

**PENGARUH PENGGUNAAN PEMBAYARAN DIGITAL DAN
E-COMMERCE TERHADAP PERTUMBUHAN USAHA UMKM
KULINER DI LINGKUNGAN KAMPUS KOTA BANDUNG**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen
Universitas Pendidikan Indonesia

Oleh
Laudy Noval Permana
NIM. 2106706

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2025**

**PENGARUH PENGGUNAAN PEMBAYARAN DIGITAL DAN
E-COMMERCE TERHADAP PERTUMBUHAN USAHA UMKM
KULINER DI LINGKUNGAN KAMPUS KOTA BANDUNG**

Oleh
Laudy Noval Permana
2106706

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen
Universitas Pendidikan Indonesia

© Laudy Noval Permana
Universitas Pendidikan Indonesia
2025

Hak cipta dilindungi undang-undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau Sebagian
Dengan dicetak, di-*fotocopy*, atau dengan cara lainnya tanpa seizin penulis

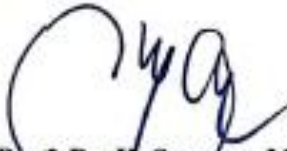
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH PENGGUNAAN PEMBAYARAN DIGITAL DAN E-COMMERCE TERHADAP PERTUMBUHAN USAHA UMKM KULINER
DI LINGKUNGAN KAMPUS KOTA BANDUNG**

Laudy Noval Permana
2106706

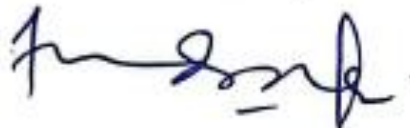
Disetujui dan disahkan oleh:

Dosen Pembimbing I



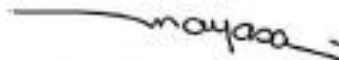
Prof. Dr. H. Suryana M.S.
NIP. 196006021986011002

Dosen Pembimbing II



Dr. Henv Hendrayati S.IP., M.M.
NIP. 197610112005012002

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Maya Sari, S.E., M.M.
NIP. 197107052002122007

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2025

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini, saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Pengaruh Penggunaan Pembayaran Digital dan *E-Commerce* Terhadap Pertumbuhan Usaha UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung**” sepenuhnya merupakan karya saya sendiri, begitu juga dengan semua yang ada didalamnya. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang bertentangan dengan etika keilmuan yang berlaku.

Atas pernyataan ini, saya bersedia menganggung risiko atau sanksi apabila ternyata ditemukan adanya pelanggaran terhadap integritas keilmuan atau ada klaim terhadap kebenaran karya saya di kemudian hari.

Bandung, Juli 2025

Yang membuat pernyataan



Laudy Noval Permana

NIM. 2106706

ABSTRAK

Laudy Noval Permana (2106706), “Pengaruh Penggunaan Pembayaran Digital dan *E-commerce* Terhadap Pertumbuhan Usaha UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung” dibawah bimbingan Prof. Dr. H. Suryana, M.S. dan Dr. Heny Hendrayati, S.IP., M.M.

Penelitian ini berfokus pada pertumbuhan usaha UMKM kuliner di lingkungan kampus Kota Bandung, yang dipengaruhi oleh penggunaan pembayaran digital dan *e-commerce*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pemanfaatan *QRIS* dan *online food delivery* memengaruhi pertumbuhan usaha UMKM Kuliner, serta bagaimana gambaran penerapan keduanya oleh pelaku usaha. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM kuliner di lima lingkungan kampus di Kota Bandung, yaitu UPI, ITB, UNPAR, UNISBA, dan Maranatha, dengan jumlah sampel sebanyak 85 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, dan pengujian hipotesis dilakukan dengan uji-t untuk melihat pengaruh parsial, serta uji-F untuk menguji pengaruh simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *QRIS* dan *online food delivery* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan usaha UMKM kuliner di lingkungan kampus Kota Bandung.

Kata Kunci: Pembayaran Digital, *E-commerce*, *QRIS*, *Online food delivery*, UMKM Kuliner, Pertumbuhan Usaha.

ABSTRACT

Laudy Noval Permana (2106706), “*The Influence of Digital Payment and E-commerce Utilization on the Business Growth of Culinary MSMEs in University Areas of Bandung City*” under the guidance of Prof. Dr. H. Suryana, M.S. and Dr. Heny Hendrayati, S.IP., M.M.

This research focuses on the business growth of culinary Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the university areas of Bandung City, influenced by the utilization of digital payment and e-commerce. The purpose of this study is to determine the extent to which the adoption of QRIS and online food delivery affects the business growth of Culinary MSMEs, as well as to illustrate how both technologies are applied by business actors. The research uses a quantitative approach with descriptive and verificative methods. The population in this study consists of culinary MSME actors operating in five university environments in Bandung City, namely UPI, ITB, UNPAR, UNISBA, and Maranatha, with a sample of 85 respondents selected through purposive sampling. Data were collected using questionnaires, and hypothesis testing was carried out using t-tests to analyze partial effects and F-tests for simultaneous effects. The results show that both QRIS and online food delivery have a positive and significant influence on the business growth of culinary MSMEs in the university areas of Bandung City.

Keywords: *Digital Payment, E-commerce, QRIS, Online food delivery, Culinary MSMEs, Business Growth.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Manajemen, Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Indonesia. Dalam kesempatan ini, penulis menyusun skripsi yang berjudul *“Pengaruh Penggunaan Pembayaran Digital dan E-commerce Terhadap Pertumbuhan Usaha UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung.”*

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai tantangan, dan penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan baik dalam isi maupun penyajiannya. Oleh karena itu, penulis memohon maaf apabila terdapat kekeliruan serta sangat terbuka terhadap saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan di masa yang akan datang.

Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menjadi referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan penelitian lebih lanjut, khususnya di bidang kewirausahaan dan transformasi digital pada UMKM.

Bandung, 19 Agustus 2025

Laudy Noval Permana

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat, hidayah, serta karunia-nya penulis dapat menyelesaikan skripsi. Dalam proses pembuatan dan penyelesaian skripsi ini penulis telah melewati berbagai macam kesulitan dan halangan yang dihadapi, hingga akhirnya dapat terselesaikan dengan bantuan dari seluruh pihak yang terkait. Pada kesempatan kali ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Didi Sukyadi, M.A. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Ratih Hurriyati, M.P. selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Ibu Dr. Maya Sari, S.E., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Bapak Dr. Askolani., S.E., M.M. selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia.
5. Bapak Yoga Perdana, S.E., M.S.M. selaku Pembina Kemahasiswaan Program Studi Manajemen Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia.
6. Bapak Prof. Dr. H. Suryana, M.S. selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan, arahan serta saran dalam proses penyusunan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
7. Ibu Dr. Heny Hendrayati, S.IP., M.M. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan, arahan serta saran dalam proses penyusunan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
8. Bapak Budhi Pamungkas Gautama, S.E., M.Sc. selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing penulis selama perkuliahan berlangsung dan memberikan bantuan yang berharga untuk penulis.
9. Seluruh civitas akademik, baik semua dosen maupun staf Program Studi Manajemen dan Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis.

10. Pengelola / Koordinator UMKM di lingkungan UPI, ITB, UNPAR, UNISBA, dan Maranatha yang telah memberikan informasi dan membantu penulis dalam melakukan penelitian ini.
11. Ayahanda Ahmad dan Ibunda Sofia selaku orang tua penulis, dengan segala rasa syukur terima kasih atas semua doa, kasih sayang, dukungan, dan pengorbanan yang tidak ternilai sehingga penulis dapat mencapai titik ini.
12. Alvina dan Calista selaku kakak dan adik kandung penulis yang selalu memberikan dukungan, semangat, serta bantuan selama penulis menjalani perkuliahan dari awal hingga akhir.
13. Sahabat terdekat penulis di perkuliahan yaitu Ilham, Kemas, Nabil, Muflih, Halim, Daffa, dan Dimas yang telah menemani penulis dalam suka duka, memberikan semangat dan motivasi, serta menjadi tempat berbagi cerita.
14. Pendukung dalam proses penyusunan skripsi yaitu Raysa, Ilham, dan Muflih yang telah membantu bertukar pikiran, memberikan saran serta solusi selama proses penyusunan.
15. Seluruh teman-teman konsentrasi Kewirausahaan yang menjadi tempat diskusi, bertukar pikiran, memberikan semangat, motivasi serta bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
16. Seluruh teman-teman Manajemen Angkatan 2021 yang menjadi teman seperjuangan selama perkuliahan dan memberikan kenangan yang berharga.
17. Kepada seluruh rekan IMAGE Baskara dan Abhinaya, khususnya pada Inti Direksi dan Badan Pengurus Harian (INDIR-BPH) yang telah memberikan pengalaman dan kebersamaan serta berbagi suka dan duka.
18. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu – persatu yang senantiasa selalu mendampingi dan memberikan bantuan kepada penulis.

Bandung, 19 Agustus 2025

Laudy Noval Permana

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Kegunaan Penelitian.....	15
1.4.1 Kegunaan Ilmiah	15
1.4.2 Kegunaan Praktis	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	17
2.1 Kajian Pustaka.....	17
2.1.1 <i>Entrepreneurship</i> (Kewirausahaan)	17
2.1.2 <i>Entrepreneurial process</i>	20
2.1.3 <i>Digital entrepreneurship</i>	23
2.1.4 Teknologi Pembayaran Digital	24
2.1.5 <i>Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)</i>	26
2.1.6 <i>E-commerce</i>	29
2.1.7 <i>Online food delivery (OFD)</i>	31
2.1.8 Pertumbuhan Usaha	32
2.1.9 UMKM.....	34
2.2 Kerangka Pemikiran.....	43
2.2.1 Hubungan Pembayaran Digital Dengan Pertumbuhan Usaha	43
2.2.2 Hubungan <i>E-commerce</i> Dengan Pertumbuhan Usaha	44
2.2.3 Hubungan Pembayaran Digital Dan <i>E-commerce</i> Dengan Pertumbuhan Usaha	46
2.3 Hipotesis.....	49
BAB III METODE PENELITIAN	50
3.1 Objek dan Subjek Penelitian	50

3.2	Metode dan Desain Penelitian.....	50
3.2.1	Metode Penelitian.....	50
3.2.2	Desain Penelitian.....	51
3.3	Operasionalisasi Variabel.....	51
3.4	Jenis, Sumber, Alat, dan Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.4.1	Jenis dan Sumber Data	56
3.4.2	Alat Pengumpulan Data	58
3.4.3	Teknik Pengumpulan Data	59
3.5	Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	59
3.5.1	Populasi dan Sampel	59
3.5.2	Teknik Penarikan Sampel	60
3.6	Uji Instrumen Penelitian	61
3.6.1	Uji Validitas	61
3.6.2	Uji Reliabilitas	64
3.7	Rancangan Analisis Data	65
3.7.1	Analisis Data Deskriptif.....	66
3.7.2	<i>Method of Successive Intervals</i> (MSI)	68
3.7.3	Analisis Data Verifikatif	69
3.8	Teknik Analisis Data.....	69
3.8.1	Uji Asumsi Klasik.....	69
3.8.2	Analisis Korelasi	70
3.8.3	Koefisien Determinasi.....	71
3.8.4	Analisis Regresi Linier Berganda	72
3.8.5	Uji Hipotesis	72
BAB IV PEMBAHASAN DAN PENELITIAN.....		75
4.1	Hasil Penelitian	75
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	75
4.1.2	Gambaran Umum Karakteristik Responden	77
4.1.3	Gambaran Umum Variabel Penelitian	79
4.1.4	Hasil Pengujian Statistika	104
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian	113
4.2.1	Pembahasan dan Pengaruh Pembayaran Digital terhadap Pertumbuhan Usaha UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung....	113
4.2.2	Pembahasan dan Pengaruh <i>E-commerce</i> terhadap Pertumbuhan Usaha UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung.....	115

4.2.3 Pembahasan dan Pengaruh Pembayaran Digital dan <i>E-commerce</i> terhadap Pertumbuhan Usaha UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung...	117
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	121
5.1 Kesimpulan	121
5.2 Saran.....	123
DAFTAR PUSTAKA	125
LAMPIRAN.....	131
LAMPIRAN I ADMINISTRATIF	131
LAMPIRAN II KUESIONER.....	137
LAMPIRAN III OLAHAN DATA & OUTPUT STATISTIKA	143
LAMPIRAN IV DOKUMENTASI WAWANCARA	153
LAMPIRAN V RIWAYAT HIDUP	154

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	51
Tabel 3.2 Jenis dan Sumber Data	57
Tabel 3.3 Tabel Interpretasi Besarnya Nilai r	62
Tabel 3.4 Hasil Pengujian Validitas Variabel X1 (Pembayaran Digital).....	62
Tabel 3.5 Hasil Pengujian Validitas Variabel X2 (<i>E-commerce</i>)	63
Tabel 3.6 Hasil Pengujian Validitas Variabel Y (Pertumbuhan Usaha)	63
Tabel 3.7 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	64
Tabel 3.8 Kriteria Bobot Nilai Alternatif.....	65
Tabel 3.9 Tabel Tabulasi.....	65
Tabel 3.10 Transformasi Data Ordinal ke Interval	68
Tabel 3.11 Transformasi Data Ordinal ke Interval	71
Tabel 4.1 Data Persebaran Sampel.....	75
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	77
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	77
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan <i>QRIS</i>	78
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan <i>E-commerce</i>	78
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha Beroperasi.....	79
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Omset Bulanan	79
Tabel 4.8 Tingkat kemudahan dalam menggunakan <i>QRIS</i> pada transaksi sehari-hari.....	80
Tabel 4.9 Tingkat kejelasan instruksi atau tampilan sistem saat menggunakan <i>QRIS</i>	81
Tabel 4.10 Tingkat kecepatan proses transaksi saat menggunakan <i>QRIS</i>	81
Tabel 4.11 Tingkat efisiensi waktu pelayanan karena menggunakan <i>QRIS</i>	82
Tabel 4.12 Tingkat kemudahan mencatat transaksi penjualan melalui <i>QRIS</i>	82
Tabel 4.13 Tingkat kerapian data keuangan yang diperoleh dari penggunaan <i>QRIS</i>	83
Tabel 4.14 Tingkat keamanan data dalam transaksi <i>QRIS</i>	83
Tabel 4.15 Tingkat kepercayaan bahwa data konsumen terlindungi saat menggunakan <i>QRIS</i>	84
Tabel 4.16 Tingkat dorongan dari pelanggan untuk menerima pembayaran via <i>QRIS</i>	84
Tabel 4.17 Tingkat pengaruh dari pelaku usaha lain dalam penggunaan <i>QRIS</i> ...	85
Tabel 4.18 Tingkat keyakinan bahwa <i>QRIS</i> layak untuk direkomendasikan kepada UMKM.....	85
Tabel 4.19 Tingkat keinginan merekomendasikan <i>QRIS</i> kepada pelaku usaha lainnya.....	86
Tabel 4.20 Tingkat keinginan untuk tetap menggunakan <i>QRIS</i> sebagai salah satu metode pembayaran	86
Tabel 4.21 Tingkat keinginan untuk menggunakan <i>QRIS</i> secara jangka Panjang	87
Tabel 4.22 Rekapitulasi Hasil Penelitian Variabel Pembayaran Digital (X1)	87
Tabel 4.23 Tingkat kejelasan teks dan informasi pada tampilan dashboard toko Anda	90
Tabel 4.24 Tingkat kerapian susunan menu dan ikon pada tampilan halaman toko	90

Tabel 4.25	Tingkat kemudahan penggunaan fitur promosi atau iklan untuk menjangkau calon pelanggan baru	91
Tabel 4.26	Tingkat kemudahan dalam berkomunikasi dengan pembeli.....	91
Tabel 4.27	Tingkat kelengkapan fitur untuk mencantumkan informasi produk (seperti deskripsi, harga, dan stok).....	92
Tabel 4.28	Tingkat kemudahan dalam menambahkan berbagai informasi produk secara detail di platform <i>e-commerce</i>	92
Tabel 4.29	Tingkat kestabilan sistem saat mengelola toko.....	93
Tabel 4.30	Tingkat ketanggapan platform saat menerima dan memproses pesanan dari pelanggan	93
Tabel 4.31	Tingkat kemudahan dalam mengatur stok, pesanan, dan pengiriman	94
Tabel 4.32	Tingkat kecepatan sistem dalam memproses pesanan yang masuk... ..	94
Tabel 4.33	Tingkat kemudahan mengakses dan mengelola toko melalui smartphone	95
Tabel 4.34	Tingkat kenyamanan saat menggunakan aplikasi platform melalui smartphone	95
Tabel 4.35	Rekapitulasi Hasil Penelitian Variabel <i>E-commerce</i> (X2).....	96
Tabel 4.36	Tingkat peningkatan jumlah produk yang berhasil diproduksi berkat kemudahan pembayaran menggunakan <i>QRIS</i>	98
Tabel 4.37	Tingkat efisiensi proses produksi setelah menggunakan <i>e-commerce</i> dalam pengelolaan pesanan dan penjualan	99
Tabel 4.38	Tingkat peningkatan jumlah produk yang terjual setelah usaha menerima pembayaran dengan <i>QRIS</i>	99
Tabel 4.39	Tingkat peningkatan jumlah pelanggan yang membeli produk melalui platform <i>e-commerce</i>	100
Tabel 4.40	Tingkat pertumbuhan pendapatan usaha setelah memanfaatkan <i>e-commerce</i> sebagai sarana penjualan.....	100
Tabel 4.41	Tingkat kestabilan pendapatan usaha sejak menerima transaksi dengan sistem pembayaran <i>QRIS</i>	101
Tabel 4.42	Tingkat pertumbuhan laba bersih yang dirasakan setelah menggunakan <i>e-commerce</i> untuk memperluas pasar	101
Tabel 4.43	Tingkat efisiensi usaha dalam menghasilkan keuntungan setelah beralih ke pembayaran digital <i>QRIS</i>	102
Tabel 4.44	Rekapitulasi Hasil Penelitian Variabel Pertumbuhan Usaha (Y).....	102
Tabel 4.45	Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i> Test	105
Tabel 4.46	Uji Multikolinieritas.....	106
Tabel 4.47	Uji <i>Glejser</i>	107
Tabel 4.48	Output Korelasi	108
Tabel 4.49	Interpretasi Nilai <i>r</i>	109
Tabel 4.50	Nilai Signifikansi Uji <i>F</i>	111
Tabel 4.51	Koefisien Korelasi	111
Tabel 4.52	Nilai Signifikansi Uji <i>t</i>	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Total <i>QRIS</i> User	2
Gambar 1.2 Jumlah Pengguna <i>E-commerce</i> di Indonesia Periode 2020-2029	3
Gambar 1.3 Estimasi Pengeluaran <i>E-commerce</i> Untuk Barang Konsumsi di Indonesia Periode 2022	4
Gambar 1.4 Indeks Literasi Digital Indonesia (ILDI) 2021-2022	8
Gambar 1.5 Jumlah Merchant <i>QRIS</i> Per Provinsi.....	9
Gambar 1.6 Data Alasan Usaha Tidak Berjualan <i>Online</i>	11
Gambar 1.7 Data Statistik UMKM Go-Digital	11
Gambar 2.1 Model <i>Entrepreneurial process</i>	23
Gambar 2.2 Diagram Kerangka Pemikiran.....	48
Gambar 2.3 Paradigma Penelitian.....	49
Gambar 4.1 Uji Normalitas <i>P-plot</i>	105
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	107

DAFTAR PUSTAKA

- Achim, M. V., Borlea, S. N., & Văidean, V. L. (2020). Culture, *Entrepreneurship and Economic Development*. *Entrepreneurship Research Journal*, 11(1), 1–13.
- Achmad, R. W., & Yuliana. (2022). *Metodologi Penelitian Sosial*. Cv. Rey Media Grafika.
- Agolla, J. E., Monametsi, G. L., & Phera, P. (2020). Antecedents of *entrepreneurial intentions* amongst business students in a tertiary institution. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(2), 138–152.
- Annisa Rachma Tsaniyah, Aprilia Prahanita, Dita Listiyana, Nesya Rahmawati, Tria Fajriana, D. S. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan *Online food delivery* pada Aplikasi Gojek terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *JEBI: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(7), 932–938.
- Antoni, A., & Karlin, K. (2024). Pengaruh Inovasi Produk, Literasi Keuangan, dan Akses Pembiayaan terhadap Pertumbuhan UMKM di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan West Science*, 3(03), 227–238. <https://doi.org/10.58812/jakws.v3i03.1599>
- Arianto, B. (2021). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 6(2), 233–247. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v6i2.512>
- Arikunto, S. (2020). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka. Cipta.
- Aris Astuti, W., Putri Wulandari, S., & Studi Akuntansi, P. (2023). Dampak Digital Teknologi Dalam Meningkatkan Pendapatan Umkm. *Indonesian Community Service and Empowerment Journal (IComSE)*, 4(2), 383–390.
- ASPI Indonesia. (2024). *Statistik QRIS*. <https://www.aspi-indonesia.or.id/statistik-QRIS/>
- Ausat, A. M. A., Endang Siti Astuti, & Wilopo Wilopo. (2022). Analisis Faktor yang Berpengaruh pada Adopsi *E-commerce* dan Dampaknya Bagi Kinerja UKM di Kabupaten Subang. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 9(2), 333–346.
- Awal Nopriyanto Bahasoan, Nur Qamariah S, Wahdaniah, Indayani B, M. S. A. (2024). Transformasi Digital pada UMKM: Penggerak Pertumbuhan Ekonomi dan Inklusi di Negara Berkembang. *Jurnal Indragiri*, 5(1).
- Ayem, S., Putri, F. K., Jannah, S. N., Hernindya, N. R., Yasinta, M., & Putri, S. (2024). Pengaruh Penerapan *E-commerce* Terhadap Pendapatan UMKM: Tinjauan Literature Sistematis. *LIABILITIES: Jurnal Pendidikan Akuntansi*, 7(2), 35–43.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman*.
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Statistik E-commerce 2023*. 6.
- Bank Indonesia. (2022). *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*. www.bi.go.id.
- Berliana, I., & Ompusunggu, D. P. (2023). Pemanfaatan *E-commerce* Bagi UMKM pada Era Industri 4.0. *Matriks Jurnal Sosial Dan Sains*, 5(1), 115–120.

- <https://doi.org/10.59784/matriks.v5i1.520>
- Bhuiyan, M. R. I., Akter, M. S., & Islam, S. (2025). How does digital payment transform society as a *cashless* society? An empirical study in the developing economy. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 16(4), 756–774. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-10-2023-0170>
- Budiman, Y. I. (2022). Akibat Perceived Usefulness Services dan Self-efficacy terhadap Intention of Use Mobile Payment Fintech di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 1(2), 1–14.
- Burns, P. (2022). *Entrepreneurship and Small Business*. Bloomsbury Publishing.
- Bygrave, W. D. (2024). *Entrepreneurship*.
- Cahya, E., Setyawati, N., Nugraha, H. S., & Ainuddin, I. (2023). *Karakteristik Kewirausahaan dan Lingkungan Bisnis Sebagai Faktor Penentu Pertumbuhan Usaha*.
- Citra Mediana, A., Rahmawati, E., Untung Mane, M., Amelia, R., & Eka Ardiana, N. (2024). Analisis Penerapan Pembayaran Menggunakan Metode *QRIS* Terhadap UMKM (Studi Kasus Pada Usaha Minuman Teguk). *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4, 16746–16757.
- Creswell, J. W. (2021). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications Sage CA: Los Angeles, CA.
- Danuri, M. (2020). Perkembangan dan Transformasi Teknologi Digital. *Infokam*, 15(2), 116–123.
- Davidsson, Per, Achtenhagen, Leona, & Naldi, L. (2010). Small Firm Growth. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 69–166.
- Diandra, Didip, and A. A. (2020). Understanding definition of *entrepreneurship*. *International Journal of Management, Accounting and Economics*, 7(5), 235–241.
- Dinas Koperasi dan UKM. (2023). *2.000 UMKM di Kota Bandung Naik Kelas Usai Pendampingan*. Bandung.Bisnis.Com. https://bandung.bisnis.com/read/20230620/550/1667430/2000-umkm-di-kota-bandung-naik-kelas-usai-pendampingan?utm_source=desktop&utm_medium=search
- Drucker, P. (1985). *Innovation and Entrepreneurship : Practice and Principles*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Febriana, B. W., & Setiawati, F. A. (2024). Increasing measurement accuracy: Scaling effect on academic resilience instrument using Method of Successive Interval (MSI) and Method of Summated Rating Scale (MSRS). *Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, 28(1), 32–42. <https://doi.org/10.21831/pep.v28i1.69334>
- Firmansyah, D., Saepuloh, D., & Dede. (2022). Daya Saing : Literasi Digital dan Transformasi Digital. *Journal of Finance and Business Digital*, 1(3), 237–250. <https://doi.org/10.55927/jfbd.v1i3.1348>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, R. W. (2008). *Business*. Prentice Hall.
- Hairunnisa Intan Juliantari, Nur'aini, Zaenafi Ariani, Novi Yanti Sandra Dewi, Ahadiyah Agustina, N. H. (2024). Analisis Pengaruh *E-commerce*: Studi Literatur Terhadap Pertumbuhan Ekonomi UMKM. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi Dan Ilmu Komputer*, 4. <https://doi.org/10.55606/juisik.v3i2.494>

- Handayani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu.
- Haniko, P., Sappaile, B. I., Gani, I. P., Sitopu, J. W., Junaidi, A., Sofyan, & Cahyono, D. (2023). Menjembatani Kesenjangan Digital: Memberikan Akses ke Teknologi, Pelatihan, Dukungan, dan Peluang untuk Inklusi Digital. *Jurnal Pengabdian West Science*, 2(05), 306–315. <https://doi.org/10.58812/jpws.v2i5.371>
- Hasna Indarti Titasari. (2024). Pengaruh *E-commerce* dan Digital Payment terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Sunan Kalijaga: Islamic Economics Journal*, 2(1), 25–51. <https://doi.org/10.14421/skiej.2023.2.1.1750>
- Hawa, E. F., & Abadi, T. W. (2024). Pengaruh e-WOM, citra merek, *e-commerce*, dan beauty vlogger terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 21(1), 19–38.
- Hendrayati, H., Achyarsyah, M., Marimon, F., Hartono, U., & Putit, L. (2024). The Impact of Artificial Intelligence on *Digital marketing*: Leveraging Potential in a Competitive Business Landscape. *Emerging Science Journal*, 8(6), 2343–2359. <https://doi.org/10.28991/ESJ-2024-08-06-012>
- Hendrayati, H., Achyarsyah, M., Pradana, M., Mahphoth, M. H., & Syahidah, R. K. (2025). Revisiting literature on women *entrepreneurs* and religiosity: a bibliometric analysis. *Cogent Business & Management*, 12(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2446703>
- Hendrayati, H., Marimon, F., Hwang, W.-Y., Yuliawati, T., Susanto, P., & Rahmiati, R. (2025). Customer relationship management and value creation as key mediators of female-owned MSMEs' market performance. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14(1), 69. <https://doi.org/10.1186/s13731-025-00520-w>
- Hendrayati, H., & Sukmayadi, V. (2022). Women *Entrepreneurs*. In *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing* (pp. 782–786). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781800377486.women.entrepreneurs>
- Hendrayati, H., Suryadi, E., Mulyani, H., Furqon, C., & Adib Sultan, M. (2022). Coe TVET Model Development in Economics and Creative Business in Vocational School. *Quality - Access to Success*, 23(189). <https://doi.org/10.47750/QAS/23.189.05>
- Hidayatullah, S., Waris, A., Permata, Y., Adrian, T., Sarwinda, N., Lestari, F., E., & Al. (2018). Eksistensi Transportasi *Online* (Go Food) Terhadap Omzet Bisnis Kuliner Di Kota Malang. *Seminar Nasional Sistem Informasi*.
- Hisrich, R. D., & Peters, M. P. (2017). *Entrepreneurship*. In McGraw-Hill. McGraw-Hill.
- Hutagalung, R. A., Nainggolan, P., & Panjaitan, P. D. (2021). Analisis Perbandingan Keberhasilan UMKM Sebelum Dan Saat Menggunakan Quick Response Indonesia Standard (*QRIS*) Di Kota Pematangsiantar. *Jurnal Ekuilnomi*, 3(2), 94–103. <https://doi.org/10.36985/ekuilnomi.v3i2.260>
- Icha Lyonita, Putri Dwi Maghfirah, Silfi Putri Mediana, Bunayya Saleha, Alexander Zebua, D. P. N. (2024). Pengaruh Penggunaan *E-commerce* Terhadap Bisnis UMKM. 1(3), 172–176.
- InterActive *QRIS*. (2020). *FAQ - QRIS*. <https://QRIS.online/homepage/frequently-asked-questions>
- Kasmir. (2020). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2022). *Indeks Literasi Digital Indonesia*.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2020). *Sebaran Akses Internet Indonesia*.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2024). *UMKM Level Up 2024*. Indonesia.Go.Id. <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8587/umkm-indonesia-makin-kuat-program-level-up-2024-siap-dorong-digitalisasi-bisnis>
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023a). *Data dan Statistik UMKM*. Kadin.Id. kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023b). *UMKM Go-Digital 2023*.
- Kementerian Perdagangan. (2023). *Data Digitalisasi UMKM*.
- Kementerian Perdagangan. (2024). *Perdagangan Digital (E-commerce) Indonesia Periode 2024*. 1–8.
- Kudu, Y. U., Pakereng, Y. M., & Kelen, L. H. S. (2023). Efektifitas Penggunaan Payment *QRIS* Pada Transaksi Penjualan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Juremi : Jurnal Riset Ekonomi*, 3(2), 195–210.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce 2020-2021: business, technology, society*. Pearson.
- Muslimawati, M. (2024). *Analisis Penggunaan Aplikasi QRIS Sebagai Alat Pembayaran Non Tunai Untuk Mempermudah Transaksi Bagi Pelaku Usaha UMKM Di Kecamatan Abepura, Kota Jayapura*. 2(1), 1–23.
- Nanda, I. S. (2024). Analisis Efektivitas Implementasi Sistem Pembayaran Digital *QRIS* (Quick Response Code Indonesian Standard) Dalam Meningkatkan Penjualan Usaha Mikro dan Kecil Di Kota Pariaman. *JEBI: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(9), 1293–1304.
- Naufal, H. A. (2021). Literasi Digital. *Perspektif*, 1(2), 195–202. <https://doi.org/10.53947/perspekt.v1i2.32>
- Nazilah, U. K. (2025). *Analisis Pasar Digital: Dampak Teknologi Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen*. 4(1).
- Novianty, M. R., Salim, A., & Digital, B. (2025). *Literatur Review Pengaruh E-commerce Terhadap Kinerja*. 01(01).
- P. Robbins, S., & Coulter, M. (2010). *Management*. Pearson.
- Pauceanu, A. M., Rabie, N., & Moustafa, A. (2021). *Entrepreneurial Leadership and Sustainable Development—A Systematic Literature Review*. *Sustainability*, 13(21), 95–116.
- Paul, A. J., Alhassan, I., & Binsaif, N. (2023). *Digital entrepreneurship research: A systematic review*. *Journal of Business Research*, 15(6), 21–29.
- Penrose, E. T. (1959). *The Theory of the Growth of the Firm*. Oxford University Press.
- Putri, D., Datuljannah Dita, R., Sasi Rizkia, C., Hidayat, R., Ikaningtiyas, M., Administrasi Bisnis, P., & Ilmu Sosial dan Politik, F. (2024). Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Pengembangan Bisnis: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(3), 42–50. <https://doi.org/10.62017/wanargi>
- Qadisyah, M., Hasanah, A., Hanum, H., & Harahap, N. (2023). Peran UMKM Dalam Pembangunan dan Kesejahteraan Masyarakat di Kabupaten Deli Serdang. *Maninvest : Jurnal Manajemen, Ekonomi, Kewirausahaan, Dan Investasi*, 1(2), 159–168. <https://doi.org/10.37832/maninvest.v1i2.58>

- Rahmadani, N., Handayani, M., & Rohminatin. (2020). Pemanfaatan *E-commerce* bagi Generasi Milenial. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 3(2), 123–128.
- Ramadani, V., Chang, E. P. C., Palalić, R., & Memili, E. (2024). *Entrepreneurial Family Businesses*.
- Rauf, R., Syam, A., & Randy, M. F. (2024). Optimalisasi Transformasi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Indonesia. *Bongaya Journal of Research in Management*, 7(1), 95–102. <https://ojs.stiem-bongaya.ac.id/BJRM/article/view/594>
- Rettobjaan, V. F. C., Widnyani, N. M., Aristayudha, A. A. N. B., Astitiani, N. L. P. S., & Richadinata, K. R. P. (2023). Pengenalan Pemanfaatan Teknologi Pembayaran Digital bagi Warga Penggiat Usaha di Wilayah Desa Tandeg. *Jurnal Abdimas Ilmiah Citra Bakti*, 4(2), 283–291. <https://doi.org/10.38048/jailcb.v4i2.1445>
- Riza Amalia Rifani. (2023). Penerapan Sistem Pembayaran *QRIS* pada Sektor UMKM di Kota Parepare. *Amsir Accounting & Finance Journal*, 1(1), 16–23. <https://doi.org/10.56341/aafj.v1i1.170>
- Rizki Anggini, M. I. P. N. (2025). *Peran Teknologi dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah melalui E-commerce*. 1192(2024), 243–251.
- S., D. G., & Yuldinawati, L. (2025). The Use of *E-commerce* And *QRIS* As Digital Payment Solutions to Enhance Sales Performance in MSMEs in West Java. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 8(1).
- Sahut, J.-M., Iandoli, L., & Teulon, F. (2021). The age of *Digital entrepreneurship*. *Springer Nature Link*, 56(1), 1159–1169.
- Sari, A. C., & Adinugraha, H. H. (2022). Implementation of *QRIS*-Based Payments Towards the Digitalization of Indonesian MSMEs. *EKONOMIKA SYARIAH : Journal of Economic Studies*, 5(2). <https://doi.org/10.30983/es.v5i2.5027>
- Saroyo, D. P. (2023). Peran *E-commerce* Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM. *Economics Business Finance and Entrepreneurship*, 20–26. <https://ebfelepma.ums.ac.id/2023>
- Saura, J. (2020). *Digital marketing for Sustainable Growth: Business Models and Online Campaigns Using Sustainable Strategies*. *MDPI*, 12(3), 1–13.
- Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development. An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle*. Harvard.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research Methods For Business A Skill Building Approach*. Wiley.
- Setyo, M. A., & Fitriani, S. (2022). Faktor Lingkungan Internal Penghambat Utilisasi *E-commerce* pada UMKM. *JURISMA : Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 12(2), 186–195. <https://doi.org/10.34010/jurisma.v12i2.4189>
- Shankar, A., Jebarajakirthy, C., Nayal, P., Maseeh, H. I., Kumar, A., & Sivapalan, A. (2022). *Online food delivery: A systematic synthesis of literature and a framework development*. *International Journal of Hospitality Management*, 104, 103240. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103240>
- Sudati Nur Sarfiah, Hanung Eka Atmaja, D. M. V. (2019). UMKM sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2). <http://jurnal.untidar.ac.id/index.php/REP>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Studi Kasus (Pendekatan Kuantitatif*

- Kualitatif, & Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. (2001). *Kewirausahaan: Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat.
- Suwarni, E., Sedyastuti, K., & Mirza, A. H. (2019). Opportunities and Obstacles of Micro Business Development in the Digital Economic Era. *Ikraith Ekonomika*, 2(3), 29–34. <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/download/401/283>
- Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M., & Munawaroh, M. (2019). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia. *Jurnal Al-Qardh*, 4(1), 60–75. <https://doi.org/10.23971/jaq.v4i1.1442>
- Taufik, Masjono, A., Kurniawan, I., & K. (2020). Peranan Platform Food Delivery Service dalam Mendukung Marketing Mix UKM di Masa New Normal. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(2), 121–129.
- Tumpuan, A. (2020). Peranan Aplikasi Go Food Terhadap Perkembangan Bisnis Kuliner. *JUPAR : Jurnal Pariwisata*, 3(1), 26–30.
- V, Oblivia & R, I. (2021). Analisa Pengaruh Motivasi Berwirausaha dan Inovasi Produk Terhadap Pertumbuhan Usaha Kerajinan Gerabah di Lombok Barat. *Jurnal Agora*.
- Vera Pariska, Indira Kusuma Dewi, Agnes Kartika, Ully Nuha Perkasa, T. Y. (2024). Pengaruh Penggunaan Dompot Digital dan *E-commerce* terhadap Keberlangsungan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (Studi Literature UMKM). *Jurnal Manajemen, Akuntansi, Dan Logistik (JUMATI)*, II(1).
- Wahyudin, N., Herlissha, N., Rizki Aldiesi, D., & Rizki Aldiesi is, D. (2022). The Utilization of *E-commerce* and *QRIS* as Digital Payment Tools to Improve Sales Performance through Competitive Advantage in MSME. *Journal of Consumer Sciences*, 7(2), 135–148.
- Yılmaz, E. (2021). *QR codes and e-wallet applications in digital era. How do they influence the digital marketing strategies?* (pp. 91–108).
- Yusuf, R., Hendrayati, H., Bastian, Z., Nurhasan, R., & Adnan, A. Z. (2024). *Survival strategy for Culinary micro small medium enterprise through digital marketing*. 030019. <https://doi.org/10.1063/5.0237300>
- Zacharakis, A., Corbett, A. C., & Bygrave, W. D. (2021). *Entrepreneurship* (5th ed.). Wiley.
- Zimmerer, T. W. (1998). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. Pearson Education.