*	.761*	.695*	.712*	.730*		1	.732*	.828**
		*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99		99	99	99	99	99	99	99

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

Kinerja UMKM (Y)



UMKM 8	Pears on Correl ation	.666*	.585*	.666*	.621*	.686*	.766*	.739*	1	.822*	.709**	.548**	.672**	.849**
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
UMKM 9	Pears on Correl ation	.768*	.680*	.714*	.643*	.688*	.793*	.716*	.822*	1	.764**	.538**	.728**	.882**
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
UMKM 10	Pears on Correl ation	.746*	.723*	.744*	.590*	.630*	.779*	.564*	.709*	.764*	1	.681**	.793**	.864**
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
UMKM 11	Pears on Correl ation	.647*	.572*	.553*	.429*	.367*	.527*	.436*	.548*	.538*	.681**	1	.699**	.692**
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
UMKM 12	Pears on Correl ation	.770*	.733*	.733*	.633*	.623*	.757*	.578*	.672*	.728*	.793**	.699**	1	.862**
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000		.000

	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
UMKM TOT	Pears on Correl ation	.883*	.807*	.842*	.829*	.822*	.916*	.786*	.849*	.882*	.864**	.692**	.862**		1
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99

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

### b. Uji Reliabilitas

Pengguna Digital payment (X)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.980	.980	12

Kinerja UMKM (Y)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.959	.961	12

### c. Uji Normalitas

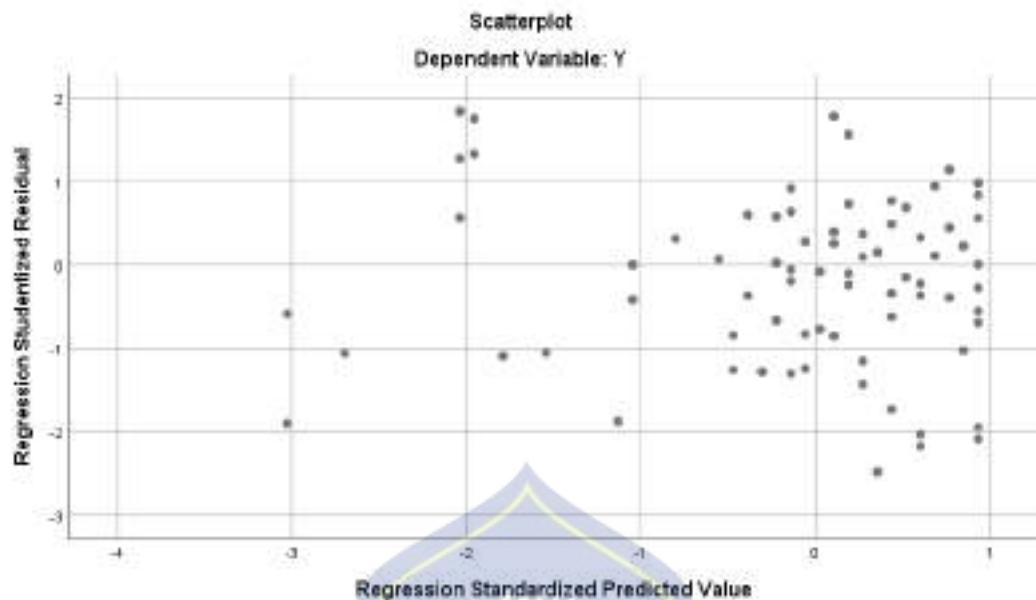
#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

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

#### d. Uji Heterokedastisitas

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	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	1.000

a. Dependent Variable: Y



#### e. Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	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	1.000

a. Dependent Variable: Y

#### f. Uji Regresi Linear Sederhana

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	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	1.000

a. Dependent Variable: Y

**g. Uji-t**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>							
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	1.000

a. Dependent Variable: Y

**h. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.700 <sup>a</sup>	.490	.484	7.246	1.829

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

**Lampiran 4 : R Tabel**

Tabel R-Hitung (lanjutan)

DF = n-2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,001
	r 0,005	r 0,05	r 0,025	r 0,01	r 0,001
80	0,1829	0,2172	0,2565	0,2830	0,3568
81	0,1818	0,2159	0,2550	0,2813	0,3547
82	0,1807	0,2146	0,2535	0,2796	0,3527
83	0,1796	0,2133	0,2520	0,2780	0,3507
84	0,1786	0,2120	0,2505	0,2764	0,3487
85	0,1775	0,2108	0,2491	0,2748	0,3468
86	0,1765	0,2096	0,2477	0,2732	0,3449
87	0,1755	0,2084	0,2463	0,2717	0,3430
88	0,1745	0,2072	0,2449	0,2702	0,3412
89	0,1735	0,2061	0,2435	0,2687	0,3393
90	0,1726	0,2050	0,2422	0,2673	0,3375
91	0,1718	0,2039	0,2409	0,2659	0,3358
92	0,1707	0,2028	0,2396	0,2645	0,3341
93	0,1698	0,2017	0,2384	0,2631	0,3323
94	0,1689	0,2006	0,2371	0,2617	0,3307
95	0,1680	0,1996	0,2359	0,2604	0,3290
96	0,1671	0,1986	0,2347	0,2591	0,3274
97	0,1663	0,1975	0,2335	0,2578	0,3258
98	0,1654	0,1966	0,2324	0,2565	0,3242
99	0,1646	0,1956	0,2312	0,2552	0,3226
100	0,1638	0,1946	0,2301	0,2540	0,3211
101	0,1630	0,1937	0,2290	0,2528	0,3196
102	0,1622	0,1927	0,2279	0,2515	0,3181

**Lampiran 5 : T Table****Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)**

Pr df \	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890



**Lampiran 6 : Dokumentasi Penelitian**





### Lampiran 7 : Surat Izin Penelitian



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**



Nomor :607/05/A.2-II/VI/46/2025

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Yth. Ketua LP3M Universitas Muhammadiyah Makassar

Dengan Hormat,

Dalam rangka proses penelitian dan penulisan skripsi mahasiswa dibawah ini

Nama : ZALDY M.

Stambuk : 105731121021

Jurusan : Akuntansi

Judul Penelitian: Pengaruh pengguna digital payment terhadap kinerja UMKM kota makassar

Mohon mahasiswa tersebut diberikan izin, untuk melakukan penelitian sesuai tempat penelitian.

Atas perkenan dan Kerjasama Bapak, diucapkan terimakasih.

Makassar, undefined



DERAKHATUH Y.H. Jusriadi, S.E., M.M.  
NIP. 11038166

Tembusan:

1. Rektor Unismuh Makassar



**PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN  
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Jl. Bouganville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936  
Website : <http://dppm-new.sulselprov.go.id> Email : [ppsp@sulselprov.go.id](mailto:ppsp@sulselprov.go.id)  
Makassar 90231

Nomor	:	14516/S.01/PTSP/2025	Kepada Yth.
Lampiran	:	-	Wali kota Makassar
Perihal	:	Izin penelitian	

di-  
Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 7202/05/C.4-VIII/VII/1446/2025 tanggal 19 Juni 2025 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

Nama	:	ZALDY M
Nomor Pokok	:	105731121021
Program Studi	:	Akuntansi
Pekerjaan/Lembaga	:	Mahasiswa (S1)
Alamat	:	Jl. Sit Alauddin 258, Makassar

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka menyusun SKRIPSI, dengan judul :

"PENGARUH PENGGUNA DIGITAL PAYMENT TERHADAP KINERJA UMKM KOTA MAKASSAR"

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. 30 Juni s/d 24 Agustus 2025

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami menyetujui kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar  
Pada Tanggal 30 Juni 2025

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU  
SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN



ASRUL SANI, S.H., M.SI.

Pangkat : PEMBINA UTAMA MUDA (IV/c)  
Nip : 19750321 200312 1 008

Tembusan Yth:

1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar.
2. Patinggal.



PEMERINTAH KOTA MAKASSAR  
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
Jl. Jendral Ahmad Yani No. 2 Makassar 90171  
Website: dpmptsp.makassarkota.go.id



### SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor: 070/6182/SKP/SB/DPMPTSP/7/2025

#### DASAR:

- Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2016 tentang Penerbitan Keterangan Penelitian.
- Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan Organisasi Perangkat Daerah
- Peraturan Walikota Nomor 4 Tahun 2023 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berbasis Resiko, Perizinan Non Berusaha dan Non Perizinan
- Keputusan Walikota Makassar Nomor 954/503 Tahun 2023 Tentang Pendeklegasian Kewenangan Perizinan Berusaha Berbasis Resiko, Perizinan Non Berusaha dan Non Perizinan yang Menjadi Kewenangan Pemerintah Daerah Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Makassar Tahun 2023
- Surat Kepala Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Sulawesi Selatan nomor 14516/S.01/PTSP/2025, Tanggal 30 Juni 2025
- Rekomendasi Teknis Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Makassar nomor 6176/SKP/SB/BKBP/VII/2025

Dengan Ini Menerangkan Bahwa :

Nama	ZALDY M.
NIM / Jurusan	105731121021 AKUNTANSI
Pekerjaan	Mahasiswa (S1) / Universitas Muhammadiyah Makassar
Alamat	JL. Sultan Alauddin 259,Makassar
Lokasi Penelitian	Terlampir
Waktu Penelitian	30 Juni 2025 - 24 Agustus 2025
Tujuan	Skripsi
Judul Penelitian	PENGARUH PENGGUNA DIGITAL PAYMENT TERHADAP KINERJA UMKM KOTA MAKASSAR

Dalam melakukan kegiatan agar yang bersangkutan memenuhi ketentuan sebagai berikut:

- Surat Keterangan Penelitian ini diterbakan untuk kepentingan penelitian yang bersangkutan selama waktu yang sudah diremukkan dalam surat keterangan ini.
- Tidak dibenarkan melakukan penelitian yang tidak sesuai / tidak ada kaitannya dengan judul dan tujuan kegiatan penelitian.
- Melaporkan hasil penelitian kepada Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Makassar melalui email [bidangekososbuukesbangpolmks@gmail.com](mailto:bidangekososbuukesbangpolmks@gmail.com).
- Surat Keterangan Penelitian ini dicabut kembali apabila pemegangnya tidak memenuhi ketentuan tersebut diatas.



Ditetapkan di Makassar

Pada tanggal: 07 Juli 2025

Ditandatangani secara elektronik oleh:  
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL  
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
KOTA MAKASSAR

H. MUHAMMAD MARZOQO SAIDI, S.I.P., M.S.

Tembusan Kepada Yth:

- Pimpinan Lembaga/Instansi/Perusahaan Lokasi Penelitian;
- Peringgal,-

## Lampiran 8 : Hasil Turnitin



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

### SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,  
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Zaidy M.

Nim : 105731121021

Program Studi : Akuntansi

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	7%	10 %
2	Bab 2	20%	25 %
3	Bab 3	0%	10 %
4	Bab 4	5%	10 %
5	Bab 5	5%	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

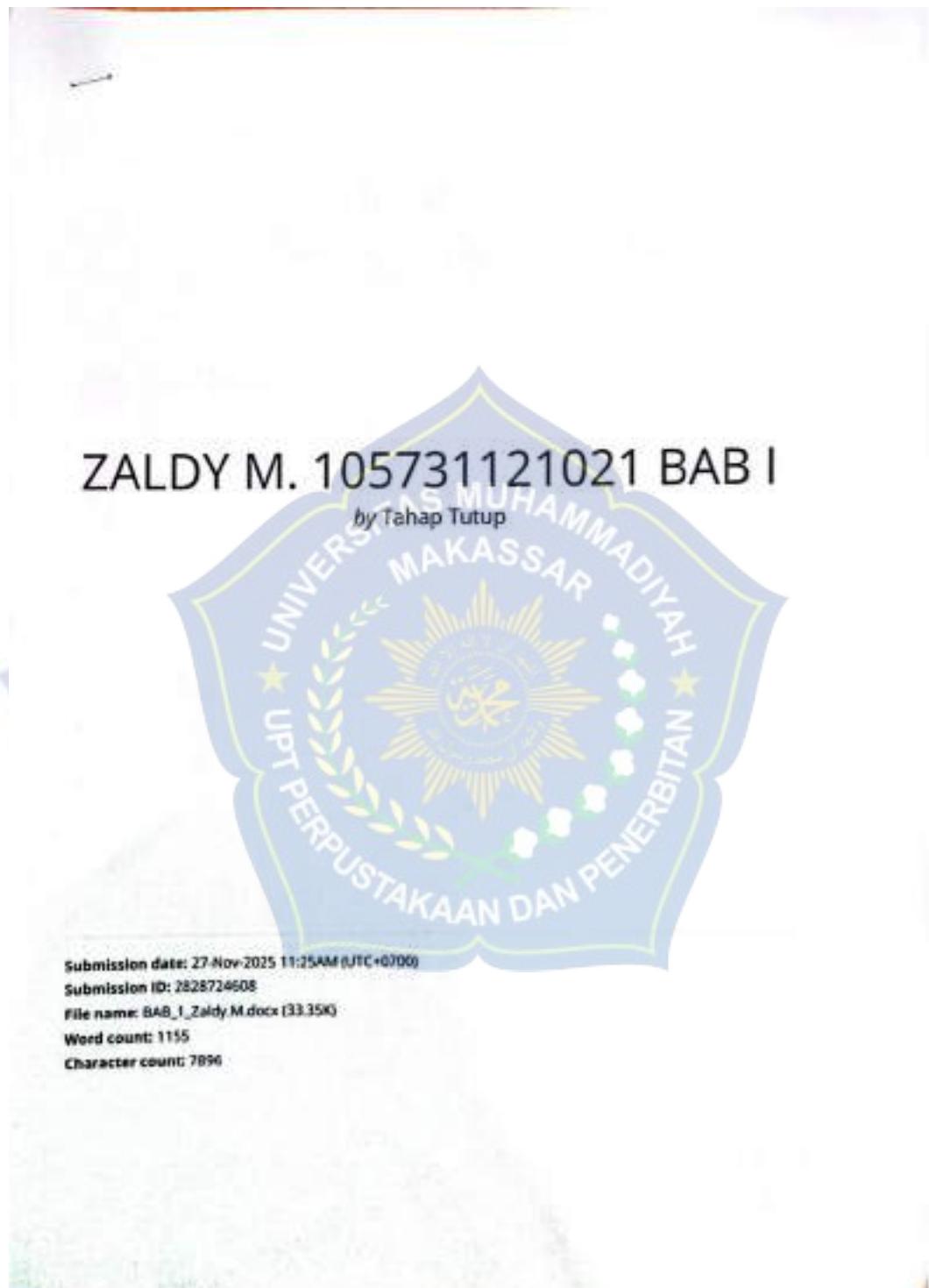
Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

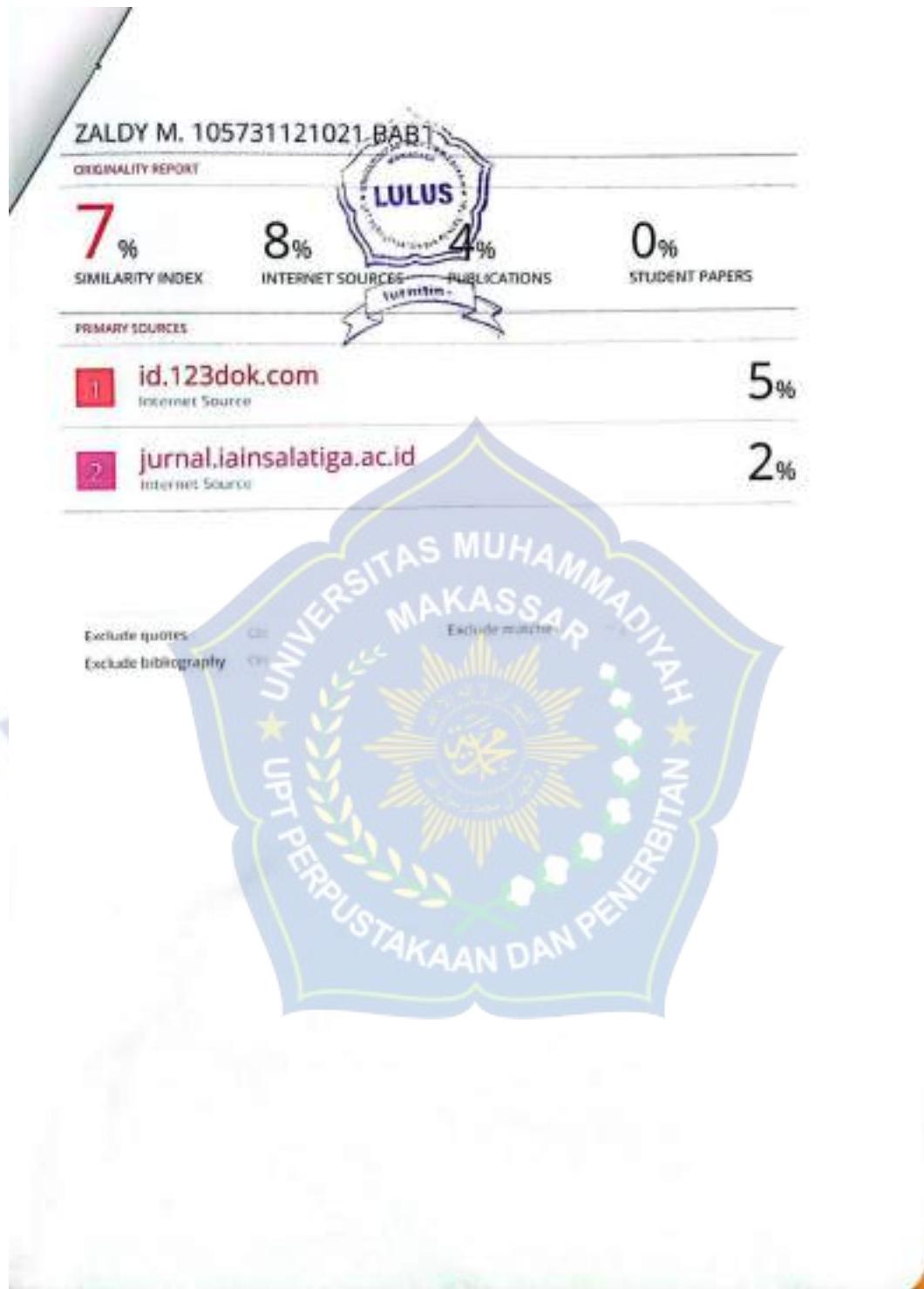
Makassar, 01 Desember 2025  
Mengetahui,

Kepala UPT Perpustakaan dan Penerbitan,



Jl. Sultan Alauddin no 259 makassar 90122  
Telepon (041)3861872,881 593.Fax (041)3861588  
Website: www.library.unsmuh.ac.id  
E-mail: ppp@unsmuh.ac.id/unsmuh.ac.id





ZALDY M. 105731121021 BAB II

by Tahap Tutup



Submission date: 27-Nov-2025 11:48AM (UTC+0700)

Submission ID: 2828741645

File name: BAB\_2\_ZaldyM.docx [90.33K]

Word count: 2898

Character count: 19138





ZALDY M. 105731121021 BAB



Submission date: 27-Nov-2025 01:33PM (UTC+0700)

Submission ID: 2828800692

File name: BAB\_3\_Zaldy.M\_1.docx (47.5K)

Word count: 2037

Character count: 13550



ZALDY M. 105731121021 BAB



Submission date: 27-Nov-2025 11:52AM (UTC+0700)

Submission ID: 2828745240

File name: BAB\_4\_Zaldy.M.docx (190.8K)

Word count: 5542

Character count: 34611



ZALDY M. 105731121021 BAB V

by Tahap Tutup



Submission date: 27-Nov-2025 02:03PM (UTC+0700)

Submission ID: 2828815566

File name: BAB\_5\_Zaldy.M\_1.docx (29.05KB)

Word count: 314

Character count: 2197



## BIOGRAFI PENULIS



**ZALDY M.**, panggilan Saldy lahir di Makassar pada tanggal 08 Agustus 2002 dari pasangan suami istri Bapak Mansur dan Ibu Nurbaya. Peneliti adalah anak ketiga dari 3 bersaudara. Peneliti sekarang tinggal di Jln. Dg tata 3 Lr 5, Kelurahan Parang Tambung, Kecamatan Tamalate, Kota Makassar, Sulawesi Selatan.

Pendidikan yang ditempuh oleh peneliti yaitu SDN Parang Tambung 2 lulus tahun 2015, SMP Negeri 27 Makassar lulus tahun 2018, SMK Negeri 2 Makassar lulus tahun 2021 dan pada tahun 2021 mengikuti Program S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Akuntansi Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar sampai dengan sekarang, sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa Program S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Makassar.

