

Pengaruh Layanan *E-Payment* dan *E-Commerce* terhadap Kinerja *Supply Chain* dalam Digitalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Usaha Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang

Findi Nuraeni¹, Yanti², Awaliawati Rachpriliani³

¹²³Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Buana Perjuangan Karawang

ak19.findinuraeni@mhs.ubpkarawang.ac.id¹, yanti@ubpkarawang.ac.id²,

awaliawati@ubpkarawang.ac.id³

ABSTRACT

Digitizing micro, small and medium enterprises (MSMEs) is very important, considering the many benefits associated with it. Indonesia, through government directives, has begun to develop digitization through the introduction of e-payment services and e-commerce services into the MSME supply chain, but there are still many challenges to face. In this study, we measure the effect of the use of e-payment and e-commerce services on the performance of the MSME supply chain to accelerate MSME digitalization. This study aims to obtain empirical evidence about the effect of perceived benefits, perceived ease of use and perceived risks on MSMEs to use e-payment services and e-commerce services as This study uses a theory, namely the Technology Acceptance Model (TAM), which is modified by adding risk perception variables. We collected data from 100 SMEs in Karawang Regency, then distributed it in the form of a questionnaire and the data analysis technique used was SmartPLS. The results show that there is a positive and significant influence between the variables of e-payment services and e-commerce services on the performance of the MSME supply chain in Karawang Regency.

Keywords: *Digitalization of MSMEs, e-payment services, e-commerce services, supply chain performance of micro, small and medium enterprises (MSMEs)*

ABSTRAK

Digitalisasi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sangatlah penting, mengingat banyak manfaat yang terkait. Indonesia, melalui arahan pemerintah, telah mulai mengembangkan digitalisasi melalui pengenalan layanan *e-payment* dan layanan *e-commerce* ke dalam rantai pasok UMKM, namun masih banyak tantangan yang dihadapi. Dalam penelitian ini, kami mengukur pengaruh penggunaan layanan *e-payment* dan *e-commerce* terhadap kinerja rantai pasokan UMKM untuk mempercepat digitalisasi UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris tentang pengaruh manfaat yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan dan risiko yang dirasakan pada UMKM untuk menggunakan layanan *e-payment* dan layanan *e-commerce* sebagai. Penelitian ini menggunakan teori yaitu *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dimodifikasi dengan menambahkan variabel persepsi risiko. Kami mengumpulkan data dari 100 UMKM di Kabupaten Karawang, kemudian melakukan penyebaran berupa kuesioner dan teknik analisis data yang digunakan adalah SmartPLS. Hasilnya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel layanan *e-payment* dan layanan *e-commerce* terhadap kinerja rantai pasok UMKM di Kabupaten Karawang.

Kata kunci: Digitalisasi UMKM, layanan *e-payment*, layanan *e-commerce*, kinerja rantai pasokan usaha mikro kecil menengah (UMKM)

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi telah mendorong peningkatan proses digitalisasi di berbagai aspek dan industri, termasuk di bidang usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) (Zhang et al., 2022). Teknologi UMKM digital merupakan inovasi teknologi yang diperkenalkan untuk meningkatkan kinerja proses bisnis (Ramdani et al., 2022). Namun implementasi UMKM digital di Indonesia belum berjalan dengan optimal dan UMKM masih menghadapi berbagai permasalahan terkait *demand, financing, dan supply chain* (Wahid, 2019). Keterlibatan pembayaran digital di UMKM masih relatif rendah karena 51% UMKM tidak melakukan transaksi non tunai dan tercatat 75% UMKM tidak cukup berkelanjutan untuk menjaga karakter dan layanan mereka saat memasuki perdagangan elektronik (Meida et al., 2022). Proporsi UMKM yang masuk dalam ekosistem digital baru mencapai 23% UMKM pada Agustus 2021 (Islam et al., 2021). Sementara itu, data UMKM yang menggunakan teknologi toko *online* yang terfokus di Pulau Jawa yaitu DKI Jakarta sebesar 40,5%, Jawa Barat sebesar 21%, Jawa Timur sebesar 7%, dan Jawa Tengah sebesar 6,5% menunjukkan potensi pertumbuhan yang cukup besar (Mulyono, 2020). Data yang terfokus dalam analisis ini masih cenderung masif dan objektif. Namun, interpretasi sering kali bergantung pada kedua tujuan yang ditetapkan melalui prosedur dan teknik informasi (Yanti et al., 2022). Digitalisasi UMKM membutuhkan pengembangan teknologi yang mengubah proses bisnis dan kondisi pasar sekaligus menekan biaya transaksi (Mulyono, 2020).

Teknologi UMKM digital juga seperti *e-commerce* dapat membantu UMKM untuk meningkatkan basis pelanggan dan pemasok mereka, sementara dukungan faktur elektronik dapat membantu memperkuat integrasi sistem akuntansi (Crupi et al., 2020). Arah digital UMKM di Indonesia oleh pemerintah yaitu melalui peningkatan akses *broadband* yang bertujuan untuk membantu UMKM dalam melakukan *e-commerce* dan memperluas penggunaan *e-payment* di UMKM, Peran *e-payment* dan *e-commerce* dapat membantu UMKM untuk memperbaiki proses bisnisnya dan memasuki ekosistem bisnis digital (Apasrawirote & Yawised, 2021). Penggunaan *e-payment* pada UMKM merupakan alat strategi pendukung yang menggabungkan unsur pemasaran, penjualan, dan layanan pelanggan (Apasrawirote & Yawised, 2021). Adopsi pembayaran elektronik di UMKM berperan penting bagi konsumen dan pedagang dalam hal melakukan pembayaran dan memberikan informasi pembayaran (Idugia, 2018). Dalam hal ini Usaha Mikro diartikan sebagai usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria usaha mikro yang ditentukan (Rachpriliani et al., 2022). Sistem *e-payment* UMKM adalah teknologi yang membantu bisnis untuk bersaing dengan bisnis multinasional tanpa batasan, penggunaan *e-payment* pada UMKM juga dapat diartikan sebagai penggunaan teknologi pembayaran digital yang memberikan

berbagai keuntungan, baik dari segi peningkatan kualitas transaksi maupun akurasi pembayaran (Najib & Fahma, 2020).

Penggunaan *e-payment* dapat memberikan banyak manfaat bagi UMKM, mulai dari biaya dalam meningkatkan efisiensi kinerja keuangan (Sakanko & David, 2019), meningkatkan kepuasan pelanggan, meningkatkan kemampuan UMKM bersaing secara global, mempererat hubungan dengan pemasok (Kwabena et al., 2019), dan meningkatkan penjualan, transparansi, dan keamanan (Yakean, 2020). *e-commerce* dalam UMKM didefinisikan sebagai pemanfaatan TIK dan aplikasi untuk mendukung aktivitas bisnis melalui penerjemahan aktivitas tersebut dari manual ke elektronik (Kilay et al., 2022). Layanan *e-commerce* pada UMKM melibatkan platform yang digunakan untuk meningkatkan akses teknologi dan mendorong inovasi bagi para wirausaha (Budiyanti et al., 2021). Adopsi layanan *e-commerce* di UMKM dapat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja mereka dan memberikan model dan arahan bisnis baru melalui inovasi (Hasan et al., 2021). Dalam layanan *e-commerce*, manfaat yang diperoleh UMKM antara lain meningkatkan kompetensi bisnis, efisiensi tenaga kerja yang lebih tinggi, transaksi global, menawarkan pelanggan berbagai produk yang lebih luas dan beragam, dan pertumbuhan bisnis (Respatiningsih, 2021), UMKM harus mengubah strategi bisnis mereka menuju *e-commerce* jika ingin bertahan; oleh karena itu, digitalisasi dianggap sebagai solusi untuk kelangsungan hidup UMKM (Ismail & Masud, 2020). Pemerintah Indonesia telah merancang program 30 Juta UMKM Go Digital Tahun 2024 untuk mendorong digitalisasi (Kop UMKM, 2020).

Banyak penelitian sebelumnya yang telah membahas penggunaan *e-payment* dan *e-commerce* pada UMKM. Hasil penelitian ini bahwa *e-payment* muncul di saat *e-commerce* sedang pesat- pesatnya. Menurut (Respatiningsih, 2021) perkembangan yang pesat saat *e-commerce* terjadi membuat beberapa kalangan juga ikut untuk mengembangkan suatu produk baru yang mampu membantu kelancaran bertransaksi. Kemudian persepsi dari (Namira, 2022) Kemudahan menggunakan *e-payment* berpengaruh terhadap pelaku UMKM merasa dengan menggunakan perkembangan *e-payment* dalam transaksi pembayaran mampu mengurangi usaha individu baik dalam waktu maupun tenaga. (Armiani, 2022) yang menyatakan bahwa UMKM yang menggunakan *e-commerce* berbasis *cash on delivery* (COD) dapat meningkatkan omset penjualan, hal tersebut dikarenakan para pelaku UMKM yang menggunakan dan menerapkan sistem pembayaran berbasis COD mendapatkan kepastian akan terjadinya transaksi penjualan, dan *packing*-an serta pengiriman barang segera dilakukan. Berdasarkan pendapat (Leksono Putri Handayani et al., 2022) Pelaku UMKM sudah mulai beralih ke metode pembayaran digital, hal ini ditandai dengan tingginya pengguna digital *e-payment* di Indonesia, namun berbeda dengan (Riadi et al., 2022) dimana di dalam penelitiannya menyatakan bahwa jumlah UMKM yang sudah go digital telah mencapai 17,25 orang pada Februari 2022. Jumlah tersebut sudah melampaui target dari yang ditetapkan pemerintah. Perlu ditentukan indikator yang terkait dengan permasalahan implementasi layanan *e-payment* dan *e-commerce* guna mempercepat digitalisasi UMKM. UMKM juga perlu mengambil sudut

pandang inovasi terbuka untuk mengembangkan proses bisnisnya (Astuti & Universitas, 2022). Sehingga layanan *e-payment* dan *e-commerce* dapat berpengaruh terhadap kinerja rantai pemasok UMKM agar dapat memberikan rekomendasi percepatan digitalisasi UMKM di Indonesia (Aditya Darmawan et al., n.d.). Namun, dari penelitian terdahulu belum ditemukan hasil yang sama sehingga diteliti terkait dengan penggunaan layanan *e-payment* dan *e-commerce* yang memiliki pengaruh positif yang signifikan secara statistik terhadap kinerja rantai pasok UMKM. Sebagai kebaruan dari penelitian ini disajikan variabel kelembagaan rantai pasok, kinerja usaha UMKM, dan daya saing untuk mengukur suatu hubungan antara pemasok dan pelaku usaha serta kemampuan dalam mengembangkan suatu produk yang dapat menjadikan peluang pasar dalam proses kegiatan aliran rantai pasok UMKM.

RQ1 : Apa saja dampak dari penerapan layanan *e-payment* dan *e-commerce* terhadap *supply chain*?

RQ2 : Apa saja indikator permasalahan kinerja rantai pasok UMKM dalam melakukan riset pasar yang kurang optimal?

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan data yang diambil berupa data primer. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM yang ada di Kabupaten Karawang. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Sampel yang diperoleh dalam penelitian ini berjumlah 100 UMKM yang ada di kabupaten Karawang. Oleh karena itu, dengan mempertimbangkan total 17 indikator penelitian, jumlah sampel minimum yang diperlukan dalam penelitian ini adalah $5 \times 17 = 85$ UMKM di Kabupaten Karawang. Variabel yang digunakan meliputi: layanan *e-payment* (X1) dan layanan *e-commerce* (X2). Untuk menganalisis hubungan antar variabel dependen dan independen, maka penelitian ini menggunakan PLS dengan perangkat lunak Smart PLS 3.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Demografis Responden

Kuesioner disebar luaskan kepada pelaku UMKM di Kabupaten Karawang dengan jumlah sampel yang telah ditentukan sebelumnya yaitu 100 responden. Data yang diperoleh menyimpulkan bahwa mayoritas pelaku UMKM berusia lebih dari 25 tahun, dengan usahanya yang telah berdiri lebih dari 1 tahun.

Kemudian dilihat dari karakteristik jenis kelamin pelaku UMKM yaitu sebagai berikut ini:

Tabel 1. Distribusi Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Persentase
1	Laki-laki	40%
2	Perempuan	60%
	Jumlah	100%

Sumber: SmartPLS, 2023

Hasil Penelitian

Pengujian Outer Model

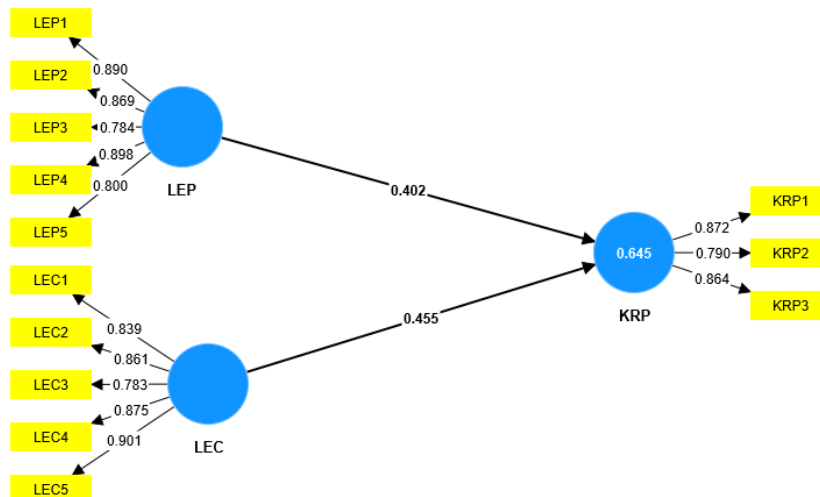
Analisa *Outer Model* mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya. Uji yang dilakukan di antaranya:

- 1) *Convergen Validity*. Nilai *convergen validity* adalah nilai *loading* faktor pada variabel laten dengan indikator-indikatornya. Nilai yang diharapkan adalah >0.7. atau sering digunakan 0.6 sebagai batas minimal.
- 2) *Average Variance Extraced* (AVE). Nilai AVE yang diharapkan adalah >0.5.
- 3) *Composite Reliability*. Data yang memiliki *composite reliability* >0.7 mempunyai reliabilitas yang tinggi
- 4) *Cronbach's Alpha*. Nilai reliabilitas diperkuat dengan *cronbach Alpha*. Nilai yang diharapkan adalah >0.6 untuk semua konstruk.

Uji Convergen Validity

Berikut gambar hasil kalkulasi model Smart PLS dapat dilihat nilai *loading* faktor indikator-indikator setiap variabelnya tidak ada lagi yang di bawah 0,70 dengan demikian analisis dilanjutkan pada *Average Variance Extraced* (AVE).

Gambar 1. Model PLS



Uji Average Variance Extracted

Tabel 2. Nilai AVE

	Average variance extracted (AVE)
LEP	0,722
LEC	0,727
KRP	0,710

Sumber: SmartPLS,2023

Dari Tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai AVE masing-masing konstruk sudah memenuhi syarat yaitu $>0,5$. Oleh karena itu tidak ada permasalahan konvergen validitas pada model yang diuji sehingga konstruk dalam penelitian ini dapat dikatakan memiliki validitas diskriminan yang baik.

Uji Composite Reliability

Outer model selain diukur dengan menilai *convergent validity* dan *average Variance Extracted* juga dapat dilakukan dengan melihat reliabilitas variabel laten yang diukur dengan melihat *composite reliability* dari blok indikator yang mengukur variabel.

Tabel 3. Composite Reliability

	Composite reliability (rho_a)
LEP	0,907
LEC	0,908
KRP	0,800

Sumber: SmartPLS, 2023

Dari tabel di atas dapat diketahui nilai *composite reliability* untuk semua variabel berada di atas nilai 0,70. Dengan demikian disimpulkan bahwa semua variabel memiliki reliabilitas yang baik sesuai dengan batas nilai minimum yang telah disyaratkan.

Uji Cronbach's Alpha

Outer model selain diukur dengan menilai *convergent validity*, *Average Variance Extracted*, dan *Composite Reliability* juga dapat dilakukan dengan melihat reliabilitas variabel laten yang diukur dengan melihat *cronbach alpha* dari blok indikator yang mengukur variabel. Variabel dinyatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60.

Tabel 4. Cronbach's Alpha

	Cronbach's alpha
LEP	0,903
LEC	0,905
KRP	0,795

Sumber: SmartPLS, 2023

Dari tabel di atas dapat diketahui nilai *Cronbach's Alpha* untuk semua konstruk berada di atas nilai 0,60. Dengan demikian disimpulkan bahwa semua variabel memiliki reliabilitas yang baik sesuai dengan batas nilai minimum yang disyaratkan.

Analisis Inner Model

Evaluasi *inner model* dilakukan dengan dua analisis yaitu, dengan melihat R² dan F2 .

Analisis R Square

Nilai R² menunjukkan tingkat determinasi variabel eksogen terhadap endogennya. Nilai R² , semakin besar menunjukkan tingkat determinasi yang semakin baik.

Tabel 5. R Square

	R-square	R-square adjusted
KRP	0,645	0,638

Sumber: SmartPLS, 2023

Hasil perhitungan R2 pada tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai R2 berada pada nilai 0,645. Berdasarkan hal tersebut, maka hasil perhitungan R2 menunjukkan bahwa R2 termasuk kategori sedang (0,645)

Analisis F Square

Nilai *f square* pada penelitian ini menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai *f square* 0,02 sebagai kecil, 0,15 sebagai sedang, dan nilai 0,35 sebagai besar. Nilai kurang dari 0,02 bisa diabaikan atau dianggap tidak ada efek.

Nilai *f square* dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 6. F Square

	f-square
LEP -> KRP	0,195
LEC -> KRP	0,250

Sumber: SmartPLS, 2023

Dari tabel di atas diketahui pengaruh variabel X1 berpengaruh terhadap variabel Y sebesar 0,195 (kategori kecil), dan variabel X2 berpengaruh terhadap variabel Y sebesar 0,250 (kategori sedang).

Hasil Bootstrapping

Dalam Smart PLS, pengujian setiap hubungan dilakukan dengan menggunakan simulasi dengan metode *bootstrapping* terhadap sampel.

Tabel 7. *Path coefficients*

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
LEC -> KRP	0,455	0,451	0,115	3,937	0,000
LEP -> KRP	0,402	0,408	0,118	3,398	0,001

Sumber: SmartPLS, 2023

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa:

Besarnya koefisien parameter untuk variabel X1 terhadap Y sebesar 0,455 yang berarti terdapat pengaruh positif X1 terhadap Y. Atau dapat diinterpretasikan bahwa semakin tinggi nilai X1 maka Y akan semakin meningkat pula. Peningkatan satuan X1 akan meningkatkan Y sebesar 45,5%. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan *bootstrap atau resampling*, dimana hasil uji koefisien estimasi X1 terhadap Y hasil *bootstrap* adalah sebesar 0,451 dengan nilai t hitung 3,937 dan standar deviasi 0,115. Maka nilai P value adalah 0,000 < 0,10 sehingga H1 diterima atau yang berarti pengaruh langsung X1 terhadap Y bermakna atau signifikan secara statistik.

Besarnya koefisien parameter untuk variabel X2 terhadap Y sebesar 0,402 yang berarti terdapat pengaruh positif X1 terhadap Y. Atau dapat diinterpretasikan bahwa semakin tinggi nilai X1 maka Y akan semakin meningkat pula. Peningkatan satuan X1 akan meningkatkan Y sebesar 40,2%. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan *bootstrap atau resampling*, dimana hasil uji koefisien estimasi X1 terhadap Y hasil *bootstrap* adalah sebesar 0,408 dengan nilai t hitung 3,397 dan standar deviasi 0,118. Maka nilai P value adalah 0,001 < 0,10 sehingga H2 diterima atau yang berarti pengaruh langsung X1 terhadap Y bermakna atau signifikan secara statistik.

Pembahasan Hipotesis

Pengaruh antara layanan *e-payment* terhadap kinerja rantai pasok UMKM

Berdasarkan hasil Tabel 4.7 Menunjukkan bahwa layanan *e-payment* memiliki nilai p value sebesar 0,001. Dikarenakan standar tingkat p value adalah < 0,05 (0,001 < 0,05) maka dapat disimpulkan bahwa memiliki pengaruh yang signifikan. Lalu berdasarkan nilai t-statistik sebesar 3,398. Dari hasil ini dinyatakan t-statistik signifikan karena > 1,660 (3,398 > 1,660) dengan p-value < 0,05 (0,001 < 0,05) artinya H0 ditolak Ha diterima. Nilai original sampel sebesar 0,402 yang berarti memiliki pengaruh positif. Maka dapat disimpulkan bahwa layanan *e-payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja rantai pasok UMKM.

Layanan *e-payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja rantai pasok UMKM. Hal ini dikarenakan dapat memberikan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi pembayaran. *Technology Acceptance Model* adalah salah satu model yang dapat digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya suatu sistem/ sistem informasi, individu tersebut akan

memiliki keyakinan bahwa menggunakan sistem tersebut dapat meningkatkan kinerjanya dalam bekerja (Namira, 2022). Berdasarkan temuan penelitian (Kilay et al., 2022) menyatakan bahwa persepsi manfaat terbukti memiliki pengaruh terhadap penggunaan layanan *e-payment* dalam transaksi pembayaran sehingga dapat meningkatkan produktivitasnya. (Mohd Sopian & Norziah Ismail, 2021) memaparkan bahwa persepsi manfaat merupakan tingkat keyakinan seseorang bahwa bila menggunakan suatu teknologi maka akan meningkatkan daya pasar yang baik. Semakin meningkat keefektifan suatu media semakin meningkat pula tingkat persepsi manfaatnya (Prihatiningtias & Wipraganang, 2022).

Pengaruh antara layanan *e-commerce* terhadap kinerja rantai pasok UMKM

Berdasarkan hasil Tabel 4.7 Menunjukkan bahwa layanan *e-commerce* memiliki nilai *p value* sebesar 0,000. Dikarenakan standar tingkat *p value* adalah $<0,05$ ($0,000 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa memiliki pengaruh yang signifikan. Lalu berdasarkan nilai *t*-statistik sebesar 3,937. Dari hasil ini dinyatakan *t*-statistik signifikan karena $> 1,660$ ($3,937 > 1,660$) dengan *p-value* $< 0,05$ ($0,001 < 0,05$) artinya H_0 ditolak H_a diterima. Nilai original sampel sebesar 0,455 yang berarti memiliki pengaruh positif. Maka dapat disimpulkan bahwa layanan *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja rantai pasok UMKM.

Layanan *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja rantai pasok UMKM. Hal ini dikarenakan dengan pengaruh positif dapat mendorong kreatifitas dari pihak penjual secara cepat dan tepat. Hasil penelitian dari (Minan, 2021) menguraikan mengenai sejauh mana sikap dan perilaku pengguna dalam hal ini adalah sektor UMKM di Karawang, dalam memanfaatkan teknologi informasi dalam bentuk *e-commerce* dengan menggunakan metode *Technology Acceptance Model* sehingga bisa diketahui seberapa jauh keefektifan dan manfaat sistem *e-commerce* dalam membantu sebagai media penjualan dan pembelian secara *online*. Pada penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan (Riadi et al., 2022) dan (Islam et al., 2021) menyatakan sistem perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap layanan *e-commerce*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa penggunaan layanan *e-payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja rantai pasok UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa dapat memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi pembayaran serta penggunaan layanan *E-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja rantai pasok UMKM. Hal ini dapat diartikan bahwa *e-commerce* sebagai suatu proses berbisnis dengan memakai teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran atau penjualan barang, servis, dan informasi secara elektronik

Penelitian ini hanya berfokus pada variabel layanan *e-payment*, layanan *e-commerce*, tidak menutup kemungkinan dengan adanya beberapa faktor-faktor lainnya mengenai teknologi/media yang akan digunakan di era globalisasi yang akan datang. Penelitian sebelumnya telah memaparkan rumusan teori pengaruh penggunaan layanan *e-payment* dan *e-commerce* secara terpisah terhadap UMKM, sementara dalam penelitian ini layanan *e-payment* dan *e-commerce* diuji secara individual terkait dampaknya terhadap kinerja rantai pasok pada UMKM di Kabupaten Karawang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulrahman Alhammadi, A., & Usman Tariq, M. (2020). The impact of quality e-payment system on customer satisfaction. *Journal of Critical Reviews*, 7(15), 5438–5447.
- Aditya Darmawan, B., Laili Maulida, atul, & Nasito, M. (n.d.). *Supply Chain Performance of SMEs: The Role of Triple-A Strategy (Baziedy Aditya Darmawan, Rifatul Laili Maulida and Mochamad Nasito) Supply Chain Performance of SMEs: The Role of Triple-A Strategy*. 91–102.
- Andonov, A., Dimitrov, G. P., & Totev, V. (2021). Impact of E-commerce on Business Performance. *TEM Journal*, 10(4), 1558–1564. <https://doi.org/10.18421/TEM104-09>
- Apasrawirote, D., & Yawised, K. (2021). The Factors Influencing the Adoption of E-Payment System by SMEs. *International Journal of Innovation, Creativity and Change. Www.Ijicc.Net*, 15(8), 471–481. www.ijicc.net
- Arief, H. N., & Suwita, J. (2019). Analisa Dan Perancangan Sistem Informasi E-Commerce Untuk Kalangan Umkm (Bengkel Motor). *Sistem Informasi STMIK Insan Pembangunan*, 1–13.
- Armiani, A. (2022). E-Commerce berbasis Cash On delivery Guna Meningkatkan Omset Penjualan Produk UMKM pada Masa Pandemi Covid-19. *Owner*, 6(1), 668–676. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.639>
- Astuti, W., & Universitas, D. (2022). *Pengaruh E-Commerce dan E-Payment Terhadap Pembelian Keputusan : Model Busana sebagai Variabel Pemoderasi*. 5(1), 26–37.
- Babenko, V., Kulczyk, Z., Perevosova, I., Syniavska, O., & Davydova, O. (2019). Factors of the development of international e-commerce under the conditions of globalization. *SHS Web of Conferences*, 65, 04016. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20196504016>
- Bankole, A., Opeyemi, I., & Ogundipe, A. (2021). Effect of mobile money adoption on the performance of micro family enterprises during covid-19 lockdown in Ekiti State. *Trinitarian International Journal of Arts and Humanities*, 1(2), 2021.
- Budiyanti, E., Permana, S. H., & Rivani, E. (2021). Important Points for Developing SMEs E-Commerce Towards Indonesia 4.0. *Proceedings of the 4th*

- International Conference on Sustainable Innovation 2020-Accounting and Management (ICoSIAMS 2020)*, 176(ICoSIAMS 2020), 388–392. <https://doi.org/10.2991/aer.k.210121.055>
- Crupi, A., Del Sarto, N., Di Minin, A., Gregori, G. L., Lepore, D., Marinelli, L., & Spigarelli, F. (2020). The digital transformation of SMEs – a new knowledge broker called the digital innovation hub. *Journal of Knowledge Management*, 24(6), 1263–1288. <https://doi.org/10.1108/JKM-11-2019-0623>
- Hasan, A., Amrusi, Musfiana, & Mardhani, M. (2021). An overview of e-commerce adoption in Indonesian SMEs. *Journal of Physics: Conference Series*. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1811/1/012104>
- Idugia, O. P. (2018). Electronic Payment system Adoption by SMEs in Nigeria: A Literature Review. *Greener Journal of Agricultural Sciences*, 8(3), 065–073. <https://doi.org/10.15580/GJAS.2018.3.031218042.CITATIONS>
- Islam, M. M. O., Haque, A., & Barua, B. (2021). Current status of e-commerce adoption by smes in Bangladesh: an empirical study. *AIUB Journal of Business and ...*, 18(December), 75–98.
- Ismail, N. A., & Masud, M. M. (2020). Prospects and Challenges in Improving E-Commerce Connectivity in Malaysia. *E-Commerce Connectivity in ASEAN*, 5(April), 78–98.
- Kilay, A. L., Simamora, B. H., & Putra, D. P. (2022). The Influence of E-Payment and E-Commerce Services on Supply Chain Performance: Implications of Open Innovation and Solutions for the Digitalization of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3). <https://doi.org/10.3390/joitmc8030119>
- Kimberly Febrina Kodrat, Sukaria Sinulingga, Humala Napitupulu, & Rika Ampuh Hadiguna. (2019). Pengukuran Kinerja Rantai Pasok Agroindustri Sirup Markisa Dengan Balance Scorecard di Provinsi Sumatera Utara. *Talenta Conference Series: Energy and Engineering (EE)*, 2(4). <https://doi.org/10.32734/ee.v2i4.669>
- Kwabena, G.-Y., Qiang, M., Wenyan, L., Qalati, S. A., & Erusalkina, D. (2019). Effects of the Digital Payment System on Smes Performance in Developing Countries; a Case of Ghana. *EPRA International Journal of Economic and Business Review*, January 2020, 79–87. <https://doi.org/10.36713/epra2997>
- Leksono Putri Handayani, N., Fitrijanti Soeparan, P., Pratama Kendal Jl Raya Utama Timur No, P., & Kendal, K. (2022). Peran Sistem Pembayaran Digital Dalam Revitalisasi UMKM. *Journal of Economics and Business Management*, 1(3).
- Meida, F., Astuti, M., Nastiti, H., & Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Jl Rs Fatmawati, U. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Sociolla Di Era Pandemic Covid-19. *Ikraith-Ekonomika*, 5(2), 157–166. <https://journals.upiyai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/1326>
- Minan, K. (2021). Analisis Pendekatan Metode TAM Pada Penggunaan Aplikasi E-Commerce. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(2), 181–

187. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i2.1118>
- Mohd Sopian, N., & Norziah Ismail, S. (2021). The Impact of Using Cashless Transactions Among Malaysian Consumers Towards Payment Systems Performance. *Research in Management of Technology and Business*, 2(1), 420–436. <http://publisher.uthm.edu.my/periodicals/index.php/rmtb>
- Mohd Yusof, N., Che Mohd Hariri, M. S., Mohamed Taheer, A. S., & Syed Omar, S. A. (2018). The Adoption of Electronic Payment System Among Small Medium Enterprises (SMEs) in Malaysia. *Journal of International Business, Economics and Entrepreneurship*, 3(SI), 36. <https://doi.org/10.24191/jibe.v3isi.14424>
- Mulyono, T. (2019). Desain Aplikasi Teknologi Seluler Untuk Pengembangan Produk Ukm Menggunakan Pendekatan “Open Innovation.” *Jurnal Sistem Informasi Dan Bisnis Cerdas*, 12(2), 103–108. <https://doi.org/10.33005/sibc.v12i2.1549>
- Munir, M. M., & Dwiyanto, B. M. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Rantai Pasokan Pada Bisnis Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Bidang Kuliner Di Kabupaten Kendal. *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 15, 44–54. <http://ejournal.undip.ac.id/index.php/smo>
- Najib, M., & Fahma, F. (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*, 10(4), 1702–1708. <https://doi.org/10.18517/ijaseit.10.4.11616>
- Namira, L. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat UMKM di Kota Padang Menggunakan e-Payment sebagai Metode Pembayaran. *Owner*, 6(1), 212–224. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.553>
- Nguyen, T. D., & Huynh, P. A. (2018). The roles of perceived risk and trust on E-payment adoption. *Studies in Computational Intelligence*, 760, 926–940. https://doi.org/10.1007/978-3-319-73150-6_68
- Owuso, S. M., & Jaja, H. (2022). Effect of Technology on Supply Chain Performance of Courier Firms in Nigeria: Implication for Post Pandemic Era. *Ijaar.Org*, 2(3), 32–42. <https://www.ijaar.org/articles/ijresd/v2n3/ijresd-v1n12-Dec21-p11230.pdf>
- Pachankis, Y. (2023). *Shift Balance of Centralized Banking System-Saving Democracy from Populism*. 28(2).
- Perumal, I., Parthasarathy, R., Krishnan, N. M., Nair, S., Jayabalan, N., & Selladurai, S. (2021). *A STUDY THAT INFLUENCES SMEs IN ADOPTING E-COMMERCE IN MALAYSIA UNDER INSTABILITY PHENOMENON*. November.
- Prihatiningtias, Y. W., & Wipraganang, N. (2022). The Impact of Mobile Payment on Non-Financial Performance of SMEs During the COVID-19 Pandemic. *Proceedings of the Brawijaya International Conference on Economics, Business and Finance 2021 (BICEBF 2021)*, 206(Bicebf 2021), 252–258. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220128.033>
- Rachpriliani, A., Buana, U., Karawang, P., & Hibah, D. (2022). *Peran bumdes di desa*

lemah mulya dalam membantu pelaku umkm mendapatkan dana bantuan umkm dari pemerintah. 2538–2545.

- Ramdani, B., Raja, S., & Kayumova, M. (2022). Digital innovation in SMEs: a systematic review, synthesis and research agenda. *Information Technology for Development*, 28(1), 56–80. <https://doi.org/10.1080/02681102.2021.1893148>
- Respatiningsih, H. (2021). The Impact of E-Commerce on the Marketing Performance of MSMEs During the Covid19 Pandemic Mediated by Competitive Advantage. *Proceedings of the 3rd International Conference on Banking, Accounting, Management and Economics (ICOBAME 2020)*, 169(Icobame 2020), 166–169. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210311.032>
- Riadi, S. S., Heksarini, A., Lestari, D., Maria, S., Zainurossalamia, S., & Yudaruddin, R. (2022). The Benefits of e-Commerce before and during the Covid-19 Pandemic for Small Enterprises in Indonesia. *WSEAS Transactions on Environment and Development*, 18(January), 69–79. <https://doi.org/10.37394/232015.2022.18.8>
- Sakanko, M. A., & David, J. (2019). The Effect of Electronic Payment Systems on Financial Performance of Microfinance Banks in Niger State. *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 9(2), 143–154. <https://doi.org/10.15408/ess.v9i2.12273>
- Sanchez-Torres, J. A., & Juarez-Acosta, F. (2019). Modelling SME e-commerce with IMAES. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 34(1), 137–149. <https://doi.org/10.1108/JBIM-04-2018-0132>
- Suryani, S., & Koranti, K. (2022). Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Keamanan Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Sikap Pengguna E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 27(2), 183–198. <https://doi.org/10.35760/eb.2022.v27i2.5189>
- Taher, G. (2021). E-Commerce: Advantages and Limitations. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 11(1). <https://doi.org/10.6007/ijarafms/v11-i1/8987>
- Wahid, B. A. (2019). Analisis Penggunaan Mobile Commerce (M-Commerce) Terhadap Persepsi Dan Kepercayaan Konsumen Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam). *Jurnal Informatika*, 1–8.
- Widyanto, A., & Patrie, H. (2020). Implementasi Penjualan Bebas E-Commerce Pada Toko Synergie Motor. *IDEALIS : InDonEsiA Journal Information System*, 3(1), 92–100. <https://doi.org/10.36080/idealis.v3i1.1593>
- Xena, P., & Rahadi, R. A. (2019). Adoption of E-Payment To Support Small Medium Enterprise Payment System: a Conceptualised Model. *International Journal of Accounting, Finance and Business*, 4(18), 32–41. www.ijafb.com
- Yakean, S. (2020). E-Payment System Drive Thailand to Be a Cashless Society. *Review of Economics and Finance*, 18, 87–91. <https://doi.org/10.55365/1923.X2020.18.10>
- YAKEAN, S. (2020). Advantages and Disadvantages of a Cashless System in Thailand

during the COVID-19 Pandemic. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(12), 385–388.
<https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO12.385>

Yanti, Y., Ismail, T., Hanifah, I. A., & Muschlish, M. (2022). Bibliometric Analysis of the Concept of Using Enterprise Resource Planning in the Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) Sector. *TEM Journal*, 11(3), 1229–1234.
<https://doi.org/10.18421/TEM113-31>

Zhang, X., Xu, Y., & Ma, L. (2022). Research on Successful Factors and Influencing Mechanism of the Digital Transformation in SMEs. *Sustainability (Switzerland)*, 14(5). <https://doi.org/10.3390/su14052549>