

## **BAB I**

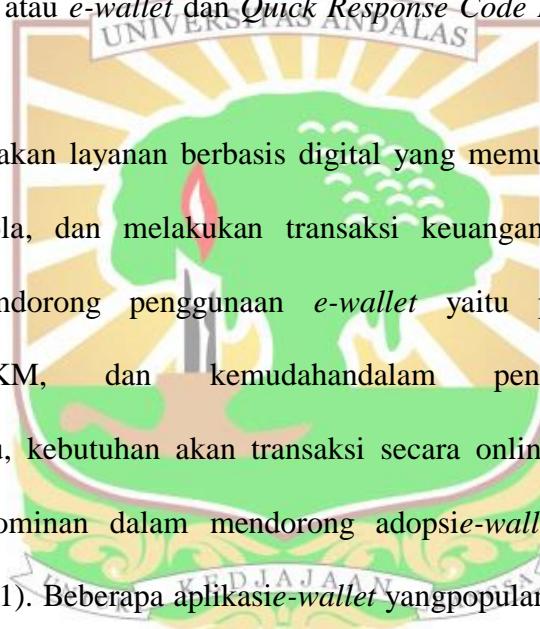
### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Indonesia berada dalam era transformasi dan ekonomi digital, yang merupakan bagian dari proses transisi menuju *society 5.0*. Kondisi ini menciptakan peluang besar bagi pertumbuhan ekonomi dan kemajuan teknologi yang semakin terintegrasi dalam berbagai aspek kehidupan. Perkembangan teknologi saat ini berdampak positif, seperti mempermudah akses informasi dan meningkatkan efektivitas serta efisiensi pengelolaan sumber daya. Hal ini meningkatkan pengalaman pengguna, terutama bagi masyarakat Indonesia. Selain itu, pesatnya pertumbuhan internet berdampak signifikan pada kehidupan masyarakat yang kini semakin terhubung dengan *gadget* dan dunia digital. Perkembangan ini turut mendorong munculnya berbagai inovasi, khususnya di sektor teknologi keuangan (*Financial Technology*) yang mempermudah akses masyarakat terhadap layanan keuangan digital.

*Financial Technology*(Fintech) merupakan kombinasi antara inovasi teknologi dan layanan jasa keuangan yang semakin populer di era ini, dengan konsep digitalisasi pembayaran menjadi salah satu sektor paling berkembang dalam industri Fintech di Indonesia (Feriyanto et al., 2024). Sektor ini diharapkan dapat berperan besar oleh pemerintah dan masyarakat untuk mendorong peningkatan jumlah individu yang memiliki akses untuk menggunakan layanan jasa keuangan. Cakupan Fintech sangat luas, meliputi berbagai aspek seperti perbankan digital, pengelolaan keuangan, dan transaksi pembayaran elektronik.

Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran pada transaksi ekonomi telah mengalihkan peran uang tunai ke metode pembayaran elektronik yang lebih efisien dan praktis. Menurut Namira (2022), transaksi pembayaran elektronik atau lebih dikenal sebagai *digital payment* merupakan sebuah layanan pembayaran non-tunai yang dirancang untuk meminimalkan kesalahan dalam proses transaksi. Beberapa fasilitas *digital payment* yang sangat popular diadopsi oleh masyarakat Indonesia, seperti dompet digital atau *e-wallet* dan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS).



*E-wallet* merupakan layanan berbasis digital yang memungkinkan pengguna menyimpan, mengelola, dan melakukan transaksi keuangan secara elektronik. Beberapa faktor pendorong penggunaan *e-wallet* yaitu pandemi Covid-19, pertumbuhan UMKM, dan kemudahan dalam penggunaan aplikasi pembayaran. Selain itu, kebutuhan akan transaksi secara online merupakan faktor utama dan paling dominan dalam mendorong adopsi *e-wallet* oleh masyarakat Indonesia (Annur, 2021). Beberapa aplikasi *e-wallet* yang populer di Indonesia seperti GoPay, DANA, OVO, dan ShopeePay, yang seluruhnya terlindungi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Populix pada tahun lalu, menyatakan bahwa GoPay menjadi aplikasi *e-wallet* yang paling banyak digunakan di Indonesia dengan tingkat penggunaan sebesar 88%, diikuti oleh DANA dengan tingkat penggunaan sebesar 83%, OVO dengan tingkat penggunaan sebesar 79%, dan ShopeePay dengan tingkat penggunaan sebesar 76% (Lintang, 2024). Seiring dengan itu, pertumbuhan transaksi *e-wallet* di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan setiap tahunnya. Pada tahun 2024, nilai transaksi *e-wallet* mencapai

Rp683 triliun, meningkat 31% dibandingkan tahun sebelumnya. Berikut adalah rincian pertumbuhan nilai transaksi *e-wallet* di Indonesia periode 2020 - 2024:

**Tabel 1.1Nilai Transaksi *E-Wallet* di Indonesia**

Tahun	Nilai Transaksi (Rp)	Pertumbuhan (%)
2020	205 Triliun	-
2021	305 Triliun	49
2022	407 Triliun	33
2023	521 Triliun	28
2024	683 Triliun	31

Sumber: Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia ([aspi-indonesia.or.id](http://aspi-indonesia.or.id))

Berdasarkan Tabel 1.1, terlihat adanya pertumbuhan nilai transaksi *e-wallet* dari tahun 2020 hingga 2024 yang sangat signifikan. Pada tahun 2020, nilai transaksi tercatat sebesar Rp205 triliun. Nilai ini meningkat menjadi Rp305 triliun pada tahun 2021, mencerminkan pertumbuhan sebesar 49%. Tren positif ini berlanjut pada tahun 2022 dengan kenaikan sebesar 33% menjadi Rp407 triliun. Makin meningkat pada tahun 2023, dengan nilai transaksi mencapai Rp521 triliun atau naik sebesar 28% dibandingkan tahun sebelumnya. Hingga tahun 2024, transaksi *e-wallet* terus meningkat menjadi Rp683 triliun transaksi, yang berarti pertumbuhan sebesar 31% dari tahun sebelumnya. Data ini menunjukkan bahwa adopsi *e-wallet* di Indonesia terus meningkat secara konsisten, seiring dengan perkembangan Fintech dan kebutuhan masyarakat akan transaksi digital.

Selanjutnya, QRIS merupakan standar kode QR nasional yang dikembangkan oleh Bank Indonesia (BI) dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) untuk memfasilitasi *digital payment*. QRIS diperkenalkan pada tahun 2019 dan

diimplementasikan secara luas pada tahun 2020. Menurut ASPI, pada tahun 2024 volume dan nilai transaksi QRIS mencapai puncak tertinggi, yakni 6,24 miliar transaksi dengan nominal Rp 659,93 triliun (Alfathi, 2025). Berikut adalah rincian volume transaksi QRIS di Indonesia pada periode 2020 - 2024:

**Tabel 1.2 Volume Transaksi QRIS di Indonesia**

Tahun	Volume Transaksi	Pertumbuhan (%)
2020	124 Juta	-
2021	375 Juta	202%
2022	1 Miliar	167
2023	2,14 Miliar	114
2024	6,24 Miliar	192

Sumber: Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia ([aspi-indonesia.or.id](http://aspi-indonesia.or.id))

Berdasarkan Tabel 1.2, terlihat adanya pertumbuhan volumetransaksi QRIS dari tahun 2020 hingga 2024 yang sangat signifikan. Pada tahun 2020, volume transaksi tercatat hanya sebesar 124 juta, kemudian meningkat drastis menjadi 375 juta pada tahun 2021 dengan pertumbuhan sebesar 202%. Tren positif ini berlanjut pada tahun 2022 dan 2023, dengan volume transaksi masing-masing mencapai 1 miliar dan 2,14 miliar, mengalami kenaikan tahunan sebesar 167% dan 114%. Puncaknya terjadi pada tahun 2024, di mana volume transaksi melonjak hingga 6,24 miliar, mencatatkan pertumbuhan sebesar 192% dibanding tahun sebelumnya. Data ini menunjukkan bahwa adopsi QRIS di Indonesia terus meningkat secara signifikan, didorong oleh semakin banyaknya pengguna, terutamamerchant yang memanfaatkan sistem *digital payment*. Selain itu, QRIS juga terintegrasi dengan berbagai penyedia layanan pembayaran, yang salah satunya yaitu *e-wallet* dalam satu kode QR. Jadi,

*digital payment* seperti *e-wallet* dan QRIS, keduanya bertujuan memenuhi kebutuhan pengguna dalam bertransaksi keuangan secara digital.

Sistem *digital payment* ini telah diterapkan dalam berbagai aspek kehidupan, seperti transaksi di gerai modern. Menurut Junadi (2015), penerapan sistem memberikan berbagai manfaat, diantaranya yaitu meningkatkan rasa aman dalam bertransaksi, kemudahan penggunaan, kemudahan dalam mempelajari sistemnya, dan pengalaman bertransaksi yang lebih menyenangkan. Selain itu, keberadaan *digital payment* menjadi alternatif solusi untuk mencegah kejahatan, seperti pencurian dan risiko kehilangan uang tunai (Azhar, 2023). Dengan kata lain, kehadiran *digital payment* telah mengubah gaya hidup dan perilaku masyarakat yang tercermin dari pergeseran aktivitas dari proses manual ke sistem otomatis berbasis teknologi digital. Tidak hanya masyarakat biasa, perubahan ini juga terlihat dalam praktik yang diterapkan oleh para pelaku usaha.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam dunia bisnis, termasuk meningkatkan koneksi bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang berperan penting dalam perekonomian, terutama di negara-negara berkembang (Irianto & Chanvarasuth, 2025). Menurut Namira (2022), perkembangan ini dapat membuka peluang pasar yang lebih luas bagi pelaku UMKM dan mendorong pertumbuhan yang lebih pesat dimasa depan. Dasar hukum utama UMKM di Indonesia adalah Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 yang mengatur definisi, kriteria, dan berbagai kebijakan serta bentuk dukungan yang diberikan kepada UMKM. Sejalan dengan perkembangan tersebut, Pemerintah Indonesia mendorong digitalisasi UMKM melalui berbagai program strategis. Salah satu inisiatif yang dijalankan adalah “Program UMKM *Level Up2024*” yang

diinisiasi oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), dengan tujuan meningkatkan kapabilitas digital pelaku UMKM melalui pelatihan, pendampingan, dan fasilitasi adopsi teknologi digital, termasuk pemanfaatan *digital platform* dan sistem *digital payment*. Program ini dilaksanakan di berbagai wilayah di Indonesia, khususnya di Pulau Jawa, Bali, dan Sumatera, serta menyasar UMKM pada sektor makanan dan minuman, *fashion*, kerajinan tangan, dan kosmetik, guna memperluas akses pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperkuat daya saing UMKM agar mampu berkembang secara berkelanjutan di era digital.

Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM) Republik Indonesia, sekitar 99% dari seluruh unit usaha di negara ini merupakan UMKM. UMKM menyumbang hingga 60,51% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap hingga 97% dari total tenaga kerja. Secara keseluruhan, diperkirakan terdapat lebih dari 65 juta UMKM yang ada di Indonesia, hal tersebut menjadikan UMKM sebagai pilar utama yang berpotensi positif dalam perekonomian nasional (Supriyanto, 2024). Berikut adalah data pertumbuhan jumlah UMKM di Indonesia pada periode 2020 - 2024 dari berbagai sektor seperti ritel, kuliner, jasa, kerajinan, dan lainnya:

**Tabel 1. 3Pertumbuhan Jumlah UMKM di Indonesia**

Tahun	Jumlah UMKM	Pertumbuhan (%)
2020	64 juta	-
2021	65,46 juta	2,28
2022	65 juta	-0,70
2023	66 juta	1,54
2024	65 juta	-1,52

Sumber: Kemenkop UKM ([www.kemenkopukm.go.id](http://www.kemenkopukm.go.id))

Berdasarkan Tabel 1.3, pertumbuhan jumlah UMKM di Indonesia mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Selama lima tahun terakhir, jumlah UMKM terendah tercatat pada tahun 2020, yakni sebanyak 64 juta unit usaha. Pada tahun berikutnya (2021), jumlah UMKM mengalami peningkatan signifikan menjadi 65,46 juta unit usaha dengan pertumbuhan sekitar 2,28%. Angka ini merupakan pertumbuhan tertinggi dalam periode tersebut. Meskipun terjadi fluktuasi dalam beberapa tahun terakhir, jumlah UMKM saat ini tetap menjadi salah satu yang terbesar dalam sejarah Indonesia. Dengan potensi besar yang dimilikinya, UMKM diharapkan dapat terus berkontribusi secara signifikan terhadap PDB. Oleh karena itu, pemerintah berkomitmen untuk terus mendukung pertumbuhan dan perkembangan UMKM melalui berbagai kebijakan dan program strategis setiap tahunnya.

Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UKM (DiskopUKM) Provinsi Sumatera Barat, menyatakan bahwa pada tahun 2024 jumlah pertumbuhan UMKM diperkirakan mencapai 593.100 unit usaha, ini merupakan angka tertinggi yang pernah dicapai oleh provinsi tersebut. Mayoritasnya merupakan usaha mikro dengan total 553.000 unit usaha, sedangkan usaha kecil dan menengah masing-masing berjumlah 38.000 dan 2.100 unit usaha. Dominasi usaha mikro ini mencerminkan tingginya jiwa wirausaha masyarakat Provinsi Sumatera Barat, yang menjalankan usahanya di berbagai lokasi, seperti pasar, sekolah, depan rumah, hingga pinggir jalan. Jenis usaha mikro yang berkembang pun beragam, mencakup pedagang keliling hingga warung kecil (Hendra, 2024). Pertumbuhan UMKM tersebut didominasi oleh Kota Padang.

Kota Padang sebagai ibu kota dari Provinsi Sumatera Barat, merupakan pusat perekonomian dan perdagangan di wilayah tersebut. Berdasarkan data dari Badan

Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2024, kota ini memiliki jumlah penduduk sebesar 946.982 jiwa, di mana sebagian besar penduduk merupakan pelaku UMKM (Fernandes & Saibi, 2025). Sementara itu, berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM (DiskopUKM) Kota Padang pada tahun 2024, tercatat 47.692 jumlah unit usaha dengan berbagai jenis usaha yang telah tersebar di 11 kecamatan pada kota tersebut, rinciannya adalah sebagai berikut:

**Tabel 1. 4 Pertumbuhan Jumlah UMKM di Kota Padang**

Kecamatan	UMKM	Jenis Usaha				
		Kemasan	Saji	Ritel	Jasa	Kerajinan
Padang Barat	4.320	216	1.922	1.699	432	51
Padang Selatan	4.530	500	1.841	1.761	346	82
Padang Timur	4.791	395	1.694	2.042	541	119
Padang Utara	3.352	308	1.207	1.369	347	121
Nanggalo	2.411	305	841	897	305	63
Koto Tangah	7.276	875	2.064	3.350	722	282
Kuranji	7.095	769	2.051	3.120	846	311
Pauh	3.570	298	1.040	1.739	378	115
Lubuk Kilangan	2.336	239	672	1.058	282	85
Lubuk Begalung	5.764	592	1.623	2.693	665	191
Bungus Teluk Kabung	2.247	183	637	1.074	194	18
Total	47.692	4.680	15.592	20.802	5.058	1.438

*Sumber: Diskop UKM Kota Padang ([satudata.padang.go.id](http://satudata.padang.go.id))*

Berdasarkan Tabel 1.4, pertumbuhan jumlah UMKM sektor ritel di Kota Padang pada tahun 2024 menempati posisi tertinggi diantara sektor lainnya, yakni sebanyak 20.802 unit usaha. Merujuk pada sumber data yang sama, pertumbuhan jumlah

UMKM sektor ritel di kota tersebut tercatat sebanyak 18.785 unit usaha pada tahun 2023 dan 18.196 unit usaha pada tahun 2022. Artinya, pertumbuhan jumlah UMKM sektor ritel di Kota Padang mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun. Dengan pertumbuhan ekonomi daerah yang stabil, Kota Padang menunjukkan perkembangan yang signifikan dalam sektor ritel, terutama melalui peran aktif UMKM. Berbagai jenis usaha ritel seperti kebutuhan sehari-hari atau produk rumah tangga, *fashion&lifestyle*, peralatan rumah tangga, kesehatan & kecantikan, edukasi & alat tulis kantor, dan lainnya tumbuh di berbagai kawasan, baik di pusat kota maupun wilayah pinggiran. Selain itu, para pelaku UMKM sektor ritel pun semakin terdorong untuk mengadopsi teknologi digital, seperti *digital payment* yang didukung oleh program pembinaan dari pemerintah daerah dan perbankan (Fernandes & Saibi, 2025). Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi transaksi, tetapi juga memperluas jangkauan pasar dan daya saing UMKM ritel lokal di tengah era digital. Dengan demikian, akan berdampak positif terhadap kinerja keuangan dari UMKM sektor ritel di Kota Padang.

Pertumbuhan suatu bisnis dapat diukur dengan tingkat keberhasilannya melalui kinerja usaha yang dicapai (Wijaya et al., 2025). Kinerja keuangan dapat dinilai berdasarkan seberapa efektif perusahaan dalam mengelola aset dan modalnya agar memperoleh keuntungan serta meningkatkan nilai perusahaan (usaha). Kinerja keuangan merupakan kemampuan suatu usaha dalam meningkatkan penjualan, pendapatan, dan profitabilitas (Galimba et al., 2024). Kinerja keuangan UMKM memiliki peran penting dalam menentukan perkembangan usaha tersebut. Oleh karena itu, tujuan utama UMKM yaitu mengoptimalkan nilai usaha yang tercermin dalam pencapaian kinerja bisnisnya. Selain itu, adopsi *digital payment* dapat

meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas jangkauan pasar, terutama di era digital yang menuntut kecepatan dan kemudahan transaksi. Dengan integrasi sistem *digital payment*, UMKM sektor ritel memiliki peluang untuk memantau kinerja keuangan secara lebih akurat dan *real-time*, sehingga pengambilan keputusan bisnis menjadi lebih tepat sasaran. Oleh karena itu, pemanfaatan sistem tersebut bukan hanya sebagai alat transaksi, tetapi juga sebagai strategi dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM sektor ritel secara keseluruhan.

Untuk mendukung peningkatan kinerja keuangan tersebut, diperlukan kemampuan *digital financial literacy* yang baik agar pelaku usaha mampu memanfaatkan teknologi *digital payment* secara efektif dan komprehensif. *Digital financial literacy* belakangan ini menarik perhatian besar dari kalangan akademisi, lembaga pendidikan, dan wirausahawan. *Digital financial literacy* kini diakui sebagai keterampilan penting yang harus dimiliki setiap individu di era digital modern (Al-Shami et al., 2024). Menurut Hoque et al. (2025), *digital financial literacy* merujuk pada kemampuan pemilik dan pengambil keputusan di kalangan usaha untuk secara efektif memahami, mengevaluasi, dan menggunakan layanan keuangan digital. Literasi ini memungkinkan individu memahami manfaat, menilai risiko, dan mengoptimalkan penggunaan layanan keuangan digital guna mendukung keputusan adopsi teknologi finansial, seperti *digital payment* yang tepat dan berdampak terhadap kinerja keuangan UMKM. Semakin tinggi tingkat *digital financial literacy*, semakin besar pula kemampuan pelaku usaha dalam memahami, mengelola, dan memanfaatkan teknologi keuangan digital secara optimal, termasuk penggunaan *digital payment*. Oleh karena itu, faktor pertama yang diasumsikan dapat

mempengaruhi kinerja keuangan UMKM sektor ritel ketika mengadopsi *digital payment* adalah *digital financial literacy*.

Dalam mengadopsi *digital payment*, pelaku UMKM tidak hanya membutuhkan tingkat *digital financial literacy* yang memadai, tetapi juga dukungan pemerintah sebagai faktor eksternal yang berperan penting dalam mempercepat proses adopsi teknologi keuangan. Pemerintah Indonesia segera mengambil langkah strategis dengan memberikan dukungan nyata kepada pelaku usaha agar dapat mengadopsi *digital payment* (Febriyanto et al., 2024). Dukungan ini diwujudkan melalui upaya menciptakan ekosistem keuangan digital yang aman, mudah diakses, dan terpercaya, sehingga diharapkan dapat mendorong kepercayaan pelaku usaha dalam menggunakan *digital payment* secara lebih luas dan berkelanjutan. Beragamnya layanan pembayaran berbasis *e-wallet* mendorong BI dan OJK untuk menginisiasi integrasi sistem kode QR melalui penerapan QRIS (Lerihardika, 2023). Sejalan dengan hal itu, Kemenkop UKM bersama BI juga telah menetapkan berbagai kebijakan guna mempercepat digitalisasi UMKM, salah satunya adalah implementasi QRIS yang memudahkan pelaku usaha dalam melakukan transaksi digital. Selain itu, regulasi yang melindungi konsumen dan menjamin keamanan transaksi, seperti Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP) dan kebijakan Anti Pencucian Uang (AML), turut berperan dalam meningkatkan kepercayaan baik dari pelaku UMKM maupun pelanggan terhadap sistem *digital payment*. Oleh karena itu, dengan adanya aturan yang jelas dan terstruktur membuat pelaku UMKM lebih yakin mengadopsi sistem *digital payment* tanpa khawatir akan risiko keamanan dan regulasi. Faktor kedua adalah dukungan pemerintah yang berperan penting dalam mendorong adopsi sistem tersebut,

sehingga dapat meningkatkan efisiensi operasional maupun kinerja keuangan UMKM, khususnya sektor ritel.

Kemudian, hasil wawancara awal dengan lima pelaku UMKM sektor ritel di Kota Padang menunjukkan bahwa empat di antaranya menilai bahwa tingkat *digital financial literacy* yang baik mendorong pelaku usaha untuk mengadopsi *digital payment*, seperti e-wallet dan QRIS karena mampu memahami manfaat dan cara penggunaannya secara efektif dalam transaksi sehari-hari. Selain itu, adanya dukungan pemerintah, seperti penyediaan fasilitas QRIS, pelatihan *digital financial literacy*, dan regulasi yang menjamin keamanan transaksi turut meningkatkan kepercayaan pelaku usaha dalam menggunakan sistem *digital payment* secara berkelanjutan. Dampak positif tersebut terlihat pada peningkatan efisiensi transaksi, kemudahan dalam pengelolaan keuangan, dan potensi peningkatan omzet serta kinerja keuangan pada berbagai jenis usaha, dengan usia usaha yang bervariasi mulai dari < 1 tahun. Sementara itu, satu informan lainnya menyatakan belum menggunakan *digital payment* karena memiliki tingkat *digital financial literacy* yang rendah. Kondisi ini juga dipengaruhi oleh lokasi usaha yang berada di wilayah pinggiran kota, sehingga adopsi *digital payment* belum menjadi kebutuhan utama.

Mengacu pada penelitian terdahulu, jurnal, dan buku, penelitian ini mengajukan dua faktor yang berpotensi dominan dalam mempengaruhi keputusan pelaku UMKM sektor ritel di Kota Padang untuk mengadopsi sistem *digital payment*. Dalam hal ini, adopsi *digital payment* diposisikan sebagai variabel mediasi yang menjembatani pengaruh *digital financial literacy* dan dukungan pemerintah terhadap kinerja keuangan UMKM sektor ritel di Kota Padang. Berdasarkan analisis dan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini

akan dilaksanakan dengan judul: “Pengaruh *Digital Financial Literacy* dan Dukungan Pemerintah terhadap Kinerja Keuangan UMKM Sektor Ritel di Kota Padang dengan Adopsi *Digital Payment* sebagai Variabel Mediasi”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini terdapat beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

- 1) Apakah *digital financial literacy* berpengaruh terhadap adopsi *digital payment* pada UMKM sektor ritel di Kota Padang?
- 2) Apakah dukungan pemerintah berpengaruh terhadap adopsi *digital payment* pada UMKM sektor ritel di Kota Padang?
- 3) Apakah adopsi *digital payment* berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM sektor ritel di Kota Padang?
- 4) Apakah *digital financial literacy* berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM sektor ritel di Kota Padang?
- 5) Apakah dukungan pemerintah berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM sektor ritel di Kota Padang?
- 6) Apakah adopsi *digital payment* memediasi pengaruh *digital financial literacy* terhadap kinerja keuangan UMKM sektor ritel di Kota Padang?
- 7) Apakah adopsi *digital payment* memediasi pengaruh dukungan pemerintah terhadap kinerja keuangan UMKM sektor ritel di Kota Padang?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk menentukan pengaruh *digital financial literacy* terhadap adopsi *digital payment* pada UMKM sektor ritel di Kota Padang.
- 2) Untuk menentukan pengaruh dukungan pemerintah terhadap adopsi *digital payment* pada UMKM sektor ritel di Kota Padang.
- 3) Untuk menentukan pengaruh adopsi *digital payment* terhadap kinerja keuangan UMKM sektor ritel di Kota Padang.
- 4) Untuk menentukan pengaruh *digital financial literacy* terhadap kinerja keuangan UMKM sektor ritel di Kota Padang.
- 5) Untuk menentukan pengaruh dukungan pemerintah terhadap kinerja keuangan UMKM sektor ritel di Kota Padang.
- 6) Untuk menentukan pengaruh adopsi *digital payment* sebagai mediator antara *digital financial literacy* terhadap kinerja keuangan UMKM sektor ritel di Kota Padang.
- 7) Untuk menentukan pengaruh adopsi *digital payment* sebagai mediator antara dukungan pemerintah terhadap kinerja keuangan UMKM sektor ritel di Kota Padang.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memperkaya literatur ilmiah mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi

adopsi *digital payment* serta dampaknya terhadap kinerja keuangan UMKM sektor ritel, khususnya dalam beberapa hal, seperti *digital financial literacy* dan dukungan pemerintah. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan ilmu manajemen keuangan dengan menegaskan peran adopsi *digital payment* sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara *digital financial literacy* dan dukungan pemerintah terhadap kinerja keuangan UMKM di Kota Padang.

## 2) Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM, pemerintah, dan penyedia layanan terkait faktor utama, seperti *digital financial literacy* dan dukungan pemerintah dengan adopsi *digital payment* sebagai variabel mediasi serta beberapa besardampak atau pengaruhnya terhadap kinerja keuangan UMKM sektor ritel di Kota Padang.



## 1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan seberapa besar pengaruh *digital financial literacy* dan dukungan pemerintah terhadap kinerja keuangan UMKM dengan adopsi *digital payment* sebagai variabel mediasi. Ruang lingkup penelitian ini merupakan pelaku UMKM sektor ritel di Kota Padang yang telah mengadopsi *digital payment*, seperti *e-wallet* dan QRIS sebagai alternatif pembayaran *non-cash* dengan pengambilan sampel menggunakan kuesioner.

## 1.6 Sistematika Penelitian

Untuk memudahkan dan memoderasi penyampaian isi, penelitian ini dibagi menjadi lima bab sebagai berikut:

## **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab ini meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, ruanglingkup, dan diakhiri dengan sistematika penelitian.

## **BAB II: TINJAUAN LITERATUR**

Bab ini meliputi teori dan konsep, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan kerangka penelitian.

## **BAB III: METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas tentang desain penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, pengukuran dan operasional variabel, dan metode analisis data.

## **BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas tentang hasil dari proses penyebaran kuesioner penelitian, gambaran umum responden, dan analisis data yang digunakan untuk membuktikan hipotesis.

## **BAB V: PENUTUP**

Bab ini meliputi kesimpulan, implikasi hasil, keterbatasan, dan saran penelitian.