

**PERAN PELATIHAN PEMEDIASI DALAM PERSEPSI KEMUDAHAN DAN MANFAAT TRANSAKSI
E-WALLET TERHADAP PENDAPATAN USAHA MIKRO**

¹Lempang Hasibuan, ²Achmad Sani Supriyanto, ³Yayuk Sri Rahayu, ⁴Fadlil Abdani, ⁵Ulfi Kartika
Oktaviana

^{1,2,3,4,5}Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang, Indonesia

Correspondence email: ¹lempanghasibuan1010@gmail.com

Riwayat Artikel:

Diterima:

January 17, 2025

Direvisi:

February 11, 2025

Disetujui:

April 21, 2025

Klasifikasi JEL:

M10, M13, O14

Kata kunci:

Pelatihan; pendapatan usaha; persepsi kemudahan; transaksi digital; usaha mikro.

Keyword:

Digital transactions; income; micro-enterprises; perceived ease; training.

Cara mensitasi:

Hasibuan, L., Supriyanto, A. S., Rahayu, Y. S., Abdani, F., Oktaviana, U. K. (2025). Peran pelatihan pemediasi dalam persepsi kemudahan dan manfaat transaksi e-wallet terhadap pendapatan usaha mikro. JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi), 11(1), 19 – 32. <https://doi.org/10.34203/jimfe.v11i1.11422>.



ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat terhadap pendapatan usaha mikro di Kota Malang serta menguji apakah pelatihan dapat memediasi pengaruh persepsi kemudahan dan manfaat terhadap pendapatan usaha mikro di Kota Malang. Sampel usaha mikro sebanyak 200 usaha mikro dan sampel konsumen sebanyak 108 responden yang dipilih menggunakan teknik probability sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner. Analisis data menggunakan *partial least square* (PLS). Hasil penelitian ini yaitu persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap pendapatan usaha mikro; persepsi manfaat berpengaruh terhadap pendapatan usaha mikro; dan pelatihan dapat memediasi pengaruh persepsi kemudahan dan manfaat terhadap pendapatan usaha mikro. Hal ini menunjukkan walaupun aspek kemudahan penggunaan teknologi/digital tidak mempengaruhi pendapatan, namun pemerintah atau pendamping usaha mikro tetap lebih gencar menyampaikan bukti nyata manfaat adopsi teknologi/digital, seperti efisiensi biaya atau perluasan pasar. Selain itu, untuk pelatihan tidak hanya sekadar pengenalan teknologi, tetapi harus menekankan pada implementasi praktis yang berdampak pada pendapatan.

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the influence of perceived ease, perceived benefits on micro-enterprise income in Malang City and to examine whether training can mediate the influence of perceived ease and benefits on micro-enterprise income in Malang City. A sample of 200 micro-enterprises and a sample of 108 consumers were selected using probability sampling techniques. Data were collected through questionnaires. Data analysis used Partial Least Square (PLS). The results of this study are that perceived ease has no effect on micro-enterprise income; perceived benefits have an effect on micro-enterprise income; and training can mediate the influence of perceived ease and benefits on micro-enterprise income. This shows that although the aspect of ease of use of technology/digital does not affect income, the government or micro-enterprise assistants are still more active in conveying real evidence of the benefits of adopting technology/digital, such as cost efficiency or market expansion. In addition, training is not just an introduction to technology, but must emphasize practical implementation that has an impact on income.

PENDAHULUAN

Inovasi menjadi senjata penting terhadap bisnis dan menjadi faktor pertumbuhan bagi suatu negara yang mencari keunggulan secara kompetitif. Disisi lain dapat menjadi pendorong dalam pembangunan ekonomi serta meningkatkan kekayaan. Perkembangan digitalisasi mengacu pada adaptasi teknologi baru di perusahaan dan masyarakat secara keseluruhan. Dengan perkembangan digitalisasi dapat membantu dalam memastikan kualitas hidup serta kepuasan hidup yang lebih baik bagi masyarakat. Kemajuan digitalisasi juga memiliki peran penting sebagai pendorong pertumbuhan ilmu pengetahuan, kedokteran, ekonomi, seperti mampu memfasilitasi kemajuan bagi semua pelaku ekonomi (Marti & Puertas, 2023).

Bisnis saat ini bergejolak dimana setiap organisasi ditantang untuk menghadapi dari laju inovasi yang semakin meningkat. Usaha mikro, Kecil, dan menengah (UMKM) memiliki kekuatan dalam memajukan dan mengembangkan perekonomian karena UMKM memiliki peran penting dalam mendorong sosial, inovasi, serta dapat menciptakan lapangan kerja secara luas. Selain itu UMKM memiliki peran penting dalam pembangunan perekonomian Indonesia. Disisi lain dapat menjadi tulang punggung perekonomian negara (Fan et al., 2021). Menko Airlangga menyampaikan pada acara siaran pers bahwa UMKM memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61% atau senilai dengan Rp9.580 triliun, kemudian penyerapan tenaga kerja sebesar 97% dari total tenaga kerja. Data Koementrian Koperasi dan UKM, Indonesia memiliki 65,5 juta UMKM yang jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Penyampaian terakhir Menko Airlangan menyebutkan bahwa UMKM harus dipacu hingga sampai bisa *go global* (Limanseto, 2023). Dengan demikian UMKM perlu untuk beradaptasi terhadap digitalisasi.

Miethlich et al. (2020) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa salah satu cara untuk menjadi wilayah yang mampu bersaing adalah dengan melakukan investasi dalam industri digital, meningkatkan literasi digital masyarakat, dan mengembangkan budaya digital. Negara yang lebih banyak berinvestasi pada teknologi inovatif adalah negara-negara maju. Sehingga digitalisasi memberikan dampak signifikan bagi sistem keuangan serta dapat memberikan efek sinergis pada seluruh bidang perekonomian (Sydorovych et al., 2021). Vardomatsky et al. (2021) di era revolusi digital dan revolusi industri keempat pengembangan *industri fimech* menjadi prioritas. Industri ini sangat penting karena berkontribusi terhadap pertumbuhan kesejahteraan dan kemajuan sosial ekonomi. Perkembangan digitalisasi saat ini sangat pesat. Adanya globalisasi banyak memberikan dampak positif (Hung, 2021). Anttiroiko et al. (2020) menemukan pada penelitiannya bahwa untuk pembangunan kota perlu dilakukan dengan cara digitalisasi ekonomi. untuk mengatasi masalah tersebut adalah pemerintah dapat melakukan digitalisasi perkotaan secara khusus sehingga dapat memajukan negara. Misalnya membangun infrastruktur digital yang mengarah pada digitalisasi perkotaan yang signifikan (Zhao et al., 2023). Adanya Pembangunan infrastruktur digital menjadi landasan terciptanya potensi pertumbuhan kota-kota global (Sarkisian, 2020).

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Pardiman et al. (2022) tentang dampak modal financial, modal sosial, dan digitalisasi bisnis. Temuan pada penelitiannya menyebutkan bahwa memanfaatkan digitalisasi bisnis dapat meningkatkan keberlangsungan usaha dari para pelaku UMKM. Penelitian ini dilakukan di Provinsi Jawa Timur. Namun dalam penelitian ini mengambil variabel yang berbeda serta obyek lebih kecil. Sehingga dapat mengisi kekosongan pada

penelitian sebelumnya. Selain daripada itu, tingkat UMKM di Jawa Timur ternyata masih memperoleh posisi ketiga dibawah provinsi Jawa Barat, dan Jawa Tengah (Putri, 2023). Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kontribusi untuk mengkaji lebih lanjut terkait dengan UMKM yang ada di Kota Malang. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik tahun 2024 menunjukkan bahwa UMKM di Kota Malang sebanyak 6.983 tahun 2021, meningkat di tahun 2022 menjadi 7.920, dan di tahun 2023 kembali meningkat secara pesat yaitu 29.058. Berdasarkan dari data tersebut dapat diperhatikan juga bahwa setiap kecamatan di Kota Malang tingkat UMKM nya bertambah setiap tahun. Kecamatan Lowokwaru sebagai kecamatan yang memiliki tingkat perolehan terbanyak dibandingkan dengan kecamatan lainnya. Kemudian kecamatan klojen menjadi terendah yang memiliki sektor UMKM yaitu 3.850. Oleh karena itu, perlu kiranya diterapkan beberapa strategi atau solusi agar kecamatan klojen bisa meningkatkan UMKM.

Salah satu cara untuk meningkatkan UMKM di Kota Malang adalah dengan melakukan pembayaran menggunakan *E-wallet*. *E-wallet* merupakan pembayaran online untuk melakukan transaksi nontunai (Altara & Triyanto, 2023). *E-wallet* pada peraturan Bank Indonesia pasal 1 angka 7 tentang penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran nomor 18/40/PBI/2016 adalah suatu dari alat media yang berbasis elektronik memiliki fungsi sama dengan tempat untuk menyimpan uang elektronik. Penggunaan dari uang elektronik ini pun dijadikan sebagai salah satu metode pembayaran yang sah (Naomi & Priyanto, 2020).

E-wallet dapat digunakan oleh seluruh pelaku UMKM di Kota Malang karena dapat memberikan kemudahan konsumen serta adanya privasi dan keamanan (Karim et al., 2020). Penelitian yang dilakukan Pusporini et al. (2022) menyebutkan bahwa dengan melakukan pembayaran menggunakan *E-wallet* dapat meningkatkan pendapatan UMKM di Kota Depok. Sama halnya dengan hasil temuan yang dilakukan A & Zameer (2018), Lijoka (2022), dan Nazri et al. (2023) pada UMKM yang ada di Indonesia, Malaysia, India, dan Nigeria. Hasil penelitian ini ternyata berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Sumani & Prasetya, (2022). Hasil penelitian ini ternyata tidak memberikan pengaruh dalam pendapatan UMKM. Obyek penelitian ini adalah pelaku UMKM Jakarta, Depok, Bogor, Tangerang, dan Bekasi.

Kehadiran *E-wallet* bagi pelaku UMKM dan juga masyarakat tentunya menjadi hal yang baru. Untuk itu perlu adanya pelatihan atau sosialisasi antara pemilik aplikasi dengan pelaku UMKM dan Masyarakat. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa *E-wallet* berjalan secara maksimal. Naufalin et al. (2022) menemukan dalam penelitiannya bahwa UMKM Batik di Banyumas menginginkan pelatihan terkait dengan penggunaan *E-wallet*. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Meher & Gupta (2020). Berdasarkan dari uraian diatas, maka penelitian ini berusaha untuk menguji persepsi kemudahan dan manfaat menggunakan transaksi *e-wallet* mempengaruhi pendapatan usaha mikro di Kota Malang serta menguji apakah pelatihan dapat memediasi persepsi kemudahan dan manfaat menggunakan transaksi *e-wallet* terhadap pendapatan usaha mikro di Kota Malang.

KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengaruh Persepsi Kemudahan Pembayaran *E-wallet* Terhadap Pendapatan Usaha Mikro

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang memiliki arti usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga Indonesia (Mutrofin et al., 2021). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menurut Warkum

Sumitro adalah suatu usaha yang dilakukan perusahaan dengan menggunakan tenaga kerja tidak melebihi dari 50 orang. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun (2008) menyebutkan bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha produktif yang dimiliki oleh orang atau perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah sebagaimana sudah diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008.

Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu penopang kekuatan ekonomi Indonesia yang signifikan. Secara makro dapat dilihat bahwa potensi yang dimiliki sektor UMKM sudah cukup besar. Menko Airlangga menyampaikan pada acara SIARAN PERS bahwa UMKM memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61% atau senilai dengan Rp9.580 trilyun, kemudian penyerapan tenaga kerja sebesar 97% dari total tenaga kerja. Data Koementrian Koperasi dan UKM, Indonesia memiliki 65,5 juta UMKM yang jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Penyampaian terakhir Menko Airlangan menyebutkan bahwa UMKM harus dipacu hingga sampai bisa *go global* (Limanseto, 2023).

Transaksi *E-wallet* merupakan sebuah aplikasi yang memungkinkan seseorang dalam melakukan transaksi E-Commerce apapun dengan menyimpan informasi kartu kredit mereka. Pembayaran yang dilakukan dengan menggunakan *E-wallet* dianggap sebagai pembayaran yang paling banyak dan menonjol hingga saat ini. Karena transaksi dengan menggunakan elektronik memiliki kemudahan, fleksibilitas dan memiliki perlindungan (Karim et al., 2020). Adanya transaksi *E-wallet* diakui karena memiliki manfaat yang invatif. Misalnya mampu menyesuaikan dan komunikasi instan (Osakwe & Okeke, 2016). Persepsi kemudahan merupakan keyakinan yang dimiliki seseorang dalam memahami suatu teknologi. Seseorang dapat dinyatakan merasa mudah apabila seseorang percaya untuk menggunakan mudah serta tidak memerlukan apapun dari mereka. Apriani & Wuryandari, (2022) menyebutkan bahwa persepsi kemudahan memiliki empat dimensi yaitu, 1) mudah dipahami, 2) mudah digunakan, 3) memperoleh kemahiran, dan 4) mudah dipahami. *E-wallet* dapat digunakan seluruh pelaku UMKM di Kota Malang. Karena adanya *E-wallet* dapat memberikan kemudahan konsumen serta adanya privasi dan keamanan (Karim et al., 2020). Penelitian yang dilakukan Pusporini et al. (2022) menyebutkan bahwa dengan melakukan pembayaran menggunakan *E-wallet* dapat meningkatkan pendapatan UMKM di Kota Depok. Sama halnya dengan hasil temuan yang dilakukan A & Zameer, (2018), (Lijoka, 2022), dan Nazri et al. (2023). Bukti temuan ini adalah UMKM yang ada di Indonesia, Malaysia, India, dan Nigeria.

H1: Persepsi kemudahan pembayaran *e-wallet* berpengaruh terhadap pendapatan UMKM Kota Malang

Pengaruh Manfaat Transaksi *E-wallet* Terhadap Pendapatan UMKM

Perkembangan teknologi informasi dan meningkatnya penggunaan alat seluler banyak menyebabkan perubahan dalam sistem perubahan misalnya. Hal ini dapat dilihat dahulu masih menggunakan metode pembayaran dengan uang tunai sedangkan sekarang sudah berbasis kartu mulai berevolusi menjadi pembayaran seluler (Saputra & Wahjono 2024). *E-wallet* salah satu aplikasi yang dapat digunakan pengguna untuk menyimpan dana secara digital dan melakukan pembayaran secara elektronik. Seseorang dapat merasakan manfaat dari menggunakan *E-wallet* dapat dilihat lima dimensi dibawah ini (Hasanah, 2024): 1) fleksibel, 2) solutif, 3) menjaring

customer dalam skala internasional, 4) hemat waktu, dan 5) mampu bersaing dengan bisnis internasional. Penelitian yang dilakukan Nazri et al. (2023) menyebutkan bahwa menggunakan Pembayaran *e-wallet* dapat menambah pendapatan UMKM. Sama halnya dengan hasil penelitian yang dilakukan Maulida & Almadina (2023). Manfaat yang didapatkan customer menggunakan *e-Walet* adalah pelayanan cepat, tidak harus antri. Kemudian dari sisi penjual tidak kewalahan untuk mencari uang tukaran, sehingga memudahkan dalam melakukan transaksi.

H2: Manfaat pembayaran *e-wallet* berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kota Malang

Pelatihan Dapat Memediasi Persepsi Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Pendapatan UMKM

Persaingan bisnis semakin ketat dimana strategi dengan melakukan pembayaran berubah dari offline menjadi online sebagai salah satu tolak ukur dari keberhasilan bisnis. Memanfaatkan era digitalisasi saat ini dapat menjadi salah satu faktor dari keberhasilan produk menuju pasar global yang lebih luas menjadi lebih mudah dan hemat. Dengan demikian pelatihan perlu diadakan guna dapat memaksimalkan pembayaran dengan online. Pelatihan merupakan sebuah upaya yang sistematis, terencana dengan tujuan untuk mengubah atau mengembangkan pengetahuan, keterampilan, sikap baru yang sesuai dengan kebutuhan. Pelatihan juga merupakan sebuah pembinaan serta pengembangan karir yang menjadi salah satu upaya dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia sesuai dengan kebutuhan pekerjaan. Pelatihan merupakan suatu pengalaman pembelajaran didalam mencari perubahan parmanen secara relatif pada suatu individu yang akan diperbaiki kemampuan dalam melaksanakan suatu pekerjaan. Pelatihan adalah bagian dari investasi sumber daya manusia (SDM) dalam meningkatkan kinerja pegawai. Dengan demikian, pelatihan juga dapat disebut sebagai satu proses pembelajaran dengan tujuan untuk memperoleh serta meningkatkan keterampilan di luar sistem pengembangan sumber daya manusia, yang berlaku dalam waktu relatif singkat dengan menggunakan metode yang lebih mengutamakan taktik daripada teori.

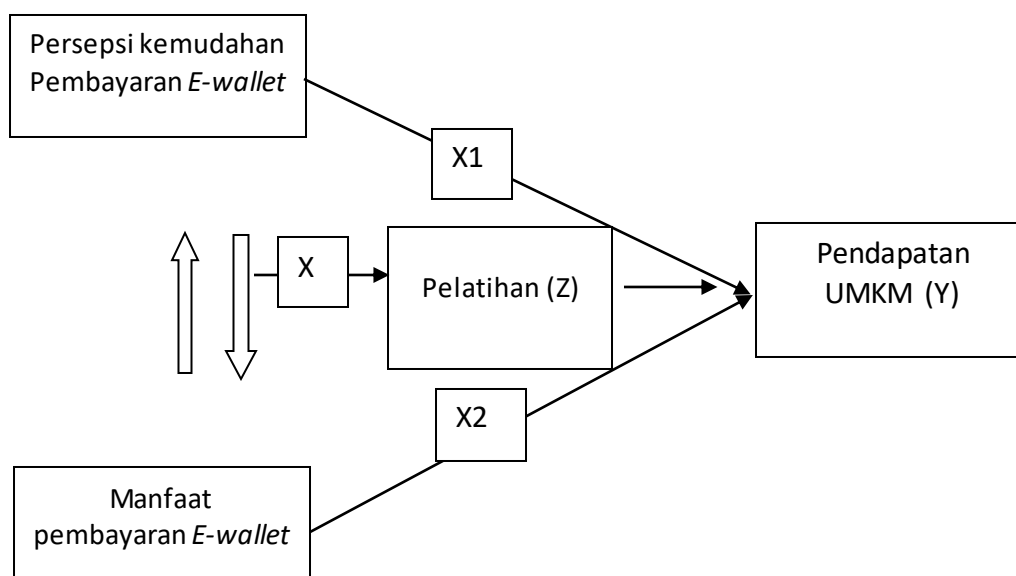
Berdasarkan pendapat para ahli yang telah dikemukakan tentang teori pelatihan, maka dapat disimpulkan bahwa pelatihan merupakan suatu kegiatan yang disusun secara sistematis dan terencana untuk meningkatkan kemampuan seseorang dalam karirnya dan mampu memberikan perubahan secara permanen terhadap individu itu sendiri. Sehingga output yang dihasilkan ialah pengembangan SDM yang efektif dan mencapai sasaran-sasarannya yang telah ditetapkan. Menurut Soraya et al. (2023) pelatihan merupakan salah jenis kegiatan yang sudah direncanakan, diorganisasikan, dan mengembangkan keterampilan, pengetahuan dan kemampuan yang diperlukan dalam melaksanakan suatu pekerjaan secara efektif. Menurut Dessler (2011) pelatihan memiliki indikator lima yaitu: 1) pelatih, 2) peserta pelatihan, 3) metode, 4) sumber daya atau program yang konsisten dan 5) tujuan pelatihan. Pelatihan merupakan sebuah upaya yang sistematis, terencana dengan tujuan untuk mengubah atau mengembangkan pengetahuan, keterampilan, sikap bau yang sesuai dengan kebutuhan. Pelatihan juga merupakan sebuah pembinaan serta pengembangan karir yang menjadi salah satu upaya dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia sesuai dengan kebutuhan pekerjaan. Naufalin et al. (2022) menemukan bahwa UMKM Batik di Banyumas menginginkan pelatihan terkait dengan penggunaan *e-wallet*. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Meher & Gupta (2020).

H3: Pelatihan dapat memediasi pada prinsip kemudahan dan manfaat terhadap pendapatan UMKM Kota Malang

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM yang ada di Kota Malang. Pada proses pengambilan sampelnya penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling*, yaitu satu teknik dari pengumpulan sampel tanpa memberikan kesempatan yang sama pada setiap anggota populasi yang dipilih untuk bisa menjadi sample (Sugiyono 2019). Dalam penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan adanya pertimbangan. Kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampelnya adalah 1) pelaku usaha yang bertempat di Kota Malang 2) Memiliki omset dibawah 4,8 milyar rupiah 3) Menggunakan media internet sebagai transaksi pembayaran. Menurut Ferdinand (2014) jika populasi dalam penelitian belum diketahui atau memiliki cakupan yang sangat luas maka peneliti boleh mengambil sampel minimum atau maksimum. Batas minimum adalah 100 sedangkan maksimum adalah 200.

Pada penelitian ini jumlah populasi yang diambil peneliti berjumlah 200. Dengan jumlah UMKM di Kota Malang mencapai 29.058, maka peneliti hanya mengambil sampel sebanyak 200 dengan kriteria usaha mikro saja. Selanjutnya penelitian ini menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden pembeli dan pelaku usaha mikro di Kota Malang. Jumlah keseluruhan kuesioner yang kembali kepada peneliti adalah 108 yang terdiri dari pelaku umkm dan konsumen. Sehingga sampel pada penelitian ini berjumlah 108 responden. Skala Likert digunakan dalam kategori point, yaitu: Sangat tidak setuju (STS) dengan skor 1, tidak setuju (TS) dengan skor 2, netral (N) dengan skor 3, setuju (S) dengan skor 4, dan sangat setuju (SS) dengan skor 5. Penelitian ini diolah dengan menggunakan teknik analisis *Partial least square* (PLS). PLS merupakan suatu teknik statistika multivariant yaitu dengan membandingkan variabel exogen berganda dengan variabel endogen (Sholihin & Ratmono, 2021).



Gambar 1. Kerangka Berfikir Penelitian

Tabel 1. Identitas dan Jenis Kelamin Responden

Identitas responden		Jenis kelamin responden	
Pelaku usaha mikro	Konsumen	Laki-laki	Perempuan
49,1%	50,9%	47,2%	52,8%

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas dan jenis kelamin Responden

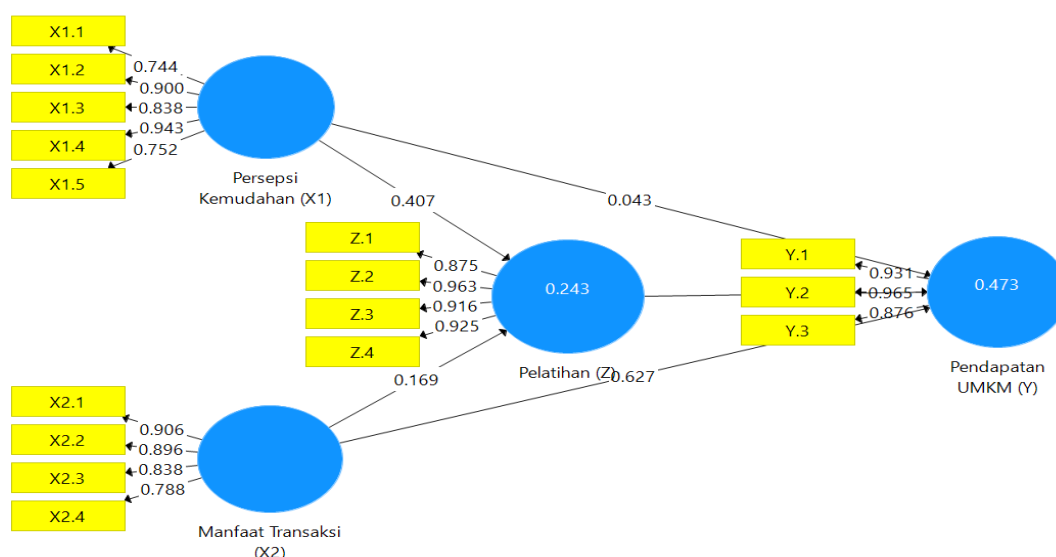
Responden yang terlibat pada penelitian ini adalah pelaku Usaha Mikro di Kota Malang dan konsumen yang melakukan transaksi dengan usaha mikro. kemudian peneliti juga menyajikan jenis kelamin responden sebagaimana disebutkan pada Tabel 2. Berdasarkan dari tabel 2. diatas dapat diketahui bahwa responden dengan kategori pelaku Usaha Mikro sebanyak 49,1%. Sedangkan responden dengan kategori konsumen berjumlah 50,9%. Berdasarkan jumlah tersebut dapat disimpulkan bahwa responden konsumen lebih banyak dibandingkan dengan responden pelaku usaha mikro. Selanjutnya tabel 2. Datas juga dapat diketahui bahwa responden laki-laki sebanyak 47,2%, sedangkan responden perempuan sebanyak 52,8%. Hal tersebut menandakan bahwa pada penelitian ini jumlah responden perempuan lebih banyak dibandingkan dengan responden laki-laki.

Analisis Model Pengukuran (Outer Model)

Analisis Outer Model digunakan untuk memastikan bahwa measurment layak dijadikan pengukuran (valid dan reliabel). Berikut disajikan peneliti model Struktural dari pengujian *Partial Least Square* (PLS) dengan *Software WarpPls*. Model penelitian ini terdiri dari empat konstruk diantaranya Persepsi Kemudahan, Manfaat, Pelatihan, dan Pendapatan UMKM. Evaluasi model pengukuran merupakan tahapan untuk mengevaluasi validitas suatu konstruk.

Pengujian Validitas Model Reflektif

Menurut Ghazali (2018) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya sebuah kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. pengujian menggunakan dua sisi dengan taraf signifikansi $>0,07$. Hasil pengujian validitas konvergen disajikan dalam Tabel 2.

**Gambar 4. Tampilan Hasil PLS Algorithm**

Tabel 2. Hasil Validitas Konvergen

Variabel	Indikator	Loading Factor	P-Value
Persepsi kemudahan	X1.1	0,744	<0,000
	X1.2	0,900	<0,000
	X1.3	0,838	<0,000
	X1.4	0,943	<0,000
	X1.5	0,753	<0,000
Persepsi manfaat	X2.1	0,906	<0,000
	X2.2	0,896	<0,000
	X2.3	0,838	<0,000
	X2.4	0,788	<0,000
Pelatihan	Z.1	0,875	<0,000
	Z.2	0,963	<0,000
	Z.3	0,916	<0,000
	Z.4	0,925	<0,000
Pendapatan	Y1.1	0,931	<0,000
	Y1.2	0,965	<0,000
	Y1.3	0,876	<0,000

Evaluasi validitas model reflektif dilakukan dengan menghitung validitas konvergen dan validitas diskriminan. Validitas konvergen diketahui melalui *loading faktor*. Suatu instrumen dikatakan memenuhi pengujian validitas konvergen apabila memiliki *loading faktor* > 0,7. Berdasarkan Tabel 2. menunjukkan bahwa indikator yang mengukur Persepsi kemudahan, Persepsi manfaat, Pelatihan dan Pendapatan bernilai lebih besar dari 0,7. Sehingga dari keempat variabel diatas dapat dinyatakan valid. Selain dari *Loading Faktor* Validitas dapat diukur dengan melihat nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Jika nilainya > 0,5 Maka dinyatakan valid. Tabel 3 menunjukkan hasil pengujian validitas konvergen. Berdasarkan Tabel 3. dapat diketahui bahwa Variabel Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Pelatihan, dan Pendapatan UMKM menunjukkan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) diatas 0,5. Dengan demikian indikator dari keempat variabel valid.

Pengujian Realibilitas

Menurut Arikunto (2006) Reliabilitas artinya dapat dipercaya, dan dapat diandalkan. Sehingga dapat dikatakan reliabel jika variabel memberikan hasil yang tetap atau ajeg sekalipun dilakukan pada siapa saja dan kapan saja. suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,7. Perhitungan yang digunakan untuk menguji realibilitas adalah *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Ketentuan kriteria dalam pengujian menyatakan bahwa apabila nilai *composite reliability* lebih besar dibanding 0,7 dan juga nilai *cronbach's alpha* lebih besar 0,7.

Tabel 3. Avarage Variance Extracted (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Persepsi kemudahan	0,704
Persepsi Manfaat	0,737
Pelatihan	0,847
Pendapatan	0,855

Tabel 4. Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability	Cronbach's Alpha
Persepsi kemudahan	0,922	0,894
Persepsi manfaat	0,918	0,880
Pelatihan	0,957	0,939
Pendapatan	0,946	0,916

Tabel 4 dapat diketahui bahwa nilai *Composite reliability* pada Variabel Persepsi kemudahan, Persepsi manfaat, Pelatihan, dan Pendapatan memiliki nilai lebih dari 0,7. Sehingga dapat dikatakan semua indikatornya adalah Valid. Sementara dari nilai *cronbach's alpha* memiliki nilai diatas 0,7. Sehingga dapat dinyatakan semua indikator adalah valid.

Analisis Inner Model

Inner model digunakan untuk memastikan bahwa model struktural yang dibentuk telah robust dan akurat. *Goodness of fit Model* digunakan untuk mengetahui besarnya kemampuan variabel langsung terhadap variabel tidak langsung, ataupun sebaliknya. *Goodness of fit Model* dalam analisis PLS dilakukan dengan menggunakan R-Square. Nilai *R-Squared* variabel Pendapatan UMKM sebesar 0.473 (48%). Hal ini memperlihatkan bahwa keragaman variabel Pendapatan UMKM dapat dijelaskan oleh variabel Persepsi Kemudahan dan Manfaat sebesar 48% atau yang berarti kontribusi variabel Persepsi Kemudahan dan Manfaat terhadap Pendapatan UMKM adalah sebesar 48%, sedangkan sisanya 52% merupakan kontribusi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penjelasan penelitian ini. Selanjutnya Nilai *R-Squared* variabel Pelatihan sebesar 0,243 (24%). hal ini memperlihatkan bahwa keragaman variabel Pendapatan UMKM dapat dijelaskan variabel Persepsi Kemudahan dan Manfaat melalui hubungan Pelatihan sebesar 24% atau yang berarti bahwa variabel Persepsi Kemudahan dan Manfaat memiliki hubungan terhadap Pendapatan UMKM melalui Pelatihan sebesar 24% sedangkan sisanya 76% merupakan kontribusi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penjelasan penelitian ini. Selanjutnya *Q-Squared* variabel Pendapatan UMKM bernilai 0.441, dan Pelatihan memiliki nilai 0,213. Angka tersebut menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan dan Manfaat mempunyai kekuatan tingkat prediksi yang kuat terhadap Pendapatan UMKM di Kota Malang.

Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung

Pengaruh Variabel Persepsi Kemudahan Terhadap Pendapatan UMKM

Persepsi kemudahan diartikan sebagai sejauh mana seseorang yakin bahwa suatu system dapat digunakan tanpa adanya usaha. Persepsi kemudahan juga memiliki pengertian bahwa seseorang yang tidak merasa kesulitan dalam menggunakan suatu system, sehingga mengacu pada keyakinannya bahwa suatu system dapat menjadi solusi kemudahan dalam menjalankan aktivitas tanpa mengeluarkan usaha besar pada saat melakukan pengoperasian (Fadillah & ZA 2023). Menurut Fatmawati (2015), indikator yang digunakan dalam persepsi kemudahan penggunaan yaitu: mudah dipelajari, dapat dikontrol, jelas dan dapat dipahami, fleksibel, mudah untuk menjadi mahir, dan mudah digunakan.

Tabel 5. Nilai R-Square

Variabel	R-squared	Q-squared
Pelatihan	0,243	0,213
Pendapatan	0,473	0,441

Tabel 6. Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung

Independen	Dependen	T-Statistik	P-Value
Persepsi kemudahan	Pendapatan	0,427	0,669
Persepsi manfaat	Pendapatan	6,020	0,000

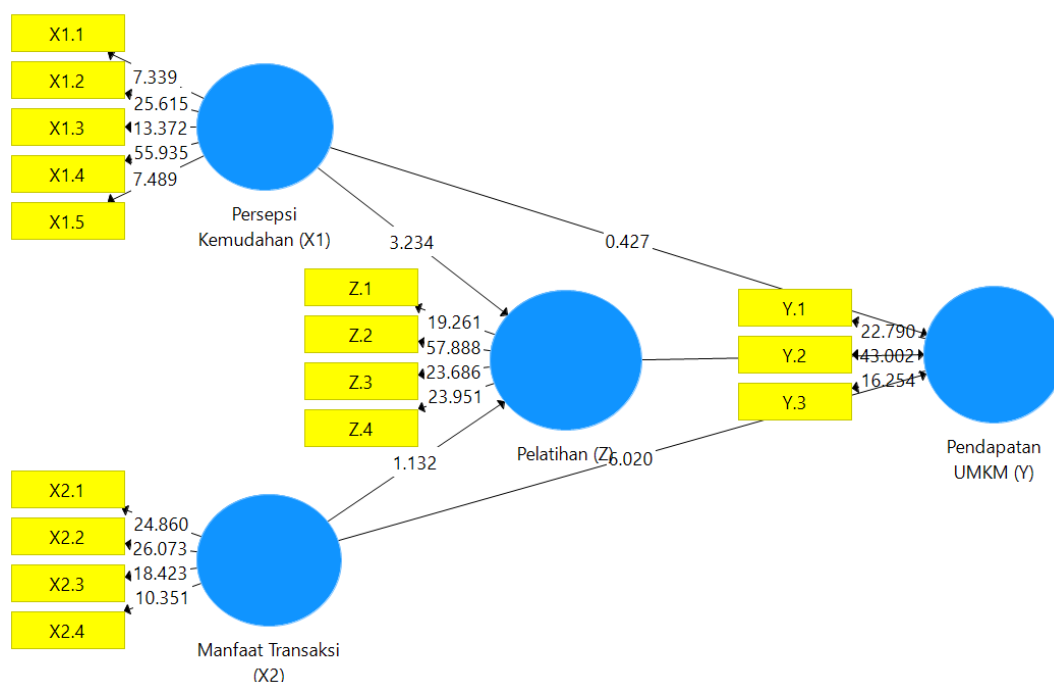
Pengaruh persepsi kemudahan sosialisasi terhadap pendapatan UMKM menghasilkan nilai T-Statistik sebesar 0,427 dengan nilai *p-value* sebesar 0,669. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai T-Statistik < dari 1,96 (0,427) dan nilai *p-value* > 0,05 yaitu (0,669). Hal ini mengungkapkan bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Pendapatan UMKM. Dengan demikian hipotesis H_1 menyatakan bahwa Variabel Persepsi Kemudahan tidak berpengaruh terhadap Pendapatan UMKM dinyatakan ditolak. Berdasarkan dari nilai T-Statistik dan nilai *p-value* tersebut penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Sumani & Prasetya, (2022). Hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak memberikan pengaruh terhadap pendapatan UMKM di Jakarta, Bogor, Tangerang, dan Bekasi. Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Pusporini et al. (2022) menyebutkan bahwa dengan melakukan pembayaran menggunakan *E-wallet* dapat meningkatkan pendapatan UMKM di Kota Depok. Oleh karena itu, jika konsumen dan usaha mikro di Kota Malang tidak menggunakan *E-wallet* banyak juga konsumen yang melakukan pembelian dengan menggunakan pembayaran tunai. Peneliti juga menemukan di lapangan bahwa kebanyakan konsumen pada usaha mikro di Kota Malang merupakan pelajar. Mulai dari tingkat SMP, SMA, hingga Mahasiswa. Sehingga menggunakan transaksi *E-wallet* atau tunai masih biasa digunakan di Kota Malang.

Pengaruh Variabel Persepsi Manfaat Terhadap Pendapatan UMKM

Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Pendapatan UMKM menghasilkan nilai T-Statistik sebesar 6,020 dengan nilai *p-value* sebesar 0.000. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai T-Statistik > dari 1,96 (6,020) dan nilai *p-value* < 0.05 yaitu (0,000). Hal ini mengungkapkan bahwa Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan UMKM. Dengan demikian hipotesis H_2 menyatakan bahwa Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan UMKM dinyatakan diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Nazri et al. (2023). Pembayaran *E-wallet* dapat menambah pendapatan UMKM. Sama halnya dengan hasil penelitian yang dilakukan Maulida & Almadina (2023). Manfaat yang didapatkan customer menggunakan E-Walet dapat memberikan pelayanan cepat dan tidak harus antri. Kemudian dari sisi penjual tidak kawatir untuk mencari uang kembalian konsumen, sehingga memudahkan dalam melakukan transaksi. Menggunakan pembayaran E-Walet pada usaha mikro di Kota Malang dapat menambah keuntungan. Baik dari segi konsumen maupun pelaku usaha mikro. Segi konsumen akan mendapatkan keuntungan berupa perolehan poin atas transaksi pembayaran *E-wallet* yang digunakan. Kemudian dari sisi pelaku usaha mikro mendapatkan keuntungan berupa penghematan waktu, dan pengurangan karyawan sehingga tidak memerlukan karyawan pada bagian kasir. Berdasarkan dari dimensi yang dikemukakan Hasanah, (2024) dapat disimpulkan bahwa kelima indikator ini sangat sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan.

Tabel 7. Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung

Hipotesis	Kofesien Jalur	P Value	Hasil
KH-> PN-> melalui PL	KH-> PL	0,001	Memediasi Penuh (<i>Full Mediation</i>)
	PL-> PN	0,669	
MT-> PN-> melalui PL	PE->TR	0,258	Memediasi Penuh (<i>Full Mediation</i>)
	TR->KI	0,000	



Gambar 5. Hasil Pengujian Mediasi

Pelatihan Memediasi Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Pendapatan UMKM

Berdasarkan Tabel 7 menunjukkan bahwa $P\text{ Value} < 0,001$ untuk koefisien jalur persepsi kemudahan $\rightarrow$ pelatihan yang berarti adalah signifikan, kemudian nilai $p\text{ value}$ 0,669 untuk koefisien jalur pelatihan $\rightarrow$ pendapatan yang berarti tidak ada pengaruh. Hal tersebut sejalan dengan syarat pengambilan keputusan efek mediasi pada poin tiga. Maka, dapat dinyatakan bahwa Trust memediasi penuh hubungan Persepsi Kemudahan terhadap Pendapatan UMKM. Dengan demikian hipotesis H_3 yang menyatakan Pelatihan mampu memediasi pengaruh variabel Persepsi Kemudahan terhadap Pendapatan UMKM dinyatakan diterima.

Pelatihan merupakan sebuah upaya yang sistematis, terencana dengan tujuan untuk mengubah atau mengembangkan pengetahuan, keterampilan, sikap bau yang sesuai dengan kebutuhan. Pada penelitian ini peneliti menemukan di lapangan bahwa usaha mikro di Kota Malang mendapatkan pelatihan guna untuk meningkatkan pendapatan. Sehingga pelatihan memiliki peran penting dalam meningkatkan pendapatan usaha mikro di Kota Malang. Berdasarkan dari hasil pengujian mediasi diatas maka hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Naufalin et al. (2022). Hasilnya menyebutkan bahwa UMKM Batik di Banyumas menginginkan pelatihan dalam penggunaan *E-wallet*. Menggunakan pelatihan pada penggunaan *E-wallet* dapat meningkatkan pendapatan UMKM. Meher & Gupta (2020) juga menyebutkan bahwa pelatihan yang didapatkan pelaku umkm dapat meningkatkan pendapatan UMKM. Selanjutnya peneliti juga menemukan di lapangan bahwa masih banyak dari pelaku usaha mikro di Kota Malang yang masih kesusahan dengan perkembangan teknologi, khususnya pada transaksi pembayaran menggunakan *E-wallet*. Dengan demikian pelatihan memiliki peran penting untuk memberikan kemudahan dan manfaat pada pendapatan usaha mikro di Kota Malang.

KESIMPULAN

Penelitian ini memperkuat teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan menekankan bahwa manfaat (*perceived usefulness*) lebih krusial daripada kemudahan (*perceived ease of use*) dalam konteks adopsi *e-wallet* pada usaha mikro. Temuan bahwa pelatihan berperan sebagai pemediasi maka pelatihan dapat menjadi dasar pengembangan model pelatihan *digital payment* untuk UMKM. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha mikro, mengimplikasikan bahwa pemerintah dan penyedia *e-wallet* perlu meningkatkan sosialisasi tentang manfaat nyata penggunaan *e-wallet*. Penyedia *e-wallet* perlu menonjolkan manfaat ekonomi langsung bagi para pelaku bisnis disamping menunjukkan kemudahan penggunaan *e-wallet*. Pelaku usaha dan konsumen akan cenderung tertarik dengan manfaat ekonomi yang dihasilkan. Manfaat ekonomi yang dimaksud dapat berupa, seperti kemudahan transaksi, keamanan, *cashback*, atau promo. Selain itu, adanya pelatihan penggunaan *e-wallet* cenderung dapat meningkatkan pendapatan UMKM karena dianggap dapat meningkatkan persepsi terhadap manfaat dan kemudahan.

DAFTAR PUSTAKA

- A. I. P., & Zameer, N. (2018). Effect of cashless economy on micro, small and medium enterprises (msmes): a study from Indian perspective. *Journal Of Entrepreneurship And Management*, 7(1), 1–7.
- Altara, K. P., & Triyanto, E. (2023). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *e-wallet* (studi kasus pada mahasiswa akuntansi STIE Surakarta. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(8), 3205–20. <https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawailmiah.V2i8.5514>.
- Anttiroiko, A. V., Laine, M., & Lönnqvist, H. (2020). City as a growth platform: responses of the cities of Helsinki Metropolitan Area to global digital economy. *Urban Science* 4(4), 1–21. <https://doi.org/10.3390/urbansci4040067>.
- Apriani, A., & Wuryandari, N. E. R. (2022). Determinants of intention to adopt *e-wallet*: considerations for msme going digital. *Journal Of Management And Business Innovations*, 4(2), 7. <https://doi.org/10.30829/jombi.V4i02.13448>.
- Arikunto. (2006). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*. PT. Rineka Cipta.
- Dessler, G. (2011). *Human resource management twelfth edition*. Upper Saddle River.
- Fadillah, W., & ZA., S. Z. (2023). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat terhadap minat menggunakan aplikasi canva. *Mamen (Jurnal Manajemen)*, 2(2), 231–40. <https://doi.org/10.55123/mamen.v2i2.1808>.
- Fan, M., Qalati, S. A., Khan, M. A. S., Shah, S. M. M., Ramzan, M., & Khan, R. S. (2021). Effects of entrepreneurial orientation on social media adoption and sme performance: the moderating role of innovation capabilities. *Plos One*, 16(4), 1–24. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0247320>.
- Fatmawati, E. (2015). Technology Acceptance Model (Tam) untuk menganalisis penerimaan terhadap sistem informasi perpustakaan. *Jurnal Iqra'*, 9(1)1–13.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2018). *Metodologi Penelitian skripsi dan tesis bisnis edisi kedua*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Hasanah, I. (2024). Manfaat dan bahaya mobile payment bagi umkm bakso aci. *researchgate*, 1–9. <https://doi.org/10.13140/rg.2.2.28419.72481>.
- Hung, N. T. (2021). Green investment, financial development, digitalization and economic sustainability in vietnam: evidence from a quantile-on-quantile regression and wavelet coherence. *Technological Forecasting & Social Change*, 186(B). <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122185>
- Karim, M. W., Haque, A., Ulfy, M. A., & Hossain, A. (2020). Factors influencing the use of *e-wallet* as a payment method among Malaysian young adults. *Journal Of International Business And Management* 3(2), 1–11. <https://doi.org/10.37227/jibm-2020-2-21>.
- Meher, B. K., & Gupta, A. (2020). Substantial effect of digital banking in the growth of msme in India (A

- case study of Katihar District In Bihar). *Studies In Indian Place Names (Ugc Care Journal)*, 40(56), 941 - 957.
- Lijoka, O. (2022). Significant effect of fintech on the growth of smes in rivers state Nigeria. *Researchgate*. <https://doi.org/10.13140/rg.2.2.16235.21286>.
- Limanseto, H. (Agustus, 2023). *Dorong umkm naik kelas dan go export, pemerintah siapkan ekosistem pembiayaan yang terintegrasi*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. 2023. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5318/dorong-umkm-naik-kelas-dan-go-export-pemerintah-siapkan-ekosistem-pembiayaan-yang-terintegrasi>.
- Marti, L., & Puertas, R. (2023). Analysis of European competitiveness based on its innovative capacity and digitalization level. *Technology In Society*, 72, 102206. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2023.102206>.
- Maulida, S. & Almadina, A. (2023). Do E-Commerce And E-wallets Matter Forincreasing Marginalized Entrepreneurs' Income? *Internastional Journal Of Zakat*, 8(2), 83–96. <https://doi.org/10.37706/ijaz.v8i2.478>.
- Miethlich, B., Belotserkovich, D., Abasova, S., Zatsarinnya, E., & Vselitsky, O. (2020). Digital economy and its influence on competitiveness of countries and regions. *Revista Espasidos*, 41(12), 20-32.
- Mutrofin, K., Muhammad, A. N., & Mahmud, M. (2021). Peran umkm dalam mempertahankan ekonomi jawa timur selama pandemic covid – 19. *Jurnal Manajemen*, 1(2), 1–10.
- Naomi, F. P., Priyanto, I. M. D. (2020). Perlindungan hukum pengguna e-wallet dana ditinjau dari undang-undang perlindungan konsumen. *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, 9(1), 24-33. <https://doi.org/10.24843/ks.2020.v09.i01.p03>.
- Naufalin, L. R., Krisnaresanti, A., Jaryono, J., Tohir, T., Indrayanto, A., & Iskandar, D. (2022). Digital financial literacy on the batik smes in Banyumas. *International Journal Of Economics, Business And Management Research*, 6(7), 223–238. <https://doi.org/10.51505/ijebmr.2022.6716>.
- Nazri, M. A., Kamarudin, N. S., Salim, A., & Asriati, A. (2023). Scan-barcode transaction growth of fnb msms in Indonesia and Malaysia (growth of msme fnb scan-barcode transactions in Indonesia and Malaysia). *I-lecons E-Proceedings*, 426–30. <https://doi.org/10.33102/iiicons.v10i1.122>.
- Osakwe, C. N., & Okeke, T. C. (2016). Facilitating mcommerce growth in Nigeria through mmoney usage: a preliminary analysis. *Interdisciplinary Journal Of Information, Knowledge, and Management*, 11, 115–39. <https://doi.org/10.28945/3456>.
- Pardiman, P., Susyanti, J., Heriyawati, D. F., Zakaria, Z., & Masyhuri, M. (2022). Impact of financial capital, social capital, and business digitalization on business sustainability of smes in Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 15(1), 69–82. <https://doi.org/10.25105/jmpj.V15i1.13114>.
- Pusporini, P., Bernadin, B., & Supriadi, Y. N. (2022). The use of e-wallets during the covid-19 pandemic on msms in Depok City. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 106-115.
- Putri, A. M. H. (Februari, 2023). *Jumlah umkm capai 8,71 juta, bisa jadi 'tameng' resesi?* <https://www.cnbcindonesia.com/research/20230207115843-128-411724/jumlah-umkm-capai-871-juta-bisa-jadi-tameng-resesi>.
- Saputra, C., & Wahjono, S., I. (2024). Manfaat Dan Bahaya Mobile Payment Bagi Umkm. *Universitas Muhammadiyah Surabaya*.
- Sarkisian, L. Creating the growth potential of global cities in the context of digitalization. *Journal of European Economy*, 19(2), 341-355. <https://doi.org/10.35774/jee2020.02.341>.
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). *Analisis Sem-Pls Dengan Warppls 7.0 Untuk Hubungan Nonlinier Dalam Penelitian Sosial Dan Bisnis Edisi 2*. Penerbit Andi.
- Soraya, R. D., Hasanah, M., Setiawan, A., & Ratumbusang, M. F. N. G. (2023). Efektivitas pelatihan digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan umkm kuliner di kota Banjarmasin. *Economic and Education Journal (Ecoducation)*, 5(3), 424-444.

- <https://doi.org/10.33503/ecoducation.v5i3.3857>.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Edited By Sutopo. Kedua. Bandung: Anggota Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI).
- Sumani, S., & Prasetya, I. B. (2022). The Effect Of Financial Technology On The Performance Of Micro, Small, And Medium Businesses. *Review Of Management And Entrepreneurship*, 6(1), 51–72. <https://doi.org/10.37715/rme.v6i1.2442>.
- Sydorovych, O., Perchuk, O., Fedyk, M., Klymenko, S., Matviy, I., Chupryna, L., & Yaremko, I. (2021). Digitization of the financial system in the world economy. *Ijcsns International Journal Of Computer Science And Network Security*, 21(12), 611 619. <https://doi.org/10.22937/ijcsns.2021.21.12.84>.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun. (2008). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008.
- Vardomatskya, L., Kuznetsova, V., & Plotnikov, V. (2021). The financial technologies transformation in the digital economy. *E3s Web Of Conferences*, 244, 1–8. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202124410046>.
- Zhao, H., Chen, H., Zhao, H., Lu, Y., & Zhu, J. (2023). What business environment element configuration can promote urban digitization development? *Environment, Development, and Sustainability*, 26. 27923 - 27944. <https://doi.org/10.1007/s10668-023-03794-W>.