

BAB IV

PEMBAHASAN DAN PENELITIAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner yang beroperasi di lingkungan kampus Kota Bandung. Penelitian ini dilaksanakan di sekitar lima kampus, yakni Universitas Pendidikan Indonesia (UPI), Institut Teknologi Bandung (ITB), Universitas Katolik Parahyangan (UNPAR), Universitas Islam Bandung (UNISBA), dan Universitas Kristen Maranatha. Kelima kampus ini dipilih karena memiliki konsentrasi mahasiswa yang tinggi dan didukung oleh keberadaan UMKM kuliner yang beragam.

Tabel 4.1
Data Persebaran Sampel

No	Wilayah Usaha	Jumlah	Persentase %
1	Universitas Pendidikan Indonesia (UPI)	31	36%
2	Institut Teknologi Bandung (ITB)	10	12%
3	Universitas Katolik Parahyangan (UNPAR)	15	18%
4	Universitas Islam Bandung (UNISBA)	22	26%
5	Universitas Kristen Maranatha (Maranatha)	7	8%
	Total	85	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Berdasarkan hasil observasi awal, jumlah populasi UMKM kuliner di setiap kampus memiliki jumlah yang berbeda-beda. UPI tercatat memiliki jumlah UMKM terbanyak, diikuti oleh UNISBA, UNPAR, ITB, dan terakhir Maranatha. Oleh karena itu, pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan secara proporsional berdasarkan perkiraan jumlah populasi dari masing-masing wilayah. Hal ini bertujuan untuk menjaga proporsionalitas representasi sampel, agar gambaran data dapat mencerminkan kondisi nyata dari masing-masing wilayah secara adil dan akurat.

Jenis usaha yang dijalankan umumnya berupa makanan berat dan jajanan dengan harga yang disesuaikan dengan kemampuan mahasiswa. Pelaku usaha beroperasi di sekitar area kampus, khususnya di sepanjang pinggir jalan, dan sebagian besar memiliki lokasi usaha yang menetap. Hal ini dikarenakan adanya

sistem retribusi kepada pengelola UMKM setempat. Dari sisi kepemilikan, usaha kuliner ini umumnya dijalankan secara perseorangan, meskipun beberapa dibantu oleh tim kecil dalam operasional harian.

Berdasarkan hasil survei, sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka telah menggunakan *QRIS* dan *e-commerce* seperti ShopeeFood atau GoFood dalam operasional usahanya. Penggunaan *QRIS* sendiri telah dilakukan dalam kurun waktu lebih dari satu tahun oleh mayoritas pelaku usaha, menunjukkan bahwa adaptasi terhadap pembayaran digital bukanlah hal yang baru. Begitu pula dengan penggunaan *e-commerce*, khususnya layanan *online food delivery (OFD)*, yang telah cukup lama digunakan sebagai pelengkap saluran penjualan utama secara langsung (*offline*). Namun, penjualan tatap muka masih menjadi aktivitas utama para pelaku UMKM, sedangkan *OFD* menjadi saluran tambahan untuk menjangkau lebih banyak pelanggan.

Mayoritas pelaku usaha telah beroperasi selama lebih dari tiga tahun, menunjukkan bahwa unit usaha yang menjadi objek penelitian ini telah memiliki stabilitas operasional. Dari sisi omset, sebagian besar responden mencatat pendapatan bulanan pada kategori mikro, dengan sebagian lainnya berada di kategori kecil. Hal ini menunjukkan adanya variasi kemampuan usaha yang relevan untuk diteliti dalam konteks pemanfaatan teknologi digital terhadap pertumbuhan usaha.

Adopsi *QRIS* dan *OFD* oleh para pelaku UMKM pada dasarnya bukan hanya didorong oleh inisiatif pribadi, tetapi juga oleh tuntutan konsumen, terutama mahasiswa, yang lebih nyaman dengan sistem pembayaran non-tunai dan pemesanan secara *online*. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM mulai menyesuaikan model bisnis mereka terhadap perilaku pasar yang semakin digital. Kendati demikian, sebagian dari mereka masih menghadapi tantangan teknis, seperti gangguan jaringan atau *error* pada aplikasi, yang menjadi hambatan dalam menjalankan sistem digital secara optimal.

Dengan mempertimbangkan kondisi tersebut, UMKM kuliner di wilayah kampus Kota Bandung menjadi objek penelitian yang relevan dan representatif dalam mengkaji pengaruh penggunaan *QRIS* dan *OFD* terhadap pertumbuhan usaha. Mereka tidak hanya aktif secara operasional, tetapi juga berada pada titik transisi penting dalam digitalisasi proses bisnis.

4.1.2 Gambaran Umum Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 85 pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung, maka didapatkan informasi mengenai karakteristik responden, diantaranya Jenis Kelamin, Usia, Lama Penggunaan *QRIS*, Lama Penggunaan *E-commerce*, Lama Usaha Beroperasi, dan Omset Bulanan.

4.1.2.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data yang diperoleh dari 85 responden, berikut terlampir informasi terkait karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase %
1	Pria	67	79%
2	Wanita	18	21%
	Total	85	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa responden pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung mayoritas berjenis kelamin pria dengan jumlah sebanyak 67 orang atau sebesar 79%. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan usaha di sektor kuliner sekitar kampus lebih banyak dijalankan oleh laki-laki, yang umumnya terlibat langsung di lapangan dalam aktivitas operasional usaha.

4.1.2.2 Gambaran Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan data yang diperoleh dari 85 responden, berikut terlampir informasi terkait karakteristik responden berdasarkan kelompok usia.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase %
1	<20 Tahun	0	0%
2	20-29 Tahun	31	36%
3	30-39 Tahun	24	28%
4	40-49 Tahun	23	27%
5	50-59 Tahun	6	7%
6	> 60 Tahun	1	1%
	Total	85	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa responden pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung mayoritas berada pada rentang usia 20–29

tahun dengan jumlah sebanyak 31 orang atau sebesar 36%. Hal ini mencerminkan bahwa pelaku usaha di lingkungan tersebut didominasi oleh usia muda yang relatif lebih adaptif terhadap penggunaan teknologi digital seperti *QRIS* dan *e-commerce*.

4.1.2.3 Gambaran Responden Berdasarkan Lama Penggunaan *QRIS*

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan *QRIS*

No	Lama Penggunaan QRIS	Jumlah	Persentase %
1	< 6 Bulan	4	5%
2	6-12 Bulan	18	21%
3	1-2 Tahun	39	46%
4	> 2 Tahun	24	28%
	Total	85	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa mayoritas pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung telah menggunakan *QRIS* selama 1–2 tahun, dengan jumlah sebanyak 39 orang atau sebesar 46%. Hal ini mencerminkan bahwa penggunaan *QRIS* di kalangan pelaku usaha sudah cukup stabil dan menandakan adanya adaptasi yang cukup baik terhadap sistem pembayaran digital.

4.1.2.4 Gambaran Responden Berdasarkan Lama Penggunaan *E-commerce*

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan *E-commerce*

No	Lama Penggunaan E-Commerce	Jumlah	Persentase %
1	< 6 Bulan	8	9%
2	6-12 Bulan	15	18%
3	1-2 Tahun	32	38%
4	> 2 Tahun	30	35%
	Total	85	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa mayoritas pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung telah menggunakan *e-commerce* selama 1–2 tahun, dengan jumlah sebanyak 32 orang atau sebesar 38%. Temuan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan *e-commerce*, khususnya dalam bentuk layanan *online food delivery*, sudah cukup berkembang dan mulai menjadi bagian dari strategi operasional usaha mereka.

4.1.2.5 Gambaran Responden Berdasarkan Lama Usaha Beroperasi

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha Beroperasi

No	Lama Usaha Beroperasi	Jumlah	Persentase %
1	< 1 Tahun	6	7%
2	1-3 Tahun	28	33%
3	4-6 Tahun	37	44%
4	7-10 Tahun	9	11%
5	>10 Tahun	5	6%
	Total	85	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung telah menjalankan usahanya selama 4–6 tahun, dengan jumlah sebanyak 37 orang atau sebesar 44%. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden memiliki pengalaman usaha yang cukup matang dan telah memiliki stabilitas operasional dalam menjalankan bisnis kuliner.

4.1.2.6 Gambaran Responden Berdasarkan Omset Bulanan

Tabel 4.7
Karakteristik Responden Berdasarkan Omset Bulanan

No	Omset Bulanan	Jumlah	Persentase %
1	Rp 0 – 25 Juta (Mikro)	61	72%
2	Rp 25 Juta – Rp 208 Juta (Kecil)	24	28%
3	Rp 209 Juta – Rp 4 Milyar (Menengah)	0	0%
	Total	85	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Tabel 4.7 di atas menunjukkan bahwa mayoritas pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung memiliki omset bulanan dalam kisaran Rp 0–25 juta atau berada pada kategori usaha mikro, yaitu sebesar 72%. Temuan ini mencerminkan bahwa sebagian besar responden masih berada pada tahap pengembangan awal atau skala usaha yang terbatas, sehingga pemanfaatan teknologi seperti *QRIS* dan *e-commerce* menjadi potensi strategis untuk mendorong pertumbuhan omset dan perluasan pasar.

4.1.3 Gambaran Umum Variabel Penelitian

Pembayaran Digital (X1) dan *E-commerce* (X2) adalah variable bebas yang diteliti pada penelitian ini, sedangkan Pertumbuhan Usaha (Y) sebagai variable

terikat. Hasil penelitian ini didapatkan dari 85 pelaku usaha UMKM Kuliner di Lingkungan kampus Kota Bandung.

4.1.3.1 Gambaran Umum Variabel Pembayaran Digital (X1)

Pembayaran digital merupakan sistem pembayaran yang dirancang untuk memfasilitasi transaksi barang atau jasa secara elektronik melalui jaringan internet. Dalam penelitian ini, pembayaran digital diukur melalui lima dimensi, yaitu *Perceived Ease of Use* (kemudahan penggunaan), *Perceived Usefulness* (manfaat), *Perceived Credibility* (kredibilitas), *Social Influence* (pengaruh sosial), dan *Behavior Intentions* (niat perilaku). Kelima dimensi Pembayaran Digital tersebut kemudian menghasilkan 14 item pernyataan.

Adapun penjelasan terkait pengukuran dari indikator-indikator yang telah diteliti yang diuraikan sebagai berikut:

A. *Perceived Ease of Use* (Kemudahan Penggunaan)

Tabel 4.8
Tingkat kemudahan dalam menggunakan *QRIS* pada transaksi sehari-hari

Keterangan	Frekuensi	Persentase %
Sangat Tinggi	27	32%
Tinggi	41	48%
Sedang	9	11%
Rendah	6	7%
Sangat Rendah	2	2%
Total	85	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung merasa bahwa penggunaan *QRIS* dalam transaksi sehari-hari tergolong mudah. Berdasarkan Tabel 4.8, sebanyak 48% responden berada pada kategori tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha telah mampu mengoperasikan *QRIS* dengan lancar dan merasa sistem tersebut mempermudah proses pembayaran dalam kegiatan usaha mereka.

Tabel 4.9
Tingkat kejelasan instruksi atau tampilan sistem saat menggunakan QRIS

Keterangan	Frekuensi	Persentase %
Sangat Tinggi	34	40%
Tinggi	28	33%
Sedang	15	18%
Rendah	8	9%
Sangat Rendah	0	0%
Total	85	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung merasa bahwa sistem QRIS memiliki tampilan dan instruksi yang jelas saat digunakan dalam transaksi. Berdasarkan Tabel 4.9, sebanyak 40% responden memilih kategori sangat tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha tidak mengalami kesulitan dalam memahami cara penggunaan QRIS, sehingga mendukung kemudahan operasional dalam bertransaksi secara digital.

B. Perceived Usefulness (Manfaat)

Tabel 4.10
Tingkat kecepatan proses transaksi saat menggunakan QRIS

Keterangan	Frekuensi	Persentase %
Sangat Tinggi	25	29%
Tinggi	32	38%
Sedang	22	26%
Rendah	5	6%
Sangat Rendah	1	1%
Total	85	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung menilai bahwa proses transaksi menggunakan QRIS berlangsung dengan cepat. Berdasarkan Tabel 4.10, sebanyak 38% responden berada pada kategori tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha merasakan efisiensi waktu dalam bertransaksi menggunakan QRIS, yang mendukung kelancaran operasional usaha mereka.

Tabel 4.11
Tingkat efisiensi waktu pelayanan karena menggunakan QRIS

Keterangan	Frekuensi	Persentase %
Sangat Tinggi	12	14%
Tinggi	37	44%
Sedang	32	38%
Rendah	4	5%
Sangat Rendah	0	0%
Total	85	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung merasakan efisiensi waktu pelayanan yang cukup tinggi akibat penggunaan QRIS. Berdasarkan Tabel 4.11, sebanyak 44% responden berada pada kategori tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan QRIS dinilai mampu mempercepat proses transaksi, sehingga membantu pelaku usaha dalam melayani konsumen dengan lebih cepat dan praktis.

Tabel 4.12
Tingkat kemudahan mencatat transaksi penjualan melalui QRIS

Keterangan	Frekuensi	Persentase %
Sangat Tinggi	34	40%
Tinggi	27	32%
Sedang	18	21%
Rendah	6	7%
Sangat Rendah	0	0%
Total	85	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung merasa bahwa pencatatan transaksi penjualan melalui QRIS tergolong mudah. Berdasarkan Tabel 4.12, sebanyak 40% responden memilih kategori sangat tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha menganggap QRIS mempermudah proses pencatatan keuangan secara otomatis dan praktis, sehingga membantu dalam pengelolaan administrasi usaha mereka.

Tabel 4.13
Tingkat kerapihan data keuangan yang diperoleh dari penggunaan *QRIS*

Keterangan	Frekuensi	Persentase %
Sangat Tinggi	24	28%
Tinggi	34	40%
Sedang	17	20%
Rendah	9	11%
Sangat Rendah	1	1%
Total	85	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung menilai bahwa penggunaan *QRIS* membantu menciptakan kerapihan dalam pencatatan data keuangan. Berdasarkan Tabel 4.13, sebanyak 40% responden berada pada kategori tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha merasakan bahwa transaksi melalui *QRIS* tercatat secara otomatis dan rapi, sehingga memudahkan dalam monitoring keuangan usaha mereka.

C. *Perceived Credibility* (Kredibilitas)

Tabel 4.14
Tingkat keamanan data dalam transaksi *QRIS*

Keterangan	Frekuensi	Persentase %
Sangat Tinggi	18	21%
Tinggi	27	32%
Sedang	28	33%
Rendah	12	14%
Sangat Rendah	0	0%
Total	85	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung menilai bahwa *QRIS* memiliki tingkat keamanan data transaksi yang cukup. Berdasarkan Tabel 4.14, sebanyak 33% responden memilih kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha merasa cukup yakin bahwa sistem *QRIS* mampu menjaga keamanan data saat melakukan transaksi.

Tabel 4.15
Tingkat kepercayaan bahwa data konsumen terlindungi saat menggunakan QRIS

Keterangan	Frekuensi	Persentase %
Sangat Tinggi	28	33%
Tinggi	31	36%
Sedang	19	22%
Rendah	7	8%
Sangat Rendah	0	0%
Total	85	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung menunjukkan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap perlindungan data konsumen dalam penggunaan *QRIS*. Berdasarkan Tabel 4.15, sebanyak 36% responden menyatakan tingkat kepercayaannya berada pada kategori tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha percaya bahwa sistem *QRIS* dapat menjaga kerahasiaan dan keamanan data pelanggan mereka.

D. *Social Influence* (Pengaruh Sosial)

Tabel 4.16
Tingkat dorongan dari pelanggan untuk menerima pembayaran via QRIS

Keterangan	Frekuensi	Persentase %
Sangat Tinggi	24	28%
Tinggi	36	42%
Sedang	16	19%
Rendah	9	11%
Sangat Rendah	0	0%
Total	85	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung merasakan adanya dorongan yang cukup kuat dari pelanggan untuk menyediakan pembayaran melalui *QRIS*. Berdasarkan Tabel 4.16, sebanyak 42% responden memilih kategori tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa permintaan konsumen turut menjadi faktor penting dalam adopsi *QRIS* oleh pelaku usaha.

Tabel 4.17
Tingkat pengaruh dari pelaku usaha lain dalam penggunaan *QRIS*

Keterangan	Frekuensi	Persentase %
Sangat Tinggi	31	36%
Tinggi	30	35%
Sedang	16	19%
Rendah	6	7%
Sangat Rendah	2	2%
Total	85	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung cukup terpengaruh oleh pelaku usaha lainnya dalam menggunakan *QRIS*. Berdasarkan Tabel 4.17, sebanyak 36% responden berada pada kategori sangat tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa pengaruh lingkungan usaha dan praktik sesama pelaku UMKM menjadi salah satu faktor pendorong dalam adopsi *QRIS*.

Tabel 4.18
Tingkat keyakinan bahwa *QRIS* layak untuk direkomendasikan kepada UMKM

Keterangan	Frekuensi	Persentase %
Sangat Tinggi	32	38%
Tinggi	27	32%
Sedang	18	21%
Rendah	6	7%
Sangat Rendah	2	2%
Total	85	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung memiliki tingkat keyakinan yang tinggi bahwa *QRIS* layak untuk direkomendasikan kepada pelaku UMKM lainnya. Berdasarkan Tabel 4.18, sebanyak 38% responden memilih kategori sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha menilai *QRIS* sebagai sistem pembayaran yang efektif dan bermanfaat dalam mendukung kegiatan usaha.

Tabel 4.19
Tingkat keinginan merekomendasikan *QRIS* kepada pelaku usaha lainnya

Keterangan	Frekuensi	Persentase %
Sangat Tinggi	28	33%
Tinggi	40	47%
Sedang	12	14%
Rendah	3	4%
Sangat Rendah	2	2%
Total	85	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung menunjukkan keinginan yang tinggi untuk merekomendasikan penggunaan *QRIS* kepada pelaku usaha lainnya. Berdasarkan Tabel 4.19, sebanyak 47% responden memilih kategori tinggi. Temuan ini mencerminkan kepuasan pelaku usaha terhadap penggunaan *QRIS*, sehingga mendorong mereka untuk menyarankannya kepada rekan sesama pelaku UMKM.

E. Behavior Intentions (Niat Perilaku)

Tabel 4.20
Tingkat keinginan untuk tetap menggunakan *QRIS* sebagai salah satu metode pembayaran

Keterangan	Frekuensi	Persentase %
Sangat Tinggi	28	33%
Tinggi	35	41%
Sedang	13	15%
Rendah	9	11%
Sangat Rendah	0	0%
Total	85	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung menunjukkan keinginan yang tinggi untuk tetap menggunakan *QRIS* dalam kegiatan usahanya. Berdasarkan Tabel 4.20, sebanyak 41% responden berada pada kategori tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha merasa *QRIS* telah memberikan kemudahan dan manfaat yang mendorong mereka untuk terus menggunakannya sebagai metode pembayaran.

Tabel 4.21
Tingkat keinginan untuk menggunakan *QRIS* secara jangka Panjang

Keterangan	Frekuensi	Persentase %
Sangat Tinggi	20	24%
Tinggi	37	44%
Sedang	18	21%
Rendah	10	12%
Sangat Rendah	0	0%
Total	85	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung memiliki kecenderungan untuk mempertahankan penggunaan *QRIS* dalam jangka panjang. Berdasarkan Tabel 4.21, sebanyak 44% responden berada pada kategori tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa pelaku usaha tidak hanya menganggap *QRIS* sebagai solusi jangka pendek, tetapi juga melihat potensi keberlanjutannya dalam mendukung operasional bisnis mereka.

Berdasarkan hasil dari uraian indikator-indikator yang telah dijabarkan diatas, maka dapat ditarik Kesimpulan terkait dengan rekapitulasi hasil penelitian sebagai berikut:

Tabel 4.22
Rekapitulasi Hasil Penelitian Variabel Pembayaran Digital (X1)

No	Indikator	Total Skor	Skor Ideal	Persentase	Ket
<i>Perceived Ease of Use (Persepsi Kemudahan Penggunaan)</i>					
1	Tingkat kemudahan dalam menggunakan <i>QRIS</i> pada transaksi sehari-hari	340	425	80.0%	Tinggi
2	Tingkat kejelasan instruksi atau tampilan sistem saat menggunakan <i>QRIS</i>	343	425	80.7%	Tinggi
Total		683	850	80.4%	Tinggi
<i>Perceived Usefulness (Persepsi Manfaat)</i>					
3	Tingkat kecepatan proses transaksi saat menggunakan <i>QRIS</i>	330	425	77.6%	Tinggi
4	Tingkat efisiensi waktu pelayanan karena menggunakan <i>QRIS</i>	312	425	73.4%	Tinggi

5	Tingkat kemudahan mencatat transaksi penjualan melalui <i>QRIS</i>	344	425	80.9%	Tinggi
6	Tingkat kerapihan data keuangan yang diperoleh dari penggunaan <i>QRIS</i>	326	425	76.7%	Tinggi
Total		1312	1700	77.2%	Tinggi
<i>Perceived Credibility (Persepsi Kredibilitas)</i>					
7	Tingkat keamanan data dalam transaksi <i>QRIS</i>	306	425	72.0%	Tinggi
8	Tingkat kepercayaan bahwa data konsumen terlindungi saat menggunakan <i>QRIS</i>	335	425	78.8%	Tinggi
Total		641	850	75.4%	
<i>Social Influence (Pengaruh Sosial)</i>					
9	Tingkat dorongan dari pelanggan untuk menerima pembayaran via <i>QRIS</i>	330	425	77.6%	Tinggi
10	Tingkat pengaruh dari pelaku usaha lain dalam penggunaan <i>QRIS</i>	337	425	79.3%	Tinggi
11	Tingkat keyakinan bahwa <i>QRIS</i> layak untuk direkomendasikan kepada UMKM	336	425	79.1%	Tinggi
12	Tingkat keinginan merekomendasikan <i>QRIS</i> kepada pelaku usaha lainnya	342	425	80.5%	Tinggi
Total		1345	1700	79.1%	Tinggi
<i>Behavior Intentions (Intensitas Niat Perilaku)</i>					
13	Tingkat keinginan untuk tetap menggunakan <i>QRIS</i> sebagai salah satu metode pembayaran	337	425	79.3%	Tinggi
14	Tingkat keinginan untuk menggunakan <i>QRIS</i> secara jangka panjang	322	425	75.8%	Tinggi
Total		659	850	77.5%	Tinggi
Total Keseluruhan		4640	5950	78.0%	Tinggi

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Berdasarkan hasil rekapitulasi data yang disajikan dalam Tabel 4.22 mengenai penggunaan pembayaran digital *QRIS* oleh pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung, diperoleh persentase total sebesar 78,0%. Angka ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan tingkat pemanfaatan *QRIS* oleh pelaku UMKM berada dalam kategori tinggi, yang mencerminkan bahwa pelaku usaha telah menggunakan *QRIS* secara aktif dan merasakan manfaatnya dalam operasional bisnis sehari-hari.

Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas pelaku UMKM telah mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dalam sistem pembayaran. Penerapan *QRIS* dianggap sebagai solusi praktis yang membantu mempercepat transaksi, meminimalisir penggunaan uang tunai, dan meningkatkan akurasi dalam pencatatan keuangan. Hal ini pada gilirannya dapat mendukung pertumbuhan usaha, karena efisiensi operasional yang tercipta memungkinkan pelaku UMKM untuk fokus pada pengembangan usaha dan peningkatan layanan.

Indikator dengan skor tertinggi terdapat pada indikator “Tingkat kemudahan mencatat transaksi penjualan melalui *QRIS*” yang memperoleh skor 344 (80,9%) pada dimensi *Perceived Usefulness*. Temuan ini menunjukkan bahwa *QRIS* dianggap sangat membantu dalam pencatatan keuangan karena seluruh transaksi terekam otomatis dan rapi, sehingga pelaku usaha tidak perlu melakukan pencatatan manual secara terpisah.

Sebaliknya, indikator dengan skor terendah terdapat pada “Tingkat keamanan data dalam transaksi *QRIS*” yang memperoleh skor 306 (72,0%) pada dimensi *Perceived Credibility*. Hal ini mengindikasikan bahwa masih terdapat sebagian pelaku UMKM yang belum sepenuhnya yakin terhadap aspek keamanan sistem *QRIS*, terutama terkait perlindungan data saat melakukan transaksi.

Dengan demikian, meskipun secara umum *QRIS* sudah diterima dengan baik oleh pelaku UMKM, perlu adanya peningkatan edukasi dan sosialisasi mengenai sistem keamanan *QRIS* agar kepercayaan pengguna semakin meningkat dan pemanfaatan *QRIS* dapat lebih optimal ke depannya.

4.1.3.2 Gambaran Umum Variabel *E-commerce* (X2)

E-commerce merupakan seluruh aktivitas transaksi barang maupun jasa yang dilakukan secara *online* melalui internet atau media elektronik yang memungkinkan pelaku usaha dan konsumen untuk berinteraksi secara efisien tanpa

dibatasi oleh ruang dan waktu. Dalam penelitian ini, *e-commerce* diukur melalui lima dimensi utama, yaitu *Interface* (antarmuka), *Navigation* (navigasi), *Content* (isi), *Reliability* (keandalan), dan *Technical* (teknis). Kelima dimensi *E-commerce* tersebut kemudian menghasilkan 12 item pernyataan.

Adapun penjelasan terkait pengukuran dari indikator-indikator yang telah diteliti yang diuraikan sebagai berikut:

A. *Interface* (Antarmuka)

Tabel 4.23
Tingkat kejelasan teks dan informasi pada tampilan dashboard toko Anda

Keterangan	Frekuensi	Persentase %
Sangat Tinggi	24	28%
Tinggi	35	41%
Sedang	21	25%
Rendah	5	6%
Sangat Rendah	0	0%
Total	85	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung menilai tampilan informasi pada dashboard toko di platform *e-commerce* cukup jelas dan mudah dipahami. Berdasarkan Tabel 4.23, sebanyak 41% responden berada pada kategori tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa elemen visual dan informasi yang ditampilkan dalam *dashboard* toko telah mendukung kemudahan pelaku usaha dalam mengelola toko secara daring.

Tabel 4.24
Tingkat kerapian susunan menu dan ikon pada tampilan halaman toko

Keterangan	Frekuensi	Persentase %
Sangat Tinggi	22	26%
Tinggi	35	41%
Sedang	18	21%
Rendah	9	11%
Sangat Rendah	1	1%
Total	85	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung menilai tampilan menu dan ikon pada halaman toko *e-commerce* sudah tertata dengan baik. Berdasarkan Tabel 4.24, sebanyak 41% responden memberikan penilaian pada kategori tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa aspek tata letak visual pada

platform *e-commerce* cukup membantu pelaku usaha dalam mengakses dan mengelola fitur-fitur yang tersedia secara efisien.

B. *Navigation* (Navigasi)

Tabel 4.25
Tingkat kemudahan penggunaan fitur promosi atau iklan untuk menjangkau calon pelanggan baru

Keterangan	Frekuensi	Persentase %
Sangat Tinggi	20	24%
Tinggi	35	41%
Sedang	22	26%
Rendah	5	6%
Sangat Rendah	3	4%
Total	85	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung merasa fitur promosi dan iklan pada platform *e-commerce* cukup mudah digunakan. Berdasarkan Tabel 4.25, sebanyak 41% responden menilai kemudahan penggunaan fitur ini berada pada kategori tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa pelaku usaha mulai terbiasa memanfaatkan fitur promosi digital untuk memperluas jangkauan konsumen secara efektif.

Tabel 4.26
Tingkat kemudahan dalam berkomunikasi dengan pembeli

Keterangan	Frekuensi	Persentase %
Sangat Tinggi	26	31%
Tinggi	30	35%
Sedang	23	27%
Rendah	5	6%
Sangat Rendah	1	1%
Total	85	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung menilai bahwa komunikasi dengan pembeli melalui platform *e-commerce* sudah berjalan dengan cukup lancar. Berdasarkan Tabel 4.26, sebanyak 35% responden menyatakan tingkat kemudahan ini berada pada kategori tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa fitur komunikasi dalam aplikasi *e-commerce* cukup mendukung interaksi langsung antara penjual dan pembeli dalam proses transaksi.

C. Content (Isi)

Tabel 4.27
Tingkat kelengkapan fitur untuk mencantumkan informasi produk (seperti deskripsi, harga, dan stok)

Keterangan	Frekuensi	Persentase %
Sangat Tinggi	24	28%
Tinggi	40	47%
Sedang	14	16%
Rendah	6	7%
Sangat Rendah	1	1%
Total	85	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung juga menilai fitur untuk mencantumkan informasi produk di platform *e-commerce* sudah cukup lengkap. Berdasarkan Tabel 4.27, sebanyak 47% responden menempatkan penilaiannya pada kategori tinggi. Hal ini mencerminkan bahwa sistem yang tersedia memungkinkan pelaku usaha menyajikan informasi produk secara jelas dan rinci, yang penting untuk membantu konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

Tabel 4.28
Tingkat kemudahan dalam menambahkan berbagai informasi produk secara detail di platform *e-commerce*

Keterangan	Frekuensi	Persentase %
Sangat Tinggi	35	41%
Tinggi	27	32%
Sedang	17	20%
Rendah	5	6%
Sangat Rendah	1	1%
Total	85	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung merasa cukup mudah dalam menambahkan detail informasi produk secara digital. Tabel 4.28 menunjukkan bahwa 41% responden memilih kategori sangat tinggi, menandakan bahwa platform *e-commerce* memberikan kemudahan teknis bagi pelaku usaha dalam memperbarui atau menambahkan data produk seperti variasi menu, harga, dan ketersediaan stok secara fleksibel.

D. *Reliability* (Keandalan)

Tabel 4.29
Tingkat kestabilan sistem saat mengelola toko

Keterangan	Frekuensi	Persentase %
Sangat Tinggi	16	19%
Tinggi	37	44%
Sedang	26	31%
Rendah	5	6%
Sangat Rendah	1	1%
Total	85	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung menilai bahwa sistem pada platform *e-commerce* tergolong cukup stabil saat digunakan dalam operasional toko. Berdasarkan Tabel 4.29, sebanyak 44% responden berada pada kategori tinggi, yang menunjukkan bahwa kendala seperti gangguan sistem atau aplikasi yang lambat relatif jarang terjadi dan tidak terlalu menghambat proses pengelolaan toko daring.

Tabel 4.30
Tingkat ketanggapan platform saat menerima dan memproses pesanan dari pelanggan

Keterangan	Frekuensi	Persentase %
Sangat Tinggi	30	35%
Tinggi	33	39%
Sedang	14	16%
Rendah	5	6%
Sangat Rendah	3	4%
Total	85	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung merasa bahwa platform *e-commerce* yang mereka gunakan cukup tanggap dalam memproses pesanan yang masuk. Berdasarkan Tabel 4.30, sebanyak 39% responden menilai ketanggapan platform berada dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kecepatan sistem dalam merespons transaksi menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung kelancaran proses jual beli dan meningkatkan kepuasan konsumen.

E. *Technical* (Teknis)

Tabel 4.31
Tingkat kemudahan dalam mengatur stok, pesanan, dan pengiriman

Keterangan	Frekuensi	Persentase %
Sangat Tinggi	20	24%
Tinggi	39	46%
Sedang	19	22%
Rendah	6	7%
Sangat Rendah	1	1%
Total	85	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung merasa mudah dalam mengelola aspek teknis seperti stok barang, penerimaan pesanan, hingga pengaturan pengiriman. Tabel 4.31 menunjukkan bahwa 46% responden menyatakan tingkat kemudahan ini berada pada kategori tinggi, yang berarti platform *e-commerce* telah menyediakan sistem manajemen operasional yang memadai untuk mendukung efisiensi usaha mereka.

Tabel 4.32
Tingkat kecepatan sistem dalam memproses pesanan yang masuk

Keterangan	Frekuensi	Persentase %
Sangat Tinggi	31	36%
Tinggi	34	40%
Sedang	15	18%
Rendah	5	6%
Sangat Rendah	0	0%
Total	85	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung menilai bahwa sistem pada platform *e-commerce* memiliki kecepatan yang baik dalam memproses pesanan. Berdasarkan Tabel 4.32, sebanyak 40% responden berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa sistem cukup responsif sehingga mendukung kelancaran proses penjualan secara daring.

Tabel 4.33
Tingkat kemudahan mengakses dan mengelola toko melalui *smartphone*

Keterangan	Frekuensi	Persentase %
Sangat Tinggi	37	44%
Tinggi	30	35%
Sedang	13	15%
Rendah	4	5%
Sangat Rendah	1	1%
Total	85	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung menilai bahwa pengelolaan toko melalui *smartphone* sangat mudah dilakukan. Berdasarkan Tabel 4.33, sebanyak 44% responden memilih kategori sangat tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa platform *e-commerce* mendukung fleksibilitas pengelolaan toko secara *mobile* yang sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha.

Tabel 4.34
Tingkat kenyamanan saat menggunakan aplikasi platform melalui *smartphone*

Keterangan	Frekuensi	Persentase %
Sangat Tinggi	34	40%
Tinggi	36	42%
Sedang	10	12%
Rendah	4	5%
Sangat Rendah	1	1%
Total	85	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung merasa nyaman saat menggunakan aplikasi platform *e-commerce* melalui *smartphone*. Berdasarkan Tabel 4.34, sebanyak 42% responden memilih kategori tinggi. Hal ini mencerminkan bahwa tampilan, navigasi, dan performa aplikasi dirasakan *user-friendly* dan mendukung aktivitas usaha secara efisien.

Berdasarkan hasil dari uraian indikator-indikator yang telah dijabarkan diatas, maka dapat ditarik Kesimpulan terkait dengan rekapitulasi hasil penelitian sebagai berikut:

Tabel 4.35
Rekapitulasi Hasil Penelitian Variabel *E-commerce* (X2)

No	Indikator	Total Skor	Skor Ideal	Persentase	Ket
<i>Interface (Antarmuka)</i>					
1	Tingkat kejelasan teks dan informasi pada tampilan dashboard toko Anda.	333	425	78.4%	Tinggi
2	Tingkat kerapian susunan menu dan ikon pada tampilan halaman toko.	323	425	76.0%	Tinggi
Total		656	850	77.2%	Tinggi
<i>Navigation (Navigasi)</i>					
3	Tingkat kemudahan penggunaan fitur promosi atau iklan untuk menjangkau calon pelanggan baru	319	425	75.1%	Tinggi
4	Tingkat kemudahan dalam berkomunikasi dengan pembeli.	330	425	77.6%	Tinggi
Total		649	850	76.4%	Tinggi
<i>Content (Isi)</i>					
5	Tingkat kelengkapan fitur untuk mencantumkan informasi produk (seperti deskripsi, harga, dan stok).	335	425	78.8%	Tinggi
6	Tingkat kemudahan dalam menambahkan berbagai informasi produk secara detail di platform <i>e-commerce</i>	345	425	81.2%	Tinggi
Total		680	850	80.0%	Tinggi
<i>Reliability (Keandalan)</i>					
7	Tingkat kestabilan sistem saat mengelola toko.	327	425	76.9%	Tinggi
8	Tingkat ketanggapan platform saat menerima dan memproses pesanan dari pelanggan.	337	425	79.3%	Tinggi
Total		664	850	78.1%	Tinggi
<i>Technical (Teknis)</i>					

9	Tingkat kemudahan dalam mengatur stok, pesanan, dan pengiriman.	326	425	76.7%	Tinggi
10	Tingkat kecepatan sistem dalam memproses pesanan yang masuk.	346	425	81.4%	Tinggi
11	Tingkat kemudahan mengakses dan mengelola toko melalui smartphone.	353	425	83.1%	Tinggi
12	Tingkat kenyamanan saat menggunakan aplikasi platform melalui smartphone.	349	425	82.1%	Tinggi
Total		1374	1700	80.8%	Tinggi
Total Keseluruhan		4023	5100	78.9%	Tinggi

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Berdasarkan hasil rekapitulasi data yang disajikan dalam Tabel 4.35 mengenai pemanfaatan *e-commerce* oleh pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung, diperoleh persentase total sebesar 78,9%. Angka ini menunjukkan bahwa tingkat pemanfaatan *e-commerce* oleh pelaku UMKM berada dalam kategori tinggi, yang mencerminkan bahwa sebagian besar pelaku usaha telah menggunakan platform *e-commerce* secara aktif dalam mendukung aktivitas bisnis mereka.

Temuan ini menggambarkan bahwa pelaku UMKM telah mampu memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia dalam platform *e-commerce*, seperti pengelolaan toko, pencantuman informasi produk, hingga layanan transaksi berbasis digital. Penggunaan *e-commerce* memberikan keuntungan strategis dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat interaksi dengan konsumen. Hal ini tentu menjadi faktor penting dalam mendorong pertumbuhan usaha di tengah persaingan pasar yang semakin digital.

Indikator dengan skor tertinggi terdapat pada indikator “Tingkat kemudahan mengakses dan mengelola toko melalui smartphone” yang memperoleh skor 353 (83,1%) pada dimensi *Technical*. Hasil ini menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* melalui perangkat *mobile* sangat mendukung fleksibilitas dan kemudahan pengelolaan usaha, terutama dalam konteks usaha kuliner yang dinamis dan membutuhkan respons cepat.

Sebaliknya, indikator dengan skor terendah terdapat pada “Tingkat kemudahan penggunaan fitur promosi atau iklan untuk menjangkau calon pelanggan baru” yang memperoleh skor 319 (75,1%) pada dimensi *Navigation*. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun pelaku usaha telah menggunakan *e-commerce*, belum semua dapat mengoptimalkan fitur pemasaran digital yang tersedia untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk secara maksimal.

Dengan demikian, meskipun pemanfaatan *e-commerce* telah berada pada kategori tinggi, masih diperlukan peningkatan pelatihan dan pendampingan agar pelaku UMKM dapat lebih optimal dalam menggunakan seluruh fitur yang tersedia, khususnya dalam strategi promosi digital yang berdampak langsung terhadap peningkatan pertumbuhan usaha.

4.1.3.3 Gambaran Umum Variabel Pertumbuhan Usaha (Y)

Pertumbuhan usaha merupakan proses peningkatan aspek-aspek utama dalam bisnis secara berkelanjutan yang didukung oleh kestabilan keuangan serta pengelolaan manajemen yang baik. Dalam penelitian ini, pertumbuhan usaha diukur melalui empat dimensi utama, yaitu: Pertumbuhan Produksi, Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Pendapatan, dan Pertumbuhan Laba. Keempat dimensi Pertumbuhan Usaha tersebut menghasilkan 8 item pernyataan.

Adapun penjelasan terkait pengukuran dari indikator-indikator yang telah diteliti yang diuraikan sebagai berikut:

A. Pertumbuhan Produksi

Tabel 4.36
Tingkat peningkatan jumlah produk yang berhasil diproduksi berkat kemudahan pembayaran menggunakan *QRIS*

Keterangan	Frekuensi	Persentase %
Sangat Tinggi	36	42%
Tinggi	24	28%
Sedang	14	16%
Rendah	11	13%
Sangat Rendah	0	0%
Total	85	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung menilai bahwa penggunaan *QRIS* memberikan dampak terhadap peningkatan jumlah produksi. Berdasarkan Tabel 4.36, sebanyak 42% responden menyatakan pada

kategori sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan sistem pembayaran melalui *QRIS* memberikan efisiensi dalam proses transaksi yang mendukung kelancaran operasional produksi secara keseluruhan.

Tabel 4.37
Tingkat efisiensi proses produksi setelah menggunakan *e-commerce* dalam pengelolaan pesanan dan penjualan

Keterangan	Frekuensi	Persentase %
Sangat Tinggi	29	34%
Tinggi	33	39%
Sedang	19	22%
Rendah	4	5%
Sangat Rendah	0	0%
Total	85	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung menilai penggunaan *e-commerce* memberikan kontribusi dalam efisiensi proses produksi mereka. Berdasarkan Tabel 4.37, sebanyak 39% responden memilih kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan pesanan dan penjualan melalui platform digital memudahkan pelaku usaha dalam merencanakan dan menyesuaikan produksi dengan permintaan pasar secara lebih akurat dan efisien.

B. Pertumbuhan Penjualan

Tabel 4.38
Tingkat peningkatan jumlah produk yang terjual setelah usaha menerima pembayaran dengan *QRIS*

Keterangan	Frekuensi	Persentase %
Sangat Tinggi	22	26%
Tinggi	31	36%
Sedang	23	27%
Rendah	9	11%
Sangat Rendah	0	0%
Total	85	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung menyatakan bahwa penggunaan *QRIS* berdampak positif terhadap peningkatan penjualan. Berdasarkan Tabel 4.38, sebanyak 36% responden berada pada kategori tinggi. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemudahan dan kecepatan dalam proses pembayaran melalui *QRIS* turut mendorong konsumen untuk lebih nyaman bertransaksi, sehingga meningkatkan potensi penjualan bagi pelaku usaha.

Tabel 4.39
Tingkat peningkatan jumlah pelanggan yang membeli produk melalui platform *e-commerce*

Keterangan	Frekuensi	Persentase %
Sangat Tinggi	22	26%
Tinggi	38	45%
Sedang	21	25%
Rendah	4	5%
Sangat Rendah	0	0%
Total	85	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung merasakan peningkatan jumlah pelanggan yang membeli produk melalui platform *e-commerce*. Berdasarkan Tabel 4.39, sebanyak 45% responden menyatakan tingkat peningkatan pelanggan berada pada kategori tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* secara signifikan membantu pelaku usaha dalam menjangkau lebih banyak konsumen secara daring, khususnya mahasiswa yang cenderung memilih layanan praktis dan cepat.

C. Pertumbuhan Pendapatan

Tabel 4.40
Tingkat pertumbuhan pendapatan usaha setelah memanfaatkan *e-commerce* sebagai sarana penjualan

Keterangan	Frekuensi	Persentase %
Sangat Tinggi	25	29%
Tinggi	32	38%
Sedang	20	24%
Rendah	6	7%
Sangat Rendah	2	2%
Total	85	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung menilai bahwa *e-commerce* berkontribusi terhadap pertumbuhan pendapatan usaha mereka. Berdasarkan Tabel 4.40, sebanyak 38% responden memilih kategori tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa pemanfaatan platform digital tidak hanya memperluas jangkauan pasar, tetapi juga berdampak nyata terhadap peningkatan pendapatan usaha.

Tabel 4.41
Tingkat kestabilan pendapatan usaha sejak menerima transaksi dengan sistem pembayaran *QRIS*

Keterangan	Frekuensi	Persentase %
Sangat Tinggi	26	31%
Tinggi	38	45%
Sedang	16	19%
Rendah	5	6%
Sangat Rendah	0	0%
Total	85	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung merasa lebih stabil secara pendapatan sejak menerima pembayaran menggunakan *QRIS*. Berdasarkan Tabel 4.41, sebanyak 45% responden menyatakan bahwa kestabilan pendapatan mereka berada dalam kategori tinggi. Ini menunjukkan bahwa *QRIS* memberikan pencatatan arus kas yang lebih teratur sehingga mendukung perencanaan keuangan usaha secara lebih efektif.

D. Pertumbuhan Laba

Tabel 4.42
Tingkat pertumbuhan laba bersih yang dirasakan setelah menggunakan *e-commerce* untuk memperluas pasar

Keterangan	Frekuensi	Persentase %
Sangat Tinggi	30	35%
Tinggi	35	41%
Sedang	16	19%
Rendah	4	5%
Sangat Rendah	0	0%
Total	85	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung merasakan adanya pertumbuhan laba bersih setelah memanfaatkan *e-commerce* untuk memperluas jangkauan pasar. Berdasarkan Tabel 4.42, sebanyak 41% responden berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* telah memberikan dampak yang positif terhadap peningkatan profitabilitas usaha, karena akses pasar yang lebih luas turut meningkatkan volume penjualan dan efisiensi pemasaran.

Tabel 4.43
Tingkat efisiensi usaha dalam menghasilkan keuntungan setelah beralih ke pembayaran digital QRIS

Keterangan	Frekuensi	Persentase %
Sangat Tinggi	27	32%
Tinggi	35	41%
Sedang	17	20%
Rendah	6	7%
Sangat Rendah	0	0%
Total	85	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung menilai bahwa penggunaan QRIS membantu meningkatkan efisiensi dalam menghasilkan keuntungan. Berdasarkan Tabel 4.43, sebanyak 41% responden menyatakan tingkat efisiensi berada pada kategori tinggi. Temuan ini mencerminkan bahwa pembayaran digital mampu menyederhanakan proses transaksi, mengurangi potensi kebocoran kas, dan mempercepat arus kas, sehingga mendukung efisiensi operasional usaha yang pada akhirnya berdampak pada pertumbuhan laba.

Berdasarkan hasil dari uraian indikator-indikator yang telah dijabarkan diatas, maka dapat ditarik Kesimpulan terkait dengan rekapitulasi hasil penelitian sebagai berikut:

Tabel 4.44
Rekapitulasi Hasil Penelitian Variabel Pertumbuhan Usaha (Y)

No	Indikator	Total Skor	Skor Ideal	Persentase	Ket
Pertumbuhan Produksi					
1	Tingkat peningkatan jumlah produk yang berhasil diproduksi berkat kemudahan pembayaran menggunakan QRIS	340	425	80.0%	Tinggi
2	Tingkat efisiensi proses produksi setelah menggunakan e-commerce dalam pengelolaan pesanan dan penjualan	342	425	80.5%	Tinggi
Total		682	850	80.2%	Tinggi
Pertumbuhan Penjualan					

3	Tingkat peningkatan jumlah produk yang terjual setelah usaha menerima pembayaran dengan <i>QRIS</i>	321	425	75.5%	Tinggi
4	Tingkat peningkatan jumlah pelanggan yang membeli produk melalui platform <i>e-commerce</i>	333	425	78.4%	Tinggi
Total		654	850	76.9%	Tinggi
Pertumbuhan Pendapatan					
5	Tingkat pertumbuhan pendapatan usaha setelah memanfaatkan <i>e-commerce</i> sebagai sarana penjualan	327	425	76.9%	Tinggi
6	Tingkat kestabilan pendapatan usaha sejak menerima transaksi dengan sistem pembayaran <i>QRIS</i>	340	425	80.0%	Tinggi
Total		667	850	78.5%	Tinggi
Pertumbuhan Laba					
7	Tingkat pertumbuhan laba bersih yang dirasakan setelah menggunakan <i>e-commerce</i> untuk memperluas pasar	346	425	81.4%	Tinggi
8	Tingkat efisiensi usaha dalam menghasilkan keuntungan setelah beralih ke pembayaran digital <i>QRIS</i>	338	425	79.5%	Tinggi
Total		684	850	80.5%	Tinggi
Total Keseluruhan		2687	3400	79.0%	Tinggi

Sumber : Hasil Pengolahan Data. 2025

Berdasarkan hasil rekapitulasi data yang ditampilkan pada Tabel 4.44 mengenai tingkat pertumbuhan usaha pelaku UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung, diperoleh total persentase sebesar 79,0%. Angka ini menunjukkan bahwa tingkat pertumbuhan usaha secara keseluruhan berada dalam kategori tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar pelaku UMKM merasakan dampak positif dari penerapan teknologi digital seperti *QRIS* dan *e-commerce* terhadap perkembangan usaha mereka.

Peningkatan ini mencakup berbagai aspek seperti produksi, penjualan, pendapatan, hingga laba usaha. Penggunaan *QRIS* terbukti mampu mempercepat proses transaksi dan pencatatan keuangan, sedangkan *e-commerce* membantu memperluas jangkauan pasar serta efisiensi pengelolaan usaha secara daring. Kedua teknologi ini saling melengkapi dan berkontribusi terhadap kemajuan operasional dan kinerja UMKM.

Indikator dengan skor tertinggi terdapat pada “Tingkat pertumbuhan laba bersih yang dirasakan setelah menggunakan *e-commerce* untuk memperluas pasar” yang memperoleh skor 346 (81,4%) pada dimensi Pertumbuhan Laba. Hal ini menandakan bahwa sebagian besar pelaku usaha merasakan peningkatan keuntungan setelah memanfaatkan *e-commerce* sebagai saluran penjualan.

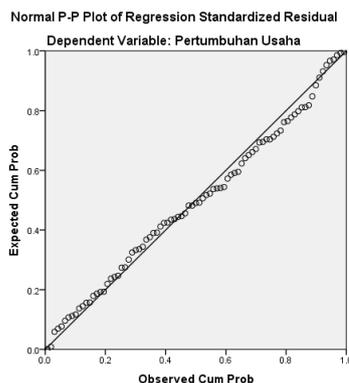
Sebaliknya, indikator dengan skor terendah adalah “Tingkat peningkatan jumlah produk yang terjual setelah usaha menerima pembayaran dengan *QRIS*” yang memperoleh skor 321 (75,5%) pada dimensi Pertumbuhan Penjualan. Meskipun demikian, kategori yang dicapai tetap tergolong tinggi, menunjukkan bahwa *QRIS* tetap memberikan kontribusi terhadap peningkatan penjualan, meskipun tidak sebesar pengaruh *e-commerce* dalam memperluas pasar.

Dengan demikian, hasil ini mengonfirmasi bahwa penggunaan pembayaran digital dan *e-commerce* memiliki hubungan yang positif terhadap pertumbuhan usaha UMKM kuliner, terutama dalam aspek efisiensi operasional dan perluasan pasar yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan pendapatan dan laba usaha.

4.1.4 Hasil Pengujian Statistika

4.1.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan bahwa variabel yang diteliti memiliki distribusi data dengan asumsi normal atau tidak. Jika data tersebar diantara garis diagonal dari sudut kiri hingga sudut kanan atas maka dikatakan terdistribusi normal. Peneliti menggunakan bantuan *software SPSS 29.0 for Windows* untuk melakukan pengujian normalitas. Sebelumnya, peneliti telah mentransformasi data dari ordinal menjadi interval dengan menggunakan *Method Succesive Interval (MSI)*. Adapun terlampir grafik *p-plot* yang telah berhasil dilakukan pengolahan statistik oleh penulis:



Gambar 4.1 Uji Normalitas *P*-plot

Sumber: Hasil Pengolahan Data Menggunakan Software SPSS 29.0 for Windows

Gambar 4.1 menunjukkan grafik diagonal hasil uji normalitas yang mengindikasikan bahwa titik-titik data tersebar mengikuti garis dan membentuk pola yang sejajar dengan garis diagonal dari sudut kiri bawah ke sudut kanan atas. Dengan demikian, disimpulkan bahwa data tersebut memenuhi asumsi normalitas yang artinya memiliki distribusi normal.

Untuk mendukung data hasil uji normalitas, maka selanjutnya dilakukan pengujian menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov Test*. Jika hasil nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka dinyatakan tidak memenuhi distribusi normal, namun jika nilai signifikansinya lebih dari 0,05 maka dinyatakan memenuhi distribusi normal. Berikut terlampir hasil pengujian *Kolmogorov-Smirnov Test*:

Tabel 4.45
Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov Test*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.61392333
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.061
	Negative	-.041
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil Pengolahan Data Menggunakan Software SPSS 29.0 for Windows

Merujuk pada tabel 4.45, maka dapat disimpulkan bahwa signifikansi yang diperoleh bernilai 0,200. Dapat ditarik Kesimpulan bahwa data yang diteliti memiliki distribusi normal, karena signifikansi melebihi nilai 0,05 ($0,200 > 0,05$).

4.1.4.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk melihat adanya hubungan linear yang signifikan antara variabel bebas dalam penelitian. Jika terdapat tingkat multikolinieritas yang tinggi, maka hasilnya akan timbul kesulitan dalam memisahkan pengaruh pada masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya. Berikut terlampir hasil dari uji Multikolinieritas:

Tabel 4.46
Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	QRIS	.185	5.405
	E-Commerce	.185	5.405

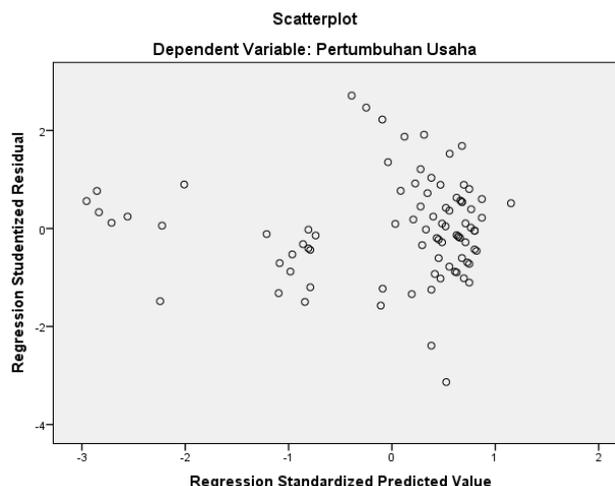
a. Dependent Variable: Pertumbuhan Usaha

Sumber: Hasil Pengolahan Data Menggunakan Software SPSS 29.0 for Windows
Hasil pengujian Multikolinieritas yang terlampir pada tabel 4.46, diperoleh dengan menggunakan dua parameter yaitu, *Tolerance* yang digunakan untuk mengevaluasi tingkat korelasi antara variabel independent, dan *Variance Inflation Factor (VIF)* yang digunakan untuk mengukur tingkat multikolinieritas. Berdasarkan hasil pengujian, nilai *Tolerance* memiliki nilai sebesar $0,185 > 0,10$ dan nilai *VIF* sebesar $5.405 < 10.00$. Dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat indikasi adanya multikolinieritas antara variabel-variabel independent yang diuji.

4.1.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengidentifikasi adanya ketidakhomogenan pada variasi residual yang nantinya akan mengakibatkan tidak efisiensinya estimasi parameter regresi. Heteroskedastisitas terjadi ketika adanya hubungan yang signifikan pada tingkat signifikansi 5% antara koefisien korelasi dari variabel bebas. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode *scatter plot* untuk memvisualisasikan nilai prediksi variabel terikat yaitu SRESID terhadap *residual error* yaitu ZPRED. Suatu model regresi dikatakan baik jika *scatter plot* residualnya tidak menggambarkan pola tertentu, seperti terkumpul ditengah dan titik data terdistribusi disekitar nol pada sumbu Y. Berikut terlampir hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode *scatter plot*:

Gambar 4.2
Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil Pengolahan Data Menggunakan Software SPSS 29.0 for Windows

Gambar 4.2 menunjukkan hasil pengujian heteroskedastisitas melalui metode scatter plot. Berdasarkan penyebaran titik-titik pada grafik, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak di atas dan di bawah garis nol pada sumbu Y, tanpa membentuk pola tertentu. Hal ini mengindikasikan tidak adanya gejala heteroskedastisitas dalam model regresi, sehingga asumsi klasik heteroskedastisitas terpenuhi. Untuk mendukung data hasil uji heteroskedastisitas, maka selanjutnya dilakukan pengujian menggunakan Uji *Glejser*. Uji *Glejser* adalah metode untuk menguji heteroskedastisitas dalam model regresi linear dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka model regresi tidak menunjukkan indikasi heteroskedastisitas. Berikut terlampir hasil Uji *Glejser*:

Tabel 4.47
Uji *Glejser*

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.827	1.186		1.541	.127
QRIS	.089	.049	.458	1.819	.073
E-Commerce	-.100	.056	-.450	-1.788	.078

a. Dependent Variable: ABRESID

Sumber: Hasil Pengolahan Data Menggunakan Software SPSS 29.0 for Windows

Uji *Glejser* yang ditunjukkan pada tabel 4.47 memperlihatkan nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel Pembayaran Digital (X1) sebesar 0,073 dan untuk variabel *E-commerce* (X2) sebesar 0,078. Karena kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara nilai residual absolut dengan variabel independen. Dengan demikian, model regresi ini tidak mengandung gejala heteroskedastisitas.

4.1.4.4 Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan mempelajari dan menggambarkan keterkaitan antara variabel independen dan dependen, serta sejauh mana kekuatan keterkaitan tersebut. Metode Pearson Product Moment digunakan pada penelitian ini untuk analisis korelasi, bertujuan untuk menganalisis hubungan atau keterkaitan antara Pembayaran Digital (X1), dan Pertumbuhan Usaha (Y), serta keterkaitan antara variabel *E-commerce* (X2) dan Pertumbuhan Usaha (Y). Maka dari itu, peneliti melakukan analisis korelasi menggunakan *software SPSS 29.0 for Windows*. Sebelumnya, peneliti telah mentransformasi data yang berasal dari skala ordinal ke interval melalui *Method Succesive Interval (MSI)*. Berikut adalah hasil dari metode *Pearson Product Moment*:

Tabel 4.48
Output Korelasi

		QRIS	E-Commerce	Pertumbuhan Usaha
QRIS	Pearson Correlation	1	.903**	.846**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	85	85	85
E-Commerce	Pearson Correlation	.903**	1	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	85	85	85
Pertumbuhan Usaha	Pearson Correlation	.846**	.828**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	85	85	85

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

Sumber: Hasil Pengolahan Data Menggunakan Software SPSS 29.0 for Windows

Mengacu pada tabel 4.48, menunjukkan informasi terkait korelasi antara Pembayaran Digital dan Pertumbuhan Usaha dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi yang diperoleh lebih rendah dari nilai tingkat signifikansi yang diambil sebesar 0,05 toleransi kesalahan ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian, disimpulkan terdapat hubungan yang signifikan antara Pembayaran Digital dan Pertumbuhan Usaha.

Selanjutnya, koefisien korelasi antara *E-commerce* dan Pertumbuhan Usaha diperoleh tingkat signifikansi bernilai 0,000. Nilai signifikansi yang diperoleh lebih rendah dari nilai tingkat signifikansi yang diambil sebesar 0,05 toleransi kesalahan ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian, disimpulkan terdapat hubungan yang signifikan antara *E-commerce* dan Pertumbuhan Usaha.

Untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel tersebut, maka dilakukan perbandingan nilai koefisien korelasi 0,846 dan 0,828 dengan interpretasi nilai koefisien pada interval koefisien yang terlampir:

Tabel 4.49
Interpretasi Nilai r

Besarnya Nilai r	Interpretasi
Antara 0,800 – 1,000	Sangat Tinggi
Antara 0,600 – 0,800	Tinggi
Antara 0,400 – 0,600	Sedang
Antara 0,200 – 0,400	Rendah
Antara 0,000 – 0,200	Sangat Rendah

Menurut hasil pengolahan dan analisis data, diperoleh nilai koefisien korelasi antara Pembayaran Digital dan Pertumbuhan Usaha berjumlah 0,846. Maka dalam interpretasi nilai 0,846 berada dalam interval 0,800 – 1,000 yang menunjukkan terdapat tingkat hubungan yang sangat tinggi antara kedua variabel tersebut.

Berikutnya, diperoleh nilai koefisien korelasi antara *E-commerce* dan Pertumbuhan Usaha berjumlah 0,828. Maka dalam interpretasi nilai 0,828 berada dalam interval 0,800 – 1,000 yang menunjukkan terdapat tingkat hubungan yang sangat tinggi antara kedua variabel tersebut.

Dengan adanya nilai korelasi yang positif ditarik kesimpulan bahwa semakin tinggi tingkat Pembayaran Digital dan *E-commerce* maka Pertumbuhan Usaha UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung juga akan semakin meningkat.

4.1.4.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengestimasi koefisien regresi yang akan digunakan untuk mengevaluasi pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Analisis regresi linear berganda dapat

memprediksi perubahan nilai variabel dependen ketika nilai variabel independen ditingkatkan atau dikurangi. Hasil output analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

Tabel 4.50
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.987	1.841		2.165	.033
	QRIS	.309	.076	.535	4.068	.000
	E-Commerce	.228	.087	.345	2.625	.010

a. Dependent Variable: Pertumbuhan Usaha

Sumber: Hasil Pengolahan Data Menggunakan Software SPSS 29.0 for Windows

Berdasarkan tabel di atas, persamaan regresi linear berganda dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = 3.987a + 0.309X_1 + 0.228X_2$$

Dari model regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) sebesar 3.987 menunjukkan bahwa apabila variabel Pembayaran Digital (X_1) dan *E-Commerce* (X_2) bernilai nol atau konstan, maka pertumbuhan usaha UMKM (Y) akan tetap sebesar 3.987.
2. Nilai koefisien regresi Pembayaran Digital (X_1) sebesar 0.309 bernilai positif dengan Sig. $0.000 < 0.05$, artinya setiap kenaikan satu satuan penggunaan *QRIS* akan meningkatkan pertumbuhan usaha UMKM sebesar 0.309 satuan, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.
3. Nilai koefisien regresi *E-Commerce* (X_2) sebesar 0.228 bernilai positif dengan Sig. $0.010 < 0.05$, artinya setiap kenaikan satu satuan pemanfaatan *OFD* akan meningkatkan pertumbuhan usaha UMKM sebesar 0.228 satuan, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

Selain itu, dilihat dari nilai Standardized Coefficients (Beta), variabel Pembayaran Digital memiliki pengaruh paling dominan ($\beta = 0.535$) terhadap pertumbuhan usaha UMKM dibandingkan *E-Commerce* ($\beta = 0.345$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa baik *QRIS* maupun *OFD* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan usaha UMKM, dengan *QRIS* sebagai faktor yang paling dominan.

4.1.4.6 Uji Hipotesis

Uji F dan uji t adalah metode yang digunakan untuk uji hipotesis pada penelitian ini. Uji F bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independent secara bersamaan terhadap variabel dependen berdasarkan hasil analisis korelasi berganda. Pengujian ini, menggunakan *software SPSS 29.0 for Windows*. Berikut lampiran yang diperoleh:

A. Pengaruh Pembayaran Digital dan *E-commerce* terhadap Pertumbuhan Usaha Secara Simultan

Tabel 4.51
Nilai Signifikansi Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1616.250	2	808.125	115.459	.000 ^b
	Residual	573.938	82	6.999		
	Total	2190.188	84			

a. Dependent Variable: Pertumbuhan Usaha

b. Predictors: (Constant), E-Commerce, QRIS

Sumber: Hasil Pengolahan Data Menggunakan Software SPSS 29.0 for Windows

Merujuk hasil analisis data yang tersaji pada tabel 4.50 diperoleh nilai F-hitung sebesar 115,459 yang lebih besar dari nilai F-tabel sebesar 3,11 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 atau lebih rendah dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Pembayaran Digital dan *E-commerce* terhadap Pertumbuhan Usaha.

Berikutnya untuk mengetahui besar dari pengaruh antara Pembayaran Digital dan *E-commerce* terhadap Pertumbuhan Usaha sebagai berikut:

Tabel 4.52
Koefisien Korelasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.859 ^a	.738	.732	2.6456

a. Predictors: (Constant), E-Commerce, QRIS

b. Dependent Variable: Pertumbuhan Usaha

Sumber: Hasil Pengolahan Data Menggunakan Software SPSS 29.0 for Windows

Merujuk pada hasil pengolahan data tabel 4.51, diperoleh koefisien korelasi variabel Pembayaran Digital dan *E-commerce* terhadap Pertumbuhan Usaha

bernilai 0,859. Nilai ini berada dalam rentang 0,800 – 1,000 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa Pembayaran Digital dan *E-commerce* memiliki korelasi yang sangat tinggi terhadap Pertumbuhan Usaha.

Lebih lanjut, terkait dengan nilai *Adjusted R-Square* yang semakin mendekati nilai 1 menunjukkan bahwa semakin besar pengaruh yang terjadi. Dalam penelitian ini diperoleh hasil *Adjusted R-Square* sebesar 0,732. Ini mencerminkan Pertumbuhan Usaha UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung dipengaruhi oleh Pembayaran Digital dan *E-commerce* sebesar 73,2%.

Berikutnya dilakukan uji t yang bertujuan mengetahui pengaruh parsial (masing-masing) dari variabel yaitu Pembayaran Digital dan *E-commerce* terhadap Pertumbuhan Usaha. Berikut terlampir hasil dari uji t:

Tabel 4.53
Nilai Signifikansi Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.987	1.841		2.165	.033
	QRIS	.309	.076	.535	4.068	.000
	E-Commerce	.228	.087	.345	2.625	.010

a. Dependent Variable: Pertumbuhan Usaha

Sumber: Hasil Pengolahan Data Menggunakan Software SPSS 29.0 for Windows

B. Pengaruh Pembayaran Digital terhadap Pertumbuhan Usaha Secara Parsial

Pada tabel 4.52, dapat diketahui nilai signifikansi Pembayaran Digital sebesar 0,000 yaitu lebih rendah dari 0,05 ($0,001 < 0,05$). Dapat ditarik Kesimpulan bahwa Terdapat pengaruh antara Pembayaran Digital terhadap Pertumbuhan Usaha. Besarnya pengaruh adalah $(0,535)^2 = 0,286 = 29\%$ dan sisanya 71% dipengaruhi oleh faktor lain.

C. Pengaruh *E-commerce* terhadap Pertumbuhan Usaha Secara Parsial

Pada tabel 4.52, dapat diketahui nilai signifikansi *E-commerce* sebesar 0,01 yaitu lebih rendah dari 0,05 ($0,01 < 0,05$). Dapat ditarik Kesimpulan bahwa Terdapat pengaruh antara *E-commerce* terhadap Pertumbuhan Usaha. Besarnya pengaruh adalah $(0,345)^2 = 0,119 = 12\%$ dan sisanya 88% dipengaruhi oleh faktor lain.

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

4.2.1 Pembahasan dan Pengaruh Pembayaran Digital terhadap Pertumbuhan Usaha UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung

Pembayaran digital merupakan sistem pembayaran yang dirancang untuk memfasilitasi transaksi barang atau jasa secara elektronik melalui jaringan internet (Bhuiyan et al., 2025). Salah satu bentuk nyata dari pembayaran digital yang saat ini banyak digunakan di Indonesia adalah *QRIS* (*Quick Response Code Indonesian Standard*), yang dikembangkan oleh Bank Indonesia untuk menyatukan berbagai metode pembayaran digital ke dalam satu standar kode *QR* yang dapat digunakan oleh semua penyedia jasa sistem pembayaran.

Dalam penelitian ini, variabel Pembayaran Digital diukur melalui lima dimensi, yaitu: *Perceived Ease of Use* (kemudahan penggunaan), *Perceived Usefulness* (manfaat), *Perceived Credibility* (kredibilitas), *Social Influence* (pengaruh sosial), dan *Behavior Intentions* (niat perilaku). Kelima dimensi tersebut terdiri dari 14 item pernyataan yang digunakan untuk mengukur persepsi dan pengalaman pelaku UMKM terhadap penggunaan *QRIS* dalam kegiatan bisnis mereka.

Berdasarkan hasil analisis dari rekapitulasi data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 85 pelaku UMKM Kuliner di lingkungan kampus Kota Bandung, diperoleh total skor sebesar 4640 dari skor ideal 5950 atau setara dengan 78,0%. Persentase ini berada pada kategori tinggi, yang mengindikasikan bahwa mayoritas pelaku UMKM telah memanfaatkan *QRIS* secara aktif dan merasakan manfaatnya dalam menunjang operasional usaha mereka.

Indikator dengan skor tertinggi terdapat pada indikator "Tingkat kemudahan mencatat transaksi penjualan melalui *QRIS*" yang memperoleh skor 344 atau 80,9%. Hal ini menunjukkan bahwa fitur otomatisasi pencatatan transaksi dari *QRIS* sangat membantu pelaku usaha dalam mengelola laporan keuangan secara akurat dan efisien. Sebaliknya, indikator dengan skor terendah terdapat pada "Tingkat keamanan data dalam transaksi *QRIS*" dengan skor 306 atau 72,0%. Ini mengindikasikan bahwa masih terdapat sebagian pelaku UMKM yang belum sepenuhnya yakin terhadap aspek keamanan data dalam penggunaan *QRIS*.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa *QRIS* sebagai bentuk pembayaran digital telah memberikan dampak positif terhadap kegiatan usaha UMKM, terutama dalam meningkatkan efisiensi operasional dan transparansi transaksi. Penggunaan *QRIS* tidak hanya mempermudah proses pembayaran, tetapi juga mendukung pertumbuhan usaha karena pelaku UMKM dapat lebih fokus dalam pengembangan strategi bisnis dan pelayanan konsumen.

Adapun berdasarkan hasil uji statistik yang telah dilakukan, diperoleh nilai sebesar 0.846 dengan signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel pembayaran digital dan pertumbuhan usaha UMKM kuliner di lingkungan kampus Kota Bandung. Artinya, semakin tinggi penggunaan dan pemahaman terhadap sistem pembayaran digital seperti *QRIS*, maka semakin besar pula kontribusinya terhadap peningkatan pertumbuhan usaha UMKM tersebut.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan temuan sebelumnya yang mendukung dampak positif dari penggunaan *QRIS* terhadap pertumbuhan usaha UMKM. Penelitian yang dilakukan oleh (Muslimawati, 2024) menyatakan bahwa penggunaan *QRIS* terbukti meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, dan meningkatkan transparansi keuangan UMKM. Hal ini juga diperkuat oleh hasil penelitian (Hutagalung et al., 2021) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan *QRIS* terhadap keberhasilan usaha UMKM di Pematangsiantar.

Selain itu, penelitian oleh (Rifani, 2023) di Kota Parepare menemukan bahwa *QRIS* secara signifikan memudahkan pelaku UMKM dalam menerima pembayaran secara cepat, praktis, dan aman. *QRIS* juga dinilai sangat membantu dalam pencatatan otomatis transaksi keuangan, sehingga mempercepat proses pembukuan dan meminimalisir kesalahan pencatatan manual. Temuan ini menunjukkan bahwa *QRIS* bukan hanya sebagai alat pembayaran, tetapi juga sebagai sarana efisiensi administrasi keuangan yang mendukung pertumbuhan usaha.

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh (Rifani, 2023) di Provinsi Banten turut menunjukkan bahwa implementasi *QRIS* memberikan dampak positif dalam mendukung perkembangan usaha UMKM. *QRIS* mempercepat proses transaksi,

mempermudah pencatatan hasil usaha, serta meningkatkan daya tarik konsumen terhadap layanan bisnis yang lebih modern dan efisien. Penerapan *QRIS* juga membantu menjaga keamanan pendapatan dan meningkatkan inklusi keuangan digital di kalangan pelaku usaha kecil dan menengah.

Dengan demikian, berbagai hasil penelitian terdahulu semakin memperkuat bahwa sistem pembayaran digital berbasis *QRIS* berperan penting dalam mendorong efisiensi transaksi, transparansi keuangan, dan pertumbuhan usaha UMKM. Konsistensi temuan ini mengindikasikan bahwa implementasi *QRIS* di lingkungan kampus Kota Bandung memiliki fondasi teoritis dan empiris yang kuat sebagai strategi modernisasi sistem pembayaran UMKM di era digital.

4.2.2 Pembahasan dan Pengaruh *E-commerce* terhadap Pertumbuhan Usaha UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung

E-commerce merupakan aktivitas perdagangan barang atau jasa secara elektronik melalui jaringan internet, yang memungkinkan pelaku usaha untuk melakukan transaksi bisnis tanpa batasan geografis (Ausat et al., 2022). Melalui platform digital ini, UMKM dapat menjangkau konsumen yang lebih luas, mempercepat proses penjualan, serta meningkatkan efisiensi dalam operasional usahanya.

Dalam penelitian ini, variabel *E-commerce* diukur melalui lima dimensi, yaitu: *Interface* (antarmuka), *Navigation* (navigasi), *Content* (isi), *Reliability* (keandalan), dan *Technical* (teknis). Kelima dimensi tersebut terdiri dari total 12 item pernyataan yang mengukur pengalaman dan persepsi pelaku UMKM kuliner dalam menggunakan *e-commerce* sebagai sarana penjualan.

Berdasarkan hasil analisis dari rekapitulasi data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 85 pelaku UMKM Kuliner di lingkungan kampus Kota Bandung, diperoleh total skor sebesar 4023 dari skor ideal 5100, atau setara dengan 78,9%, yang tergolong dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelaku UMKM telah memanfaatkan platform *e-commerce* secara aktif dan merasakan dampak positifnya terhadap pengelolaan dan pertumbuhan usaha mereka.

Indikator dengan skor tertinggi terdapat pada “Tingkat kemudahan mengakses dan mengelola toko melalui smartphone” dengan skor 353 atau 83,1%, berada pada dimensi *Technical*. Hal ini mencerminkan bahwa kemudahan akses

dan fleksibilitas dalam mengelola toko secara mobile menjadi salah satu keunggulan utama dari *e-commerce* yang sangat dirasakan manfaatnya oleh para pelaku UMKM. Sebaliknya, indikator dengan skor terendah berada pada “Tingkat kemudahan penggunaan fitur promosi atau iklan untuk menjangkau calon pelanggan baru” dengan skor 319 atau 75,1%, yang termasuk ke dalam dimensi *Navigation*. Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian pelaku usaha masih menghadapi kendala dalam mengoptimalkan fitur promosi digital, baik karena keterbatasan pengetahuan teknis maupun strategi pemasaran digital yang belum maksimal.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *e-commerce* berkontribusi positif terhadap penguatan daya saing dan pertumbuhan usaha UMKM kuliner. *E-commerce* mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta memberikan kemudahan dalam pengelolaan toko dan data penjualan secara digital. Penerapan teknologi ini juga mendukung pelaku UMKM untuk lebih adaptif terhadap perubahan perilaku konsumen yang semakin digital.

Berdasarkan hasil uji statistik, diperoleh nilai sebesar 0,828 dengan signifikansi 0,01, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 ($0,01 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel *e-commerce* dan pertumbuhan usaha UMKM kuliner di lingkungan kampus Kota Bandung. Artinya, semakin tinggi tingkat pemanfaatan *e-commerce* oleh pelaku UMKM, maka semakin besar pula kontribusinya terhadap pertumbuhan dan pengembangan usaha mereka.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan (Hairunnisa et al., 2024), yang menyatakan bahwa adopsi *e-commerce* berkontribusi signifikan dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi UMKM melalui peningkatan penjualan, efisiensi operasional, dan inovasi model bisnis. Penelitian ini juga diperkuat oleh hasil penelitian dari (Saroyo, 2023), yang menyatakan bahwa *e-commerce* membantu pelaku UMKM untuk meningkatkan pendapatan melalui promosi dan distribusi digital yang lebih luas dan efisien.

Selain itu, (Novianty et al., 2025) dalam tinjauan literturnya juga mengungkapkan bahwa *e-commerce* memiliki peran penting dalam meningkatkan pendapatan, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan efisiensi operasional

UMKM. Penelitian tersebut menekankan bahwa konektivitas digital yang terjalin antara pelaku usaha dan konsumen melalui *e-commerce* menciptakan sistem transaksi yang lebih praktis dan adaptif terhadap dinamika pasar. Namun, mereka juga menyoroti pentingnya dukungan pemerintah dalam bentuk pelatihan dan peningkatan literasi digital untuk memaksimalkan pemanfaatan *e-commerce* oleh pelaku UMKM.

Sementara itu, (Berliana & Ompusunggu, 2023) menegaskan bahwa pemanfaatan *e-commerce* pada era industri 4.0 menjadi langkah strategis yang tak terelakkan bagi UMKM. Dalam kajiannya, *e-commerce* tidak hanya mempermudah pelaku UMKM dalam menjangkau pasar baru, tetapi juga membantu mereka tetap bertahan dan berkembang di tengah disrupsi digital. Mereka menyimpulkan bahwa *e-commerce* berperan langsung dalam mendorong pertumbuhan usaha melalui peningkatan skala produksi dan akses pasar global, serta berpotensi memperkuat daya saing UMKM Indonesia di kancah internasional.

Dengan demikian, berdasarkan berbagai temuan tersebut, dapat dikatakan bahwa hasil penelitian ini relevan dan didukung oleh literatur yang kuat. Pemanfaatan *e-commerce* secara aktif oleh pelaku UMKM kuliner terbukti memberikan kontribusi nyata terhadap pertumbuhan usaha mereka, baik dari segi pendapatan, penjualan, maupun efisiensi manajemen operasional. Maka dari itu, digitalisasi melalui *e-commerce* merupakan salah satu strategi utama dalam memperkuat ketahanan dan keberlanjutan UMKM di era transformasi ekonomi digital.

4.2.3 Pembahasan dan Pengaruh Pembayaran Digital dan *E-commerce* terhadap Pertumbuhan Usaha UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung

Pertumbuhan usaha dapat diartikan sebagai peningkatan dari berbagai aspek usaha secara berkelanjutan, baik dari segi produksi, penjualan, pendapatan, hingga laba dan didukung oleh sistem manajemen yang solid (Davidsson et al., 2010). Dalam penelitian ini, pertumbuhan usaha diukur melalui empat dimensi, yaitu: Pertumbuhan Produksi, Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Pendapatan, dan Pertumbuhan Laba. Keempat dimensi ini diturunkan ke dalam 8 item pernyataan dalam kuesioner yang disebarakan kepada pelaku UMKM kuliner.

Berdasarkan hasil rekapitulasi data yang diperoleh dari 85 responden, diketahui bahwa total skor keseluruhan variabel pertumbuhan usaha adalah sebesar 2687 dari skor ideal 3400 atau setara dengan 79,0%. Persentase ini berada pada kategori tinggi, yang mengindikasikan bahwa pelaku UMKM kuliner telah mengalami pertumbuhan usaha yang signifikan setelah memanfaatkan teknologi digital seperti *e-commerce* dan pembayaran digital.

Indikator dengan skor tertinggi terdapat pada “Tingkat pertumbuhan laba bersih yang dirasakan setelah menggunakan *e-commerce* untuk memperluas pasar” dengan skor 346 atau 81,4%, yang menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* memberikan kontribusi besar terhadap peningkatan perluasan pasar. Di sisi lain, indikator dengan skor terendah ditemukan pada “Tingkat peningkatan jumlah produk yang terjual setelah usaha menerima pembayaran dengan *QRIS*” yang memperoleh skor 321 atau 75,5%. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun penjualan meningkat, namun efeknya masih lebih rendah dibanding aspek lainnya seperti laba atau efisiensi produksi.

Secara umum, hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa implementasi *e-commerce* dan pembayaran digital seperti *QRIS* berperan positif dalam mendukung pertumbuhan usaha UMKM kuliner di lingkungan kampus Kota Bandung. Melalui *e-commerce*, pelaku usaha dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi pelayanan, sedangkan penggunaan *QRIS* sebagai sistem pembayaran meningkatkan kenyamanan konsumen dalam bertransaksi. Kombinasi keduanya membantu operasional usaha menjadi lebih efektif dan efisien sehingga menciptakan peluang pertumbuhan yang lebih berkelanjutan bagi UMKM di era digital.

Berdasarkan hasil uji statistik terhadap pengaruh variabel pembayaran digital dan *e-commerce* terhadap pertumbuhan usaha UMKM, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 ($0,000 < 0,05$), dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $115,459 > 3,11$. Sehingga dapat ditarik Kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kedua variabel bebas terhadap pertumbuhan usaha.

Tinggi rendahnya Tingkat pertumbuhan usaha UMKM Kuliner di Lingkungan Kampus Kota Bandung secara positif dan signifikan dipengaruhi oleh Pembayaran Digital (X_1) dan *E-commerce* (X_2) sebesar 73,2% dan sisanya 26,8%

dipengaruhi oleh faktor lainnya di luar variabel yang diteliti. artinya penggunaan teknologi digital seperti *QRIS* dan *e-commerce* terbukti secara statistik memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kinerja dan pertumbuhan UMKM.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan dari (Vera et al., 2024), yang menyimpulkan bahwa pembayaran digital dan *e-commerce* memiliki pengaruh yang substansial terhadap keberlangsungan dan pertumbuhan usaha UMKM. Penelitian tersebut menyebutkan bahwa kedua teknologi ini mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan meningkatkan daya saing UMKM secara signifikan di era digital.

Penelitian ini juga diperkuat oleh hasil studi yang dilakukan oleh (Darlene & Yuldinawati, 2025), yang mengkaji peran *e-commerce* dan *QRIS* sebagai solusi digital terhadap kinerja penjualan UMKM di Jawa Barat. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa adopsi *e-commerce* dan *QRIS* tidak hanya meningkatkan penjualan dan memperluas basis pelanggan, tetapi juga mendorong efisiensi operasional dan keunggulan bersaing yang berdampak langsung terhadap pertumbuhan usaha.

Temuan ini turut diperkuat oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh (Wahyudin et al., 2022), yang mengkaji penggunaan *QRIS* dan *e-commerce* terhadap kinerja penjualan UMKM di Belitung. Hasilnya menunjukkan bahwa penggunaan kedua teknologi tersebut secara simultan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja penjualan UMKM melalui keunggulan bersaing. Penelitian ini juga menyimpulkan bahwa semakin optimal pemanfaatan *QRIS* dan *e-commerce*, maka semakin tinggi pula kinerja dan keberlangsungan usaha UMKM di masa pemulihan pascapandemi.

Selanjutnya, hasil penelitian ini diperkuat oleh temuan (Titasari, 2024) yang meneliti UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian tersebut menyatakan bahwa *e-commerce* dan *digital payment* berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Penggunaan *e-commerce* membantu pelaku usaha dalam pemasaran yang lebih luas, sementara digital payment seperti *QRIS* memberikan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam transaksi.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pembayaran digital dan *e-commerce* secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pertumbuhan usaha UMKM kuliner di lingkungan kampus Kota Bandung.

Semakin optimal pemanfaatan kedua sistem digital tersebut oleh pelaku UMKM, maka semakin besar pula dampaknya terhadap pertumbuhan usaha yang berkelanjutan, efisien, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi serta perilaku konsumen saat ini.