

Analisis Penggunaan Aplikasi E-Peken pada UMKM di Kecamatan Pakal dalam Meningkatkan Penjualan

Dian Puspitasari¹, Nanda Wahyu Indah Kirana²

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

nanda.wahyu.ak@upnjatim.ac.id²

ABSTRACT

The phenomenon of increasing digitalization in the small and medium business sector has encouraged SMEs to adopt various digital applications to enhance efficiency and sales. In the Kecamatan Pakal, the use of the E-Peken application by SMEs has become an intriguing topic for research, considering its potential benefits in boosting sales. Pemberdayaan dan Ketahanan Ekonomi Nang Suroboyo also known as E-Peken, is an online shopping platform launched by the Surabaya City Government and is considered a solution for local SMEs. Therefore, this study aims to analyze the impact of using the E-Peken application on increasing SME sales in the Pakal District. This research is based on the Technology Acceptance Model theory, which explains the concept of user behavior towards new information technology systems. The research method used is a descriptive qualitative method. Data in this study were collected through surveys and in-depth interviews with SME owners who use E-Peken. The results of the study show that the owners' perception of the E-Peken application significantly influences a positive attitude and intention to use E-Peken. Additionally, the level of digital literacy among SME owners also plays an important role in determining how effectively the E-Peken application can be used to increase sales.

Keywords: SMEs; E-Peken; technology acceptance model; digital literacy; sales; digital technology

ABSTRAK

Fenomena peningkatan digitalisasi dalam sektor bisnis kecil dan menengah telah mendorong UMKM untuk mengadopsi berbagai aplikasi digital guna meningkatkan efisiensi dan penjualan. Di Kecamatan Pakal, penggunaan aplikasi E-Peken oleh UMKM telah menjadi topik yang menarik untuk diteliti, mengingat potensi manfaatnya dalam meningkatkan penjualan. Pemberdayaan dan Ketahanan Ekonomi Nang Suroboyo, atau dikenal sebagai E-Peken adalah platform belanja online yang diluncurkan oleh pemerintah Kota Surabaya dan dianggap sebagai solusi bagi UMKM setempat. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak penggunaan aplikasi E-Peken terhadap peningkatan penjualan UMKM di Kecamatan Pakal. Penelitian ini didasarkan pada teori Technology Acceptance Model yang menjelaskan konsep perilaku pengguna terhadap sistem teknologi informasi baru. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui survei dan wawancara mendalam dengan pemilik UMKM yang menggunakan E-Peken. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi pemilik terhadap adanya aplikasi E-Peken secara signifikan mempengaruhi sikap positif dan niat untuk menggunakan E-Peken. Selain itu, tingkat literasi digital di kalangan pemilik UMKM juga berperan penting dalam menentukan seberapa efektif aplikasi E-Peken dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan.

Kata Kunci: umkm; E-Peken; technology acceptance model; literasi digital; penjualan; teknologi digital

PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman di era revolusi 5.0, perkembangan teknologi menuntut masyarakat untuk mengikuti perkembangan di berbagai bidang termasuk pelaku usaha dalam mempertahankan bisnisnya. Salah satunya adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang merupakan salah satu bidang ekonomi yang memiliki peran vital dalam pertumbuhan dan perkembangan perekonomian nasional. Pada tahun 2021 Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkopukm) mencatat sebanyak 64,2 juta UMKM yang ada di Indonesia. Kontribusi yang diberikan yaitu UMKM dapat menyerap sebesar 97% dari total tenaga kerja di dunia usaha. Hal ini mengindikasikan bahwa UMKM mampu menciptakan lapangan pekerjaan baru dan turut andil dalam mengentaskan kemiskinan dan pengurangan angka pengangguran di Indonesia. Selain itu, aktivitas bisnis yang dijalankan oleh UMKM juga memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Oleh karenanya, UMKM diharapkan menjadi garda terdepan dalam pencapaian pilar perekonomian secara berkelanjutan.

Pemanfaatan internet menjadi suatu hal yang cukup penting dilakukan oleh pelaku usaha agar bisnis yang dijalankannya dapat bersaing dan tumbuh. Adanya internet memungkinkan terjangkaunya pembeli maupun calon pembeli yang lebih luas bahkan secara global (Wakhidah et al., 2024). Internet dapat memungkinkan usaha tetap mengikuti tren perkembangan teknologi terkini dan berpotensi dalam keberlanjutan bisnis. Dengan memanfaatkan adanya digitalisasi ini, pelaku usaha dapat memperluas jangkauan bisnis dan dapat menjalin hubungan yang lebih kuat dengan konsumen. Hal ini merupakan langkah penting dalam menaikkan kelas usaha, kecil, dan menengah. Pemanfaatan e-commerce sebagai media penjualan secara online telah membawa dampak signifikan bagi dunia usaha khususnya bagi UMKM. Adanya e-commerce memberikan banyak kemudahan terutama dalam hal otomatisasi proses pembelian, pembayaran, hingga pengiriman. Hal ini memungkinkan pelaku usaha untuk menganalisis data konsumen sehingga dapat memberikan respon secara cepat atas perubahan tren pasar atau kebutuhan konsumen.

Peran pemerintah dalam memberdayakan atau bahkan mendorong UMKM dibutuhkan untuk meningkatkan aspirasi mereka dan bergerak menuju daya saing yang lebih tinggi. Dengan strategi yang tepat, pemerintah khususnya pemerintah daerah dapat mempertimbangkan hal ini agar daerahnya menjadi pusat ekonomi yang dinamis dan berkelanjutan di era globalisasi. Salah satu kota yang memiliki potensi terkait hal ini adalah Kota Surabaya yang merupakan salah satu kota dengan jumlah UMKM cukup besar yaitu mencapai 60.007 unit (Pemerintah Kota Surabaya, 2021). Oleh karenanya, Surabaya perlu secara bijak mengelola pertumbuhan yang berkelanjutan dan memastikan bahwa sarana dan prasarana pendukungnya dapat memenuhi permintaan yang terus meningkat.

Pemerintah Kota Surabaya telah menciptakan sebuah teknologi digital sebagai bentuk dukungan untuk meningkatkan digitalisasi transaksi UMKM berupa aplikasi e-commerce. Secara resmi pada akhir Oktober 2021 Pemerintah Kota

Surabaya meresmikan aplikasi E-PEKEN (Pemberdayaan Ekonomi dan Ketahanan Ekonomi Nang Suroboyo). Dengan adanya E-Peken, UMKM di Kota Surabaya diharapkan dapat lebih efektif berinteraksi dengan pelanggan dan dapat meningkatkan interaksi ekonomi secara keseluruhan (Brianita et al., 2023). Digitalisasi UMKM menjadi kunci agar UMKM dapat bertahan dan berkembang serta dapat memperluas cakupan dan pasar bagi UMKM secara berkelanjutan (Dwijayanti & Prabowo, 2023).

Inovasi pemasaran digital yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Surabaya melalui E-Peken telah menumbuhkan kreativitas UMKM. Hal ini akan memberikan dampak positif bagi pertumbuhan ekonomi Kota Surabaya dan memperkaya keberagaman variasi produk UMKM. Dengan adanya E-Peken, diharapkan interaksi antara pelaku usaha dan konsumen yang telah ada maupun calon konsumen dapat dilakukan dengan lebih efisien, agar interaksi ekonomi dapat ditingkatkan lebih luas (Brianita et al., 2023). Platform ini adalah langkah yang bagus untuk mendorong ekonomi lokal dan memberikan masyarakat akses yang lebih baik ke kebutuhan mereka.

Berdasarkan observasi dan wawancara dengan pemilik UMKM di Kecamatan Pakal, UMKM yang mengadopsi E-Peken menyampaikan bahwa adanya E-Peken memberikan dampak positif terhadap perluasan jangkauan pemasaran, meningkatkan pelanggan, dan meningkatkan pendapatan. Sementara UMKM lain mengalami kesulitan dalam beradaptasi dengan E-Peken dikarenakan memiliki tingkat kesiapan digital yang lebih rendah. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana penerapan aplikasi E-Peken pada UMKM Kecamatan Pakal dalam meningkatkan pendapatan melalui analisis keberhasilan implementasi teori *technology acceptance model* dan analisis tingkat literasi digital pemilik UMKM. Kebaruan penelitian ini adalah E-Peken yang merupakan platform belanja online yang memberikan wawasan spesifik mengenai inovasi pemerintah daerah yang dapat mempengaruhi UMKM setempat, berbeda dengan platform *e-commerce* yang biasanya diteliti seperti Shopee, Lazada, atau Tokopedia.

Technology Acceptance Model

Teori yang dikemukakan oleh Venkatesh dan Davis (2000), yang dikenal sebagai *Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan konsep yang tepat untuk menjelaskan perilaku pengguna terhadap sistem teknologi informasi baru. *TAM* adalah salah satu jenis teori yang mengadopsi pendekatan teori perilaku dan sering digunakan untuk mengkaji proses adopsi teknologi informasi (Pratama et al., 2022). Tujuan *TAM* adalah menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi berbasis informasi secara umum serta perilaku pengguna akhir teknologi dengan variasi yang luas di antara populasi, sehingga memberikan dasar untuk memahami pengaruh faktor eksternal terhadap landasan psikologis (Syahril & Rikumahu, 2019). *Technology acceptance model (TAM)* membantu UMKM dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi. Sebagai UMKM, adopsi teknologi dapat membantu meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan daya saing. Model TAM dapat membantu UMKM untuk

mengevaluasi apakah teknologi yang dipertimbangkan memiliki nilai kegunaan dan kemudahan penggunaan yang dapat diterima dan digunakan oleh karyawan dan pelanggan.

Literasi Digital

Literasi digital lebih berfokus pada proses berpikir kritis daripada keterampilan teknis yang diperlukan untuk menggunakan media digital (Naufal, 2021). Literasi digital adalah kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dalam berbagai format yang bersumber dari berbagai media melalui komputer. UNESCO mendefinisikan literasi digital sebagai kemampuan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk menemukan, mengevaluasi, memanfaatkan, menciptakan, dan mengkomunikasikan informasi secara efektif. Kesimpulannya, literasi digital mencakup pengetahuan dan keterampilan seseorang dalam menggunakan media digital, seperti alat komunikasi, jaringan internet, dan lainnya. Literasi digital meliputi lebih dari sekadar kemampuan menggunakan teknologi, perangkat informasi, dan komunikasi. Ini juga mencakup kemampuan sosialisasi, pembelajaran, berpikir kritis, kreatif, dan inspiratif sebagai bagian dari kompetensi digital. Literasi digital dapat menjadi tolak ukur seberapa baik UMKM dalam memanfaatkan teknologi informasi.

Pengertian E-Peken

E-Peken merupakan *e-commerce* yang diinovasikan oleh Pemerintah Kota Surabaya sejak 31 Oktober 2021. Tujuan dirancangnya aplikasi E-Peken ini adalah untuk mendorong peningkatan pemasaran produk-produk UMKM di Kota Surabaya dan sebagai sarana untuk menggerakkan ekonomi kerakyatan warga Surabaya pasca pandemi. Berdasarkan data dari Pemerintah Kota Surabaya, pada tahun 2022 jumlah pelaku usaha yang telah terdaftar dan terverifikasi sebanyak 1.737 merchant. Aplikasi E-Peken yang merupakan wujud dari inovasi ini menyediakan beragam produk yang dikategorikan menjadi dua yaitu UMKM olahan rumah tangga dan toko kelontong yang menjual bahan-bahan pokok. E-Peken didesain untuk memberikan jaminan transaksi yang lebih aman kepada pelaku usaha dan konsumen. Pembayaran pada platform ini dilakukan melalui QRIS agar pembayaran dapat melalui berbagai bank. Setiap transaksi penjualan pada E-Peken akan dikirimkan laporan hasil penjualan yang dapat digunakan sebagai bahan evaluasi oleh pelaku usaha. Adanya fitur tersebut, pemerintah juga dapat memonitor UMKM yang masih perlu untuk didampingi.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (2016), metode deskriptif kualitatif adalah pendekatan penelitian yang berbasis pada filosofi post-positivis. Metode ini digunakan untuk memahami kondisi alamiah dari objek penelitian, di mana peneliti menggunakan triangulasi sebagai teknologi utama untuk pengumpulan data. Tujuan dari penelitian deskriptif kualitatif adalah untuk menggambarkan, menjelaskan, memaparkan,

mengonfirmasi, dan menjawab pertanyaan penelitian secara lebih mendetail dengan melibatkan orang, kelompok, atau peristiwa sebanyak mungkin. Dalam penelitian kualitatif, peneliti menggunakan orang sebagai alat penelitian dan hasilnya direkam dalam bentuk kata-kata atau pernyataan yang menggambarkan kondisi nyata. Data yang diperoleh dari penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung ketika dilakukan pengumpulan data dari sumber pertama. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan UMKM di Kecamatan Pakal yang menggunakan E-Peken sebagai media penjualan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

E-Peken merupakan platform marketplace yang dapat menghubungkan antara penjual dan pembeli untuk melakukan suatu transaksi. Platform ini diinovasikan oleh Pemerintah Kota Surabaya sebagai bentuk dukungan pemerintah dalam meningkatkan perekonomian Kota Surabaya khususnya dari sektor UMKM. E-Peken sendiri berperan sebagai regulator yang memberikan fasilitas antara pelaku usaha dengan konsumen dalam melakukan transaksi. Salah satu cara pemerintah dalam menaikkan transaksi perbelanjaan di E-Peken adalah dengan mewajibkan Aparatur Sipil Negara (ASN) untuk melakukan pembelian di E-Peken pada awal launching. Akan tetapi sejak awal April 2022, E-Peken telah menjadi situs belanja online yang dapat diakses oleh masyarakat umum.

Inovasi pemerintah ini dapat memberikan dampak positif bagi perekonomian Kota Surabaya. Hal ini dibuktikan dengan adanya kewajiban bagi Aparatur Sipil Negara (ASN) untuk melakukan belanja setiap bulannya di E-Peken. Langkah ini dapat menjadi sebuah strategi dalam membangun pasar internal yang stabil. Berdasarkan observasi dan wawancara dengan UMKM, program Pemkot Surabaya berupa E-Peken memberikan dampak positif bagi beberapa UMKM. Dampak positif yang dirasakan oleh UMKM adalah perluasan jangkauan pemasaran yang berdampak pada meningkatnya jumlah konsumen dan otomatis meningkatkan pendapatan UMKM. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keberhasilan UMKM dalam menggunakan E-Peken sebagai media penjualan, antara lain:

a. Pengetahuan Digitalisasi

Keberhasilan implementasi E-Peken pada UMKM bergantung pada pemahaman dan kesiapan UMKM dalam digitalisasi. Kurangnya pengetahuan akan digitalisasi akan menghambat keberhasilan UMKM dalam mengadopsi E-Peken sebagai media penjualannya. UMKM yang memiliki pengetahuan digital yang baik dapat menerapkan solusi digital yang ada dengan mudah. Hal ini dikarenakan intensitas penggunaan teknologi dalam kehidupan sehari-hari dan seberapa baik mereka dalam mengikuti perkembangan zaman. UMKM yang terbuka terhadap perubahan dan perkembangan teknologi dapat memengaruhi cara UMKM dalam menerapkan teknologi digital seperti E-Peken.

b. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang digunakan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi seberapa berhasilnya penerapan E-Peken di UMKM. Dalam

menentukan strategi, UMKM harus menentukan target pasar yang dituju dan merencanakan pemasaran yang efektif. Strategi pemasaran yang digunakan oleh mayoritas UMKM untuk meningkatkan penjualan di E-Peken adalah dengan aktif mempromosikan produknya baik di aplikasi E-Peken maupun di sosial media.

c. Kepribadian Pemilik UMKM

Kepribadian pemilik UMKM dapat menjadi salah satu faktor yang berpengaruh dalam pengelolaan dan pengembangan usaha yang tengah dijalani oleh pemilik UMKM tersebut. Kemampuan UMKM dalam bertahan di era banyaknya UMKM sejenis serta dapat mengembangkan bisnisnya sangat bergantung pada keterampilan wirausaha pemiliknya. Keterampilan wirausaha merupakan kemampuan melihat peluang, ulet, dan kemauan kuat untuk bertindak berani dengan segala risiko yang akan dihadapi ketika berwirausaha dan selalu belajar dari kegagalan yang dialami. Kepribadian pemilik UMKM seperti ini dapat membantu mereka dalam meningkatkan kualitas usahanya.

Keberhasilan UMKM dalam mengadopsi aplikasi E-Peken tidak terlepas dari adanya hambatan dan tantangan tertentu, diantaranya adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan teknologi. Bagi beberapa UMKM, kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam hal teknologi dan pengelolaan platform E-Peken dapat menjadi tantangan. Membutuhkan waktu dan upaya tambahan untuk belajar dan memahami cara menggunakan platform E-Peken dengan efektif, termasuk pengelolaan pesanan dan promosi online. Kemajuan teknologi memang harus dihadapi dan diperlukan adaptasi bagi pelaku usaha walaupun memerlukan waktu untuk belajar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan E-Peken sebagai media untuk meningkatkan penjualan oleh UMKM di Kecamatan Pakal telah sesuai dengan teori yang ada. Teori *Technology Acceptance Model* mengemukakan bahwa persepsi kegunaan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Dwivedi et al., 2021). Pemilik UMKM di Kecamatan Pakal percaya bahwa E-Peken membantu mereka menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan visibilitas produk, dan mempermudah proses transaksi. Mayoritas pelaku UMKM merasa bahwa aplikasi ini memiliki fitur-fitur yang relevan dan bermanfaat untuk operasional sehari-hari. Dalam konteks E-Peken, persepsi kegunaan mencakup cara pemilik UMKM memanfaatkan aplikasi ini dalam meningkatkan penjualan dan efisiensi operasional mereka. Sikap terhadap penggunaan mencerminkan evaluasi positif atau negatif dari pengguna terhadap sistem tersebut. Dalam penelitian ini, sikap pemilik UMKM terhadap E-Peken dipengaruhi oleh pengalaman mereka dalam menggunakan aplikasi serta manfaat yang mereka rasakan.

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh UMKM dengan memanfaatkan secara E-Peken secara optimal mengindikasikan bahwa UMKM tersebut memiliki tingkat literasi digital yang baik. Literasi digital merujuk pada kemampuan individu untuk menggunakan teknologi digital, alat komunikasi, atau jaringan untuk mengakses dan mengelola informasi (Gurung & Raja, 2023). Akan tetapi bagi beberapa UMKM lain yang mengalami hambatan dalam pengoperasian E-Peken dikarenakan pengetahuan

teknologi yang rendah membutuhkan peningkatan literasi digital terutama oleh pemerintah sebagai bentuk pemberdayaan kepada UMKM. Dukungan dan pendampingan dari pemerintah atau pihak terkait seperti Dinkopdag dapat berperan penting dalam meningkatkan manfaat dari penggunaan E-Peken. Program pelatihan, workshop, dan pendampingan dapat menjadi solusi untuk membantu UMKM memahami dan memanfaatkan teknologi digital secara lebih efektif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyoroti peran strategis aplikasi E-Peken sebagai marketplace yang menghubungkan UMKM dengan konsumen. Aplikasi ini diinisiasi oleh Pemerintah Kota Surabaya untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal terutama dari sektor UMKM. E-Peken berfungsi sebagai pengatur transaksi yang meningkatkan aksesibilitas dan efisiensi operasional bagi pelaku usaha. Dampak positif dari inovasi ini terlihat dari peningkatan pendapatan dan jangkauan pemasaran UMKM, sebagaimana yang diamati dari wawancara dan observasi langsung oleh peneliti. Faktor kunci keberhasilan UMKM dalam mengadopsi E-Peken meliputi literasi digital yang memadai, strategi pemasaran yang efektif, dan kepribadian wirausaha yang proaktif dalam mengelola bisnis mereka.

Meskipun demikian, tantangan yang dihadapi UMKM termasuk kurangnya pengetahuan teknologi dan kebutuhan untuk meningkatkan literasi digital. Dukungan dari pemerintah, seperti melalui program pelatihan dan pendampingan dari Dinkopdag, sangat diperlukan untuk membantu UMKM mengatasi hambatan ini. Secara teoritis, TAM mendukung bahwa persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan aplikasi E-Peken memengaruhi sikap dan perilaku pemilik UMKM terhadap teknologi tersebut. Literasi digital juga memainkan peran penting dalam meningkatkan efektivitas penggunaan E-Peken oleh UMKM. Dengan demikian, integrasi E-Peken tidak hanya memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi UMKM, tetapi juga mendukung transformasi digital yang lebih luas dalam ekosistem bisnis lokal. Dalam konteks ini, upaya pemerintah untuk meningkatkan literasi digital dan mendukung adopsi teknologi digital oleh UMKM merupakan langkah yang strategis untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan di Kota Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Brianita, O., Dindaputri, Z. N., & Harmawan, B. N. (2023). Sosialisasi Aplikasi E-Peken sebagai Sarana Penjualan Online UMKM Kelurahan Semolowaru Kota Surabaya. *Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7, 16–30.
- Dwijayanti, I. M., & Prabowo, B. (2023). Upaya Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Keputran Kejambon II Melalui Web E-Peken Surabaya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3, 287–294.
- Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., Jeyaraj, A., Clement, M., & Williams, M. D. (2021). Re-examining the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT): Towards a revised theoretical model. *Information Systems Frontiers*, 23(4), 987–1002.
- Gurung, A., & Raja, M. K. (2023). Digital Literacy and Online Purchasing Behavior: A Study in The Context of Emerging Markets. *Journal of Business Research*, 142, 35–45.
- Naufal, H. A. (2021). Literasi Digital. *Perspektif: Jurnal Pendidikan, Politik, Budaya, Bahasa, Manajemen, Komunikasi, Pemerintahan, Humanioran, Dan Ilmu Sosial*, 1, 2, 195–202.
- Pemerintah Kota Surabaya. (2021). *UMKM Surabaya Capai 60 Ribu Lebih, Ini Intervensi Pemkot Surabaya*. Pemerintah Kota Surabaya.
- Pratama, A., Wulandari, S., & Indyastuti, D. L. (2022). Analisis Technology Acceptance Model (TAM) pada Penggunaan Aplikasi PLN Daily (Studi Empiris pada Pegawai PLN UP3 Tegal). *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 5, 3, 355–368.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*.
- Syahril, W. N., & Rikumahu, B. (2019). Penggunaan Technology Acceptance Model (TAM) dalam Analisis Minat Perilaku Penggunaan E-Money pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Jurnal Mitra Manajemen*, 2, 201–2014.
- Wakhidah, R. N., Widyawati, & Pramono, S. (2024). Analisis Kebijakan Penggunaan E-Peken sebagai Optimalisasi Pemberdayaan UMKM di Kelurahan Kedungdoro Kota Surabaya. *Soetomo Administrasi Publik*, 2, 165–178.