

## Pengaruh Literasi Digital dan Digital Payment Terhadap Pengembangan Usaha (Studi Kasus UMKM Di Pasar Tanah Abang)

Nirma Hellyatul Auwalia<sup>1</sup>, Karuniana Dianta A. S, Agus Wibowo<sup>3</sup>

Universitas Negeri Jakarta

E-mail: [nirmaauwallia47@gmail.com](mailto:nirmaauwallia47@gmail.com)<sup>1</sup>, [dianta.sebayang@unj.ac.id](mailto:dianta.sebayang@unj.ac.id)<sup>2</sup>, [agus-wibowo@unj.ac.id](mailto:agus-wibowo@unj.ac.id)<sup>3</sup>

---

### Article History:

Received: 05 Juni 2024

Revised: 19 Juni 2024

Accepted: 21 Juni 2024

**Keywords:** literasi digital, digital payment, UMKM

**Abstract:** *The purpose of this study is to analyze "the influence of digital literacy and digital payments on business development (case study of MSMEs in the Tanah Abang market)". Problems that often occur in MSMEs are limited capital structure, weak use of access to technology that is not optimal, and lack of financial services. This research uses primary data using a questionnaire via Google Form. and analyzed using validity, reliability and path analysis tests using SPSS version 27. The study results confirm that digital literacy and digital payments have a positive and significant impact on business development. Thus, this study is consistent with the government's efforts to encourage the acceleration of the implementation of digital literacy and digital payments in developing the MSME digitalization program.*

---

### PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil menengah (UMKM) ialah salah satu usaha terkenal di golongan masyarakat. Banyaknya pegiat UMKM menjadikan zona bisnis ini selaku salah satu penggerak perekonomian negeri. Tidak hanya itu UMKM memiliki kedudukan yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, tidak hanya berfungsi dalam pengembangan ekonomi serta penyerapan tenaga kerja. UMKM sanggup jadi prioritas ataupun tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan untuk mengurangi permasalahan kemiskinan serta pengangguran, UMKM juga berfungsi dalam pendistribusian hasil- hasil pembangunan. Sebagaimana tercantum dalam Keputusan Presiden RI No 19 Tahun 1998 UMKM ialah aktivitas perekonomian rakyat dalam skala kecil yang dilindungi serta dicegah dari persaingan tidak sehat. UMKM mempunyai kemampuan untuk mendesak pengembangan ekonomi yang lebih menyeluruh serta berkeadilan (Muzakki, 2022).

Belajar dari krisis moneter 1998, pemerintah Kembali menyimpan harapan kepada UMKM untuk mendesak pengembangan ekonomi dalam upaya pemulihan pasca pandemi. Pasca COVID- 19, energi serta kinerja perekonomian nasional dipengaruhi oleh ketahanan serta pengembangan UMKM. Pandemi COVID- 19, berakibat besar pada perekonomian, bencana industri, pelaku UMKM, transportasi, serta Kesehatan. Menurut Kementerian koperasi serta usaha kecil serta menengah ( Kemenkopukm) mencatat ada 64, 2 juta unit usaha mikro, kecil, serta menengah (UMKM) di indonesia pada 2021. Usaha mikro, dengan kriteria omzet optimal Rp2 miliar pertahunnya, jadi yang sangat dominan dalam struktur UMKM. (Bidasari, 2023)

Masa globalisasi ekonomi yang diiringi dengan pertumbuhan pesat teknologi, sudah

dinyatakan ataupun tersirat. Tidak hanya itu, dalam penjualan produk wajib menerima realitas pertumbuhan teknologi yang cenderung berakibat pada margin keuntungan. Perihal inilah yang jadi hambatan untuk UMKM di Indonesia dikala ini. Kekurangan pengetahuan teknologi membuat UMKM di Indonesia ketinggalan dalam strategi pemasaran. Dalam pertumbuhan tersebut, UMKM selaku salah satu penopang perekonomian di Indonesia wajib bisa menanggapi tantangan tersebut serta wajib menjangkau pergantian disekitar (Farhan, 2022). Ditambah lagi dengan Kerutinan hidup di era saat ini yang menuntut serba instan serta kilat membuat internet yang lebih diketahui dalam pemasaran selaku sistem online kian digemari serta jadi kebutuhan konsumen maupun produsen. (Najib, 2020) Menurut katadata.com jumlah pengguna internet di indonesia (januari 2013 – januari 2023) menunjukkan jumlah pengguna internet di indonesia telah mencapai 213 juta orang per Januari 2023. Jumlah ini setara 77% dari total populasi Indonesia yang sebanyak 276,4 juta orang pada awal tahun 2023. Menurut laporan We Are Social ada 63,51 juta penduduk di seluruh Indonesia yang belum terkoneksi internet hingga awal 2023. Adapun jumlah tersebut menjadi yang terbesar kedelapan secara global.

Literasi digital bukan hanya tentang keahlian dalam memakai teknologi baru, belajar memakai fitur baru, ataupun mempraktikkan fitur serta teknologi tersebut ke dalam proses pendidikan. Sebaliknya, literasi digital ialah keahlian hasil menyesuaikan diri yang membolehkan warga menggunakan keahlian teknis serta menavigasi bermacam- macam data yang terdapat di jaringan internet. Literasi digital membentuk seseorang untuk siap di masa saat ini serta masa depan. Semacam terminologi lain dalam ilmu sosial, literasi digital mempunyai makna berbeda untuk tiap orang (Anggresta, 2022). Hal ini terlihat dari laporan hasil pengukuran indeks literasi digital Indonesia tahun 2022 yang di rilis Kementerian komunikasi dan informatika (Kemenkominfo) Bersama katadata Insight Center (KIC). Menurut laporan tersebut, indeks literasi digital Indonesia pada tahun 2022 berada di level 3,54 poin dari skala 1 – 5. Ini artinya, secara umum tingkat literasi digital masyarakat indonesia berada di level "sedang". Indeks tersebut naik 0,05 poin dibanding 2021 yang masih berada di level 3,49. Bahkan jika dibandingkan pada 2020, angkanya naik 0,08 poin.

Digitalisasi membantu tingkatkan serta mengganti pembedahan bisnis lewat informasi digital. Perihal ini bisa tercapai dengan menggunakan teknologi pintar untuk mengganti serta menguasai informasi dengan lebih baik. Digitalisasi pula bisa mendesak otomatisasi yang antara lain bisa tingkatkan waktu respons serta layanan pelanggan. Salah satu layanan digital yang menonjol merupakan pemakaian digital payment sebagai tata cara pembayaran yang terus menjadi terkenal di golongan konsumen (Fatma, 2024). Digital payment membuat transaksi non-tunai yang instan, kilat, serta nyaman. Pembayaran digital merujuk pada proses pembayaran memakai fitur elektronik semacam kartu kredit/ debit, dompet digital (e- wallet), transfer bank lewat aplikasi perbankan, ataupun platform online yang lain. (Uluputty, 2023)

Jakarta Pusat mempunyai pusat grosir tekstil ataupun produk tekstil yang populer sampai Asia tenggara ialah pasar tanah abang. Bahan tekstil sampai produk tekstil menjadi komoditi andalan di pasar ini yang mana sebagai tempat berniaga ribuan UMKM. Pasar tanah abang selaku sentral penjualan baju anak– anak sampai berusia, busana muslim dan Muslimah, celana, peralatan haji/ umroh serta lain sebagainya. Bahan tekstil baik dari produk lokal ataupun impor yang didominasi dari Negeri Tiongkok, pada orang dagang tersebar di Blok A sampai G.

Berdasarkan data teknis PD Pasar Jaya Unit Pasar Besar Tanah Abang, total keseluruhan pemilik UMKM yang ada di tanah abang mencapai 11. 138. pasar tanah abang merupakan pusat berkumpulnya pelaku UMKM yang sebagian besar bergerak di bidang tekstil dan produk tekstil. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di pasar tanah abang, sama halnya dengan UMKM lainnya yang menghadapi berbagai kendala seperti adanya virus Covid – 19 yang melumpuhkan

berbagai sektor usaha, faktor lainnya seperti keterampilan, tenaga kerja, modal, penguasaan digital marketing (literasi digital), dan pengelolaan usaha menggunakan digital payment. Maka dari itu penelitian ini mengajukan penelitian dengan judul "Pengaruh Literasi Digital dan Digital Payment terhadap pengembangan Usaha (studi kasus UMKM di pasar tanah abang)".

## LANDASAN TEORI

### Teori *Technology Acceptance Model* (TAM)

TAM (*Technology Acceptance Model*) merupakan suatu model yang dibangun untuk menganalisa dan memahami, faktor – faktor mempengaruhi diterimanya suatu penggunaan teknologi. Model ini diperkenalkan oleh Fred Davis pada tahun 1986. TAM bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan (*Acceptance*) pengguna terhadap suatu teknologi, TAM merupakan suatu model yang dianggap sangat berpengaruh dan pada umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap sistem teknologi (Fahlevi, 2019)

TAM merupakan salah satu jenis teori yang menggunakan pendekatan teori perilaku (*behavioral theory*) yang banyak digunakan untuk mengkaji proses adopsi teknologi informasi. Menurut Davis (1989) TAM adalah sebuah teori sistem informasi yang didesain guna menerangkan bagaimana pengguna mengerti dan mengaplikasikan sebuah teknologi informasi. Penelitian ini sangat memiliki hubungan dengan teori TAM karena di dalam penelitian ini mencoba menjelaskan tentang pengaruh Literasi Digital dan Digital payment terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi Kasus UMKM pasar Tanah Abang) (Yusvita, 2022)

### Literasi digital

Literasi digital adalah kemampuan dan pengetahuan seseorang dalam menggunakan dan memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung berbagai aktivitas, termasuk menjalankan bisnis. (Maulana, 2023) Literasi digital didefinisikan sebagai seperangkat keterampilan yang lebih luas dan lebih kompleks daripada penggunaan sederhana teknologi digital, yang paling penting adalah kebutuhan untuk mengkontekstualisasikan internet dan cara menyajikan informasi terhadap bentuk nonjaringan lainnya, edukasi dan pelatihan sangat dimungkinkan dapat dilakukan untuk meningkatkan kemampuan praktiknya. (Usman, 2022) teknologi digital telah menjadi salah satu faktor dominan utama dalam membawa perubahan inovasi dan pembangunan berkelanjutan, konsep tersebut telah didefinisikan dalam banyak cara yang berbeda dalam tubuh pengetahuan tetapi, pada intinya dan dalam praktiknya, memerlukan integrasi tujuan ekonomi dan keuangan, lingkungan dan sosial lintas sektor, wilayah dan generasi (Dwinanto, 2023).

### Digital Payment

Digital Payment atau disebut sebagai pembayaran digital adalah jenis pembayaran yang menggunakan media elektronik seperti internet banking, mobile banking dan dompet elektronik. (Sukayana, 2022) Electronic Payment merupakan system pembayaran yang mendukung pada UMKM dan memberi keuntungan pada transaksi bisnis dengan meningkatkan layanan kepada pelanggan, peningkatan proses cash management, hemat waktu dan efisien, transaksi pembayaran dapat dilakukan kapan saja, dimana saja, dengan berbagai media dan tidak terbatas (Sholihah, 2023) . Pembayaran secara tradisional dilakukan melalui uang tunai, cek, atau kartu kredit. Sedangkan pembayaran elektronik dilakukan menggunakan software tertentu, kartu pembayaran, dan uang elektronik. komponen utama dari sistem pembayaran elektronik antara lain: aplikasi pemindahan uang infrastruktur jaringan, peraturan dan prosedur yang memerintah kegunaan dari sistem tersebut. (Atia Kirana W, 2023)

### Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha adalah suatu bentuk usaha kepada usaha itu sendiri agar dapat berkembang menjadi lebih baik lagi dan agar mencapai pada satu titik atau puncak kesuksesan. Pengembangan usaha dilakukan oleh usaha yang sudah mulai terproses dan terlihat ada kemungkinan untuk lebih maju lagi. Pengembangan usaha merupakan suatu keadaan terjadinya peningkatan omzet penjualan (Rizkia, 2018). Menurut Oktavia (2021) pengembangan adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan usaha yang terencana dari organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan pegawai. Pengembangan lebih di tekankan pada peningkatan pengetahuan untuk melakukan pekerjaan pada masa yang akan datang (Supriatna, 2016).

### Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Dalam Undang – undang nomor 20 tahun 2008 usaha mikro kecil menengah (UMKM) menyebutkan definisi UMKM adalah sebagai berikut :

- a) Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah sebagaimana diatur dalam Undang- Undang ini.
- b) Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang- Undang ini.
- c) Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang- Undang ini (Habil, 2018)

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data yang digunakan dalam penelitian diperoleh dengan menggunakan kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan menggunakan aplikasi *google form*. Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah para pelaku UMKM di pasar Tanah Abang. Apabila data sudah terkumpul, peneliti ini menganalisis menggunakan *software statistical package of the social sciences (SPSS) 27*. Pengujian dalam penelitian awalnya menggunakan pengujian instrument, kemudia uji prasyarat analisis, selanjutnya uji regresi linear berganda , uji hipotesis dan analisis jalur.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Uji Validitas

Tabel 1.Uji Validitas

Variabel	No Item	$r_{Hitung}$	Keterangan
Literasi digital	LD 1	0,681	VALID
	LD 2	0,849	VALID
	LD 3	0,772	VALID
	LD 4	0,657	VALID

	LD 5	0,667	VALID
	LD 6	0,810	VALID
	LD 7	0,892	VALID
	LD 8	0.833	VALID
	LD 9	0,870	VALID
	LD 10	0,937	VALID
	LD 11	0,742	VALID
	LD 12	0,658	VALID
	LD 13	0,804	VALID
	LD 14	0,521	VALID
Digital Payment	DP 1	0,772	VALID
	DP 2	0,711	VALID
	DP 3	0,711	VALID
	DP 4	0,789	VALID
	DP 5	0,668	VALID
	DP 6	0,762	VALID
	DP 7	0,746	VALID
	DP 8	0,346	TIDAK VALID
	DP 9	0,711	VALID
	DP 10	0,797	VALID
	DP 11	0,783	VALID
	DP 12	0,847	VALID
	DP 13	0,701	VALID
	DP 14	0,460	VALID
	DP 15	0,764	VALID
	DP 16	0,605	VALID
Pengembangan Usaha	PU 1	0,372	VALID
	PU 2	0,493	VALID
	PU 3	0,546	VALID
	PU 4	0,686	VALID
	PU 5	0,742	VALID
	PU 6	0,530	VALID
	PU 7	0,809	VALID
	PU 8	0,594	VALID

	PU 9	0,415	VALID
	PU 10	0,539	VALID
	PU 11	0,331	TIDAK VALID
	PU 12	0,066	TIDAK VALID
	PU 13	0,357	TIDAK VALID
	PU 14	0,243	TIDAK VALID
	PU 15	0,437	VALID
	PU 16	0,514	VALID

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan hasil uji validitas tersebut menjelaskan bahwa seluruh indikator dari setiap variable dinyatakan valid apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0,361)

### Uji Reabilitas

**Tabel 2. Uji Reabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Literasi Digital (X1)	0,954	Reliabel
Digital Payment (X2)	0,954	Reliabel
Pengembangan usaha (Y)	0,935	Reliabel

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2024)

Uji reabilitas syaratnya yaitu nilai *cronbach alpha*  $>$  0,60, jika sudah memenuhi syarat maka penelitian tersebut bisa dilanjutkan kedalam analisis selanjutnya. Berdasarkan hasil uji reabilitas, seluruh variabel nilai *cronbach alpha*  $>$  0,60, artinya variabel literasi digital, digital payment, dan pengembangan usaha dapat dinyatakan reliabel karena sudah memenuhi syarat.

### Uji Normalitas

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

N		Unstandardized Residual	100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		.0000000
	Std. Deviation		4.4620776
			0
Most Extreme Differences	Absolute		.064
	Positive		.064
	Negative		-.064
Test Statistic			.064
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>			.200 <sup>d</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>e</sup>	Sig.		.383
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.371

	Upper Bound	.396
a. Test distribution is Normal. b. Calculated from data. c. Lilliefors Significance Correction. d. This is a lower bound of the true significance. e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.		

Sumber : hasil olah data SPSS versi 27 (data diolah tahun 2024)

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan hasil output SPSS versi 27 dengan uji normalitas dapat dilihat pada tabel *Asymp. Sig* sebesar  $0,200 > 0,05$  dapat diartikan bahwa data berdistribusi normal.

### Uji multikolinearitas

**Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.456	2.195
	X2	.456	2.195

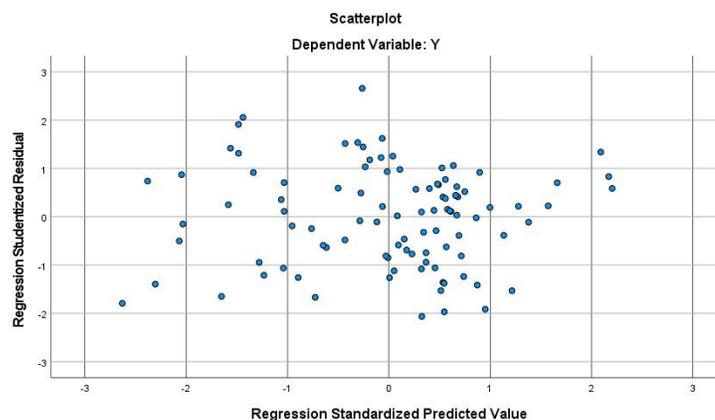
a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil olah data SPSS versi 27 (data diolah tahun 2024)

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui setiap variabel independent memiliki nilai VIF yang lebih kecil dari 10 atau nilai *Tolerance value* lebih besar dari 0,10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian yang dilakukan ini tidak terdapat hubungan multikolinearitas antar variabel independent.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya dalam suatu model regresi. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan *scatterplot*, terlihat pada gambar berikut:



**Gambar 1.**

**Hasil Uji**

### Heteroskedastisitas

Sumber : Hasil olah data SPSS versi 27 (data diolah tahun 2024)

**Uji regresi linear berganda**  
**Uji T (Parsial)**

**Tabel 5. Hasil Uji T**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	9.934	2.674		3.715	.000
	LITERASIDIGITAL_X1	.273	.069	.374	3.934	.000
	DIGITALPAYMENT_X2	.346	.072	.456	4.797	.000

a. Dependent Variable: PENGEMBANGANUSAHA\_Y

Sumber : Hasil olah data SPSS versi 27 (data diolah tahun 2024)

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS uji T, dapat dilihat dari variabel Literasi Digital (X1) diketahui nilai sig. Sebesar  $0,000 < 0,05$ . Variabel Digital payment (X2) diketahui nilai sig. sebesar  $0,000 < 0,05$ . Artinya variabel Literasi Digital (X1) dan Digital Payment (X2) dapat dilihat nilai signifikansi berpengaruh positif terhadap variabel Pengembangan Usaha (Y).

**Uji F (Simultan)**

**Tabel 6. Hasil Uji F**

Model		ANOVA <sup>a</sup>				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2959.006	2	1479.503	72.808	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1971.104	97	20.321		
	Total	4930.110	99			

a. Dependent Variable: PENGEMBANGANUSAHA\_Y  
b. Predictors: (Constant), DIGITALPAYMENT\_X2, LITERASIDIGITAL\_X1

Sumber : hasil olah data SPSS versi 27 (data diolah tahun 2024)

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS uji F, dapat dilihat hasil F hitung sebesar 55.664 maka dari itu  $55.664 > 3,09$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari kedua variabel independent seperti literasi digital dan digital payment terhadap pengembangan usaha.

**Hasil Regresi Analysis Path**

**Tabel 7. Hasil Uji Regresi – Struktur I**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
	(Constant)					
	LITERASIDIGITAL_X1					
	DIGITALPAYMENT_X2					

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.697	3.171		6.212	.000
	X1	.710	.066	.738	10.823	.000
R = 0,738 R Square (R2) = 0,544 Adjusted R Square = 0,540 e = 0,066 F hitung = 117,142 Sig = 0,000b a. Dependent Variable: X2						

Sumber : hasil olah data SPSS versi 27 (data diolah tahun 2024)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari variabel literasi digital yaitu 0,000 dan lebih kecil dari 0,05. Hasil ini memberikan Kesimpulan bahwa regresi struktur I yakni variabel literasi digital berpengaruh signifikan terhadap digital payment.

Persamaan regresi dapat dijelaskan, yaitu nilai koefisien literasi digital sebesar 0,738 menunjukkan bahwa variabel literasi digital berpengaruh positif terhadap digital payment, atau dengan kata lain jika nilai literasi digital dinaikan satu satuan maka akan meningkatkan digital payment sebesar 0,738 satuan.

Berdasarkan nilai R Square yang terdapat pada tabel 4.20 adalah sebesar 0,544 hal ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel literasi digital terhadap digital payment adalah sebesar 54,4% sementara sisanya 45,5% merupakan kontribusi dari variabel – variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

**Tabel 8. Hasil Uji Regresi – Struktur II**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient s Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	13.365	2.672		5.003	.000
	Literasi digital	.284	.064	.407	4.411	.000
	digital payment	.335	.078	.398	4.313	.000
R = 0,734 R Square (R2) = 0,538 Adjusted R Square = 0,529 e = 0,064 F hitung = 56.564 Sig = 0,000b a. Dependent Variable: pengembangan usaha						

Sumber : hasil olah data SPSS versi 27 (data diolah tahun 2024)

Berdasarkan output regresi struktur II diketahui bahwa nilai signifikansi dari variabel

literasi digital adalah sebesar 0,000, dan variabel digital payment sebesar 0,000 dan itu lebih kecil dari 0,05. Maka hasil ini memberikan Kesimpulan bahwa regresi struktu II, yakni variabel literasi digital dan digital payment berpengaruh signifikan terhadap pengembangan usaha.

Persamaan regresi dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai koefisien literasi digital sebesar 0,407 menunjukkan bahwa variabel literasi digital berpengaruh positif terhadap pengembangan usaha, atau dengan kata lain jika nilai literasi digital dinaikan satu satuan maka akan meningkatkan pengembangan usaha sebesar 0,407 satuan.
2. Nilai koefisien digital payment sebesar 0,398 menunjukkan bahwa variabel digital payment berpengaruh positif terhadap pengembangan usaha, atau dengan kata lain jika nilai digital payment dinaikan satu satuan maka akan meningkatkan pengembangan usaha sebesar 0,398 satuan.

Besarnya nilai R Square terdapat pada tabel 4.21 adalah sebesar 0,538 hal ini menunjukkan bahwa kontribusi literasi digital dan digital payment terhadap pengembangan usaha sebesar 53,8% sementara sisanya sebesar 46,2% merupakan kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan oleh peneliti tentang ” Pengaruh Literasi Digital dan Digital Payment terhadap Pengembangan Usaha (Studi kasus UMKM Pasar Tanah Abang) “, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel literasi digital terhadap Digital payment (studi kasus pelaku UMKM di pasar Tanah Abang. Artinya semakin tinggi pemahaman pelaku UMKM akan literasi digital maka dengan mudah mereka dapat menggunakan sistem pembayaran non tunai (digital payment)
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel literasi digital terhadap pengembangan usaha pelaku UMKM di pasar tanah abang. Artinya semakin tinggi literasi digital Masyarakat maka akan meningkatkan pengembangan usaha masyarakat di pasar tanah abang.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel digital payment terhadap pengembangan usaha pelaku UMKM di pasar tanah abang. Artinya semakin tinggi penggunaan digital payment Masyarakat maka akan meningkatkan pengembangan usaha masyarakat di pasar tanah abang.

## DAFTAR REFERENSI

- Anggresta, V. (2022). Pengaruh Literasi Digital Dan Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Kesiapan Berwirausaha. *Research and Development Journal of Education*, 153.
- Atia Kirana W, N. F. (2023). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dalam Penggunaan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumen Cafe Kopi Api. *jurnal mirai management*, 256 - 267.
- Bidasari, G. S. (2023). Peran Literasi Keuangan dan Literasi Digital dalam Meningkatkan Kinerja UMKM. *Owner : Riset & Jurnal Akuntansi*.
- Dwinanto, P. S. (2023). Literasi ekonomi, literasi keuangan, literasi digital dan perilaku keuangan di era ekonomi digital. *Economic and digital bussiness review*, 261 - 279.
- Fahlevi, P. A. (2019). ANALISIS APLIKASI iJATENG DENGAN MENGGUNAKAN TEORI

- TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM). *Jurnal ilmu perpustakaan*.
- Farhan, M. T. (2022). Pengaruh Literasi Digital Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Umkm. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan*.
- Fatma, M. (2024). Pengaruh Penggunaan E-Commerce Dan Digital Payment Terhadap Pendapatan UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Sektor Kuliner Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*.
- Habil, a. m. (2018). PENGARUH PENGEMBANGAN DAN KEBERHASILAN USAHA MIKRO TERHADAP PELAKU USAHA MIKRO DARI ASPEK HUKUM EKONOMI SYARIAH (STUDI KASUS DI KECAMATAN MALILI KABUPATEN LUWU TIMUR) .
- Maulana, M. I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Literasi Digital Terhadap Keberlanjutan Bisnis Pelaku Umkm Berbasis Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.
- Muzakki, M. I. (2022). Pentingnya Edukasi Literasi Digital Bagi Pelaku Usaha Mikro (Kelompok 3 Divisi UMKM). *HASPI Jurnal Penelitian & Pengabdian*.
- Najib, M. (2020). Investigating the adoption of digital payment system through an extended technology acceptance model: An insight from the Indonesian small and medium enterprises. *International Journal on Advanced Science, Engineering and Information Technology*.
- Rizkia, N. (2018). ANALISIS PERKEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH.
- Sholihah, E. (2023). Percepatan Implementasi Digital Payment Pada UMKM: Intensi Pengguna QRIS Berdasarkan Technology Acceptance Model. *Nominal Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*.
- Sukayana, K. (2022). Analisis Pengaruh Financial Behaviour dan Actual Use Digital Payment System Terhadap Pendapatan Usaha Sektor UMKM di Bali.
- Supriatna, S. (2016). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kopi Luwak (Studi Kasus UMKM Careuh Coffee Rancabali-Ciwidey, Bandung). *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 227.
- Uluputty, N. F. (2023). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dalam Penggunaan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumen Cafe Kopi Api.
- Usman, Z. H. (2022). Literasi Digital Dan Mobile learning.
- Yusvita, a. e. (2022). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal riset akuntansi*.