

Outline Journal of Management and Accounting

Journal homepage: <http://outlinepublisher.com/index.php/OJM/index>

Research Article

The Influence of Using UKM Digital Payment Systems on the Purchase Interest of 2022 Economic Education Study Program Students, Medan State University

(Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Digital UKM Terhadap Minat Beli Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi 2022 Universitas Negeri Medan)

Muammar Rinaldi¹, Anisa Fitria sinaga², Atika Atayarisah Lubis³, Regita Amelia⁴, Firman Saputra⁵, Eka Valentina Manurung⁶

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Indonesia

*Correspondence: anisafitriasng@mhs.unimed.ac.id

Keywords:

Purchase Interest, Digital Payments, UKM.

Abstract

Technological advances in the field of payment systems have also changed the function of cash from the main means of payment to a non-cash payment method that is more efficient, practical and economical. This research aims to analyze the influence of the use of digital payment systems in UKM on the buying interest of Economic Education Study Program students class of 2022. This research uses a quantitative research design, which uses numerical data to assess conclusions. The population of this research are students of the 2022 Stambuk Economic Education study program, Medan State University who are interested in using a digital payment system.. The research used 30 samples. Based on the research results, it shows that the use of digital SME payment systems affects students' buying interest, where the results of the partial regression test (T test) are at a significant level of 0.05 with a T value of 8.461 with a significance of $0.000 < 0.05$. Meanwhile, the Ttable value is 2.034. Therefore, H_0 is accepted because the tcount value is $8.461 > \text{table } 2.034$ so it can be concluded that there is a significant influence between the use of digital SME payment systems on the student purchasing interest variable. The correlation coefficient value of 0.827 indicates that the two variables have a close relationship, where an increase in the use of digital payment systems will be followed by an increase in students' buying interest.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang pesat saat ini telah membawa berbagai kemudahan bagi masyarakat, salah satunya di bidang sistem pembayaran. Metode pembayaran digital kini telah menjadi bagian penting yang tidak

dapat dipisahkan dari berbagai aktivitas transaksi sehari-hari (Leksono Putri Handayani et al., 2022). Kemajuan teknologi di bidang sistem pembayaran ini juga telah mengubah fungsi uang tunai sebagai alat pembayaran utama menjadi metode pembayaran non-tunai yang lebih efisien, praktis, dan ekonomis. Dengan menggunakan pembayaran non-tunai, konsumen tidak lagi mengandalkan uang fisik, melainkan menggunakan berbagai mekanisme digital (Jefry Tarantang et al., 2019).

Salah satu bentuk pembayaran non-tunai yang sering digunakan adalah transfer dana melalui Bank serta berbagai jenis kartu seperti kartu ATM, kartu debit, dan kartu kredit. Penggunaan pembayaran non-tunai tersebut memungkinkan konsumen melakukan pembayaran langsung di tempat dengan lebih mudah. Bahkan, saat ini teknologi pembayaran telah berkembang lebih jauh dengan adanya dompet digital, kode QR, dan aplikasi pembayaran lainnya yang semakin memperluas pilihan metode non-tunai bagi masyarakat. Dengan perkembangan ini, transaksi keuangan menjadi lebih fleksibel dan efisien.

Perubahan ini tentunya tidak hanya mempengaruhi pola konsumsi, tetapi juga memberikan dampak signifikan pada keberlangsungan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Menurut (Kristiyanti, 2012) sebagai salah satu pilar perekonomian. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memiliki peranan yang penting dan strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional, termasuk lingkup universitas. UKM merupakan pilihan utama mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Namun, dengan semakin berkembangnya preferensi sistem pembayaran, UKM dituntut untuk dapat beradaptasi agar tetap relevan dan menarik minat konsumen, khususnya generasi muda seperti mahasiswa.

Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2022, yang merupakan bagian dari generasi Z, dikenal memiliki tingkat literasi teknologi yang tinggi. Hal ini sejalan dengan popularitas sistem pembayaran digital yang semakin meningkat, khususnya di kalangan generasi Z dan generasi milenial yang sangat akrab dengan teknologi digital (Aulia Ramadhani et al., 2024). Hal ini tentunya memengaruhi pola konsumsi mereka, termasuk dalam memilih metode pembayaran. Dalam Hal ini, penting untuk mengetahui sejauh mana penggunaan sistem pembayaran digital oleh UKM memengaruhi minat beli mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan sistem pembayaran digital pada UKM terhadap minat beli mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi angkatan 2022. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai peran teknologi dalam mendukung keberlanjutan UKM serta memberikan rekomendasi strategis untuk meningkatkan daya tarik UKM di kalangan mahasiswa.

Tinjauan Pustaka

Konsep Sistem Pembayaran Digital

Secara umum, pembayaran adalah transfer sejumlah uang dari pembayar ke penerima. Pembayaran digital bergantung pada teknologi. Uang disimpan, diproses, dan dikirim dalam pembayaran digital dalam bentuk informasi digital, dan alat pembayaran elektronik menjalankan proses pemindahannya. Pembayaran digital menggunakan software, kartu pembayaran, dan uang elektronik, tetapi pembayaran tradisional menggunakan uang tunai, cek, atau kartu kredit. Aplikasi pemindahan uang, infrastruktur jaringan, dan peraturan dan protokol yang mengatur sistem pembayaran digital adalah komponen utamanya. Pembayaran untuk barang atau jasa yang dibeli melalui internet dapat dilakukan melalui sistem pembayaran digital. Tidak ada komunikasi langsung antara pelanggan dan penjual melalui faktur; sebaliknya, pelanggan mengirimkan semua informasi tentang pembayaran melalui internet. Ini membedakan sistem pembayaran umum (Aisyah et al., 2023).

Pengertian Sistem pembayaran digital (M. Doni Darmawan, 2023 dalam (sihabudin, 2024) adalah suatu cara untuk melakukan transaksi keuangan dengan menggunakan teknologi digital, seperti komputer, smartphone, atau internet. Dalam sistem pembayaran digital, uang elektronik atau e-money dianggap sebagai alat pembayaran yang sah dan penggunaannya semakin umum di masyarakat saat ini. Sistem pembayaran digital memungkinkan transaksi keuangan dilakukan dengan mudah dan cepat tanpa harus menggunakan uang tunai atau kartu kredit.

Orang-orang menjadi kreatif untuk mengembangkan teknologi baru di dunia digital, seperti marketing digital dan e-commerce, karena perkembangan pesat teknologi informasi dan digital. Dalam setiap transaksi, ada pembeli dan penjual; penjual menawarkan produk, baik barang maupun jasa, dan pembeli membayar produk dengan uang. Saat ini, pembayaran biasanya dilakukan secara elektronik, baik melalui transfer, perbankan mobile, atau sistem pembayaran elektronik lainnya (Adhitya et al., 2024).

Sistem pembayaran digital adalah bagian penting dari kemajuan teknologi di dunia keuangan, menyediakan kenyamanan, keamanan, dan kecepatan dalam melakukan transaksi. Seiring berkembangnya teknologi, pembayaran digital diperkirakan akan semakin mendominasi dalam kehidupan sehari-hari, menggantikan transaksi konvensional dengan uang tunai.

Jenis Sistem Pemabayaran Digital

Ada banyak jenis sistem pembayaran digital yang tersedia, masing-masing dengan kelebihan dan kekurangan yang berbeda-beda. Berikut adalah beberapa jenis sistem pembayaran digital di era digital yang umum digunakan menurut (M. Doni Darmawan, 2023 dalam (sihabudin, 2024):

a) *E-wallet*

E-wallet atau dompet digital adalah sistem pembayaran digital yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan uang mereka dalam bentuk digital. Pengguna dapat melakukan pembayaran dengan mudah menggunakan e-wallet, baik itu pembayaran online atau pembayaran di toko. E-wallet juga bisa digunakan untuk transfer uang ke rekening bank lain atau ke e-wallet pengguna lain. E-wallet umumnya lebih aman daripada kartu kredit karena tidak mengungkapkan nomor kartu kredit atau informasi pribadi lainnya. Ada banyak jenis e-wallet yang tersedia, seperti Bayarind, OVO, GoPay, DANA, dan sebagainya.

b) *Mobile Payment*

Mobile payment adalah sistem pembayaran digital yang memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi keuangan menggunakan smartphone mereka. Cara kerjanya adalah dengan mengunduh aplikasi mobile payment seperti Google Pay atau *Apple Pay*, kemudian menghubungkannya dengan kartu debit atau kredit. Pengguna dapat melakukan pembayaran dengan menggerakkan perangkat di dekat pembaca nirkabel. *Mobile payment* juga dapat digunakan untuk mengirim dan menerima uang dengan mudah.

c) *Card Payment*

Card payment adalah sistem pembayaran digital yang menggunakan kartu kredit atau debit untuk melakukan transaksi keuangan. Cara kerjanya adalah dengan memasukkan kartu kredit atau debit ke dalam pembaca kartu di toko atau restoran. *Card payment* juga bisa digunakan untuk pembayaran online di situs web yang menerima pembayaran kartu kredit atau debit.

d) *Virtual Account*

Virtual account adalah sistem pembayaran digital yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran melalui rekening virtual. Cara kerjanya adalah dengan membuat rekening virtual di bank atau lembaga keuangan lainnya, kemudian menggunakannya untuk melakukan pembayaran tagihan atau transaksi keuangan lainnya. *Virtual account* sangat berguna bagi mereka yang tidak memiliki rekening bank.

e) *QR Code Payment*

QR code payment adalah sistem pembayaran digital yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran dengan memindai kode QR pada perangkat mereka. Cara kerjanya adalah dengan memindai kode QR yang diberikan oleh penjual atau toko, kemudian mengonfirmasi jumlah pembayaran di aplikasi pembayaran digital yang digunakan. QR code payment sangat mudah digunakan dan juga lebih aman dibandingkan dengan pembayaran menggunakan kartu kredit.

f) *Mobile Banking Transfer*

Mobile banking transfer adalah sistem pembayaran digital yang memungkinkan pengguna untuk melakukan transfer uang menggunakan aplikasi perbankan mereka. Cara kerjanya adalah dengan mengunduh aplikasi perbankan yang sesuai dengan bank Anda, kemudian menghubungkannya dengan rekening bank Anda. Pengguna dapat melakukan transfer uang ke rekening bank lain dengan mudah menggunakan aplikasi perbankan mereka.

g) *Cryptocurrency*

Cryptocurrency adalah sistem pembayaran digital yang menggunakan mata uang digital seperti *Bitcoin*, *Ethereum*, dan *Litecoin*. *Cryptocurrency* menggunakan teknologi blockchain yang memungkinkan pengguna untuk mengirim dan menerima uang tanpa perlu melalui bank atau lembaga keuangan lainnya. *Cryptocurrency* juga bisa digunakan untuk membeli barang dan jasa dengan mudah.

Minat Beli

Minat beli adalah sesuatu diperoleh dari proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi". Minat beli ini menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benaknya dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada di dalam benaknya itu (John C. Mowen, 2002).

Minat beli konsumen selalu terselubung dalam tiap diri individu yang mana tak seorang pun bisa tahu apa yang diinginkan dan diharapkan konsumen. Konsumen memiliki ketertarikan terhadap suatu produk atau jasa tetapi belum tentu konsumen akan melakukan pembelian produk atau jasa tersebut (Bella Fidanty Shahnaz, 2016). Ketertarikan konsumen bisa muncul karena berbagai alasan, seperti iklan, rekomendasi, atau ciri produk yang menarik. Namun, keputusan untuk membeli biasanya dipengaruhi faktor lain seperti harga, kualitas, kebutuhan, dan kondisi finansial konsumen. Jadi, ketertarikan hanya merupakan langkah awal sementara tindakan pembelian tergantung pada pertimbangan lebih lanjut. Minat beli seseorang dalam melakukan transaksi pembelian dipengaruhi beberapa hal yakni kualitas, harga serta citra merk suatu produk (Salfina & Gusri, 2018).

Kualitas produk merujuk pada seberapa baik suatu barang memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen. Produk yang berkualitas tinggi biasanya akan menarik lebih banyak minat beli karena konsumen merasa bahwa mereka mendapatkan nilai yang baik dari pembelian mereka. Kualitas yang buruk dapat menurunkan minat beli. Selain itu Harga juga mempengaruhi minat beli. Konsumen cenderung membandingkan harga dengan anggaran mereka serta dengan harga produk sejenis dari merek lain. Jika harga dianggap wajar atau sesuai dengan kualitas yang ditawarkan, maka minat beli akan meningkat. Sebaliknya, harga yang terlalu tinggi tanpa disertai dengan kualitas yang baik bisa membuat konsumen ragu untuk membeli. Hal yang tidak kalah penting adalah citra merk atau brand image yang mencakup persepsi dan asosiasi yang dimiliki konsumen terhadap suatu merek. Merek yang memiliki citra positif, baik dalam hal reputasi, kepercayaan, maupun pengalaman konsumen sebelumnya, akan lebih menarik minat beli. Sebaliknya, merek yang kurang dikenal atau memiliki citra negatif dapat mengurangi keinginan konsumen untuk melakukan pembelian. Secara keseluruhan, ketiga faktor ini saling berinteraksi dan memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan transaksi pembelian. Konsumen cenderung mencari produk yang tidak hanya sesuai dengan anggaran mereka, tetapi juga memiliki kualitas yang baik dan berasal dari merek yang terpercaya.

Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Mahasiswa

Minat beli tidak hanya sebatas niat, tetapi juga mencakup tindakan nyata konsumen dalam mencari, mengevaluasi, dan akhirnya membeli produk atau layanan yang diinginkan. Ini mencakup proses penelusuran informasi, perbandingan produk, serta pertimbangan faktor- faktor ekonomi dan psikologis sebelum keputusan pembelian akhir dibuat oleh konsumen. Pada dasarnya faktor penentu minat beli dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya kepercayaan pengguna, pengalaman berbelanja dan kualitas produk (Supriyatno et al., 2024).

a. Kepercayaan Pengguna

Mahasiswa yang memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi cenderung aktif mencari informasi produk, ingin mengetahui lebih detail, dan tertarik untuk mencoba produk. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kepercayaan pengguna dapat menjadi strategi efektif bagi perusahaan untuk meningkatkan minat beli. Kepercayaan yang tinggi juga mendorong mahasiswa untuk berkomitmen pada pembelian produk yang diminati, memperlihatkan keaktifan dalam proses pencarian informasi, dan menunjukkan minat yang kuat pada produk tersebut. memiliki kepercayaan tinggi cenderung lebih aktif dalam mencari informasi seputar produk yang mereka minati.

b. Pengalaman Belanja

Pengalaman berbelanja yang positif, seperti kepuasan, kesenangan, dan keinginan untuk berbagi pengalaman, secara positif memengaruhi minat beli. Mahasiswa yang memiliki pengalaman berbelanja yang memuaskan cenderung lebih tertarik untuk mencari informasi produk, mengetahui lebih dalam tentang produk, dan ingin mencoba produk tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman berbelanja yang menyenangkan di masa lalu memengaruhi minat mahasiswa untuk mencoba dan membeli produk yang diminati. Dengan demikian, perusahaan dapat memperhatikan pentingnya menciptakan pengalaman berbelanja yang positif bagi konsumen sebagai strategi untuk meningkatkan minat beli.

c. Kualitas Produk

Pengukuran kualitas produk melalui aspek-aspek seperti bentuk, fitur, dan ketahanan produk menunjukkan bahwa semakin baik persepsi mahasiswa terhadap kualitas suatu produk, semakin tinggi minat beli mereka. Mahasiswa yang memandang kualitas produk tinggi cenderung aktif mencari informasi tentang produk, ingin mengetahui detail fitur, dan tertarik untuk mencobanya. Persepsi positif terhadap kualitas produk juga mendorong minat beli, memperlihatkan keinginan kuat untuk membeli dan memiliki produk tersebut. Dengan demikian, perusahaan perlu fokus pada meningkatkan kualitas produknya sebagai strategi untuk mempertahankan dan meningkatkan minat beli konsumen, terutama di kalangan mahasiswa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif, yang menggunakan data numerik untuk menilai temuan. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2022, Universitas Negeri Medan yang berminat menggunakan sistem pembayaran digital. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik non-probability sampling, yaitu teknik purposive sampling. Penelitian menggunakan 30 sampel. Pengumpulan data yang digunakan dengan penyebaran kuesioner. Penyebaran survei pada penelitian ini dilakukan melalui Google Forms, dengan responden menjawab pertanyaan yang tersedia pada link Google Forms. Metode analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif. Statistik deskriptif merupakan penganalisan data dengan menjelaskan gambaran data atas informasi yang telah didapatkan tanpa menarik kesimpulan umum.

Hasil Dan Pembahasan

Hasil

Uji Regresi Linier Sederhana

Tabel 1
Uji Regresi Linier Sederhana

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.931	4.207		.935	.357
Penggunaan sistem pembayaran digital	.898	.106	.827	8.461	.000

a. Dependent Variable: minat beli mahasiswa

Sumber: hasil Data Diolah Menggunakan Spss 25

Pada tabel tersebut, Hasil pengolahan data dengan menggunakan software SPSS (*Statistical product and service solution*) 25, diperoleh persamaan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = B_0 + B_1X_1 \text{ atau } Y = 3,931 + 0,898X_1.$$

Persamaan regresi diatas memperlihatkan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen secara parsial, dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa:

- Nilai *constant* adalah 3,931, mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel Minat beli mahasiswa adalah sebesar 3,931 yang menunjukkan pengaruh positif.
- Nilai koefisien regresi penggunaan sistem pembayaran digital ukm sebesar 0,898, menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai penggunaan sistem pembayaran digital ukm, maka nilai bertambah sebesar 0,898. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 2
Hasil Uji t

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.931	4.207		.935	.357
	Penggunaan sistem pembayaran digital	.898	.106	.827	8.461	.000

a. Dependent Variable: minat beli mahasiswa

Sumber: hasil Data Diolah Menggunakan Spss 25

Uji parsial (uji t) adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui bagaimana hubungan antara masing-masing variabel bebas dengan variabel terikat. Tabel diatas menunjukkan hasil dari uji parsial (uji t). Nilai signifikansi variabel penggunaan sistem pembayaran digital adalah 0,000 ($0,000 < 0,05$) dan nilai t_{hitung} 8,461 $>$ t_{tabel} 2,034 artinya terdapat pengaruh signifikan antara penggunaan sistem pembayaran digital ukm terhadap variabel minat beli mahasiswa.

Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Tabel 3
Hasil Uji F

		ANOVA ^a				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	583.938	1	583.938	71.581	.000 ^b
	Residual	269.204	33	8.158		
	Total	853.143	34			

a. Dependent Variable: minat beli mahasiswa

b. Predictors: (Constant), Penggunaan sistem pembayaran digital

Sumber: hasil Data Diolah Menggunakan Spss 25

Berdasarkan tabel hasil perhitungan analisis Uji F dari variabel penggunaan sistem pembayaran digital ukm terhadap minat beli mahasiswa dengan tabel pengujian menunjukkan bahwa $\text{sig} (0,000) < (0,05)$ dan nilai $F_{\text{hitung}} 71.581 > F_{\text{tabel}} 3,28$ sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan sistem pembayaran digital ukm berpengaruh secara simultan terhadap minat beli mahasiswa prodi pendidikan ekonomi 2022 Universitas Negeri Medan.

Uji Koefisien Determinasi R²

Tabel 4
Hasil Uji Determinasi R²

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.827 ^a	.684	.675	2.85617

a. Predictors: (Constant), Penggunaan sistem pembayaran digital

Sumber: hasil Data Diolah Menggunakan Spss 25

Berdasarkan tabel diatas nilai R square sebesar 0,684 menunjukkan bahwa besarnya kontribusi atau peran penggunaan sistem pembayaran digital ukm mampu menjelaskan minat beli mahasiswa prodi pendidikan ekonomi 2022 sebesar 68,4% sedangkan sisanya 31,6 dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Uji Korelasi

Tabel 5
Hasil Uji Korelasi

Correlations		Penggunaan sistem pembayaran digital	minat beli mahasiswa
Penggunaan sistem pembayaran digital	Pearson Correlation	1	.827**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	35	35
minat beli mahasiswa	Pearson Correlation	.827**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	35	35

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: hasil Data Diolah Menggunakan Spss 25

Berdasarkan Hasil analisis tabel diatas menunjukkan bahwa nilai korelasi antara penggunaan sistem pembayaran digital ukm dan minat beli mahasiswa adalah sebesar 0,827 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti secara parsial ada hubungan positif dan signifikan antara penggunaan sistem pembayaran digital ukm terhadap minat beli mahasiswa. Angka ini mengindikasikan adanya hubungan yang sangat kuat antara kedua variabel tersebut. Artinya, semakin penggunaan sistem pembayaran digital oleh pelaku ukm, maka cenderung semakin tinggi pula minat beli mahasiswa.

Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara penggunaan sistem pembayaran digital ukm terhadap minat beli mahasiswa prodi pendidikan ekonomi 2022 Universitas Negeri Medan. Pembahasan dari analisis data diatas sebagai berikut:

1. Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Digital Ukm Terhadap Minat Beli Mahasiswa

Pada pengujian hipotesis menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan antara penggunaan sistem pembayaran digital ukm berpengaruh terhadap minat beli mahasiswa prodi pendidikan ekonomi 2022 Universitas Negeri Medan. Hasil dari uji regresi secara parsial (Uji T) pada taraf signifikan 0,05 dengan nilai T_{hitung} 8,461 dengan signifikan $0,000 < 0,05$. Sedangkan nilai T_{tabel} adalah 2,034. Maka dari itu H_a diterima karena nilai t_{hitung} 8,461 > t_{tabel} 2,034 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara penggunaan sistem pembayaran digital ukm terhadap variabel minat beli mahasiswa.

Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa penggunaan sistem pembayaran digital ukm mempengaruhi minat beli mahasiswa. Digital payment atau pembayaran digital merupakan bagian dari kecanggihan yang ditawarkan pada saat ini. Penyedia layanan digital payment sering melakukan penawaran berupa diskon atau cashback, dan undian berhadiah. Pembayaran secara digital akan membuat segala transaksi keuangan bisa dilakukan secara real time. Pembayaran secara digital dapat dilakukan dimana saja dan dilakukan dengan mudah. Sistem pembayaran juga akan lebih aman karena menggunakan teknologi terenkripsi yang diperkuat dengan adanya pin, password, atau OTP, disisi lain pembayaran digital mencegah maraknya peredaran uang palsu. Pembayaran digital juga memberikan kemudahan transaksi para pelaku UKM, hal ini sejalan dengan teori TAM yang mana teori ini mengemukakan bahwa individu dapat menerima suatu teknologi baru karena mereka memiliki persepsi atau merasa dimudahkan dan memiliki manfaat sehingga pekerjaan mereka dilakukan secara efektif dan efisien.

Sistem pembayaran digital memungkinkan transaksi dilakukan secara cepat, tanpa perlu membawa uang tunai atau mencari uang kembalian. Hal ini sangat sesuai dengan gaya hidup mahasiswa yang sering mengutamakan efisiensi, sehingga meningkatkan kemungkinan mereka untuk membeli. Penggunaan sistem pembayaran digital oleh UKM dapat memengaruhi minat beli mahasiswa karena menawarkan kemudahan dan efisiensi dalam bertransaksi. Mahasiswa cenderung memilih metode pembayaran yang cepat dan praktis, sesuai dengan gaya hidup mereka yang serba cepat. Sistem pembayaran digital juga sering memberikan keuntungan tambahan seperti cashback atau diskon, yang menarik bagi mahasiswa dengan anggaran terbatas. Selain itu, pembayaran digital meningkatkan kepercayaan terhadap UKM karena dianggap lebih profesional dan modern. Mahasiswa yang terbiasa menggunakan aplikasi pembayaran digital merasa lebih nyaman bertransaksi di UKM yang menyediakan opsi ini. Di sisi lain, tren penggunaan teknologi di kalangan mahasiswa juga berkontribusi terhadap meningkatnya minat beli, terutama jika banyak teman sebaya mereka yang juga menggunakan metode ini. Dengan kata lain, sistem pembayaran digital membuat proses pembelian lebih mudah, aman, dan menarik, sehingga meningkatkan daya tarik UKM bagi mahasiswa. Namun, faktor lain seperti kualitas produk, harga, dan strategi promosi tetap berperan penting dalam menentukan minat beli.

Dimana hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Aulia, 2022) dalam konteks digital payment akan berdampak positif terhadap kinerja penjualan UMKM karena perkembangan teknologi yang terjadi serta kebiasaan masyarakat dalam hal cashless society dan hampir sebagian membawa gadget yang menjadikan para pelaku usaha harus menyesuaikan kebiasaan tersebut dengan digital payment pada usaha mereka. Penelitian yang dilakukan (Putri, 2022) juga menunjukkan bahwa digital payment berpengaruh positif terhadap kinerja penjualan UMKM hal ini karena penggunaan teknologi pada ranah media pembayaran atau transaksi dalam usaha memiliki banyak manfaat bagi pemilik usaha namun memberikan manfaat bagi pengguna yaitu memberikan kemudahan dalam melakukan pembayaran.

2. Hubungan Yang Positif Dan Signifikan Penggunaan Sistem Pembayaran Digital Ukm Terhadap Minat Beli Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi 2022 Universitas Negeri Medan

Hasil uji korelasi menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat dan positif antara penggunaan sistem pembayaran digital oleh UKM dan minat beli mahasiswa. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,827 menandakan bahwa kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang erat, di mana peningkatan pada penggunaan sistem pembayaran digital akan diikuti oleh peningkatan minat beli mahasiswa. Nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05, mengindikasikan bahwa hubungan ini secara statistik signifikan. Artinya, hasil ini bukanlah kebetulan, melainkan mencerminkan hubungan yang nyata antara kedua variabel. Dengan kata lain, semakin baik UKM dalam mengadopsi dan memanfaatkan sistem pembayaran digital, semakin besar kemungkinan mahasiswa menunjukkan minat untuk berbelanja pada UKM tersebut. Hasil ini menggarisbawahi pentingnya penggunaan sistem pembayaran digital sebagai strategi untuk meningkatkan daya tarik UKM terhadap pasar mahasiswa. Implementasi pembayaran digital yang efektif dapat menjadi salah satu cara untuk memperkuat daya saing UKM dalam memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen muda yang lebih akrab dengan teknologi.

Secara signifikan, ini berarti bahwa inovasi dalam metode pembayaran dapat menjadi faktor kunci dalam menarik mahasiswa sebagai konsumen. Dengan sistem pembayaran digital, mahasiswa lebih cenderung melakukan transaksi karena mereka merasa prosesnya lebih efisien, aman, dan terkadang disertai dengan manfaat tambahan seperti diskon atau cashback. Hal ini dapat meningkatkan daya tarik UKM dan memengaruhi minat beli mahasiswa. Mahasiswa juga cenderung menganggap UKM yang menggunakan sistem pembayaran digital sebagai lebih modern dan profesional, yang meningkatkan kepercayaan mereka terhadap kualitas layanan atau produk yang ditawarkan. Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan nilai korelasi positif dan signifikan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan sistem pembayaran digital tidak hanya berhubungan dengan minat beli mahasiswa, tetapi juga menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan minat tersebut. Semakin baik UKM mengintegrasikan sistem pembayaran digital, semakin besar kemungkinan mahasiswa tertarik untuk berbelanja.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasannya, maka dapat disimpulkan mengenai Pengaruh penggunaan sistem pembayaran digital ukm terhadap minat beli mahasiswa prodi pendidikan ekonomi 2022 Universitas Negeri Medan. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan sistem pembayaran digital ukm terhadap minat beli mahasiswa dimana Hasil dari uji regresi secara parsial (Uji T) pada taraf signifikan 0,05 dengan nilai T_{hitung} 8,461 dengan signifikan $0,000 < 0,05$. Sedangkan nilai T_{tabel} adalah 2,034. Maka dari itu H_a diterima karena nilai t_{hitung} 8,461 > t_{tabel} 2,034 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara penggunaan sistem pembayaran digital ukm terhadap variabel minat beli mahasiswa. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa penggunaan sistem pembayaran digital ukm mempengaruhi minat beli mahasiswa. Berdasarkan hasil uji korelasi menunjukkan bahwa Hasil uji korelasi menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat dan positif antara penggunaan sistem pembayaran digital oleh UKM dan minat beli mahasiswa. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,827 menandakan bahwa kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang erat, di mana peningkatan pada penggunaan sistem pembayaran digital akan diikuti oleh peningkatan minat beli mahasiswa. Nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05, mengindikasikan bahwa hubungan ini secara statistik signifikan. Artinya, hasil ini bukanlah kebetulan, melainkan mencerminkan hubungan yang nyata antara kedua variabel. Dengan kata lain, semakin baik UKM dalam mengadopsi dan memanfaatkan sistem pembayaran digital, semakin besar kemungkinan mahasiswa menunjukkan minat untuk berbelanja pada UKM tersebut.

Daftar Pustaka

Adhitya, W. R., Teviana, T., Sienny, S., Hidayat, A., & Khaira, I. (2024). Implementasi Digital Marketing Menggunakan Platform E-Commerce Dan Media Sosial Terhadap Masyarakat Dalam Melakukan Pembelian. *Tin: Terapan Informatika Nusantara*, 5(1), 63–72. <https://doi.org/10.47065/Tin.V5i1.5293>

- Aisyah, S., Rahmadyah, N., Andriani, N., Novriansyah, D., Putri, A., Mayori, E., Negeri, U. I., & Utara, S. (2023). Implementasi Teknologi Financial Dalam Qris Sebagai Sistem Pembayaran Digital Pada Sektor Umkm Di Kota Binjai. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 102–106. https://jurnalfkip.samawa-university.ac.id/karya_jpm/index
- Aulia, P., A. W., D. N., & H. Y. R. (2022). Pengaruh Pemahaman Literasi Keuangan Dan Kemudahan Digital Payment Terhadap Kinerja Umkm Di Kota Makassar. *Jurnal Dinamika*, 3(1), 23–50.
- Aulia Ramadhani, V., Mulyati, A., Haniyah, H., Hidayat, W., Ibrahim, Z., Syekh Moh Nawawi Albantani, J., & Serang, K. (2024). Analisis Penggunaan E-Wallet Dalam Mempengaruhi Minat Beli Dikalangan Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. *Student Research Journal*, 4, 36–46. <https://doi.org/10.55606/Srjyappi.V2i4.1351>
- Bella Fidanty Shahnaz, N. (2016). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Toko Online. *Management Analysis Journal*. <http://maj.unnes.ac.id>
- Jefry Tarantang, Annisa Awwaliyah, Maulidia Astuti, & Meidinah Munawaroh. (2019). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia. *Jurnal Al-Qardh*, 4(1), 60–73.
- John C. Mowen, M. M. (2002). *Perilaku Konsumen* (5th Ed.). Erlangga.
- Kristiyanti, M. (2012). Peran Strategis Usaha Kecil Menengah (Ukm) Dalam Pembangunan Nasional. *Majalah Ilmia Informatika*, 3(1), 63–89.
- Leksono Putri Handayani, N., Fitrijanti Soeparan, P., Pratama Kendal Ji Raya Utama Timur No, P., & Kendal, K. (2022). Peran Sistem Pembayaran Digital Dalam Revitalisasi Umkm. *Jurnal Mahasiswa*, 4(3).
- Putri, E. W., A. I. R., T. S. P., & M. U. N. (2022). Peran Sistem Digital Payment Sebagai Strategi Peningkatan Pendapatan Pada Usaha. *Prosiding National Seminar On Accounting, Finance, And Economics*, 2(2).
- Salfina, L., & Gusri, H. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian Anak-Anak Studi Kasus Toko Rizky Dan Afdal Pariaman. *Jurnal Indovisi*, 1(1), 83–100. <https://doi.org/10.30985/Ji.V1i1.5>
- Sihabudin, Dwi Epty Hidayaty. (2024). Pengaruh Penggunaan Digital Payment Dan Sistem Informasi Keuangan Terhadap Pendapatan Umkm Bebeke Om Aris Karawang. *Jurnal Signaling*, 13(1), 44–54.
- Supriyatno, M., Nurchayati, N., Sudirjo, F., & Mardiyono, A. (2024). Faktor Penentu Minat Beli Mahasiswa Dalam Berbelanja Secara Online. *Jesya*, 7(2), 1582–1591. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V7i2.1580>