

The Impact Of The QRIS Payment System On Increasing The Income Of MSMEs In The Restaurant Sector In Medan Sunggal

Pengaruh Sistem Pembayaran Qris Terhadap Peningkatan Pendapatan Umkm Sektor Restoran Di Medan Sunggal

Rizky Pramudita Bukit ¹⁾; Ahmad Fadlan ²⁾; Uswatun Hasanah ³⁾

^{1,2,3)}Study Program of Ekonomi Pembangunan, Faculty of Sosial Sains, Universitas Pembangunan Panca Budi

Email : ¹⁾ rbukit96@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [13 Maret 2026]

Revised [25 April 2026]

Accepted [29 April 2026]

KEYWORDS

Qris, Restaurant MSMEs, Revenue.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah menganalisis pengaruh penerapan sistem pembayaran QRIS terhadap peningkatan pendapatan UMKM sektor restoran di Kecamatan Medan Sunggal Kota Medan di mana UMKM berperan krusial dalam perekonomian nasional dengan kontribusi 60,5% PDB dan penyerapan 96,9% tenaga kerja, namun menghadapi tantangan akses pembiayaan, persaingan ketat serta keterbatasan teknologi digital. Pendekatan kuantitatif diterapkan pada 20 sampel UMKM restoran dari populasi 21 unit yang telah menggunakan QRIS minimal 6 bulan dengan pengumpulan data melalui kuesioner tertutup yang dianalisis menggunakan Confirmatory Factor Analysis (CFA) dengan nilai KMO 0,562 > 0,5 dan Bartlett's test sig. 0,003 serta Regresi Linear Berganda setelah memenuhi uji asumsi klasik seperti normalitas (Kolmogorov-Smirnov sig. 0,200), multikolinearitas (VIF < 10) dan autokorelasi (Runs Test sig. 0,108). Hasil CFA mengidentifikasi empat faktor utama dari sepuluh variabel independen yaitu penggunaan aplikasi e-commerce (X1), kehadiran online di media sosial (X2), penerapan QRIS (X3) dan integrasi dengan platform delivery (X4) yang menjelaskan total variance 77,673%. Model regresi linear berganda menghasilkan persamaan $Y = 6,066 + 0,253X1 + 0,293X2 + 0,324X3 + 0,249X4$, di mana penggunaan aplikasi e-commerce (X1) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial ($t = 1,892 > t\text{-tabel } 1,753$, sig = 0,03 < 0,05). Kemudian kehadiran online di media sosial (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial ($t = 1,845 > t\text{-tabel } 1,753$, sig = 0,01 < 0,05). Kemudian penerapan QRIS (X3) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial ($t = 2,617 > t\text{-tabel } 1,753$, sig = 0,01 < 0,05). Kemudian integrasi dengan platform delivery (X4) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial ($t = 1,871 > t\text{-tabel } 1,753$, sig = 0,02 < 0,05). Sementara uji simultan menunjukkan $F = 4,273$ (sig = 0,02) dengan $R^2 = 0,848$ yang menjelaskan 84,8% variasi pendapatan. Sisanya dipengaruhi faktor eksternal di wilayah tersebut. QRIS terbukti sebagai katalis utama melalui efisiensi transaksi tanpa biaya MDR untuk nominal $\leq Rp500.000$, pengurangan risiko tunai dan peningkatan turnover pelanggan di kawasan kuliner ramai seperti Medan Sunggal yang memiliki 20 restoran UMKM tertinggi di Medan.

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the effect of the implementation of the QRIS payment system on increasing the income of MSMEs in the restaurant sector in Medan Sunggal District, Medan City, where MSMEs play a crucial role in the national economy with a contribution of 60.5% of GDP and absorption of 96.9% of the workforce, but face challenges in access to financing, tight competition and limitations of digital technology. A quantitative approach was applied to 20 samples of MSME restaurants from a population of 21 units that have used QRIS for at least 6 months with data collection through closed questionnaires analyzed using Confirmatory Factor Analysis (CFA) with a KMO value of 0.562 > 0.5 and Bartlett's test sig. 0.003 and Multiple Linear Regression after fulfilling classical assumption tests such as normality (Kolmogorov-Smirnov sig. 0.200), multicollinearity (VIF < 10) and autocorrelation (Runs Test sig. 0.108). The CFA results identified four main factors from ten independent variables, namely the use of e-commerce applications (X1), online presence on social media (X2), QRIS implementation (X3) and integration with delivery platforms (X4) which explained the total variance of 77.673%. The multiple linear regression model produced the equation $Y = 6.066 + 0.253X1 + 0.293X2 + 0.324X3 + 0.249X4$, where the use of e-commerce applications (X1) had a positive and significant effect partially ($t = 1.892 > t\text{-table } 1.753$, sig = 0.03 < 0.05). Then the online presence on social media (X2) had a positive and significant effect partially ($t = 1.845 > t\text{-table } 1.753$, sig = 0.01 < 0.05). Then the implementation of QRIS (X3) has a positive and significant effect partially ($t = 2.617 > t\text{-table } 1.753$, sig = 0.01 < 0.05). Then integration with the delivery platform (X4) has a positive and significant effect partially ($t = 1.871 > t\text{-table } 1.753$, sig = 0.02 < 0.05). Meanwhile, the simultaneous test shows $F = 4.273$ (sig = 0.02) with $R^2 = 0.848$ which explains 84.8% of the variation in income. The rest is influenced by external factors in the region. QRIS is proven to be a major catalyst through transaction efficiency without MDR fees for nominal $\leq Rp500,000$, reduced cash risk and increased customer turnover in busy culinary areas such as Medan Sunggal which has the 20 highest MSME restaurants in Medan.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian nasional. UMKM adalah usaha yang dikelompokkan berdasarkan kriteria tertentu seperti jumlah aset dan pendapatan tahunan. Seorang individu yang memiliki usaha sendiri dapat dikatakan sebagai UMKM jika memiliki omset dan modal usaha yang telah ditentukan pemerintah. Aspek permodalan dan omzet penjualan yang menjadi ukuran klasifikasi UMKM menjadi pendorong pelaku UMKM mempertahankan usahanya dalam dunia bisnis. Permodalan yang tersedia dan pencapaian omzet penjualan menjadi indikasi kekuatan pelaku usaha mempertahankan usahanya sekaligus bertahan dalam bisnisnya untuk mencapai keberhasilan yang meningkat (Handianto, 2023).

Tabel 1 Klasifikasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Indonesia

No	Jenis Usaha	Omset/Tahun	Modal Usaha
1	Mikro	2 Milyar	1 Milyar
2	Kecil	2Milyar-15 Milyar	1 Milyar-5 Milyar
3	Menengah	15 Milyar-50Milyar	5 Milyar-10 Milyar
4	Besar	>50 Milyar	>50 Milyar

Sumber : <https://umkm.go.id/>

Peningkatan daya saing UMKM dapat dilakukan dengan meningkatkan penerapan strategi bersaing yang tepat yang terwujud bila pelaku usaha mengerti dan memahami lingkungan bisnis yang dijalkannya. Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai bentuk dukungan pemerintah memfasilitasi masyarakat khususnya pengangguran produktif untuk berpartisipasi dalam usaha UMKM. UMKM di Indonesia menyumbang sekitar 60,5% dari total Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional dan menyerap sekitar 96,9% tenaga kerja dan 99,9% lapangan pekerjaan.

Dengan jumlah yang mencapai lebih dari 64 juta unit usaha, UMKM menjadi tulang punggung ekonomi Indonesia. Kontribusi ini tidak hanya terlihat dalam angka, tetapi juga dalam dampak sosial dan ekonomi yang lebih luas. UMKM menjadi penyedia utama lapangan kerja, terutama di daerah pedesaan dan perkotaan. Namun, Salah satu tantangan terbesar bagi UMKM adalah akses ke pembiayaan. Dengan banyaknya pelaku usaha, UMKM harus bersaing dengan perusahaan besar dan merek terkenal. Persaingan ini sering kali membuat UMKM kesulitan untuk mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkan pendapatan. Banyak UMKM yang belum memanfaatkan teknologi digital dan media sosial untuk mempromosikan produk mereka. Keterbatasan dalam pemasaran dapat menghambat kemampuan mereka untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.

Kurangnya keterampilan manajerial dan pengetahuan tentang teknologi dan pemasaran modern dapat menghambat pertumbuhan UMKM. Fenomena yang terjadi di Indonesia banyak UMKM mulai memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas pasar. Penggunaan platform e-commerce, media sosial dan aplikasi pengantaran makanan menjadi semakin umum. Kota Medan merupakan salah satu kota yang memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia terutama melalui sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM di Kota Medan terdiri dari berbagai jenis usaha yang beroperasi di berbagai sektor seperti kuliner, restoran, perdagangan, jasa dan manufaktur. Namun, UMKM sektor restoran di kota Medan menjadi salah satu yang paling menonjol.

Dengan adanya QRIS pelanggan dapat melakukan pembayaran dengan cepat hanya dengan memindai kode QR menggunakan aplikasi dompet digital mereka. Ini mengurangi waktu yang dihabiskan untuk transaksi sehingga meningkatkan efisiensi layanan. Dengan sistem pembayaran digital, risiko kesalahan dalam menghitung uang kembalian dapat diminimalkan. Hal ini juga mengurangi potensi kecurangan yang mungkin terjadi dalam transaksi tunai. Selain itu, penggunaan QRIS di restoran Kota Medan tidak hanya berfungsi sebagai metode pembayaran yang efisien tetapi juga dapat diintegrasikan dengan sistem promosi yang efektif. Penggunaan promosi ini bisa diperoleh melalui berbagai platform sosial media seperti Facebook, Instagram dan Tiktok.

Di platform Facebook ada sebanyak 33,46% UMKM yang menggunakan Facebook Marketplace sebagai tempat promosi penjualan. Selain itu di platform Instagram ada sebanyak 54% UMKM yang terkenal yang telah menggunakan Instagram sebagai media promosi. Dan yang terakhir di platform Tiktok ada sebanyak 60% konten promosi yang digunakan untuk mendukung produk lokal. Dengan memanfaatkan QRIS restoran dapat menawarkan berbagai promosi dan diskon kepada pelanggan yang dapat meningkatkan daya tarik dan kunjungan ke restoran. Contohnya banyak kita temui berbagai restoran yang memberikan diskon jika pembayarannya menggunakan QRIS. Restoran dapat menawarkan diskon khusus bagi pelanggan yang melakukan pembayaran menggunakan QRIS.

Misalnya pelanggan yang membayar dengan QRIS mendapatkan potongan harga 10% dari total tagihan. Ini tidak hanya mendorong penggunaan QRIS tetapi juga meningkatkan penjualan. Setiap kali pelanggan melakukan pembayaran menggunakan QRIS mereka dapat mengumpulkan poin yang dapat ditukarkan dengan hadiah atau diskon di kunjungan berikutnya. Dari semua paparan yang telah dijelaskan, disini peneliti ingin melihat seberapa besar dampak dari penggunaan QRIS dan sistem promosi digital dalam meningkatkan pendapatan UMKM di sektor restoran.

Peneliti juga ingin melihat perbedaan sebelum adanya penggunaan QRIS dengan setelah adanya penggunaan QRIS di beberapa restoran kota Medan yang ingin diteliti. Apakah sebenarnya penggunaan QRIS dan sistem promosi ini membawa hal yang positif dan dapat meningkatkan pendapatan restoran tersebut atau malah sebaliknya.

Peneliti berharap dengan adanya observasi ini dapat memberikan wawasan baru mengenai penggunaan teknologi pembayaran digital di sektor UMKM restoran dan dapat menunjukkan apakah ada peningkatan pendapatan setelah penerapan QRIS. Dari kondisi inilah peneliti ingin mendalami lebih lanjut dan tertarik untuk melakukan penelitian ini.

LANDASAN TEORI

Teori Josef Evan Sihaloho

Teori Josef Evan Sihaloho berfokus pada bagaimana sistem pembayaran digital ini dapat berkontribusi terhadap pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Dalam penelitiannya Sihaloho menjelaskan bahwa QRIS tidak hanya mempermudah transaksi tetapi juga meningkatkan inklusi keuangan dengan memberikan akses yang lebih luas kepada pelaku UMKM untuk menerima pembayaran secara digital.

Sihaloho menekankan bahwa QRIS dapat mengurangi risiko pencurian uang tunai dan meminimalisir penggunaan uang palsu yang sering menjadi masalah bagi pelaku usaha kecil. Dengan QRIS, transaksi menjadi lebih cepat dan efisien yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong pertumbuhan bisnis. Selain itu pentingnya regulasi yang mendukung untuk menciptakan ekosistem yang aman dan terpercaya bagi pengguna QRIS juga perlu.

Teori Neo-Klasik

Teori ekonomi neo-klasik adalah salah satu aliran pemikiran dalam ekonomi yang muncul pada akhir abad ke-19 dan terus berpengaruh hingga saat ini. Teori ini berfokus pada analisis perilaku individu dan bagaimana keputusan mereka mempengaruhi alokasi sumber daya dalam perekonomian. Teori neo-klasik berasumsi bahwa individu bertindak secara rasional, berusaha memaksimalkan kepuasan mereka. Dalam UMKM pemilik usaha akan membuat keputusan berdasarkan analisis biaya dan manfaat untuk memaksimalkan keuntungan.

Misalnya UMKM akan mempertimbangkan apakah menambah satu unit produksi akan meningkatkan pendapatan lebih besar biaya yang dikeluarkan. Teori ini mengasumsikan bahwa semua pelaku ekonomi memiliki akses ke informasi yang sempurna dan dapat membuat keputusan yang tepat berdasarkan informasi tersebut. Harga barang dan jasa dianggap fleksibel dan dapat berubah sesuai dengan perubahan dalam penawaran dan permintaan.

Penerapan Qris Dalam Umkm

Bank Indonesia meluncurkan QRIS sebagai standar nasional yang memungkinkan semua penyedia layanan pembayaran untuk menggunakan satu jenis kode QR yang sama. QRIS memiliki beberapa karakteristik yang membedakannya dari sistem pembayaran lainnya yaitu :

1. Standarisasi. QRIS merupakan standar nasional yang diakui oleh semua penyedia layanan pembayaran di Indonesia. Hal ini memungkinkan pelaku usaha untuk menggunakan satu kode QR untuk menerima pembayaran dari berbagai aplikasi dompet digital.
2. Interoperabilitas. QRIS mendukung interoperabilitas antara berbagai platform pembayaran. Artinya, konsumen dapat melakukan pembayaran menggunakan aplikasi dompet digital yang berbeda-beda tanpa harus khawatir tentang kompatibilitas.
3. Keamanan. QRIS dirancang dengan fitur keamanan yang tinggi. Transaksi yang dilakukan melalui QRIS dilindungi oleh enkripsi dan protokol keamanan yang ketat sehingga mengurangi risiko penipuan dan kebocoran data.
4. Kemudahan Penggunaan. QRIS dirancang agar mudah digunakan oleh semua kalangan termasuk pelaku UMKM yang mungkin tidak Memiliki latar belakang teknologi yang kuat.

Proses transaksi menggunakan QRIS melibatkan beberapa langkah sederhana seperti :

1. Pembuatan kode QR. Pelaku usaha membuat kode QR yang terhubung dengan akun pembayaran mereka. Kode QR ini dapat dicetak dan ditempatkan di lokasi usaha atau dibagikan secara digital.
2. Pembayaran oleh konsumen. Ketika konsumen ingin melakukan pembayaran mereka cukup membuka aplikasi dompet digital mereka kemudian memilih opsi untuk melakukan pembayaran dengan QRIS dan memindai kode QR yang disediakan oleh pelaku usaha.
3. Verifikasi transaksi. Setelah kode QR dipindai, aplikasi dompet digital akan menampilkan informasi transaksi termasuk jumlah yang harus dibayar. Konsumen kemudian mengonfirmasi pembayaran.
4. Penyelesaian transaksi. Setelah pembayaran dikonfirmasi dana akan ditransfer dari akun konsumen ke akun pelaku usaha secara instan. Pelaku usaha akan menerima notifikasi bahwa transaksi telah berhasil.

Strategi Promosi Digital

Media sosial adalah salah satu platform paling efektif untuk promosi digital. UMKM dapat memanfaatkan platform seperti Facebook, Instagram, Twitter dan TikTok untuk menjangkau audiens yang lebih luas. UMKM perlu membuat konten yang menarik dan relevan untuk audiens mereka. Ini bisa berupa foto produk, video tutorial atau cerita di balik layar yang menunjukkan proses pembuatan produk. UMKM dapat membuat blog atau artikel yang memberikan informasi berguna terkait produk atau industri mereka.

Ini tidak hanya membantu dalam membangun otoritas tetapi juga meningkatkan SEO (Search Engine Optimization) untuk menarik lebih banyak pengunjung ke situs web. Dengan membagi daftar email berdasarkan preferensi atau perilaku pelanggan, UMKM dapat mengirimkan konten yang lebih relevan dan personal serta dapat meningkatkan kemungkinan konversi. Iklan berbayar seperti Google Ads atau iklan media sosial memungkinkan UMKM untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan cepat.

Iklan dapat ditargetkan berdasarkan lokasi, demografi, dan minat, sehingga UMKM dapat menjangkau pelanggan yang lebih relevan. Kolaborasi dengan influencer juga dapat membantu UMKM menjangkau audiens yang lebih besar dan membangun kepercayaan. Memilih influencer yang memiliki audiens yang sesuai dengan target pasar UMKM sangat penting. Influencer yang relevan dapat membantu mempromosikan produk dengan cara yang lebih autentik. UMKM dapat bekerja sama dengan influencer untuk membuat konten yang menarik seperti ulasan produk, giveaway atau konten bersponsor.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kota Medan Kecamatan Medan Sunggal Provinsi Sumatera Utara. Data tersebut diperoleh dari hasil kuisisioner yang akan didistribusikan ke narasumber. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018:14), penelitian kuantitatif adalah metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan pengambilan sampel yang dilakukan secara acak (random).

Data dikumpulkan menggunakan instrumen penelitian dan analisis data dilakukan secara statistik. Populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh UMKM Restoran yang tersebar di Kota Medan Kecamatan Medan Sunggal dimana jumlahnya sekitar 21 UMKM restoran. Menurut Sugiyono (2019) penentuan jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan beberapa metode antara lain dengan menggunakan rumus.

Salah satu rumus yang dapat digunakan dalam pengambilan sampel adalah dengan menggunakan rumus Slovin. Penelitian ini menggunakan sepuluh variabel bebas yaitu Penerapan Qris (X1), Strategi Promosi Digital (X2), Penggunaan Aplikasi E Commerce (X3), Kehadiran Online Di Media Sosial (X4), Penggunaan Iklan Digital Berbayar (X5), Literasi Digital Pemilik UMKM (X6), Aksesibilitas Internet Di Lokasi (X7), Kualitas Layanan Pelanggan Online (X8), Integrasi Dengan Platform Delivery (X9), Penggunaan Analitik Data Promosi (X10) serta satu variabel terkait yaitu Pendapatan UMKM (Y).

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuisisioner atau angket. Menurut Sugiyono (2016) angket atau kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuisisioner atau angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kuisisioner atau angket langsung yang tertutup karena responden hanya tinggal memberikan tanda pada salah satu jawaban yang dianggap benar.

Langkah langkah yang dilakukan dalam melakukan pengumpulan data dengan menggunakan kuisisioner adalah sebagai berikut :

1. Membuat kuisisioner dengan pertanyaan/pernyataan berdasarkan variabel penelitian dan masing-masing indikator yang digunakan pada setiap variabel penelitian yang digunakan.

2. Perbanyak kuesioner sebanyak sampel + 10 sebagai cadangan sehingga akan disediakan sebanyak 20 buah kuesioner.
3. Menuju ke Restoran UMKM yang ada di Kota Medan sesuai kriteria.
4. Memberikan setiap pelaku UMKM Restoran sebuah kuesioner untuk diisi hingga 20 pelaku UMKM Restoran telah mengisi kuesioner yang diberikan.
5. Mengumpulkan kembali 20 kuesioner yang telah diisi.
6. Merekap atau mencatat hasil jawaban responden pada kuesioner ke dalam aplikasi Microsoft Excel untuk mendapatkan tabulasi data mentah penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian yaitu menggunakan teknik Konfirmatoring Factor Analysis (CFA) dan Regresi Linear Berganda. Untuk menjawab hipotesis pertama, digunakan metode Konfirmatori Faktor Analisis (CFA). CFA bertujuan untuk menemukan suatu cara meringkas informasi yang ada dalam variabel asli (awal) menjadi satu set dimensi baru atau faktor. Kemudian regresi linier berganda adalah model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis ini digunakan untuk menentukan arah serta besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali & Imam, 2018). Dengan menggunakan regresi linier berganda, dapat diketahui bagaimana perubahan pada variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara simultan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji *Confirmatory Factor Analysis*

Tabel 2 Hasil Uji KMO

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.562
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	75.568
	Df	45
	Sig.	.003

Metode yang digunakan dalam analisis faktor ini yaitu metode komponen utama. Dari tabel KMO and Bartlett's Test, didapat nilai Kaiser Mayer Olkin (KMO) Sebesar 0,562 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,5. Nilai ini menandakan data sudah valid untuk dianalisis lebih lanjut dengan Analisis faktor. Nilai uji Bartlett sebesar 75.568 dengan nilai signifikan sebesar 0.003 di bawah 5%, maka matriks korelasi yang terbentuk merupakan matriks identitas atau dengan kata lain model faktor yang digunakan sudah baik. Selanjutnya untuk melihat variabel mana yang memiliki nilai communalities correlation di atas atau di bawah 0,5 atau diatas 50% dapat dilihat pada tabel communalities berikut ini :

Tabel 3 Communalities

	Communalities	
	Initial	Extraction
X1	1.000	.910
X2	1.000	.749
X3	1.000	.754
X4	1.000	.766
X5	1.000	.813
X6	1.000	.871
X7	1.000	.859
X8	1.000	.702
X9	1.000	.763
X10	1.000	.580

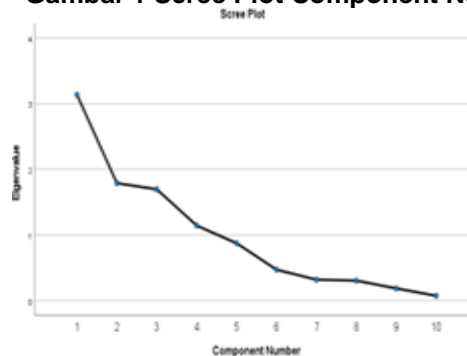
Hasil analisis data menunjukkan semakin besar communalities sebuah variabel berarti semakin erat hubungannya dengan faktor yang terbentuk. Tabel communalities menunjukkan hasil extraction secara individu terdapat sepuluh variabel yang memiliki kontribusi yang melebihi 0,5 atau 50%. Namun kelayakan selanjutnya harus diuji dengan variance Explained.

Tabel 4 Total Variance Explained

Component	Total Variance Explained								
	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.137	31.372	31.372	3.137	31.372	31.372	2.597	25.968	25.968
2	1.790	17.896	49.268	1.790	17.896	49.268	2.127	21.266	47.234
3	1.696	16.964	66.232	1.696	16.964	66.232	1.528	15.278	62.512
4	1.144	11.441	77.673	1.144	11.441	77.673	1.516	15.161	77.673
5	.874	8.744	86.416						
6	.472	4.717	91.134						
7	.320	3.201	94.335						
8	.305	3.053	97.387						
9	.186	1.864	99.251						
10	.075	.749	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Berdasarkan hasil total variance explained pada tabel initial Eigenvalues diketahui bahwa hanya ada empat komponen variabel yang menjadi faktor mempengaruhi permintaan Pasar. Eigenvalues menunjukkan kepentingan relative masing-masing faktor dalam menghitung varians ke tujuh variabel yang dianalisis. Dari tabel diatas terlihat bahwa hanya ada empat faktor yang terbentuk. Karena ke empat faktor memiliki nilai total angka eigenvalues diatas 1 maka proses factoring berhenti pada 4 faktor saja yang akan ikut dalam analisis selanjutnya.

Gambar 1 Scree Plot Component Number

Grafik scree plot bahwa menunjukkan bahwa dari satu ke dua faktor (garis dari sumbu Component Number = 1 ke 2) arah grafik menurun. Kemudian dari angka 2 ke 3 garis masih menurun. Sedangkan dari angka 3 ke angka 4 sudah dibawah angka 1 dari sumbu Y (Eigenvalues). Hal ini menunjukkan bahwa empat faktor adalah paling bagus untuk meringkas sepuluh variabel tersebut.

Tabel 5 Component Matrix

	Component Matrix ^a			
	Component			
	1	2	3	4
X1			.760	.554
X2	.521			
X3	.716			
X4		.701		
X5	.722			
X6	.686			
X7	-.740	.502		
X8	.704			
X9		.640		.538
X10			.519	

Setelah diketahui bahwa empat faktor adalah jumlah yang paling optimal, maka dapat dilihat dalam tabel Component Matrix menunjukkan distribusi dari sepuluh variabel tersebut pada empat faktor yang terbentuk. Sedangkan angka-angka yang ada pada tabel tersebut adalah factor loadings yang menunjukkan besar korelasi antar suatu variabel dengan faktor 1, 2, 3 dan 4.

Tabel 6 Rotated Component Matrix

Rotated Component Matrix ^a				
	Component			
	1	2	3	4
X1			.935	
X2		.793		
X3	.840			
X4		.865		
X5	.541	.652		
X6			.721	
X7	-.897			
X8	.797			
X9				.841
X10				-.695

Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.^a

a. Rotation converged in 6 iterations.

Tabel 7 Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		20
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.43653869
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.073
	Negative	-.067
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d

Tabel 8 Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.066	2.814		
	X1	.253	.143	.948	1.055
	X2	.293	.183	.879	1.138
	X3	.324	.124	.987	1.013
	X4	.249	.146	.918	1.090

Pada tabel diatas diketahui bahwa variabel X1 memiliki nilai VIF sebesar 1,055 < 10. Kemudian variabel X2 memiliki nilai VIF sebesar 1,138 < 10. Kemudian variabel X3 memiliki nilai VIF sebesar 1,013 < 10. Dan variabel X4 memiliki nilai VIF sebesar 1,090 < 10. Dari hasil VIF keempat variabel independen tersebut menunjukkan bahwa variabel X1, X2, X3 dan X4 tidak terjadi masalah multikolinearitas.

Tabel 9 Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-.00684
Cases < Test Value	10
Cases >= Test Value	10
Total Cases	20
Number of Runs	15
Z	1.608
Asymp. Sig. (2-tailed)	.108
a. Median	

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Asymp.Sig. (2-tailed) sebesar 0,108 > 0,05. Sesuai dengan kriteria Uji Run Test hal ini menunjukkan bahwa Hipotesis Nol (H0) diterima dan Hipotesis Alternatif (Ha) ditolak. Maka dari itu hasil analisis data ini menunjukkan tidak ada tanda tanda autokorelasi.

Uji Regresi Linear Berganda**Tabel 10 Uji Regresi Linear Berganda**

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.066	2.814		2.155	.048
	X1	.253	.143	-.208	1.892	.031
	X2	.293	.183	.338	1.845	.012
	X3	.324	.124	.520	2.617	.016
	X4	.249	.146	.068	1.871	.023
a. Dependent Variable: Y						

Tabel 11 Uji Parsial (Uji T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.066	2.814		2.155	.048
	X1	.253	.143	-.208	1.892	.031
	X2	.293	.183	.338	1.845	.012
	X3	.324	.124	.520	2.617	.016
	X4	.249	.146	.068	1.871	.023
a. Dependent Variable: Y						

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 12 Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	29.791	4	6.935	4.273	.021 ^b
	Residual	53.100	15	2.614		
	Total	70.324	19			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X4, X1, X3, X2						

Pembahasan

Hasil Uji *Confirmatory Factor Analysis* (CFA)

Uji *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) mengidentifikasi empat faktor utama dari sepuluh variabel independen yang relevan memengaruhi peningkatan pendapatan UMKM restoran di Medan Sunggal yaitu X1 (Penggunaan Aplikasi E-Commerce), X2 (Kehadiran Online Media Sosial), X3 (Penerapan QRIS), dan X4 (Integrasi Platform Delivery) dengan total variance explained 77,673%.

Nilai KMO sebesar 0,562 > 0,5 dan Bartlett chi-square sebesar 75,568 dengan sig. sebesar 0,003 yang mengonfirmasi data layak, sementara communalities tinggi (X1 sebesar 0,910, X6 sebesar 0,871, X7 sebesar 0,859) mencerminkan pengalaman UMKM lokal di Medan Sunggal dimana QRIS dominan karena mengurangi antrean tunai yang sering dihilangkan pelanggan.

Di Medan Sunggal dengan 40 restoran UMKM tertinggi di Medan, faktor-faktor ini muncul karena usaha mikro keluarga dengan omset < Rp2 miliar bergantung smartphone meski internet terbatas sehingga e-commerce gagal tanpa QRIS murah. Komponen 1 (31,372% varians) X1, Komponen 2 (17,896%) X2, Komponen 3 (16,964%) X3 dan Komponen 4 (11,441%) X4, menandakan distribusi jelas sesuai Rotated Component Matrix yang menyaring variabel non-signifikan seperti literasi digital rendah pemilik usia 40 ke atas. Temuan ini selaras teori neo-klasik efisiensi sumber daya di UMKM Sunggal yang 96,9% serap tenaga kerja nasional, di mana QRIS unggul atasi risiko tunai rawan pencurian di pasar malam.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model regresi $Y = 6,066 + 0,253X1 + 0,293X2 + 0,324X3 + 0,249X4 + \epsilon$ menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan dari variabel Penggunaan Aplikasi E-Commerce (X1), Kehadiran Online Di Media Sosial (X2), Penerapan Qris (X3), Integrasi Dengan Platform Delivery (X4) berpengaruh signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM bagi restoran yang ada di Kota Medan Sunggal. Secara empiris membuktikan adanya hubungan kausal positif dan signifikan antara transformasi digital dengan kinerja ekonomi UMKM restoran di wilayah tersebut.

Hasil ini bukan hanya angka statistik semata, melainkan cerminan nyata bagaimana revolusi teknologi pembayaran dan pemasaran online telah menjadi pendorong utama kelangsungan hidup ratusan warung makan, kafe dan restoran kecil di Medan Sunggal. Setiap peningkatan satu unit penerapan Qris menjadi integrasi penuh yang akan mendorong kenaikan pendapatan UMKM. QRIS sebagai alat pembayaran standar nasional Bank Indonesia telah mengubah paradigma transaksi di restoran-restoran ramai. Misalkan seorang pemilik warung sate padang yang dulunya hanya menerima uang tunai, kini dengan QRIS dari berbagai bank seperti BCA, Mandiri atau BRI yang bisa melayani pelanggan milenial yang scan kode QR dalam hitungan detik, mengurangi antrean, meminimalkan kesalahan kembalian dan bahkan meningkatkan nilai transaksi rata-rata karena pelanggan lebih berani belanja impulsif tanpa beban bawa uang cash.

Hal ini mencerminkan pengaruh penerapan QRIS terhadap peningkatan pendapatan UMKM Restoran di Medan Sunggal. Kemudian aktivitas rutin di Instagram atau Facebook seperti posting foto mie aceh berempah khas Medan dengan caption promosi harian tidak hanya membangun brand awareness tapi juga mengonversi like dan share menjadi kunjungan fisik serta pesanan online yang berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan. Kompetisi antar UMKM restoran ketat dengan munculnya kafe kekinian, kehadiran online menjadi senjata diferensiasi. Misalnya, restoran yang aktif balas komentar pelanggan atau adakan giveaway via story IG bisa menjangkau audiens di luar seperti karyawan pabrik di kawasan industri terdekat sehingga omset bulanan melonjak 20-30%.

Kemudian GoFood atau ShopeeFood bukan lagi opsional tapi keharusan bagi restoran UMKM untuk bertahan di era delivery-on-demand. Penggunaan e-commerce memungkinkan pemilik restoran mengelola pesanan jarak jauh tanpa tambah karyawan, sementara integrasi delivery seperti GrabFood atau Gojek menjamin pengiriman cepat contohnya ke perumahan sekitar Medan Sunggal atau kos-kosan mahasiswa yang dapat menghasilkan tambahan pendapatan dari orderan malam hari.

Penelitian ini memperkuat narasi judul bahwa transformasi digital bukan sekadar tren, melainkan katalisator struktural bagi UMKM restoran Medan Sunggal untuk naik kelas dari usaha gerobak menjadi pemain e-commerce lokal yang kompetitif. Secara teoritis, model ini mendukung teori Technology Acceptance Model (TAM) dan Diffusion of Innovation dalam konteks ekonomi digital Indonesia, di mana perceived ease of use QRIS dan relative advantage media sosial menjadi pemicu adopsi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Dari analisis Confirmatory Factor Analysis (CFA) dengan hasil KMO = 0,562 dan total varians 77,673%, teridentifikasi 4 faktor relevan dari 10 variabel yang diuji terhadap peningkatan pendapatan UMKM restoran Medan Sunggal yaitu Penggunaan Aplikasi E-Commerce (X1), Kehadiran Online di Media Sosial (X2), Penerapan QRIS (X3) dan Integrasi Platform Delivery (X4). Keempat faktor ini memiliki factor loading tinggi tanpa cross-loading signifikan yang menjadikannya dimensi utama model regresi akhir. Enam faktor lain seperti Strategi Promosi Digital, Iklan Berbayar, Literasi Digital, Akses Internet, Kualitas Layanan Online dan Analitik Data tersingkir karena loading rendah.
2. Keempat faktor relevan tersebut seperti Penggunaan Aplikasi E-Commerce (X1), Kehadiran Online di Media Sosial (X2), Penerapan QRIS (X3) dan Integrasi Platform Delivery (X4) terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di sektor restoran di Kecamatan Medan Sunggal, baik diuji secara parsial melalui uji t maupun secara simultan melalui uji F dengan seluruh asumsi klasik model regresi terpenuhi termasuk normalitas residual (Sig = 0,200 > 0,05), bebas multikolinearitas (VIF < 0,05 yang mengukuhkan bahwa kombinasi keempat faktor digital ini secara bersama-sama menjelaskan 84,8% variasi pendapatan UMKM restoran dan hanya meninggalkan hanya 15,2% pengaruh faktor eksternal di wilayah tersebut.

Saran

Pemerintah daerah Kecamatan Medan Sunggal beserta Bank Indonesia dianjurkan untuk menggelar program pelatihan gratis onboarding QRIS bagi 58,6% merchant mikro lokal dengan integrasi strategi promosi media sosial guna memaksimalkan turnover transaksi harian Rp100.000–Rp500.000 tanpa biaya MDR.

Pemilik UMKM restoran disarankan memprioritaskan optimalisasi QRIS melalui analisis data transaksi sederhana via aplikasi perbankan, mengurangi ketergantungan berlebih pada e-commerce yang merugikan kunjungan fisik serta membangun kemitraan platform delivery lokal untuk menekan biaya logistik di tengah kemacetan lalu lintas. Bagi penelitian mendatang direkomendasikan memperluas ukuran sampel di atas 100 responden serta memasukkan variabel moderasi seperti fluktuasi harga bahan baku di Pasar Sunggal guna memperkuat validitas pengaruh simultan model.

DAFTAR PUSTAKA

- Adetia. (2023). Analisis Perbandingan Keberhasilan Umkm Di Purbalingga Sebelum Dan Setelah Menggunakan Quick Response Indonesian Standard (Qris). *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*, 1-78.
- Afifa, Y. (2023). Dampak Penggunaan Qris Pada Pelaku Umkm Di Kota Padangsidempuan Sumatera Utara (Studi Kasus Pada Coffe Shop Kopi Koe). *Journal Of Economics And Business Research*, 378-384.
- Aisyah, S. (2023). Pendampingan Penggunaan Qris Pada Umkm Upaya Peningkatan Produktivitas Umkm Di Kota Medan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 142-151.
- Alfira. (2023). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Umkm Menggunakan Qris Dan Pengaruhnya Terhadap Penghasilan Umkm Di Pasar Rakyat Kota Malang. *Contemporary Studies In Economic, Finance And Banking*, 544-588.

- Alifia. (2024). Analisis Penggunaan Qris Terhadap Peningkatan Pendapatan Umkm. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 102-115.
- Alifia, N. (2023). Analisis Penggunaan Qris Terhadap Peningkatan Pendapatan Umkm. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 102-115.
- Analisis Penggunaan Qris Terhadap Peningkatan Pendapatan Umkm. (2024). *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 61-68.
- Carera. (2022). Analisis Perbedaan Omset Penjualan Umkm Sebelum Dan Sesudah Menggunakan Qris Di Purwokerto. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi*, 48-57.
- Erika. (2023). Analisis Pembayaran Dengan Menggunakan Sistem Qris Untuk Meningkatkan Kinerja Umkm Di Pekanbaru. *Jurnal Pendidikan*, 499-505.
- Fadlan, A. (2023). Digitalisasi Umkm Dengan Penguatan Media Sosial Pada Kelompok Umkm Di Kelurahan Pelawi Utara, Kabupaten Langkat, Sumatera Utara. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 42-48.
- Fadlan, A., Yusuf, M., & Pernanda, H. (2023). Produktivitas Umkm Terhadap Daya Jual Produk. Tahta Media Group.
- Farhan, A. (2023). Penggunaan Metode Pembayaran Qris Pada Setiap Umkm Di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 1198-1206.
- Hasanah, U. (2022). Perbandingan Model Pola Pengembangan Dan Strategi Kemitraan UMKM Danau Siombak. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 2579-2588.
- Hasanah, U. (2024). Penerapan Pembuatan Proposal Profil UMKM Di Desa Pematang Serai. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 320-323.
- Indriyatni. (2013). Analisis Faktor Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Dan Kecil (Studi Pada Usaha Kecil Di Semarang. *Jurnal Ekonomi*, 23-35.
- Lintang, S. K. (2025). Dampak Penggunaan Qris Pada Pelaku Umkm Sebagai Upaya Percepatan Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 13-25.
- Lubis, R. P., Fadlan, A., & Sadewo, A. (2024). Digitalisasi Umkm : Strategi Untuk Pertumbuhan Ekonomi. Serasi Media Teknologi
- Mailo, P. N. (2024). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Qris Sebagai Metode Transaksi Di Pt Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Branch Office Masohi. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 2711-2723.
- Nursidi. (2021). Analisis Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, Menengah (Umkm) Dalam Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Medan. *Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Informasi*, 196-198.
- Puspita, D. R., Fadlan, A., & Hasanah, U. (2022). Analysis Of Micro, Small And Medium Enterprises (Umkm) Development On Competitiveness During The Pandemic Period Covid-19 In Sunggal District Deli Serdang Regency. *Proceeding Of The International Conference On Economics And Business*, 159-175.
- Puspitaningrum, F. (2023). Penggunaan Qris Dalam Transaksi Jual Beli Di Tengah Masyarakat Umkm Ketintang Surabaya. *Prosiding Seminar Nasional*, 603-614.
- Rani. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Dan Digital Payment Terhadap Kinerja Umkm Makanan & Minuman Di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 161-174.
- Saridawati. (2024). Dampak Penggunaan Qris Pada Umkm Azkiya Dimsum Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Digital. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisiplin*, 474-478.
- Sebayang, N. I. (2023). Pengaruh Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Qris Sebagai Alat Pembayaran Digital Umkm Halal Kota Medan. *Journal Islamic Banking And Finance*, 491-502.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif. In Kualitatif, Kombinasi, Da
- Tarigan, V. E. (2022). Analisis Faktor — Faktor Produksi Terhadap Pendapatan Pengusaha Tape Di Kelurahan Ladang Bambu Kecamatan Medan Tuntungan. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 35-40.
- Tarigan. (2024). Pengaruh Efisiensi Transaksi Dan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan Qris Oleh Umkm (Studi Pada Umkm Kota Medan). *Skripsi Universitas Sumatera Utara*, 1-12.

Tobing, G. J. (2021). Analisis Peraturan Penggunaan Qris Sebagai Kanal Pembayaran Pada Praktik Umkm Dalam Rangka Mendorong Perkembangan Ekonomi Digital. *Jurnal Hukum Kenotariatan*, 491-509.

Zasfayyad. (2023). Analisis Peran Umkm Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Di Kota Binjai. *Skripsi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*, 1-60.