

ABSTRAK

PENGARUH PEMASARAN DIGITAL DAN PENGGUNAAN QRIS TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN UMKM DI KELURAHAN OESAPA KECAMATAN KELAPA LIMA KOTA KUPANG

Pembimbing 1 : Dr. Angela Merici Minggu, SE.,M.Si.,Ak
Pembimbing 2 : Dr. Jems A. Zacharias, SE.,M.Si
Nama : Putri Kahi Ata Ringgu
Nim : 22190044
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Akuntansi
Tahun Penelitian : 2026

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan dalam aktivitas usaha, termasuk pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pemanfaatan teknologi melalui pemasaran digital dan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) diharapkan mampu membantu pelaku UMKM memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan efektivitas promosi, mempermudah proses transaksi, serta meningkatkan pendapatan usaha. Namun, pada kenyataannya masih terdapat UMKM yang belum mampu memanfaatkan pemasaran digital dan QRIS secara optimal sehingga peningkatan pendapatan yang diperoleh belum maksimal. Kondisi tersebut mendorong dilakukannya penelitian mengenai pengaruh pemasaran digital dan penggunaan QRIS terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kelurahan Oesapa, Kecamatan Kelapa Lima, Kota Kupang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh pemasaran digital terhadap peningkatan pendapatan UMKM, (2) pengaruh penggunaan QRIS terhadap peningkatan

pendapatan UMKM, dan (3) pengaruh pemasaran digital dan penggunaan QRIS secara simultan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kelurahan Oesapa, Kecamatan Kelapa Lima, Kota Kupang.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM di Kelurahan Oesapa. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari Pemasaran Digital (X1), Penggunaan QRIS (X2), dan Peningkatan Pendapatan UMKM (Y). Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS versi 20. Populasi penelitian berjumlah 588 UMKM. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, sehingga diperoleh sampel sebanyak 50 UMKM yang memenuhi kriteria, yaitu UMKM sektor perdagangan, kuliner, dan jasa yang telah beroperasi minimal dua tahun, menggunakan pemasaran digital, serta menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) pemasaran digital tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,282, nilai t hitung sebesar 1,482 lebih kecil dari t tabel sebesar 2,012, dan nilai signifikansi sebesar 0,145 lebih besar dari 0,05 ($0,145 > 0,05$); (2) penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,351, nilai t hitung sebesar 2,207 lebih besar dari t tabel sebesar 2,012, dan nilai signifikansi sebesar 0,032 lebih kecil dari 0,05 ($0,032 < 0,05$); serta (3) pemasaran digital dan penggunaan QRIS secara simultan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Hal ini

dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 5,402 lebih besar dari F tabel sebesar 3,20 dan nilai signifikansi sebesar 0,008 lebih kecil dari 0,05 ($0,008 < 0,05$). Nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,152 menunjukkan bahwa pemasaran digital dan penggunaan QRIS mampu menjelaskan sebesar 15,2% variasi peningkatan pendapatan UMKM, sedangkan 84,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian.

Kata kunci : Pemasaran Digital, Penggunaan QRIS, Peningkatan Pendapatan UMKM.