

Pengaruh Penggunaan Dompot Digital dan *E-Commerce* terhadap Keberlangsungan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (Studi Literature UMKM)

Vera Pariska¹, Indira Kusuma Dewi², Agnes Kartika³, Uly Nuha Perkasa⁴, Tri Yulaeli⁵

¹Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, email: verapariska555@gmail.com

²Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, email: dirdew1302@gmail.com

³Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, email: agnes.kartika2020@gmail.com

⁴Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, email: ullynuha8247@gmail.com

⁵Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, email: tri.yulaeli@dsn.ubharajaya.ac.id

Corresponding Author: Vera Pariska¹

Abstract:

Penelitian Pengaruh Penggunaan Dompot Digital dan E-Commerce terhadap Keberlangsungan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah merupakan artikel literatur ilmiah dalam lingkup Bisnis Kreatif dan Inovasi. Tujuan dari penelitian literature ini diharapkan dapat membangun hipotesis mengenai pengaruh antar variabel yang nantinya dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya dalam lingkup Bisnis Kreatif dan Inovasi. Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini yaitu kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yaitu menggunakan studi literatur. Data yang digunakan dalam pendekatan kualitatif deskriptif ini berasal dari penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini dan bersumber dari media online akademik seperti Jurnal Scopus Elsevier, Emerald, WoS, Jurnal Sinta, DOAJ, EBSCO, GARUDA, Google Scholar dan buku referensi digital. Hasil dari artikel ini yaitu: 1) Penggunaan dompot digital berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha mikro, kecil dan menengah; dan 2) *E-Commerce* berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha mikro, kecil dan menengah.

Keyword: Keberlangsungan UMKM, Dompot Digital, E-Commerce

INTRODUCTION

Kelangsungan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia telah menjadi perhatian penting yang telah menarik minat yang semakin meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, memberikan kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan mempekerjakan sebagian besar tenaga kerja. Namun demikian, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menghadapi banyak kendala yang membahayakan kelangsungan operasinya, terutama di era digital yang berkembang pesat. Komponen yang semakin relevan dalam konteks ini adalah dampak dompot digital dan e-commerce terhadap keberlanjutan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) (Khasanah et al., 2022).



Namun, dengan munculnya dompet digital dan e-commerce telah merevolusi lanskap bisnis, menghadirkan prospek baru dan tingkat efisiensi yang belum pernah terjadi sebelumnya. Dompet digital, sebagai instrumen pembayaran yang digerakkan secara teknologi, menawarkan kemudahan dalam melakukan transaksi, mengurangi kebutuhan akan mata uang fisik, dan mempercepat prosedur pembayaran. Pemanfaatan dompet digital membantu meningkatkan pengelolaan arus kas bagi UMKM, mengurangi risiko kehilangan uang tunai, dan memperkuat keamanan transaksi. Manfaat ini khususnya berlaku bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang sering beroperasi dengan modal terbatas dan memerlukan pengelolaan keuangan yang efektif.

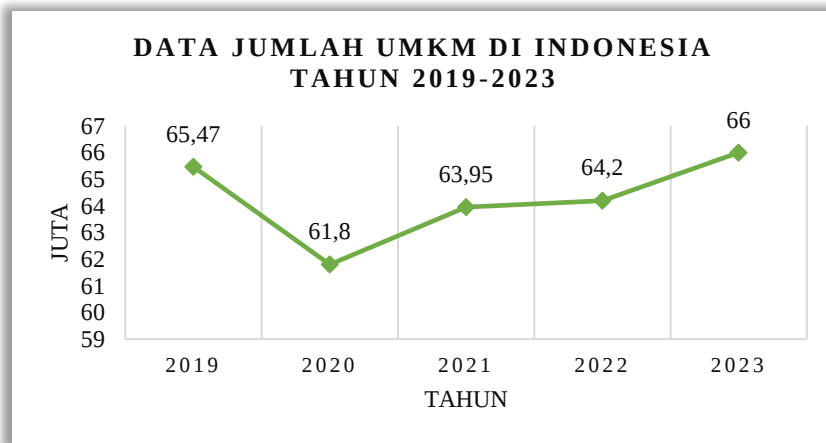


Figure 1. Data Jumlah Pelaku UMKM di Indonesia Tahun 2019-2023

Sumber: KADIN Indonesia

Berdasarkan data yang terdapat pada figure 1. Dapat dilihat bahwa jumlah pelaku UMKM di Indonesia cukup fluktuatif. Di mana pada tahun 2019 (sebelum pandemi covid-19) mewabah di Indonesia, jumlah pelaku UMKM berjumlah 65,47 juta. Namun pada Juni 2023 melalui Keputusan Presiden (KEPPRES) Nomor 11 Tahun 2020 tentang Penetapan Kedaruratan Kesehatan Masyarakat Corona Virus Disease 2019 (Covid-19), membuat penurunan terhadap jumlah pelaku UMKM menjadi 61,8 juta, terjadi penurunan sebesar 3,67 juta UMKM. Di mana setiap aktivitas atau kegiatan setiap orang dibatasi untuk menurunkan risiko terpapar virus covid-19, sehingga paling berdampak terhadap keberlangsungan bisnis sektor riil terutama. Namun, di tahun 2021 hingga 2022 pelaku UMKM mulai mengalami kenaikan, ditengah virus-19 yang masih melanda Indonesia. Hingga pada akhirnya melalui Keputusan Presiden (KEPPRES) Nomor 17 Tahun 2023 ditetapkan berakhirnya status pandemi corona virus disease 2019 (covid-19) di Indonesia. Relevan dengan hal tersebut, dampak positifnya di tahun 2023 pelaku UMKM makin bertumbuh dengan jumlah saat ini sebanyak 66 juta pelaku UMKM.



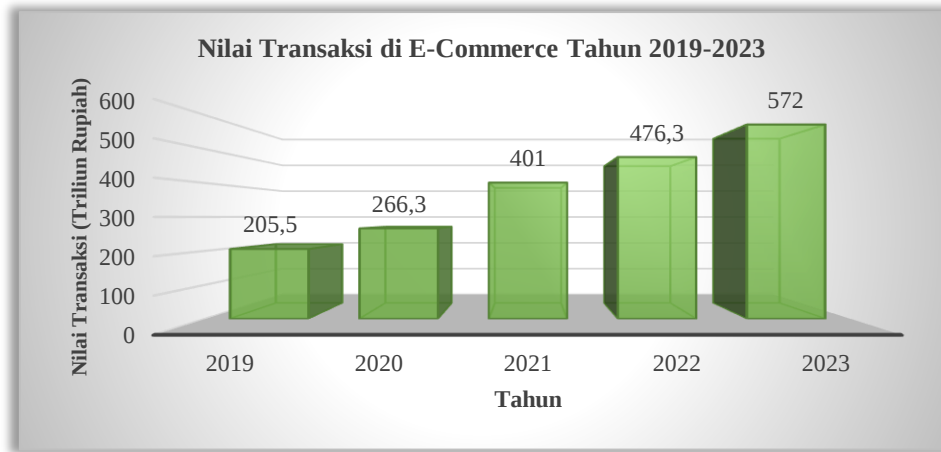


Figure 2. Data Nilai Transaksi di E-Commerce Indonesia Tahun 2019-2023
Sumber: Bank Indonesia

Berdasarkan figure 2, dan relevan dengan pertumbuhan pelaku UMKM pasca pandemi, nilai transaksi di e-commerce juga mengalami kenaikan tiap tahunnya. Hal tersebut tentu berdampak positif bagi pelaku UMKM, di mana menjadi peluang untuk mereka gunakan sebagai sarana jual beli produk. Kenaikan nilai transaksi paling signifikan juga terjadi di tahun 2023 dengan nilai sebesar 572 triliun rupiah.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka ditentukan rumusan masalah pada penelitian ini yang nantinya dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya, antara lain: 1) Apakah Penggunaan Dompert Digital berpengaruh terhadap Keberlangsungan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah?; dan 2) Apakah E-Commerce berpengaruh terhadap Keberlangsungan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah?.

KAJIAN TEORI

Keberlangsungan UMKM

Keberlangsungan UMKM, yang merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, berkaitan dengan kapasitas perusahaan kecil untuk bertahan dan berkembang dalam jangka panjang, meskipun menghadapi berbagai rintangan seperti transformasi ekonomi, sosial, dan teknis. Keberlangsungan mencakup pengelolaan elemen keuangan, operasional, dan manajerial yang efisien untuk memastikan keberlanjutan kegiatan bisnis. Keberlangsungan UMKM dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti aksesibilitas finansial, inovasi produk, kemampuan beradaptasi teknologi, dan manajemen yang kompeten. Akses terhadap uang sangat penting karena beberapa usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menghadapi tantangan dalam mendapatkan pendanaan dari lembaga perbankan konvensional. Inovasi produk sangat penting bagi UMKM karena mereka harus terus menyesuaikan produk mereka untuk memenuhi permintaan pasar yang terus berubah. Memanfaatkan teknologi, seperti platform digital dan e-commerce, memungkinkan UMKM untuk memperluas jangkauan pasar mereka dan meningkatkan efisiensi operasional. Lebih jauh, kelangsungan



hidup UMKM secara signifikan dipengaruhi oleh dukungan pemerintah, yang mencakup undang-undang yang menguntungkan, program pelatihan, dan bantuan bisnis (Pranjoto, 2021).

Indikator-indikator atau dimensi yang terdapat pada variabel Keberlangsungan UMKM meliputi: 1) Aksesibilitas Modal: Kelangsungan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangat dipengaruhi oleh kapasitas mereka untuk mendapatkan pembiayaan atau modal. Akses ke pinjaman atau investasi dapat memfasilitasi pertumbuhan UMKM dengan memungkinkan mereka untuk memperluas perusahaan mereka, berinovasi produk baru, dan meningkatkan operasi yang ada; 2) Inovasi Produk: Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) yang menunjukkan kemampuan untuk memperkenalkan elemen baru dan kreatif ke dalam produk dan layanan mereka lebih mungkin bertahan dalam jangka waktu yang lama. Inovasi melibatkan adaptasi item untuk memenuhi permintaan pasar dan tetap mengikuti tren terkini; 3) Manajemen yang Efisien: Keberhasilan dan kelangsungan hidup jangka panjang UMKM bergantung pada praktik manajemen yang efektif, yang mencakup perencanaan keuangan, manajemen sumber daya manusia, dan strategi pemasaran; 4) Adaptasi teknologi: Pemanfaatan teknologi digital untuk operasi, pemasaran, dan manajemen merupakan aspek penting. Teknologi meningkatkan produktivitas, memperluas jangkauan pasar, dan meminimalkan biaya operasional; dan 5) Dukungan pemerintah, termasuk undang-undang, program, dan insentif, memainkan peran penting dalam menjamin kelangsungan hidup jangka panjang UMKM. Langkah-langkah seperti pelatihan, bimbingan bisnis, dan insentif fiskal sangat bermanfaat dalam hal ini (Lukiastuti & Rosani, 2022).

Variabel Keberlangsungan UMKM telah diteliti oleh beberapa peneliti, dan relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Cendana, 2019), (Riyanti & Aini, 2022), (Fitriani et al., 2022).

Dompot Digital

Dompot digital adalah alat atau aplikasi digital yang memungkinkan pengguna melakukan transaksi keuangan melalui internet menggunakan perangkat seluler atau PC. Tujuan utama teknologi ini adalah sebagai pengganti uang tunai dan kartu fisik, menawarkan kemudahan dan keamanan yang lebih baik selama bertransaksi. Beberapa dompet digital yang populer adalah PayPal, OVO, GoPay, DANA, dan Apple Pay. Meningkatnya penggunaan dompet digital didorong oleh aksesibilitas internet yang luas dan adopsi ponsel pintar secara luas oleh masyarakat umum. Salah satu manfaat utama dompet digital adalah kemudahannya, karena memungkinkan pengguna melakukan pembayaran, mentransfer uang, dan menyelesaikan pembelian dengan cepat dan mudah tanpa perlu membawa mata uang atau kartu yang sebenarnya. Selain itu, dompet digital mencakup langkah-langkah keamanan yang ditingkatkan seperti enkripsi dan verifikasi, sehingga meminimalkan kemungkinan kerugian finansial atau aktivitas penipuan. Dompot digital memungkinkan pengguna untuk meningkatkan manajemen keuangan mereka dengan menyediakan layanan seperti pelacakan pengeluaran dan riwayat transaksi (Widjanarko et al., 2023).

Indikator-indikator atau dimensi yang terdapat pada variabel Dompot Digital meliputi: 1) Keamanan Transaksi: Dompot digital harus memiliki langkah-langkah keamanan yang kuat, termasuk enkripsi data dan autentikasi dua faktor, untuk melindungi pengguna dari aktivitas penipuan dan akses tidak sah ke data mereka; 2) Keramahan Pengguna: Antarmuka yang ramah pengguna dan intuitif sangat penting untuk memfasilitasi transaksi yang cepat dan bebas



hambatan bagi pengguna; 3) Integrasi Layanan: Kapasitas untuk terhubung dengan berbagai layanan, seperti e-commerce, pembayaran tagihan, dan transfer uang, meningkatkan penggunaan dompet digital bagi pelanggan; 4) Biaya Transaksi: Sistem biaya yang mudah dipahami dan adil akan menarik lebih banyak konsumen dan pedagang untuk memanfaatkan layanan dompet digital; dan 5) Jangkauan dan Aksesibilitas: Penggunaan yang meluas dan interoperabilitas dengan banyak perangkat seluler meningkatkan adopsi dompet digital (Estiningsih et al., 2022).

Variabel Dompet Digital telah diteliti oleh beberapa peneliti, dan relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Silalahi et al., 2022), (Nabila, 2020), (Zada & Sopiana, 2021).

E-Commerce

E-commerce, yang sering dikenal sebagai perdagangan elektronik, mengacu pada transaksi produk atau layanan melalui platform digital atau internet. *E-commerce* mencakup beberapa operasi perusahaan, termasuk pemasaran online, pemrosesan pembayaran online, dan pengiriman produk online. E-commerce mencakup berbagai kategori, seperti *Business-to-Consumer (B2C)*, *Business-to-Business (B2B)*, *Consumer-to-Consumer (C2C)*, dan *Consumer-to-Business (C2B)*. Platform belanja online yang banyak digunakan seperti Amazon, Alibaba, eBay, dan Tokopedia telah merevolusi cara konsumen dan bisnis terlibat dan melakukan transaksi. Manfaat inheren dari e-commerce adalah kapasitasnya untuk mengakses pasar di seluruh dunia tanpa terhalang oleh batasan geografis, yang memberi perusahaan kesempatan untuk memperluas klien mereka. E-commerce memfasilitasi operasi sepanjang waktu, memberi konsumen kenyamanan berbelanja kapan saja. Teknologi seperti sistem pembayaran online, logistik yang efisien, dan analisis data mendukung industri e-commerce. E-commerce telah memacu kemajuan dalam manajemen rantai pasokan, kontrol inventaris, dan taktik periklanan digital (Rakanita, 2019).

Indikator-indikator atau dimensi yang terdapat pada variabel E-Commerce meliputi: 1) Memastikan keamanan dan privasi transaksi serta menjaga data pribadi klien merupakan aspek penting dari e-commerce. Memanfaatkan sertifikat SSL dan kebijakan privasi yang transparan meningkatkan kepercayaan klien; 2) Kesederhanaan Navigasi Situs: Antarmuka yang mudah digunakan, dengan struktur navigasi yang lugas dan prosedur pembayaran yang sederhana, berdampak pada pengalaman pembelian online pelanggan; 3) Keragaman dan Keunggulan Produk: Kehadiran berbagai macam produk unggulan meningkatkan daya tarik platform e-commerce. Informasi produk yang menyeluruh dan umpan balik pelanggan membantu dalam proses pengambilan keputusan; 4) Kecepatan Pengiriman dan Layanan Logistik: Efektivitas proses pengiriman dan pengelolaan logistik, yang mencakup kemampuan untuk melacak pesanan secara real-time, berdampak signifikan pada kepuasan pelanggan; dan 5) Dukungan Pelanggan: Menerapkan strategi layanan pelanggan yang responsif dan efisien, seperti menyertakan fungsi obrolan langsung, menyediakan pusat bantuan yang komprehensif, dan menawarkan kebijakan pengembalian yang mudah, dapat secara signifikan meningkatkan kepercayaan klien dan menumbuhkan loyalitas jangka panjang (A'yuni & Chusumastuti, 2021).

Variabel E-Commerce telah diteliti oleh beberapa peneliti, dan relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Wiyono et al., 2021), (Diman, 2022), (Panjaitan et al., 2019).



Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Mengkaji publikasi terkait sebagai dasar perumusan hipotesis penelitian dengan mendeskripsikan temuan penelitian sebelumnya, menyoroti persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu, sebagaimana tergambar pada tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1. Penelitian Terdahulu yang Relevan

No	Author (Tahun)	Hasil Penelitian Terdahulu	Persamaan dengan artikel ini	Perbedaan dengan artikel ini
1.	(Agit & Ramadhani, 2023)	- Variabel Dompot Digital berpengaruh terhadap Keberlangsungan UMKM Menuru Era Society 5.0 - Variabel Dompot Digital berpengaruh terhadap Peningkatan Kualitas Keuangan UMKM	- Dalam artikel literature ini memiliki kesamaan meneliti variabel Dompot Digital pada variabel independen nya - Dalam artikel literature ini memiliki kesamaan meneliti Variabel Keberlangsungan UMKM pada variabel dependen nya	- Penelitian terdahulu menggunakan variabel lainnya yaitu Peningkatan Kualitas Keuangan UMKM sebagai variabel Dependen, sedangkan penelitian literature ini hanya menggunakan variabel Keberlangsungan UMKM sebagai variabel dependen
2.	(Fisabilillah et al., 2021)	- Variabel Dompot Digital berpengaruh terhadap Keberlangsungan UMKM - Variabel Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Pembekalan UMKM Kampung Binaan Go Digital	- Dalam artikel literature ini memiliki kesamaan meneliti Variabel Dompot Digital pada variabel independen nya - Dalam artikel literature ini memiliki kesamaan meneliti Variabel Keberlangsungan UMKM pada variabel dependen nya	- Penelitian terdahulu menggunakan variabel lainnya yaitu Literasi Keuangan sebagai variabel Independen, sedangkan penelitian literature ini menggunakan variabel Pembekalan UMKM sebagai variabel dependennya.
3.	(Putra & Sadewa, 2024)	- Variabel Strategi Promosi berpengaruh terhadap Keberlangsungan UMKM - Variabel Dompot Digital berpengaruh terhadap Keberlangsungan UMKM	- Dalam artikel literature ini memiliki kesamaan meneliti Variabel Keberlangsungan UMKM pada variabel dependen nya. - Dalam artikel literature ini memiliki kesamaan meneliti	- Penelitian terdahulu menggunakan variabel lainnya yaitu Strategi Promosu sebagai variabel Independen, sedangkan penelitian literature ini menggunakan variabel lainnya yaitu E-Commerce pada variabel Independennya.



			Variabel Dompot Digital pada variabel independennya.	
4,	(Adewirza & Hayati, 2024)	- Variabel Penggunaan Layanan Fintech berpengaruh terhadap Keberlangsungan UMKM - Variabel Dompot Digital berpengaruh terhadap Keberlangsungan UMKM di Kecamatan Medan Marelan	- Dalam artikel literature ini memiliki kesamaan meneliti Variabel Dompot Digital pada variabel independen nya - Dalam artikel literature ini memiliki kesamaan meneliti Variabel Keberlangsungan UMKM pada variabel dependen nya	- Penelitian terdahulu menggunakan variabel lainnya yaitu Penggunaan Layanan Fintech sebagai variabel Independen, sedangkan penelitian literature ini menggunakan variabel E-Commerce pada variabel Independen nya.
5.	(Christoper & Kristianti, 2020)	- Variabel E-Commerce berpengaruh terhadap Keberlangsungan UMKM di Boyolali - Variabel Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Keberlangsungan UMKM di Boyolali	- Dalam artikel literature ini memiliki kesamaan meneliti Variabel E-Commerce pada variabel independen nya - Dalam artikel literature ini memiliki kesamaan meneliti Variabel Keberlangsungan UMKM pada variabel dependen nya	- Penelitian terdahulu menggunakan variabel lainnya yaitu Literasi Keuangan sebagai variabel Independen, sedangkan penelitian literature ini menggunakan variabel Dompot Digital pada variabel Independen nya.
6.	(Azhar & Arofah, 2021)	- Variabel Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Keberlangsungan UMKM di Kabupaten Banyumas Pada Masa Pandemi Covid-19 - Variabel Penggunaan E-Commerce berpengaruh terhadap Keberlangsungan UMKM di Kabupaten Banyumas Pada Masa Pandemi Covid-19 - Variabel Inovasi Produk berpengaruh terhadap Keberlangsungan	- Dalam artikel literature ini memiliki kesamaan meneliti Variabel E-Commerce pada variabel independen nya - Dalam artikel literature ini memiliki kesamaan meneliti Variabel Keberlangsungan UMKM pada variabel dependen nya	-Penelitian terdahulu menggunakan variabel lainnya yaitu Literasi Keuangan, Inovasi Produk dan Kesiapan Berubah sebagai variabel Independen, sedangkan penelitian literature ini hanya menggunakan variabel Keberlangsungan Dompot Digital pada variabel Independen nya.



		UMKM di Kabupaten Banyumas Pada Masa Pandemi Covid-19		
		- Variabel Kesiapan Berubah berpengaruh terhadap Keberlangsungan UMKM di Kabupaten Banyumas Pada Masa Pandemi Covid-19		

METODE PENULISAN

Penelitian ini menggunakan teknik kualitatif deskriptif. Tujuannya adalah untuk memperoleh dan meningkatkan hipotesis untuk penelitian di masa mendatang dengan melakukan pemeriksaan menyeluruh terhadap penelitian sebelumnya yang relevan. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah tinjauan pustaka. Data yang digunakan dalam metodologi kualitatif deskriptif ini berasal dari penelitian masa lalu yang relevan dan diperoleh dari sumber daring akademis terkemuka seperti Scopus Elsevier Journal, Emerald, WoS, Sinta Journal, DOAJ, EBSCO, GARUDA, Google Scholar, dan buku referensi digital. Tinjauan pustaka sistematis (SLR) adalah upaya yang cermat dan metodis di mana semua sumber daya studi yang relevan ditemukan, dievaluasi, dan diteliti untuk memberikan resolusi pada pertanyaan penelitian tertentu. Mematuhi norma metodologis, sangat penting untuk menjaga konsistensi saat melakukan analisis kualitatif dengan menerapkan tinjauan pustaka. Analisis kualitatif terutama dilakukan untuk tujuan investigasi, (Ali, H., & Limakrisna, 2013).

PEMBAHASAN

Tujuan dari artikel tinjauan pustaka ini adalah untuk membahas topik Bisnis Kreatif dan Inovasi berdasarkan rumusan masalah, kajian teoritis, dan penelitian terdahulu yang relevan:

1. Pengaruh Penggunaan Dompot Digital terhadap Keberlangsungan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Pemanfaatan dompet digital dalam operasional Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki pengaruh yang besar terhadap berbagai aspek keberlanjutan bisnis mereka. Keamanan transaksi merupakan faktor penting saat menggunakan dompet digital. UMKM dapat meningkatkan keamanan mereka terhadap penipuan dan pencurian data dengan memanfaatkan dompet digital yang menawarkan fitur-fitur canggih seperti enkripsi data dan autentikasi dua faktor. Jaminan keamanan transaksi meningkatkan kepercayaan baik pelanggan maupun mitra bisnis, sehingga memperkuat ketersediaan kredit bagi UMKM. Lembaga keuangan dan investor lebih cenderung menawarkan bantuan keuangan kepada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang memanfaatkan sistem pembayaran yang aman dan bereputasi baik. Pemanfaatan dompet digital juga penting untuk kelangsungan jangka panjang usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Antarmuka yang mudah digunakan dan efisien memungkinkan pemilik dan pelanggan UMKM untuk melakukan transaksi dengan cepat dan efisien. Pemanfaatan alat ini secara langsung mengurangi durasi dan biaya pelatihan, sekaligus



meminimalkan kesalahan selama proses transaksi. Oleh karena itu, dengan meningkatkan efisiensi operasional, manajemen dapat secara efektif menyederhanakan dan mensistematisasi proses. Lebih jauh lagi, kemudahan penggunaan juga mendorong frekuensi keterlibatan pelanggan yang lebih tinggi dengan layanan UMKM, sehingga meningkatkan loyalitas dan kepuasan mereka.

Penggabungan layanan dompet digital ke dalam berbagai platform, termasuk e-commerce, pembayaran tagihan, dan transfer uang, menawarkan keuntungan yang signifikan bagi UMKM. Dengan dapat terhubung dengan berbagai layanan ini, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar mereka dan meningkatkan fleksibilitas operasional mereka. Integrasi yang efektif memungkinkan UMKM untuk dengan cepat merangkul kemajuan produk, menyesuaikan diri dengan permintaan pasar yang terus berkembang, dan dengan mudah mengirimkan barang-barang baru. Lebih jauh lagi, konektivitas ini memungkinkan UMKM untuk menyediakan berbagai pilihan pembayaran kepada klien, sehingga meningkatkan kemudahan dan mengoptimalkan pengalaman berbelanja. Keberlanjutan UMKM dipengaruhi oleh biaya transaksi yang kompetitif yang terkait dengan dompet digital. UMKM dapat mengurangi biaya operasional dan meningkatkan profitabilitas dengan memanfaatkan alternatif pembayaran yang memiliki biaya lebih rendah dibandingkan dengan opsi standar. UMKM dapat meningkatkan keunggulan kompetitif mereka dengan mengadopsi kerangka kerja organisasi yang transparan dan hemat biaya. Lebih jauh lagi, adanya biaya transaksi yang minimal menjadi insentif bagi lebih banyak klien untuk mengadopsi dompet digital, yang menghasilkan peningkatan volume transaksi dan selanjutnya menguntungkan pendapatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Luas dan tersedianya dompet digital merupakan faktor penting yang memudahkan UMKM dalam memperluas basis konsumen mereka, yang mencakup wilayah perkotaan dan pedesaan. UMKM dapat memperluas basis pelanggan mereka dengan memanfaatkan dompet digital yang dapat diakses oleh individu dari semua latar belakang sosial ekonomi. Oleh karena itu, UMKM memiliki potensi untuk memperluas pangsa pasar mereka dan memasuki ceruk yang sebelumnya belum dimanfaatkan. Peningkatan aksesibilitas ini juga mendorong penggunaan teknologi di kalangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), yang memungkinkan mereka untuk memasukkan teknologi ke dalam kegiatan sehari-hari mereka dan meningkatkan produktivitas. Lebih jauh lagi, pemanfaatan dompet digital memfasilitasi kemampuan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi. Memperkenalkan dan menerapkan teknologi digital membekali UMKM untuk berfungsi secara efektif di era digital, ketika kecepatan dan efektivitas sangat penting untuk mencapai kesuksesan. Pemanfaatan teknologi ini juga memungkinkan UMKM untuk tetap relevan dan kompetitif dalam industri yang terus berkembang. Melalui pemanfaatan teknologi digital, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dapat meningkatkan proses bisnis mereka, meminimalkan biaya, dan meningkatkan produktivitas.

Kelangsungan hidup UMKM yang memanfaatkan dompet digital sangat dipengaruhi oleh dukungan pemerintah. Pemerintah memiliki kemampuan untuk menawarkan insentif dan program pelatihan untuk membantu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam menyesuaikan diri dengan teknologi dompet digital. Lebih jauh, penerapan undang-undang yang mendukung pemanfaatan dompet digital, termasuk peraturan yang meningkatkan keamanan transaksi dan melindungi kepentingan konsumen, dapat meningkatkan penerimaan



teknologi ini di kalangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dukungan pemerintah yang kuat menjamin bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dapat dengan mudah memperoleh sumber daya dan informasi yang diperlukan untuk memanfaatkan teknologi dompet digital secara efisien.

Secara umum, pemanfaatan dompet digital memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap keberlanjutan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di berbagai dimensi. Keamanan transaksi, kemudahan penggunaan, integrasi layanan, harga transaksi, serta jangkauan dan aksesibilitas dompet digital berkontribusi terhadap peningkatan aksesibilitas modal, inovasi produk, manajemen yang efisien, adaptasi teknologi, dan bantuan pemerintah bagi UMKM. Melalui adopsi dompet digital, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peluang untuk meningkatkan posisi pasar mereka, mengoptimalkan efektivitas operasional, dan menjamin kelangsungan hidup jangka panjang organisasi mereka.

Dompet digital berpengaruh terhadap Keberlangsungan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, hal tersebut relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh:

2. Pengaruh E-Commerce terhadap Keberlangsungan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

E-commerce memiliki peran penting dalam meningkatkan keberlanjutan komersial Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di beberapa bidang. Mengamankan dan menjaga kerahasiaan transaksi merupakan elemen penting dari e-commerce yang berdampak langsung pada kepercayaan klien. Sistem keamanan yang kuat, yang menggabungkan enkripsi data dan identifikasi pengguna, menjamin keamanan transaksi online dengan melindungi dari potensi risiko seperti penipuan dan pencurian identitas. Meningkatkan kepercayaan konsumen dan mitra bisnis meningkatkan ketersediaan pendanaan untuk UMKM. Ketika klien memiliki rasa aman dalam melakukan transaksi, jumlah penjualan meningkat, dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peluang lebih besar untuk menarik investasi dan bantuan keuangan dari lembaga keuangan.

Kemudahan menavigasi situs e-commerce merupakan fitur penting yang memengaruhi kelangsungan jangka panjang usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Antarmuka yang dirancang agar mudah digunakan dan intuitif menjamin bahwa klien dapat dengan mudah menemukan produk yang mereka inginkan dan melakukan transaksi tanpa menemui hambatan apa pun. Navigasi yang efisien meminimalkan ketidakpastian dan gangguan klien, sehingga meningkatkan kepuasan mereka dan menumbuhkan loyalitas. Lebih jauh lagi, situs web yang ramah pengguna membantu UMKM dalam merampingkan operasi mereka dengan meminimalkan kebutuhan akan bantuan teknis dan pelatihan staf yang substansial. Platform e-commerce memberi UMKM peluang yang lebih besar untuk memperluas basis konsumen mereka dengan menawarkan beragam produk berkualitas tinggi. UMKM dapat meningkatkan daya saing pasar mereka dengan menyediakan beragam produk unggulan yang memenuhi berbagai permintaan dan preferensi klien. Kapasitas untuk memamerkan beragam produk juga mendorong inovasi produk, karena UMKM termotivasi untuk terus-menerus membuat dan merilis barang baru untuk menarik klien. Inovasi produk yang konsisten menjamin bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) tetap relevan dan kompetitif dalam industri yang terus berubah.



Kelangsungan UMKM melalui e-commerce juga dipengaruhi oleh ketepatan waktu pengiriman dan efektivitas layanan logistik. Pelanggan modern memiliki harapan yang tinggi untuk layanan pengiriman yang cepat dan dapat diandalkan. Dengan berkolaborasi dengan penyedia logistik yang andal dan efektif, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dapat memenuhi harapan ini dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Layanan logistik yang efektif juga memfasilitasi administrasi yang efisien dengan menjamin pengiriman produk yang tepat waktu dan utuh, sehingga meminimalkan biaya yang terkait dengan pengembalian dan kerusakan. Layanan pelanggan yang efisien dan adaptif merupakan elemen penting dari e-commerce yang memengaruhi loyalitas dan kepuasan klien. UMKM dapat meningkatkan hubungan klien dengan menawarkan layanan dukungan yang tersedia dengan mudah yang segera menangani pertanyaan dan keluhan pelanggan. Layanan pelanggan yang efektif sangat penting dalam memungkinkan UMKM untuk segera menyelesaikan kesulitan, sehingga menghindari ketidakpuasan pelanggan dan menjaga reputasi mereka. Oleh karena itu, bantuan pelanggan yang kuat memfasilitasi manajemen yang efektif dan meningkatkan adopsi teknologi dengan memungkinkan UMKM untuk segera menerapkan solusi yang sesuai.

Platform e-commerce meningkatkan aksesibilitas modal untuk UMKM dengan menyediakan data penting tentang kinerja penjualan dan tren pasar. UMKM dapat memanfaatkan data ini untuk meningkatkan pengambilan keputusan mereka tentang investasi dan pengembangan bisnis. Lembaga keuangan dapat memanfaatkan data ini untuk mengevaluasi kelayakan kredit usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), sehingga meningkatkan kemungkinan mereka mendapatkan pembiayaan yang diperlukan untuk ekspansi. Lebih jauh, pemanfaatan e-commerce memungkinkan adopsi teknologi di kalangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Melalui adopsi teknologi digital, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peluang untuk meningkatkan efisiensi operasional, merampingkan operasi yang sebelumnya manual, dan mengurangi biaya. Teknologi e-commerce memungkinkan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk memperluas jangkauan pasar mereka, baik di dalam negeri maupun global, sehingga meningkatkan keberadaan pasar mereka dan menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi.

Bantuan pemerintah merupakan penentu penting dalam kelangsungan jangka panjang usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang mengandalkan perdagangan elektronik. Pemerintah memiliki kemampuan untuk menawarkan insentif dan program pelatihan untuk membantu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam mengadopsi dan memaksimalkan pemanfaatan teknologi e-commerce. Lebih jauh lagi, penerapan aturan yang mempromosikan keamanan siber dan perlindungan konsumen dapat meningkatkan tingkat kepercayaan dan penerimaan perdagangan elektronik di kalangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Secara umum, e-commerce memiliki pengaruh yang substansial terhadap keberlanjutan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di berbagai dimensi. Meningkatkan keamanan dan privasi transaksi, memastikan navigasi situs yang mudah, menawarkan berbagai macam produk, menyediakan layanan pengiriman dan logistik yang efisien, dan menawarkan dukungan pelanggan yang andal, semuanya berkontribusi pada peningkatan aksesibilitas modal, inovasi produk, manajemen yang efisien, adaptasi teknologi, dan mendapatkan dukungan pemerintah untuk UMKM. Melalui penerapan e-commerce, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peluang untuk meningkatkan posisi pasar mereka,



mengoptimalkan proses operasional mereka, dan menjamin kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan mereka.

E-Commerce berpengaruh terhadap Keberlangsungan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, hal tersebut relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh:

Conceptual Framework

Dengan mempertimbangkan rumusan masalah, kajian teoritis, kajian terdahulu yang relevan, serta hasil dan pembahasan yang disajikan dalam penelitian tersebut di atas, kerangka pemikiran untuk karya tulis ilmiah ini dapat diringkas sebagai berikut:

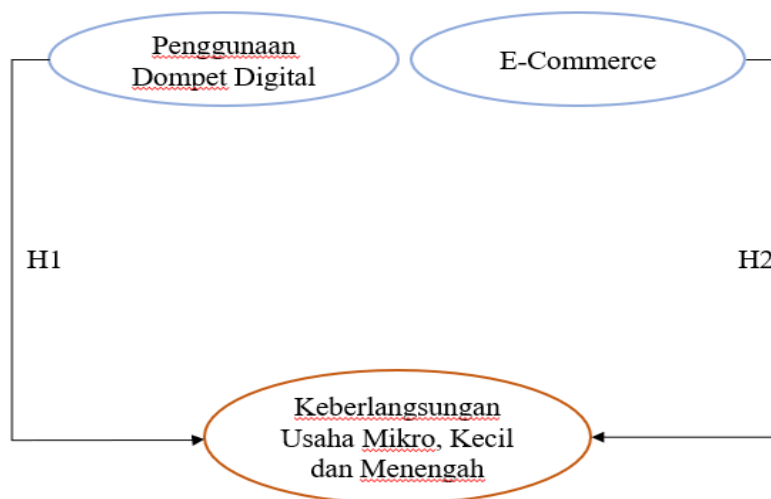


Figure 2. Conceptual Framework

Berdasarkan gambar 1 diatas, maka penggunaan dompet digital dan e-commerce berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha mikro, kecil dan menengah. Selain dari dua variabel independen (penggunaan dompet digital dan e-commerce) diatas yang mempengaruhi variabel dependen (Keberlangsungan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah), terdapat variabel lain yang mempengaruhi Keberlangsungan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia, antara lain:

- 1) Kualitas Produk: (Jumawan et al., 2023), (Saputra et al., 2023), (Mahaputra & Saputra, 2021), (Hernikasari et al., 2022).
- 2) Kualitas Pelayanan: (Sudiantini et al., 2023), (Khaira et al., 2022), (Marbun et al., 2022), (Syahwi & Pantawis, 2021).
- 3) Harga: (Mahaputra & Saputra, 2022), (Dwi Firmansyah et al., 2023), (Bunga Pertiwi et al., 2022).
- 4) Citra Merek: (Ali et al., 2023), (Saputra & Sumantyo, 2022), (Mahaputra & Saputra, 2021).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan



Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah, kajian teori, penelitian terdahulu, hasil dan pembahasan diatas, maka diperoleh hipotesis yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya, meliputi:

- 1) Penggunaan Dompset Digital berpengaruh terhadap Keberlangsungan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah; dan
- 2) E-Commerce berpengaruh terhadap Keberlangsungan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran pada artikel literature review ini yaitu terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi keberlangsungan UMKM selain penggunaan dompet digital dan e-commerce, meliputi kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan citra merek. Faktor lain tersebut dapat digunakan peneliti lainnya untuk pengembangan riset selanjutnya.

BIBLIOGRAPHY

- A'yuni, S. G., & Chusumastuti, D. (2021). Pengaruh User Interface Aplikasi Shopee terhadap Minat Beli Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunikasi Manajemen Informasi Dan Komunikasi*, 5(1), 49–58.
- Adewirza, S., & Hayati, I. (2024). Pengaruh Penggunaan Layanan Financial Technology Terhadap Keberlangsungan Usaha Pelaku UMKM: Studi Kasus UMKM Kecamatan Medan Marelan. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(6), 5323–5333.
- Agit, A., & Ramadhani, S. E. (2023). Peran Dompset Digital dalam Meningkatkan Kualitas Keuangan UMKM Menuju Era Society 5.0. *JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 26–34.
- Ali, H., & Limakrisna, N. (2013). Metodologi Penelitian (Petunjuk Praktis Untuk Pemecahan Masalah Bisnis, Penyusunan Skripsi (Doctoral dissertation, Tesis, dan Disertasi. In *In Deeppublish: Yogyakarta*.
- Ali, H., Mahaputra, M. R., Saputra, F., Mahaputra, M. R., Maharani, A., Nofrialdi, R., Saputra, E. B., Yandi, A., & Satriawan, N. (2023). Influence of Brand Image: Analysis of Purchase Decision and Author Loyalty (Study on Dinasti International Journal of Management Science). *Migration Letters*, 20(6), 676–682.
- Azhar, A. N., & Arofah, T. (2021). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keberlangsungan Umkm Di Kabupaten Banyumas Pada Masa Pandemi Covid-19. *SAR (Soedirman Accounting Review): Journal of Accounting and Business*, 6(1), 37–49.
- Bunga Pertiwi, A., Ali, H., & Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada E-commerce Shopee. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(2), 537–553. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i2.63>
- Cendana, M. (2019). Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Strategi Promosi Bagi Keberlangsungan Umkm. *Journal Community Development and Society*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.25139/cds.v1i1.1649>
- Christoper, S. W. H., & Kristianti, I. (2020). Hubungan e-commerce dan literasi keuangan terhadap kelangsungan usaha di Boyolali. *Jurnal Akuntansi*, 10(1), 1–12.



- Diman, B. (2022). Pengembangan Media E-Commerce Sebagai Upaya Peningkatan Akses Pasar Pada Galeri UMKM wilayah Kabupaten Nagan Raya. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(03), 297–300.
- Dwi Firmansyah, Y., Dwikotjo Sri Sumantyo, F., & Ali, H. (2023). Pengaruh Harga, Promosi dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Tekno Sport di Bumi Sani Kabupaten Bekasi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Penelitian Terapan*, 1(1), 16–30. <https://doi.org/10.38035/jpmppt.v1i1.80>
- Estiningsih, E., Perdana, D., Sundari, S., & Fardiana, E. (2022). Determinan Minat Menggunakan Dompot Digital (Studi Pada Pengguna Dompot Digital OVO). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 18(01).
- Fisabilillah, L. W. P., Aji, T. S., & Prabowo, P. S. (2021). Literasi Keuangan Digital Sebagai Upaya Pembekalan UMKM Kampung Binaan Go Digital. *DINAMIS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 62–69.
- Fitriani, F., Danial, R. M., & Komariah, K. (2022). Analisis Orientasi Pasar Dan Keunggulan Bersaing Dalam Melakukan Upaya Keberlangsungan UMKM Pada Masa Covid-19 (Survey Pada UMKM Minuman Di Kota Sukabumi). *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 5(2), 1436–1443.
- Hernikasari, I., Ali, H., & Hadita, H. (2022). Model Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Harga Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 329–346. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i3.837>
- Jumawan, J., Saputra, F., & Prabowo, P. B. (2023). Determinasi Pelatihan Florist dan Kualitas Pelayanan Kewirausahaan Pada Kejutbypugo Kota Bekasi. *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(4), 216–227.
- Khaira, N., Saputra, F., & Syarief, F. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Kafe Sudut Halaman. *JAMAN: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 24–30.
- Khasanah, U., Faeni, D. P., Pramukty, R., Marundha, A., & Yulaeli, T. (2022). INDONESIAN SMES FINANCIAL QUALITY INFORMATION PERFORMANCE AS LEARNING ORGANIZATION. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 4(1), 131–147.
- Lukiastuti, F., & Rosani, N. R. (2022). Pengaruh Pengelolaan Risiko Dan Perilaku Inovatif Terhadap Keberlangsungan Usaha Umkm Yang Dimoderasi Oleh Kapabilitas Jejaring. *EconBank: Journal of Economics and Banking*, 4(2), 199–220.
- Mahaputra, M. R., & Saputra, F. (2021). RELATIONSHIP WORD OF MOUTH , ADVERTISING AND PRODUCT QUALITY TO BRAND AWARENESS. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(6), 1099–1108.
- Mahaputra, M. R., & Saputra, F. (2022). Determination of Public Purchasing Power and Brand Image of Cooking Oil Scarcity and Price Increases of Essential Commodities. *International Journal of Advanced Multidisciplinary*, 1(1), 36–46.
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716–727. <https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/1134>
- Nabila, L. D. (2020). Pengaruh Dompot Digital Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bisnis Franchise Minuman (Studi Pada Konsumen Minuman Chatime di



- Lippo Plaza Sidoarjo). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 1034–1040.
- Panjaitan, M., Winarto, Napitupulu, J., Maslan, J., & Normi, S. (2019). Examining generation X experiences on using e-commerce: Integrating the technology acceptance model and perceived risks. *Journal of Physics: Conference Series*, 1361(1), 0–6. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1361/1/012029>
- Pranjoto, R. G. H. (2021). Kreativitas dan inovasi dalam islam terhadap keberlangsungan UMKM di masa pandemi Covid-19 di Indonesia. *Competence: Journal of Management Studies*, 15(1), 14–31.
- Putra, I. G. A. A., & Sadewa, K. O. J. (2024). Strategi Promosi Dompot Elektronik Balipay terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *ADMA: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(2), 279–284.
- Rakanita, A. M. (2019). PEMANFATAAN ECOMMERCE DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DI DESA KARANGSARI KECAMATAN KARANGTENGAH KABUPATEN DEMAK. *Journal EKBIS*, 20(2), 1280–1289.
- Riyanti, B., & Aini, N. A. N. (2022). Strategi Keberlangsungan Usaha UMKM Kampung Singkong pada Masa Pandemi Covid-19. *Among Makarti*, 15(2).
- Saputra, F., Khaira, N., & Saputra, R. (2023). Pengaruh User Interface dan Variasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Literature). *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial (JKIS)*, 1(1), 18–25.
- Saputra, F., & Sumantyo, F. D. S. (2022). The Role of Marketing Management in Information Industry: Corporate Image , Brand Awareness and Promotion (Case Study at PT Lensa Potret Mandiri). *Jornal of Applied Management and Business*, 3(2), 46–54. <https://doi.org/10.37802/jamb.v3i2.267>
- Silalahi, P. R., Safira, R., Hubara, Z. A., & Sari, E. P. (2022). Pengaruh Dompot Digital Terhadap Budaya Belanja Individu di Kota Medan. *Jurnal Ekombis Review – Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 869–878.
- Sudiantini, D., Meutia, K. I., Narpati, B., & Saputra, F. (2023). HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN, CITRA SEKOLAH, LOYALITAS SISWA DAN KEPUTUSAN MEMILIH SEKOLAH. *JURNAL JEMPPER*, 2(1), 404–408.
- Syahwi, M., & Pantawis, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome (Studi Kasus pada PT. Telkom Kota Semarang). *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 3(2), 150–163. <https://doi.org/10.35829/econbank.v3i2.202>
- Widjanarko, W., Hadita, H., Saputra, F., & Cahyanto, Y. A. D. (2023). Determinasi Kemudahan Akses Informasi Bagi Keputusan Investasi Gen Z. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(4), 248–264.
- Wiyono, N., Abadiyah, S., Kumoro, D. F. C., Asbari, M., & Novitasari, D. (2021). Kepemimpinan Merek pada Website E-commerce: Analisis Pengaruhnya terhadap Niat Pembelian Ulang. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(6), 4689–4699. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i6.1542>
- Zada, C., & Sopiana, Y. (2021). Penggunaan E-Wallet atau Dompot Digital sebagai Alat Transaksi Pengganti Uang Tunai Bagi UMKM di Kecamatan Banjarmasin Tengah. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, 4(1), 251–268.

