1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era digital saat ini, transformasi digital menjadi kebutuhan yang sangat penting di berbagai sektor di Indonesia, termasuk perbankan. Perbankan Digital (*digital banking*) merupakan bentuk transformasi layanan perbankan fisik, di mana nasabah sebelumnya harus hadir di kantor bank untuk melakukan transaksi seperti cek saldo atau transfer dana, kini dapat dilakukan hanya dengan satu klik melalui ponsel atau komputer. Kemudahan ini menjadikan perbankan digital semakin diminati, terutama oleh masyarakat muda yang merasakan manfaat dari segi efisiensi dan fleksibilitas waktu (Jauhari et al., 2018). Melalui *digital banking*, nasabah tidak perlu lagi mengantri di bank hanya untuk keperluan transfer uang atau memperbarui buku tabungan. Kemudahan penggunaan serta efisiensi biaya membuat *digital banking* sangat bermanfaat bagi bisnis dan konsumen (Patra & Ray, 2015). Hal ini diukur menggunakan *Technology Acceptance Model. Technology Acceptance Model* (TAM) adalah kerangka konseptual yang menjelaskan bagaimana variabel eksternal memengaruhi persepsi, sikap, niat, hingga penggunaan teknologi secara nyata, termasuk teknologi *digital banking* (Davis, 1989).

Dalam penelitian ini, variabel prediktor terdiri dari enam faktor penggunaan *digital banking* yang ditetapkan sebagai variabel independen. Pendekatan ini bertujuan untuk menguji pengaruh setiap faktor tersebut terhadap profitabilitas UMKM, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai kontribusi layanan digital banking terhadap profitabilitas UMKM di Kota Salatiga. Kemudahan penggunaan layanan *digital banking* adalah faktor yang mendukung operasional UMKM, mulai dari penerimaan pembayaran dari pelanggan, pembayaran kepada supplier, hingga pengelolaan pengeluaran bisnis (Meher et al., 2021). Selain itu, *digital banking* dapat menghemat waktu dengan memberikan kemudahan kepada pelaku UMKM untuk melakukan berbagai transaksi secara cepat, sehingga mereka dapat lebih fokus pada inti bisnis mereka (Mararo & Ngahu, 2017). Sistem *cashless* yang diimplementasikan membantu mengurangi risiko kehilangan uang tunai dan meningkatkan pengelolaan keuangan secara efisien, mendukung keamanan dan aksesibilitas dalam aktivitas bisnis (Meher & Gupta, 2020). Keamanan juga menjadi faktor penting, di mana fitur pencatatan otomatis dan notifikasi transaksi berperan dalam meminimalkan risiko kecurangan dan meningkatkan kepercayaan pelanggan (Meher et al., 2021). Kemudahan terhadap pinjaman jangka pendek melalui perbankan digital mempermudah UMKM dalam memenuhi kebutuhan modal kerja secara cepat dan fleksibel (Mararo & Ngahu, 2017). Selain itu, promosi harga seperti *cashback* dan diskon dapat meningkatkan minat pelanggan, sehingga mendukung profitabilitas UMKM secara signifikan (Wangi & Andarini, 2021).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah bentuk usaha yang memproduksi barang dan jasa dengan memanfaatkan bahan baku utama berbasis sumber daya alam, bakat, serta karya seni tradisional daerah setempat (Halim, 2020:18). UMKM berperan penting dalam menggerakkan perekonomian lokal melalui pemanfaatan potensi daerah dan pemberdayaan masyarakat setempat. Selain itu, UMKM juga menjadi salah satu sektor yang adaptif terhadap perubahan, termasuk dalam adopsi teknologi digital untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing.

Perkembangan sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional, menyumbang hingga 61% dari Produk Domestik Bruto (PDB) pada tahun 2020. Peraturan Pemerintah (PP) No. 7 Tahun 2021, sebagai bagian dari Undang-Undang Cipta Kerja (UU No. 11 Tahun 2020), memperkenalkan berbagai kemudahan bagi UMKM, seperti akses pendirian usaha, perizinan, pembiayaan, dan akses pasar. Kebijakan ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM melalui dukungan pemerintah, serta mempermudah akses terhadap layanan keuangan yang lebih inklusif (Yamani et al., 2019) . Salah satu wujud nyata dari inklusi keuangan ini adalah *digital banking*, yang diharapkan dapat mempercepat proses transaksi, mengurangi biaya operasional, serta meningkatkan efisiensi waktu.

Seiring dengan transformasi digital di sektor perbankan, *digital banking* kini menjadi solusi penting bagi UMKM untuk mempercepat proses transaksi dan meningkatkan profitabilitas. Sebelumnya, UMKM sering dihadapkan pada kendala dalam hal modal, promosi, serta keterbatasan akses ke perbankan tradisional. Namun, dengan *digital banking*, pelaku usaha dapat melakukan berbagai transaksi keuangan dengan lebih mudah, tanpa perlu membawa uang tunai (Meher et al., 2021). Di India, misalnya, *digital banking* terbukti dapat meningkatkan efisiensi operasional UMKM melalui kemudahan transaksi, akses pinjaman, dan penghematan biaya (Hawaldar et al., 2017).

Penelitian ini berfokus pada Kota Salatiga, yang memiliki sumber daya manusia paling tinggi di Jawa Tengah. Menurut Badan Pusat Statistik, Salatiga memiliki Indeks Pembangunan Manusia sebesar 85,72, menjadikan Salatiga menduduki peringkat teratas di Jawa Tengah dan peringkat ke 3 di Indonesia. Tingginya IPM menunjukkan bahwa masyarakat Salatiga memiliki tingkat pendidikan, kesehatan, dan pendapatan yang mendukung literasi digital, sehingga memacu kepercayaan dan kesiapan dalam mengadopsi layanan digital banking. Menurut Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Salatiga, Salatiga memiliki 23.622 UMKM yang mengalami kenaikan 2,7% dari tahun sebelumnya yaitu sebanyak 22.995 . Salatiga sering menjadi lokasi sosialisasi perbankan digital, termasuk pengenalan penggunaan QRIS kepada pelaku UMKM (Yustinus Wahyudi, 2024).

Dari survei awal terhadap 21 pelaku UMKM, hampir seluruh responden sepakat bahwa digital banking dapat memengaruhi pendapatan usaha mereka. Sebanyak 77% pelaku UMKM merasa bahwa layanan *digital banking* secara langsung meningkatkan profitabilitas usaha mereka dengan mempermudah transaksi dan pengelolaan, menghemat waktu, tidak perlu membawa uang tunai *(cashless)*, meningkatkan keamanan, mempermudah pinjaman jangka pendek dan memanfaatkan promosi harga . Maka dari hasil yang sudah saya dapat tersebut, saya tertarik untuk melakukan penelitian dampak *digital banking* terhadap profitabilitas UMKM lebih luas.

Profitabilitas adalah kemampuan UMKM untuk menghasilkan keuntungan dengan cara meningkatkan efisiensi operasional serta mengoptimalkan penggunaan aset yang dimilikinya . Tingkat profitabilitas mencerminkan sejauh mana UMKM dapat menjalankan aktivitas bisnisnya secara efektif dan memberikan nilai tambah bagi pemiliknya. Selain itu, profitabilitas juga menjadi indikator penting dalam menilai kesehatan keuangan dan keberlanjutan usaha suatu UMKM.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa digital banking memiliki pengaruh terhadap profitabilitas UMKM. Mararo (2018) layanan perbankan digital seperti *mobile banking, mobile finance, dan mobile payment* di Nakuru CBD, Kenya, meningkatkan akses kredit, efisiensi transaksi, dan pengelolaan keuangan, yang membantu mengurangi biaya operasional, meningkatkan pendapatan dan profitabilitas UMKM. Penelitian yang dikemukakan oleh Meher et al. (2021) mengenai digital banking berpengaruh positif terhadap profitabilitas UMKM, terutama dalam kemudahan menerima dan melakukan pembayaran yang signifikan meningkatkan pendapatan dan efisiensi operasional. Tetapi, variabel lain seperti kemudahan dalam pengelolaan pengeluaran bisnis, penghematan waktu, keamanan dan manfaat seperti *Cashback* atau diskon berpengaruh negatif terhadap profitabilitas UMKM. Sedangkan Meher & Gupta (2020) meneliti manfaat dari digital banking, termasuk kemudahan mengelola pengeluaran bisnis dan keamanan transaksi, yang secara signifikan berpengaruh positif terhadap profitabilitas UMKM. Penelitian oleh Muchiri (2018) mendukung hasil ini dengan menunjukkan bahwa adopsi *mobile banking* di Nairobi meningkatkan efisiensi operasional, keamanan, dan pertumbuhan bisnis UMKM, yang berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Sedangkan penelitian yang dilakukan di Indonesia, Andaningsih, Nugrahanti, dan Ningsih (2023) menunjukkan bahwa implementasi QRIS BRI *Mobile* di wilayah Jatimurni meningkatkan efisiensi operasional dan profitabilitas UMKM, dengan tingkat kepuasan pengguna mencapai 64,5%. Terdapat perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu, dimana variabel independen yang dibahas, periode tahun penelitian, objek yang diteliti berbeda, dan tingkat pengukuran skala likert yang digunakan.

Penelitian menunjukkan hasil yang konsisten pada variabel seperti kemudahan penggunaan digital banking terhadap profitabilitas UMKM, namun tidak konsisten pada variabel seperti

penghematan waktu, *cashless*, dan manfaat promosi seperti *cashback* atau diskon. Berdasarkan latar belakang yang sudah disusun, maka rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut: (i) Apakah kemudahan penggunaan *digital banking* berpengaruh terhadap profitabilitas UMKM di Kota Salatiga? (ii) Apakah *digital banking* memberikan dampak pada penghematan waktu bagi pelaku UMKM di Kota Salatiga, dan apakah hal tersebut berpengaruh pada profitabilitas mereka? (iii) Apakah *cashless* pada *digital banking* dapat berpengaruh terhadap profitabilitas UMKM di Kota Salatiga? (iv) Bagaimana keamanan dalam penggunaan *digital banking* dapat berpengaruh terhadap profitabilitas UMKM di Kota Salatiga? (v) Sejauh mana kemudahan persetujuan pinjaman jangka pendek melalui *digital banking* berdampak pada kemampuan UMKM di Kota Salatiga untuk meningkatkan profitabilitas? (vi) Apakah promosi harga dari penggunaan *digital banking* mampu meningkatkan profitabilitas UMKM di Kota Salatiga?

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah penggunaan *digital banking* berpengaruh terhadap profitabilitas UMKM di Kota Salatiga. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana *digital banking* mempengaruhi kemampuan UMKM di Kota Salatiga untuk meningkatkan profitabilitas mereka, serta mengidentifikasi faktor yang perlu diperhatikan untuk mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan usaha.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi pelaku UMKM di Kota Salatiga dengan memberikan informasi tentang bagaimana memanfaatkan *digital banking* untuk meningkatkan efisiensi dan profitabilitas bisnis mereka. Secara teoritis, penelitian ini juga diharapkan dapat menambah wawasan dan literatur mengenai pengaruh *digital banking* terhadap profitabilitas UMKM, khususnya di Kota Salatiga. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan atau referensi bagi penelitian selanjutnya yang meneliti dampak teknologi keuangan terhadap usaha mikro dan menengah.

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Teori *Technology Acceptance Model (TAM)*

Model Penerimaan *Technology Acceptance Model* (TAM) memberikan kerangka untuk mengidentifikasi bagaimana variabel eksternal memengaruhi persepsi, sikap, niat, hingga penggunaan teknologi *digital banking* secara nyata. TAM menggunakan dua kerangka pikir yang utama, yaitu *Perceived Usefulness* (PU) (persepsi kegunaan) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU) (persepsi kemudahan penggunaan). Menurut TAM, penggunaan teknologi dipengaruhi secara langsung maupun tidak langsung oleh perilaku pengguna, sikap terhadap teknologi, persepsi kegunaan, dan persepsi kemudahan penggunaan (Davis, 1989). Akinde (2021) menyatakan bahwa Persepsi kegunaan (PU) terlihat dari manfaat yang dirasakan, seperti kemudahan dalam menerima pembayaran, pengelolaan transaksi, atau pencatatan keuangan. Sementara itu, persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) mencerminkan sejauh mana pelaku UMKM dan pembeli merasa teknologi *digital banking* ini mudah dipahami dan digunakan, seperti fitur QRIS atau antarmuka aplikasi yang sederhana. Berdasarkan penjelasan tersebut teori TAM menjadi landasan untuk menggambarkan keterkaitan dengan beberapa variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini.

2.1.2 Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan sebuah perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan berbagai faktor produksi dan modal. Konsep ini mencerminkan salah satu cara paling sederhana dan efektif untuk menilai efisiensi aktivitas ekonomi dan keuangan perusahaan secara keseluruhan, termasuk penggunaan semua faktor produksi di setiap tahap dalam siklus ekonomi (Giurgiu, 2020). Perusahaan yang mampu meraih laba

yang tinggi mencerminkan kinerja yang baik, karena profitabilitas sering digunakan sebagai tolak ukur dalam menilai kinerja perusahaan. Perusahaan dapat memperoleh keuntungan lebih besar apabila perusahaan dapat memperluas pangsa pasar untuk produknya. Dalam perbankan digital, profitabilitas dapat mengukur seberapa besar laba yang diperoleh UMKM dengan memanfaatkan semua sumber daya yang ada. Tingkat profitabilitas yang tinggi akan meningkatkan kualitas laba yang dihasilkan. Salah satu cara untuk meningkatkan profitabilitas adalah dengan menggunakan media sosial untuk pemasaran dan *e-commerce*, yang mempermudah konsumen dalam menemukan dan membeli produk UMKM. Dengan demikian, strategi ini dapat meningkatkan penjualan usaha.

2.1.3 *Digital Banking*

Perbankan digital *(digital banking)* adalah transformasi industri jasa keuangan yang dipicu oleh kemajuan teknologi dan pengaplikasian alat-alat digital seperti *smartphone* dan platform perbankan elektronik (Urs Gasser, 2018). Transformasi ini tidak hanya memungkinkan proses bisnis baru tetapi juga menciptakan model bisnis yang sepenuhnya baru dan meningkatkan nilai perbankan. Hal ini mencakup pengintegrasian layanan digital dan fisik, sehingga memungkinkan interaksi pelanggan dengan pembeli yang lebih modern dan terhubung di berbagai layanan perbankan seperti aplikasi *m-banking*, *internet banking, QR Pay.* (*Digital Banking* 2025, Gassman). Menurut Meher et al, (2021) penggunaan *Digital Banking* mampu memberikan dampak sebagai berikut :

2.1.3.1 Kemudahan

Kemudahan penggunaan layanan perbankan digital berperan penting dalam meningkatkan niat UMKM untuk menggunakan digital banking. Kemudahan ini dapat dilihat dari tiga aspek utama. Pertama, kemudahan menerima pembayaran dari pelanggan, dimana layanan digital seperti e-wallet dan transfer online mempermudah proses pembayaran dari pelanggan di mana layanan digital seperti e-wallet dan transfer online mempermudah proses pembayaran menjadi lebih cepat dan praktis, sehingga membuat pelanggan merasa nyaman. Kedua, kemudahan melakukan pembayaran ke supplier, yang memungkinkan pelaku UMKM menyelesaikan pembayaran dengan mudah dan tepat waktu, mendukung kelancaran operasional bisnis. Ketiga, kemudahan mengelola pengeluaran bisnis melalui fitur perbankan digital yang membantu mencatat transaksi secara otomatis dan memberikan laporan yang jelas, sehingga memudahkan UMKM dalam mengatur keuangan mereka (Meher et al., 2021).

2.1.3.2 Menghemat Waktu

Saat ini, menghemat waktu dapat diwujudkan menggunakan teknologi digital banking yang dapat dilakukan melalui ponsel. Perbankan digital telah memudahkan UMKM untuk melakukan transaksi karena transaksi keuangan melalui ponsel dapat menangani pengiriman uang yang lebih aman dan tentunya dapat menghemat waktu. Bukan itu saja, manfaat teknologi mobile dapat menjangkau lebih banyak pelanggan, memfasilitasi pertukaran informasi, dan pengambilan keputusan (Mararo & Ngahu, 2017). Oleh karena itu, dengan teknologi manusia merasa kegiatan mereka menjadi lebih terbantu dan lebih efisien (Salam Et Al. 2018).

2.1.3.3 Cashless

Dengan adanya transaksi non tunai (cashless), bukan hanya lebih aman daripada transaksi yang dilakukan secara tunai, tetapi juga lebih hemat waktu, tidak merepotkan untuk dibawa, serta tidak mudah rusak sepeti uang kertas (Kumar, 2017). Pelaku UMKM, tidak perlu khawatir untuk mempersiapkan kembalian dan bersusah payah

menghitung jumlah uang tunai yang relatif banyak serta meminimalisir risiko kekeliruan dalam menghitung yang dapat menyebabkan kerugian. Dalam konteks di era digital ini memberikan terobosan baru bagi para pelaku usaha UMKM untuk meningkatkan akses layanan dalam bertransaksi melalui perbankan digital, sehingga dapat mengurangi risiko tindakan kejahatan atau pencurian yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan kinerja pelaku usaha UMKM.

2.1.3.4 Keamanan

Sebelum memanfaatkan perbankan digital, pengusaha sering kali merasa khawatir terhadap risiko penyalahgunaan uang tunai oleh staf mereka (Meher et al., 2021). Penyalahgunaan ini bisa berupa penerimaan atau pembayaran dalam jumlah yang tidak sesuai, penggunaan dana untuk kepentingan pribadi staf, atau tindakan kecurangan lain yang berpotensi merugikan bisnis. Dengan adanya transaksi cashless ini, selain lebih efektif dan efisien, transaksi cashless juga lebih aman, nyaman dan murah (Harasim , 2016) Maka, dengan adanya transaksi digital dapat meminimalisir adanya tindakan penyalahgunaan dan pencurian uang tunai.

2.1.3.5 Kemudahan Pinjaman Jangka Pendek

Saat ini, banyak bank menyediakan fasilitas bagi pemegang rekening giro untuk persetujuan pinjaman jangka pendek secara langsung melalui perbankan digital. Seperti yang diungkapkan oleh Mararo dan Ngahu (2017), "UMKM dapat mengakses kredit melalui mobile finance yang membantu mereka memenuhi kebutuhan bisnis jangka pendek". Kemudahan pinjaman jangka pendek melalui digital banking memungkinkan UMKM mengakses kredit dengan cepat dan fleksibel melalui platform digital. Sebelumnya, UMKM sering menghadapi kendala seperti prosedur administratif rumit dan waktu tunggu lama. Dengan digital banking, proses pengajuan pinjaman menjadi lebih efisien, mulai dari unggah dokumen digital, persetujuan instan, hingga pencairan dana langsung ke rekening. Jenis pinjaman yang umum diakses termasuk Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan pinjaman tanpa agunan berbasis riwayat transaksi. Dengan kemajuan teknologi perbankan, pengusaha kini dapat mengajukan dan mengatur pinjaman jangka pendek secara mudah melalui perbankan digital. Dengan mudahnya pinjaman jangka pendek, pelaku UMKM dapat menambah modal yang dapat dipergunakan untuk meningkatkan *branding,* kualitas produk, dan eskpansi sehingga dapat meningkatkan profitabilitas.

2.1.3.6 Promosi Harga

Menurut Wangi dan Andarini (2021), cashback merupakan strategi promosi yang memberikan persentase pengembalian uang kepada pelanggan. Pengembalian tersebut bisa berupa uang tunai, mata uang digital, atau produk, asalkan pelanggan memenuhi ketentuan yang berlaku dari penyedia Cashback. Sementara itu, menurut Pramesti (2022), diskon adalah penyesuaian harga dasar yang diberikan sebagai penghargaan kepada pelanggan atas tindakan tertentu, seperti pembayaran tagihan lebih awal, pembelian dalam jumlah besar, atau pembelian produk di luar musim, yang diberikan oleh penyelenggara diskon. Dengan adanya cashback dan diskon oleh digital banking, maka promosi harga akan meningkatkan minat pelanggan.

2.1.4 UMKM

UMKM adalah usaha yang memproduksi barang dan jasa dengan bahan baku utama berbasis sumber daya alam, bakat, dan karya seni tradisional daerah setempat (Halim, 2020), yang memiliki ciri-ciri seperti kemudahan memperoleh bahan baku, penggunaan teknologi sederhana yang memungkinkan alih teknologi, keterampilan dasar yang

diwariskan secara turun-temurun, sifat padat karya yang menyerap banyak tenaga kerja, serta peluang pasar yang luas, baik di pasar lokal maupun untuk ekspor, dengan beberapa produk memiliki kekhasan seni budaya daerah setempat dan melibatkan masyarakat ekonomi lemah secara ekonomis dan menguntungkan. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), usaha mikro adalah usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan dan/atau badan usaha perseorangan yang sesuai dengan kriteria yang diatur dalam undang-undang tersebut.

2.2 Penelitian Terdahulu

Musau, S. (2020). Menunjukkan hasil perbankan keagenan, perbankan seluler, perbankan online, dan layanan ATM secara signifikan memengaruhi akses dan penggunaan layanan perbankan oleh usaha perempuan berbasis lokal di Kabupaten Narok. Sehingga digital banking secara signifikan dan positif memengaruhi inklusi keuangan usaha perempuan di Kabupaten Narok..

Meher et al., (2021) menunjukkan hasil penelitian bahwa kemudahan menerima pembayaran dari pelanggan atau debitur serta kemudahan melakukan pembayaran kepada pemasok atau kreditur memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas UMKM. Namun, faktor seperti kemudahan dalam pengelolaan pengeluaran bisnis, penghematan waktu, tidak perlu membawa uang tunai saat berpergian untuk tujuan bisnis, tidak ada penyalahgunaan atau pencurian uang tunai, kemudahan dalam pengajuan dan persetujuan pinjaman jangka pendek, serta manfaat berupa *cashback* atau diskon tidak menunjukkan pengaruh terhadap profitabilitas UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua variable independen memberikan dampak langsung terhadap profitabilitas, sehingga fokus pada optimalisasi yang signifikan dapat menjadi strategi yang lebih efektif untuk mendukung pertumbuhan UMKM.

Meher & Gupta (2020) menunjukkan hasil penelitian bahwa *digital banking* memberikan pengaruh signifikan terhadap profitabilitas UMKM dengan berbagai manfaat yang ditawarkan. Kemudahan dalam menerima pembayaran dari pelanggan atau debitur, melakukan pembayaran kepada pemasok, serta kemudahan mengelola pengeluaran bisnis menjadi faktor penting yang mendukung efisiensi operasional. Selain itu, *digital banking* membantu menghemat waktu, tidak perlu membawa uang tunai saat berpergian untuk tujuan bisnis, tidak ada penyalahgunaan atau pencurian uang tunai. Sedangkan variable lain, seperti kemudahan dalam pengajuan dan persetujuan pinjaman jangka pendek serta manfaat berupa *Cashback* atau diskon, juga berkontribusi positif terhadap profitabilitas UMKM.

Manne (2022), hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi keuangan syariah berpengaruh terhadap peningkatan kinerja keuangan syariah UMKM. Sebagian pelaku UMKM yang memanfaatkan media sosial karena biayanya yang terjangkau dan penggunaannya yang praktis menghadapi kesulitan dalam beralih ke platform digital ekonomi yang lebih fleksibel serta terintegrasi dengan mitra yang lebih kompeten. Oleh karena itu, dengan memanfaatkan platfrom digital keuangan dapat berdampak positif kepada peningkatan profitabilitas.

Menurut Andaningsih, Nugrahanti, dan Ningsih (2023), sistem transaksi digital seperti QRIS BRI *Mobile* memberikan kemudahan dalam transaksi keuangan, meningkatkan efisiensi operasional, dan mendukung peningkatan profitabilitas UMKM. Layanan ini mempermudah proses pembelian dan penjualan, memperluas akses pasar, dan memberikan keuntungan berkelanjutan bagi pelaku UMKM serta nasabah privilege. Dengan tingkat kepuasan pengguna mencapai 64,5%, penerapan *digital banking* terbukti memiliki dampak positif terhadap keberlanjutan usaha dan peningkatan profitabilitas UMKM di wilayah Jatimurni.

2.3 Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Kemudahan

Kemudahan penggunaan layanan perbankan digital berperan penting dalam meningkatkan niat UMKM untuk menggunakan digital banking. Kemudahan ini dapat dilihat dari tiga aspek utama. Pertama, kemudahan menerima pembayaran dari pelanggan, di mana layanan digital seperti e-wallet dan transfer online mempermudah proses pembayaran menjadi lebih cepat dan praktis, sehingga membuat pelanggan merasa nyaman. Kedua, kemudahan melakukan pembayaran ke supplier, yang memungkinkan pelaku UMKM menyelesaikan pembayaran dengan mudah dan tepat waktu, mendukung kelancaran operasional bisnis. Ketiga, kemudahan mengelola pengeluaran bisnis melalui fitur perbankan digital yang membantu mencatat transaksi secara otomatis dan memberikan laporan yang jelas, sehingga memudahkan UMKM dalam mengatur keuangan mereka. (Meher dan Gupta, 2020)

Dalam kerangka TAM, kemudahan ini dapat dikaitkan dengan persepsi kemudahan penggunaan (Perceived Ease of Use), yang berperan penting dalam meningkatkan adopsi teknologi oleh pelaku UMKM. Dengan kata lain, semakin mudah teknologi diterapkan, semakin besar kemungkinan penggunaannya dalam mendukung operasional bisnis. Penelitian ini sejalan dengan temuan Meher et al. (2021), yang menyatakan bahwa kemudahan dalam menerima pembayaran melalui layanan perbankan digital berdampak positif terhadap profitabilitas UMKM.

H1: Kemudahan penggunaan *Digital Banking* berpengaruh positif terhadap profitabilitas UMKM.

2.3.2 Menghemat waktu

Di era digital ini, teknologi perbankan digital telah memungkinkan pelaku UMKM untuk menghemat waktu secara signifikan dalam menjalankan kegiatan keuangan mereka. Dengan hanya menggunakan ponsel atau perangkat elektronik lainnya, pelaku UMKM dapat menangani berbagai transaksi, seperti transfer uang, pembayaran tagihan, hingga pengecekan saldo, tanpa perlu mengantre atau datang langsung ke bank (Mararo & Ngahu, 2017). Berdasarkan kerangka TAM, persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) memainkan peran penting dalam mendorong adopsi teknologi *digital banking*.

Penelitian ini didukung oleh temuan Meher dan Gupta (2020) yang menyatakan bahwa teknologi perbankan digital memberikan manfaat signifikan dalam hal penghematan waktu bagi pelanggan dan pelaku usaha. Selain itu, Nguyen (2020) menjelaskan bahwa perbankan digital mempermudah akses terhadap layanan perbankan dibandingkan metode transaksi tradisional. Tidak hanya itu, Meher et al. (2021) menekankan bahwa penghematan waktu melalui perbankan digital memungkinkan pelaku UMKM untuk lebih fokus pada kegiatan inti bisnis, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap profitabilitas usaha mereka. Sehingga, dapat dirumuskan hipotesis kedua pada penelitian ini sebagai berikut:

H2: Menghemat waktu dengan menggunakan *Digital Banking* berpengaruh positif terhadap profitabilitas UMKM.

2.3.3 Cashless

Di era digital, transaksi non-tunai semakin menjadi pilihan utama dalam dunia bisnis, termasuk bagi pelaku UMKM. Transaksi tunai (*cash*) seringkali memiliki risiko yang lebih tinggi, seperti kehilangan uang, kerusakan fisik pada uang kertas, atau risiko keamanan lainnya. Dengan kemajuan teknologi, perbankan digital kini memungkinkan pelaku usaha untuk melakukan transaksi tanpa perlu membawa uang tunai. Berdasarkan kerangka TAM, persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) dari perbankan digital menciptakan kepercayaan pada pelaku UMKM bahwa teknologi ini memberikan nilai tambah yang signifikan, baik dalam mengurangi risiko operasional maupun meningkatkan efisiensi bisnis.

Penelitian Meher dan Gupta (2020) mendukung pandangan ini dengan menyebutkan

bahwa pengurangan kebutuhan membawa uang tunai dalam aktivitas bisnis memiliki dampak positif signifikan terhadap profitabilitas UMKM. Transaksi melalui perbankan digital tidak hanya meningkatkan keamanan, tetapi juga membantu pelaku UMKM mengelola dana dengan lebih terstruktur. Dengan risiko pencurian yang lebih rendah dan kemudahan akses terhadap berbagai layanan perbankan digital, pelaku UMKM dapat lebih fokus pada kegiatan operasional yang mendukung pertumbuhan usaha mereka. Sehingga, dapat dirumuskan hipotesis ketiga pada penelitian ini sebagai berikut:

H3: Cashless dengan menggunakan *Digital Banking* berpengaruh positif terhadap profitabilitas UMKM.

2.3.4 Keamanan

Sistem pembayaran non-tunai yang disediakan oleh perbankan digital berperan penting dalam mengurangi risiko penyalahgunaan dan pencurian uang tunai bagi pelaku UMKM. Dengan transaksi yang langsung tercatat dan masuk ke rekening bisnis, potensi kecurangan dan kehilangan uang tunai dapat diminimalkan, memberikan kemudahan dalam memantau arus kas secara *real-time* melalui fitur pencatatan otomatis dan notifikasi transaksi (Meher et al., 2021). Sistem ini tidak hanya mengoptimalkan efisiensi operasional, tetapi juga meningkatkan kepercayaan pelanggan dalam melakukan transaksi (Harasim, 2016).

Berdasarkan Teori TAM (Technology Acceptance Model), kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan dari perbankan digital meningkatkan tingkat adopsi teknologi oleh pelaku UMKM. Ketika pelaku UMKM merasakan bahwa teknologi ini membantu mengurangi risiko penyalahgunaan uang tunai dan meningkatkan pengelolaan arus kas, mereka akan lebih cenderung untuk mengadopsi teknologi ini, yang pada akhirnya meningkatkan profitabilitas usaha mereka. Sehingga, dapat dirumuskan hipotesis keempat pada penelitian ini sebagai berikut:

H4: Keamanan *Digital Banking* berpengaruh positif terhadap profitabilitas UMKM di Kota Salatiga.

2.3.5 Kemudahan pinjaman jangka pendek

Perkembangan teknologi perbankan digital telah memudahkan pelaku UMKM dalam mengakses pinjaman jangka pendek. Sebelum adanya digitalisasi, pengajuan pinjaman seringkali memerlukan waktu yang lama dan melibatkan prosedur administratif yang rumit. Dengan *digital banking*, UMKM dapat dengan mudah mengakses fasilitas kredit melalui fitur seperti *mobile finance*, yang memungkinkan proses pengajuan, persetujuan, dan pencairan dana dilakukan secara cepat dan fleksibel (Mararo & Ngahu, 2017). Kemudahan ini mempercepat perputaran modal kerja dan memastikan kelancaran operasional bisnis dengan berbagai macam aspek seperti peningkatan kualitas barang, pemasaran dan ekspansi, sehingga meningkatkan profitabilitas UMKM.

Menurut teori TAM (Davis,1989), yang meliputi ***Perceived Ease of Use* (PEOU)** menggambarkan kemudahan penggunaan teknologi, seperti pengajuan pinjaman yang mudah melalui *digital banking* dan ***Perceived Usefulness* (PU)** mengacu pada manfaat yang dirasakan, seperti proses pinjaman yang lebih cepat dan efisien. Jika pelaku UMKM merasa teknologi ini mempermudah kebutuhan dana darurat, mereka akan lebih cenderung mengadopsi dan menggunakan perbankan digital. Oleh karena itu, kemudahan dalam pengajuan dan persetujuan pinjaman jangka pendek diprediksi memiliki dampak positif terhadap profitabilitas UMKM. . Sehingga, dapat dirumuskan hipotesis kelima pada penelitian ini sebagai berikut:

H5: Kemudahan dalam pinjaman jangka pendek melalui *Digital Banking* berpengaruh positif terhadap profitabilitas UMKM.

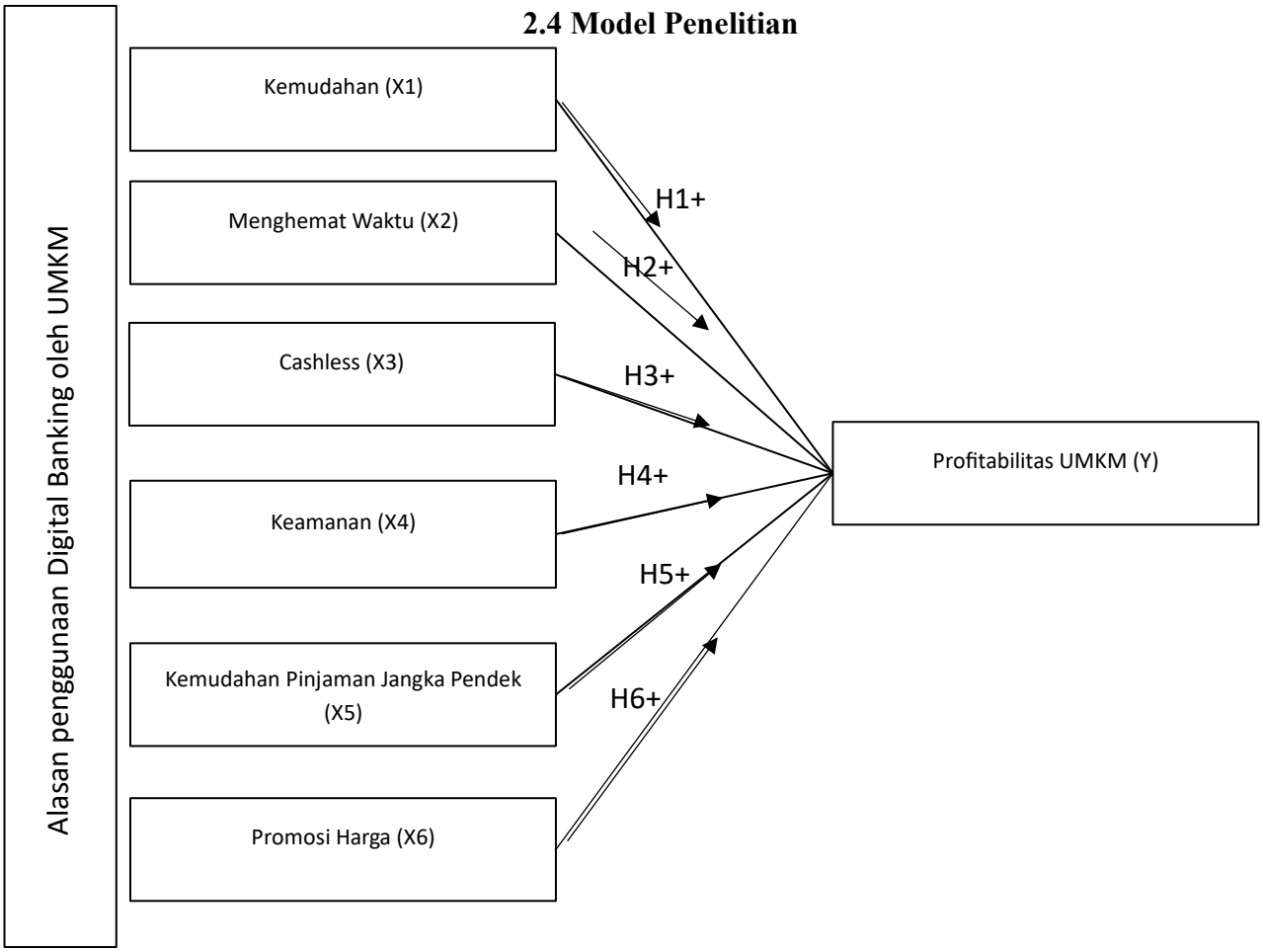
2.3.6 Promosi Harga

Menurut Wangi dan Andarini (2021), *Cashback* adalah strategi promosi yang memberikan pengembalian uang kepada pelanggan berdasarkan persentase tertentu, yang dapat berupa uang tunai, mata uang digital, atau produk, setelah pelanggan memenuhi ketentuan yang ditetapkan. Sementara itu, diskon merupakan penyesuaian harga yang diberikan sebagai penghargaan atas perilaku tertentu, seperti pembayaran awal atau pembelian dalam jumlah besar (Pramesti, 2022). Dalam konteks UMKM, layanan perbankan digital sering menawarkan insentif berupa *Cashback* atau diskon kepada nasabah yang melakukan transaksi melalui aplikasi mereka. Insentif ini memberikan keuntungan tambahan dengan meningkatkan minat pelanggan, sehingga dapat meningkatkan profitabilitas UMKM.

Dalam kerangka Teori TAM (Technology Acceptance Model), persepsi manfaat yang diperoleh dari insentif seperti *Cashback* dan diskon meningkatkan *Perceived Usefulness* (PU) teknologi, karena pelaku UMKM merasakan manfaat langsung dari penghematan yang diperoleh. Ketika pelaku UMKM merasa bahwa teknologi *digital banking* memberikan keuntungan tambahan melalui insentif, mereka cenderung mengadopsi teknologi ini lebih intensif. Dengan demikian, penggunaan perbankan digital yang memberikan *Cashback* atau diskon berkontribusi pada penghematan biaya dan peningkatan profitabilitas usaha. Sehingga, dapat dirumuskan hipotesis keenam pada penelitian ini sebagai berikut:

H6: Promosi Harga oleh *Digital Banking* berpengaruh positif terhadap profitabilitas UMKM.

2.4 Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

3. METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini memanfaatkan teori terkait dan pendekatan kuantitatif untuk menguji hipotesis. Dimana, penelitian kuantitatif yaitu suatu cara melakukan penelitian yang berlandaskan pada pemikiran positivisme yang digunakan untuk mempelajari kelompok atau sampel terntentu (Sugiyono, 2022). Dalam pelaksanaannya, penelitian ini menggunakan kuesioner *(Google Form)* sebagai alat pengumpulan data, yang kemudian dianalisis secara kuantitatif untuk menguji asumsi yang telah dirumuskan. Penelitian ini dirancang untuk menguji teori mengenai bagaimana dampak *digital banking* mempengaruhi profitabilitas UMKM di Kota Salatiga.

3.2 Populasi

Populasi dalam penelitian ini mencakup pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang beroperasi di berbagai sektor usaha di Kota Salatiga. UMKM di Kota Salatiga memainkan peran penting dalam perekonomian daerah Salatiga, didukung oleh pertumbuhan pesat jumlah UMKM yang tercatat oleh Dinas Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Kota Salatiga, yaitu sebanyak 23.622 UMKM (Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Salatiga, 2023). Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021, UMKM dapat diklasifikasikan menjadi tiga kategori berdasarkan modal usaha dan hasil penjualan tahunan:

1. **Usaha Mikro**
   - Modal usaha maksimal Rp1.000.000.000 (satu miliar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
   - Hasil penjualan tahunan maksimal Rp2.000.000.000 (dua miliar rupiah).
2. **Usaha Kecil**
   - Modal usaha lebih dari Rp1.000.000.000 (satu miliar rupiah) hingga Rp5.000.000.000 (lima miliar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
   - Hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.000.000.000 (dua miliar rupiah) hingga Rp15.000.000.000 (lima belas miliar rupiah).
3. **Usaha Menengah**
   - Modal usaha lebih dari Rp5.000.000.000 (lima miliar rupiah) hingga Rp10.000.000.000 (sepuluh miliar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
   - Hasil penjualan tahunan lebih dari Rp15.000.000.000 (lima belas miliar rupiah) hingga maksimal Rp50.000.000.000 (lima puluh miliar rupiah).

Kriteria ini digunakan untuk mengelompokkan UMKM berdasarkan skala usahanya, yang relevan dalam konteks penelitian ini untuk menganalisis dampak *digital banking* terhadap profitabilitas mereka. Fokus penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana penerapan *digital banking*, seperti QRIS dan layanan transaksi lainnya, dapat mendukung peningkatan efisiensi operasional dan profitabilitas UMKM di Salatiga. Hal ini sejalan dengan meningkatnya jumlah UMKM di Salatiga dan upaya pemerintah setempat dalam mempromosikan inklusi keuangan melalui digitalisasi.

3.3 Sampel

Sampel pada penelitian ini adalah 100 responden pelaku UMKM di Kota Salatiga yang menerapkan dan menggunakan teknologi *digital banking*. Penelitian ini menggunakan metode *simple random sampling*, untuk pengambilan sampel ini yaitu dari populasi yang dilakukan secara acak dimana setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih . Menurut Slamet Riyanto (2020), sampel merupakan bagian kecil yang memberikan gambaran secara umum dari anggota populasi. Untuk memastikan bahwa responden menggunakan *digital banking* sebelum penyebaran kuesioner, peneliti bekerja sama dengan Dinas Koperasi dan UKM Kota Salatiga untuk memperoleh daftar UMKM yang telah terdaftar dalam program inklusi keuangan atau pelatihan digital banking. Hal ini memastikan bahwa populasi target telah memiliki akses dan penggunaan *digital banking*. Dikarenakan, populasi di Kota Salatiga cukup banyak, maka penpelitian ini memilih rumus slovin, rumus statistik yang digunakan dalam menentukan ukuran sampel yang dibutuhkan dalam survey dan dari poluasi yang telah diketahui jumlahnya. Rumus Slovin digunakan menentukan sampel minimal yang diperlukan dari populasi yang besar dengan tingkat *margin of error* 10% (0,1) yang dapat ditoleransi, untuk memastikan bahwa sampel yang diambil dapat secara akurat menunjukkan karakteristik populasi. Berikut, adalah rumusnya:

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

Keterangan :

n : total sampel
N : jumlah populasi
e : Margin of eror (tingkat kesalahan)

3.4 Variabel Penelitian

Dari hipotesis yang dikembangkan, dua variabel digunakan yaitu variabel independent dan variabel dependen yang dapat dijelaskan secara operasional sebagai berikut :

Tabel 3.1 Penjelasan dan Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Profitabilitas (Y)	Kemampuan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) untuk menghasilkan keuntungan bersih yang mencerminkan efektivitas penggunaan sumber daya keuangan dan digital mereka dalam meningkatkan pendapatan, efisiensi operasional, dan daya saing di pasar.	a. Pengelolaan Biaya Operasional b. Pengelolaan terhadap volume penjualan (Balboa & Ladesma 2022)	*Likert*
Kemudahan (X1)	Kemudahan dapat diartikan sebagai kemampuan *digital banking* untuk memberikan fasilitas yang mempermudah pelaku usaha dalam menjalankan berbagai aktivitas keuangan, seperti menerima pembayaran, melakukan pembayaran, dan mengelola pengeluaran bisnis.	a. Kemudahan Menerima Pembayaran dari Pelanggan b. Kemudahan Melakukan Pembayaran ke Supplier c. Kemudahan Mengelola Pengeluaran Bisnis (Meher et al, 2021)	*Likert*
Menghemat waktu (X2)	Menghemat waktu didefinisikan sebagai kemampuan untuk menyediakan kemudahan dan aksesibilitas bagi nasabah, sehingga mereka tidak perlu bepergian, mengantre, dan dapat melakukan transaksi dengan lebih efisien secara mandiri menggunakan perangkat digital. Hal ini memungkinkan nasabah untuk mengelola interaksi perbankan mereka kapan saja dan di mana saja, meningkatkan	a. Efisiensi Waktu b. Aksesibel (Belinda, 2018)	*Likert*

	fleksibilitas dan efisiensi waktu.		
Cashless (X3)	*Cashless* adalah sebuah sistem ekonomi di mana semua transaksi dilakukan tanpa menggunakan uang tunai fisik, melainkan melalui mekanisme digital seperti kartu kredit/debit, dompet elektronik, perbankan daring, dan teknologi lainnya. Sistem ini bertujuan untuk meningkatkan efektivitas transaksi, keamanan, dan kenyamanan bagi pengguna.	a. Keamanan Transaksi b. Efektivitas Transaksi c. Kenyamanan Transaksi (Kumar, 2017)	*Likert*
Keamanan (X4)	Keamanan dapat diartikan sebagai perlindungan transaksi digital terhadap potensi penyalahgunaan atau risiko seperti pencurian, penipuan, dan ancaman lainnya.	a. Mencegah Penyalahgunaan b. Mencegah Pencurian (Manurung, Sipahutar, & Charolin, 2024)	*Likert*
Kemudahan pengajuan pinjaman jangka pendek (X5)	Kemudahan pengajuan pinjaman jangka pendek dapat didefinisikan sebagai akses yang cepat, praktis, dan tanpa hambatan terhadap fasilitas kredit pada bank, Lembaga keuangan dan Lembaga non keuangan yang memungkinkan pelaku usaha memperoleh modal dana untuk kebutuhan bisnisnya.	a. Peminjaman Dari Bank b. Peminjaman Dari Lembaga Keuangan c. Peminjaman Dari Lembaga Non-Keuangan (Mararo, Ngahu 2017)	*Likert*
Promosi Harga (X6)	Promosi adalah insentif dari bank digital untuk menarik minat pelanggan, seperti diskon, cashback, voucher, atau kupon, yang sering didukung oleh mitra pihak ketiga. Insentif ini dirancang untuk mendorong penggunaan layanan tertentu, seperti transaksi melalui bank digital.	a. Pemberian *Cashback* b. Pemberian Diskon c. Minat Pelanggan (Windasari, Kusumawati 2022)	*Likert*

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data primer, data primer adalah sebuah data yang langsung didapatkan dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan dan diberikan kepada pengumpul data atau peneliti (Sugiyono,2022). Data ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner *(Google Form)* kepada responden. Data kuesioner yang disebarkan berisi seperangkat pernyataan tertulis yang disusun menggunakan *Google Form*, hal ini bertujuan untuk mempermudah pengumpulan data. Responden dalam penelitian ini adalah para pelaku UMKM di Kota Salatiga yang menggunakan *digital banking*. Untuk memastikan bahwa responden menggunakan *digital banking* sebelum penyebaran kuesioner, peneliti bekerja sama dengan Dinas Koperasi dan UKM Kota Salatiga untuk memperoleh daftar UMKM yang telah terdaftar dalam program inklusi keuangan atau pelatihan digital banking. Hal ini memastikan bahwa populasi target telah memiliki akses dan penggunaan *digital banking*.

3.6 Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan statistik deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji kebaikan data, uji hipotesis dan analisis regresi linier berganda yang di uji dengan bantuan *software* SPSS 29. Penelitian ini memanfaatkan perangkat lunak SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) untuk mengolah data. SPSS merupakan *software* pengolahan data yang banyak digunakan untuk berbagai keperluan, seperti penelitian, bisnis, dan analisis internal. Selain itu, SPSS juga dikenal sebagai produk dan layanan statistik yang andal (Annisa, 2023).

3.6.1 Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif digunakan dalam penelitian ini untuk memberikan gambaran awal mengenai data yang telah dikumpulkan. Uji statistik deskriptif dalam penelitian ini mencakup penghitungan rata-rata (*mean*) untuk mengetahui kecenderungan nilai tengah, standar deviasi dan varian untuk menggambarkan sebaran data, serta nilai maksimum dan minimum untuk mengidentifikasi batas data. Selain itu, jumlah total (*sum*) dan rentang nilai (*range*) digunakan untuk melihat akumulasi serta selisih antara nilai tertinggi dan terendah. Analisis juga mencakup kurtosis untuk mengevaluasi tingkat kepuncakan distribusi data, serta skewness untuk mengukur kemiringan atau asimetri distribusi data (Sahabuddin, 2021). Variabel yang dianalisis bertujuan untuk memahami karakteristik data responden. Hasil dari analisis ini akan memberikan dasar dalam memahami pola-pola data sebelum melakukan analisis lebih lanjut.

3.6.2 Uji Kualitas Data

3.6.2.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan dalam penelitian ini untuk memastikan bahwa metode pengumpulan data (kuesioner) benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas mengacu pada sejauh mana indikator - indikator dalam kuesioner mampu merepresentasikan variabel yang diukur (Hartono, 2018) . Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS. Uji Validitas dikatakan valid jika nilai dari r hitung > r tabel. Hasil uji validitas ini sangat penting karena dapat memastikan bahwa setiap pernyataan dalam kuesioner dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian dengan akurat, sehingga mendukung keabsahan data yang diperoleh.

3.6.2.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat

ukur, yaitu apakah alat ukur tersebut tetap memberikan hasil yang konsisten jika pengukuran dilakukan berulang kali. Suatu alat ukur dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran secara berulang (Janna, 2021). Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan *software* SPSS dengan metode Cronbach's Alpha. Reliabilitas diukur berdasarkan nilai Cronbach's Alpha, dengan kriteria sebagai berikut:

1. Nilai Cronbach's Alpha > 0,7 : reliabilitas tinggi, instrumen dinyatakan reliabel.
2. Nilai Cronbach's Alpha 0,6–0,7 : reliabilitas cukup, instrumen dapat diterima.
3. Nilai Cronbach's Alpha < 0,6 : reliabilitas rendah, instrumen dapat diperbaiki.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

3.6.3.1 Uji Normalitas

Menurut Norfai (2021), uji normalitas berguna untuk mengetahui apakah variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian ini berdistribusi normal atau mendekati normal. Seperti diketahui, uji statistik seperti uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini salah, maka uji statistik menjadi tidak valid, terutama untuk jumlah sampel kecil (Ghozali, 2021). Model regresi yang baik adalah model yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal pada nilai residualnya. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan uji Koefisien Varians. Uji Koefisien Varians digunakan untuk mengamati sebaran data dari rata rata hitungnya yang dibagi dengan standar deviasi.

3.6.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk memastikan tidak adanya hubungan linier yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi. Multikolinearitas yang tinggi dapat menyebabkan ketidakakuratan dalam estimasi parameter dan mengganggu interpretasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hidayatullah et al. (2024) menjelaskan bahwa multikolinearitas dapat dideteksi melalui nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Jika nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai Tolerance lebih besar dari 0,1, maka multikolinearitas dianggap tidak terjadi. Dalam penelitian ini, model regresi yang bebas dari multikolinearitas menunjukkan bahwa variabel independen tidak memiliki korelasi yang tinggi satu sama lain, yang memungkinkan model menghasilkan estimasi yang valid dan signifikan.

3.6.3.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual di antara observasi yang satu dengan lainnya. Ketika varian residual tetap stabil, kondisi ini disebut homoskedastisitas. Sebaliknya, jika varian residual berubah-ubah, maka dinamakan heteroskedastisitas. Model regresi yang ideal dicirikan oleh tidak adanya heteroskedastisitas atau dengan kata lain memiliki sifat homoskedastisitas (Ghozali, 2021). Salah satu cara mendeteksi heteroskedastisitas adalah melalui Uji Park, di mana nilai logaritma natural dari residual kuadrat (LnU^2i) diregresikan terhadap variabel independen. Tujuan utama Uji Park adalah untuk mendeteksi apakah terdapat heteroskedastisitas dalam data penelitian. Pengujian dilakukan melalui regresi antara variabel independen dan residual, di mana analisis dapat dilakukan menggunakan perangkat lunak statistik seperti SPSS. Hasil pengujian dinyatakan bebas dari heteroskedastisitas jika nilai signifikansi > 0,05. Sebaliknya, jika nilai signifikansi ≤ 0,05, maka heteroskedastisitas terdeteksi dalam data penelitian.

3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan dalam peneltian ini dikarenakan regresi linier berganda variabel independennya tidak hanya satu variabel (Sari et al., 2020). Uji ini untuk menguji pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan adanya metode analisis regresi linear berganda yang digunakan bertujuan untuk menjelaskan hubungan fungsional antara beberapa variabel agar dapat mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independent (x) terhadap variabel (y).

3.6.5 Uji Kebaikan Model

3.6.5.1 Uji Determinasi (R *Square*)

Uji determinasi, yang diukur dengan R^2 (koefisien determinasi), digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Dengan kata lain, R^2 menunjukkan persentase variasi pada variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh model regresi yang melibatkan variabel independen. Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1. Semakin mendekati angka 1, semakin baik model dalam menjelaskan variasi data (Arullah,ldri 2024).

3.6.5.2 Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji secara simultan apakah semua variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Uji ini mengukur seberapa baik model re gresi menjelaskan variasi dalam variabel dependen dengan menguji pengaruh variabel independen secara kolektif (Auldri & Andiny 2024). Jika nilai signifikansi dari uji F lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang diuji memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka model regresi tidak signifikan.

3.6.6 Uji Hipotesis

3.6.6.1 Uji t (Parsial)

Dalam penelitian ini menggunakan Uji T (Parsial) yang diperuntukkan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen kepada variabel dependen dengan menguntukkan data kuantitatif yang telah diperoleh melalui kuesioner (Kamal et al., 2021). Uji T dilakukan untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji T dapat dilakukan dengan menggunakan kriteria uji hipotesis sebagai berikut:

1) Apabila nilai signifikasi < 0,05 dan t hitung > T tabel, hasil data diterima.
2) Apabila nilai signifikasi > 0,05 dan t hitung < T tabel, hasil data ditolak.