

PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN QRIS, LITERASI KEUANGAN DIGITAL, DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP VOLUME PENJUALAN UMKM MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH RIAU

Yosevin Br Rait, Rian Rahmat Ramadhan, Hammam Zaki
Jurusan Manajemen, Universitas Muhammadiyah Riau
E-mail: yosevinbrr@gmail.com

Abstrak

UMKM mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau semakin banyak mengadopsi teknologi digital sebagai metode pembayaran, namun peningkatan volume penjualan masih beragam. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh intensitas penggunaan QRIS, literasi keuangan digital, dan persepsi manfaat terhadap volume penjualan UMKM mahasiswa UMRI secara parsial maupun simultan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori dengan populasi seluruh mahasiswa UMRI pelaku UMKM. Teknik sampling yang digunakan adalah sampling jenuh dengan 60 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan intensitas penggunaan QRIS (*t*-hitung 5,025 sig. 0,000), literasi keuangan digital (*t*-hitung 2,288 sig. 0,026), dan persepsi manfaat (*t*-hitung 3,058 sig. 0,003) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap volume penjualan. Secara simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan (*F*-hitung 146,958 > *F*-tabel 2,77 sig. 0,000) dengan nilai koefisien determinasi (*R* Square) sebesar 0,887, yang berarti 88,7%. Temuan ini menegaskan seluruh variabel independen merupakan strategi penting bagi pelaku UMKM mahasiswa untuk mendorong pertumbuhan volume penjualan usahanya.

Kata Kunci: Intensitas Penggunaan QRIS, Literasi Keuangan Digital, Persepsi Manfaat, Volume Penjualan, UMKM Mahasiswa.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia merupakan sektor ekonomi yang mempunyai peranan yang sangat penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Pada tahun 2025, diperkirakan terdapat 65,5 juta unit UMKM yang menyerap lebih dari 119 juta pekerja, atau sekitar 97% dari total angkatan kerja nasional (Aprionis, 2025). Di Riau, Pemerintah Provinsi Riau terus berupaya memperkuat pertumbuhan UMKM, salah satunya dengan merangkul perusahaan pemerintah maupun swasta; sepanjang tahun 2024 sebanyak 56 perusahaan telah ikut serta dalam pengembangan program ini dan melibatkan 911 UMKM dengan nilai kemitraan sebesar Rp37,96 miliar serta serapan tenaga kerja mencapai 2.464 orang (Fernando, 2024).

Di zaman yang semakin modern ini, banyak mahasiswa mulai berperan sebagai pelaku UMKM, termasuk mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau (UMRI) yang

menjalankan usaha di berbagai bidang seperti kuliner, fashion, jasa, dan produk kreatif sebagai bentuk pelatihan kemandirian ekonomi dan pengembangan jiwa kewirausahaan. Volume penjualan merupakan salah satu indikator penting keberhasilan usaha; semakin tinggi volume penjualan yang diperoleh, semakin besar peluang usaha untuk berkembang. Namun pada kenyataannya masih banyak UMKM mahasiswa yang mengalami kesulitan meningkatkan volume penjualannya akibat keterbatasan modal, rendahnya pemanfaatan teknologi digital, serta kurangnya pemahaman mengenai sistem pembayaran digital.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa penggunaan QRIS semakin banyak diterapkan oleh pelaku UMKM karena dianggap dapat mempermudah transaksi dan berpotensi meningkatkan volume penjualan. Menurut Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), nominal transaksi QRIS pada Kuartal III 2025 mencapai Rp128 triliun, naik 20,1% dibanding kuartal sebelumnya dan melonjak 102,1% dibanding Kuartal III 2024. Deputi Direktur Departemen Ekonomi Keuangan Inklusif dan Hijau Bank Indonesia, Sri Noerhidajati, menyampaikan bahwa 38,1 juta UMKM menggunakan QRIS untuk menerima pembayaran per triwulan I 2025 (Tim Redaksi, 2025). Hasil penelitian Sinaga *et al.*, (2025) mengungkapkan bahwa intensitas penggunaan QRIS memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan penjualan, sejalan dengan temuan Wati (2022) bahwa penggunaan QRIS berpengaruh positif terhadap omset penjualan.

Selain intensitas penggunaan QRIS, faktor lain yang diduga memengaruhi volume penjualan adalah literasi keuangan digital. Individu dengan literasi keuangan yang baik cenderung lebih bijak dalam mengambil keputusan keuangan (Santika & Yuhasril, 2025). Nathasya (2024) menemukan bahwa literasi keuangan digital yang baik menjadi dasar penting bagi UMKM untuk meningkatkan kinerja, sejalan dengan Muhammad Assyifa *et al.*, (2025) dan Miswanto *et al.*, (2024) yang menemukan pengaruh positif dan signifikan literasi keuangan digital terhadap pendapatan UMKM. Namun, Adelse Prima Mulya, Budi Sujatmiko, (2023) dan Firoh & Susandini (2025) menemukan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Faktor ketiga yang diduga turut memengaruhi volume penjualan adalah persepsi manfaat, yaitu tingkat kepercayaan pengguna bahwa penggunaan suatu sistem atau teknologi akan meningkatkan kinerja dan memberikan keuntungan (Davis, 1989). Erianti Putri (2024) dan Dyas & Purwanto (2024) menemukan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, yang dapat menunjang kenaikan volume penjualan. Sebaliknya, Supriyatna & Zakaria (2024) dan Hidajat & Setiawan (2022) menemukan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh positif terhadap minat pembeli.

Hasil pra-survei terhadap 25–30 pelaku UMKM mahasiswa UMRI menunjukkan bahwa seluruh responden (100%) telah menjadi pengguna aktif QRIS pada tahun 2025, meningkat dari 21 responden pada tahun 2024, dan 28 dari 30 responden menyatakan volume penjualan usahanya meningkat. Meskipun demikian, sebagian responden masih menunjukkan pemahaman yang terbatas terhadap risiko QRIS dan

belum melihat dampak signifikan terhadap penjualannya. Berdasarkan uraian tersebut serta adanya perbedaan hasil (research gap) pada penelitian-penelitian terdahulu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh intensitas penggunaan QRIS, literasi keuangan digital, dan persepsi manfaat terhadap volume penjualan UMKM mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah penelitian ini adalah: (1) apakah intensitas penggunaan QRIS berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan UMKM mahasiswa UMRI; (2) apakah literasi keuangan digital berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan UMKM mahasiswa UMRI; (3) apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap volume penjualan UMKM mahasiswa UMRI; dan (4) apakah intensitas penggunaan QRIS, literasi keuangan digital, dan persepsi manfaat secara simultan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan UMKM mahasiswa UMRI. Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh masing-masing variabel secara parsial maupun secara simultan terhadap volume penjualan UMKM mahasiswa UMRI.

KAJIAN PUSTAKA

Volume Penjualan

Volume penjualan merupakan jumlah produk yang berhasil dijual oleh suatu usaha dalam periode tertentu yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti harga, promosi, kualitas produk, dan persaingan usaha (Wardana *et al.*, 2023). Volume penjualan digunakan sebagai indikator untuk melihat tingkat keberhasilan suatu usaha dalam memenuhi kebutuhan konsumen di pasar; semakin tinggi volume penjualan yang dicapai, semakin besar peluang perusahaan memperoleh keuntungan (Sawukir *et al.*, 2021). Menurut Pauziah *et al.*, (2024), volume penjualan dapat diukur melalui indikator jumlah unit produk yang terjual, peningkatan jumlah pembelian konsumen, nilai atau omzet penjualan, dan pertumbuhan penjualan.

Intensitas Penggunaan Qris

Berdasarkan model Technology Acceptance Model (TAM) yang dikemukakan Davis (1989), penggunaan aktual suatu teknologi dipengaruhi oleh persepsi pengguna terhadap kemudahan dan manfaat teknologi tersebut. Setiawan & GP (2025) menyatakan bahwa intensitas penggunaan QRIS diartikan sebagai tingkat seberapa sering individu menggunakan QRIS dalam melakukan transaksi pembayaran, yang tercermin dari frekuensi penggunaan dalam aktivitas transaksi. Menurut Sabkti (2019), indikator intensitas penggunaan mencakup frekuensi penggunaan, kemudahan dalam menggunakan, perhatian (fokus terhadap isi), dan kenyamanan dalam bertransaksi.

Literasi Keuangan Digital

Menurut Sahamony (2022), literasi keuangan digital merupakan kemampuan individu untuk memahami, mengakses, serta menggunakan informasi dan layanan keuangan melalui teknologi digital seperti internet, aplikasi keuangan, maupun

platform fintech dalam kegiatan keuangan sehari-hari. Literasi keuangan digital juga mencakup kemampuan individu dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperoleh informasi keuangan serta mengambil keputusan keuangan yang tepat (Iranda & Rahmawati, 2023).

Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat adalah tingkat kepercayaan pengguna bahwa penggunaan suatu sistem atau teknologi akan meningkatkan kinerja dan memperoleh keuntungan (Davis, 1989). Seseorang akan menggunakan teknologi dengan baik bila sistem tersebut mudah digunakan serta menghasilkan manfaat dan menguntungkan dalam peningkatan kinerjanya. Menurut Udiyana & Yasa (2025), indikator persepsi manfaat meliputi membantu pekerjaan lebih cepat, meningkatkan kinerja pekerjaan, meningkatkan produktivitas, dan meningkatkan efektivitas pekerjaan.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Intensitas penggunaan QRIS mencerminkan seberapa sering dan aktif pengguna memanfaatkan QRIS dalam aktivitas pembayaran digital (Rahimi *et al.*, 2024). Hasil penelitian Sinaga *et al.*, (2025) menunjukkan bahwa penggunaan QRIS yang tinggi berimplikasi pada peningkatan penjualan UMKM, khususnya pada sektor kuliner, karena peningkatan jumlah pengguna dan frekuensi transaksi QRIS berkorelasi dengan meningkatnya volume dan nilai transaksi pada UMKM.

H1: Diduga intensitas penggunaan QRIS berpengaruh positif terhadap volume penjualan.

Literasi keuangan digital adalah tingkat pemahaman dan kemampuan individu dalam menggunakan layanan keuangan berbasis digital untuk melakukan transaksi secara aman dan efisien (Ananda & Akbar, 2026). Hasil penelitian Yulian & Mudiharso (2026) menunjukkan bahwa literasi keuangan digital secara konsisten berpengaruh positif terhadap peningkatan penjualan UMKM, karena pelaku usaha yang memiliki literasi digital yang baik mampu memanfaatkan teknologi untuk promosi, mengelola transaksi keuangan secara lebih efektif, dan mengambil keputusan bisnis yang lebih tepat.

H2: Diduga literasi keuangan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan.

Persepsi manfaat menjadi faktor penting dalam mendorong pelaku UMKM untuk memanfaatkan teknologi pembayaran digital secara optimal guna meningkatkan penjualan (Ikwanto & Indriani, 2024). Penelitian Hansyah *et al.*, (2024) menunjukkan bahwa persepsi manfaat dari penggunaan teknologi digital mampu meningkatkan kenyamanan transaksi dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian lebih banyak, sehingga berdampak langsung pada peningkatan volume penjualan UMKM.

H3: Diduga persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap volume penjualan.

Intensitas penggunaan QRIS, literasi keuangan digital, dan persepsi manfaat secara bersama-sama mencerminkan seberapa sering dan konsisten pelaku usaha menggunakan sistem pembayaran digital, kemampuan mengelola teknologi

keuangan secara efektif, dan faktor psikologis yang memengaruhi keputusan penggunaan teknologi. Secara simultan, ketiga variabel tersebut saling mendukung dalam meningkatkan aktivitas transaksi dan efektivitas operasional usaha, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan volume penjualan UMKM mahasiswa.

H4: Diduga intensitas penggunaan QRIS, literasi keuangan digital, dan persepsi manfaat secara simultan berpengaruh positif terhadap volume penjualan.

METODE

Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan eksplanatori, yaitu metode penelitian yang melibatkan pengumpulan dan analisis data numerik dengan variabel yang terkontrol untuk menguji hipotesis serta memahami hubungan antar variabel secara sistematis (A. Siroj *et al.*, 2024). Penelitian berlokasi di Universitas Muhammadiyah Riau (UMRI) dengan objek mahasiswa pelaku UMKM, dan dilaksanakan selama kurang lebih enam bulan, mulai dari penyusunan proposal hingga penyusunan laporan akhir.

Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan berupa data kuantitatif primer yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner oleh responden dalam bentuk skor numerik berdasarkan skala Likert 1–5 (Sangat Tidak Setuju sampai Sangat Setuju), serta data sekunder dari studi pustaka. Teknik pengumpulan data utama dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring (google form) kepada mahasiswa UMRI selaku pelaku UMKM pengguna QRIS.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau selaku pelaku UMKM yang menggunakan teknologi digital sebagai alat transaksi pembayarannya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling jenuh (total sampling), yaitu teknik penentuan sampel dengan menjadikan seluruh anggota populasi sebagai sampel. Hal ini dilakukan karena jumlah populasi relatif kecil, yaitu sebanyak 60 responden, sehingga seluruh populasi dijadikan sebagai subjek penelitian.

Variabel dan Definisi Operasional

Variabel independen dalam penelitian ini adalah intensitas penggunaan QRIS (X1), literasi keuangan digital (X2), dan persepsi manfaat (X3), sedangkan variabel dependen adalah volume penjualan (Y). Definisi operasional masing-masing variabel disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Volume Penjualan (Y)	Jumlah produk yang berhasil dijual oleh suatu usaha dalam periode tertentu yang dipengaruhi oleh harga, promosi, kualitas produk, dan persaingan usaha (Wardana <i>et al.</i> , 2023).	Jumlah unit terjual; peningkatan jumlah pembelian konsumen; nilai/omzet penjualan; pertumbuhan penjualan.

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Intensitas Penggunaan QRIS (X1)	Kegiatan yang dilakukan secara terus-menerus dan berulang dalam menggunakan suatu teknologi oleh individu dalam kegiatan sehari-hari (Purwita <i>et al.</i> , 2024).	Frekuensi transaksi menggunakan QRIS; kemudahan transaksi; kecepatan proses pembayaran; keamanan bertransaksi.
Literasi Keuangan Digital (X2)	Kemampuan individu untuk memahami, mengakses, serta menggunakan informasi dan layanan keuangan melalui teknologi digital dalam kegiatan keuangan sehari-hari (Sahamony, 2022).	Pemahaman konsep keuangan digital; kemampuan menggunakan layanan keuangan digital; pengelolaan keuangan digital.
Persepsi Manfaat (X3)	Tingkat kepercayaan pengguna bahwa suatu teknologi mampu memberikan keuntungan nyata, seperti meningkatkan efisiensi dan mempermudah proses transaksi (Udiyana & Yasa, 2025).	Membantu pekerjaan lebih cepat; meningkatkan kinerja pekerjaan; meningkatkan produktivitas; meningkatkan efektivitas pekerjaan.

Sumber: Data diolah (2026)

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS versi 26 untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan persamaan:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dengan Y adalah volume penjualan, α adalah nilai konstanta, β_1 , β_2 , β_3 adalah koefisien regresi X_1 , X_2 , dan X_3 , serta e adalah error term. Sebelum pengujian hipotesis, dilakukan uji kualitas data (uji validitas dengan teknik corrected item total correlation dan uji reliabilitas dengan cronbach's alpha > 0,7) serta uji asumsi klasik (uji normalitas Kolmogorov-Smirnov, uji multikolinearitas berdasarkan nilai tolerance dan VIF, serta uji heteroskedastisitas menggunakan scatterplot). Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t (parsial), uji F (simultan), dan uji koefisien determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau (UMRI) yang memiliki usaha dan telah menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran, dengan jumlah 60 orang. Berdasarkan jenis kelamin, responden perempuan berjumlah 44 orang (73,3%) dan laki-laki 16 orang (26,7%), menunjukkan bahwa mahasiswa UMRI pelaku UMKM didominasi oleh perempuan. Berdasarkan program studi, responden terbanyak berasal dari Program Studi Manajemen sebanyak 13 orang (21,7%), diikuti Akuntansi 7 orang (11,7%), dan tersebar pada 18 program studi lainnya di lingkungan UMRI.

Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, variabel intensitas penggunaan QRIS (X_1) memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,05 dengan kategori tinggi, yang menunjukkan bahwa responden telah menggunakan QRIS secara aktif dalam kegiatan usahanya.

Variabel literasi keuangan digital (X2) memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,79 dengan kategori tinggi, menunjukkan pemahaman responden yang baik mengenai penggunaan layanan keuangan digital. Variabel persepsi manfaat (X3) memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,10 dengan kategori tinggi, menunjukkan bahwa responden merasakan manfaat nyata dari teknologi pembayaran digital dalam mendukung kegiatan usahanya. Sementara itu, variabel volume penjualan (Y) berada pada kategori baik, yang menunjukkan bahwa secara deskriptif volume penjualan UMKM mahasiswa UMRI mengalami perkembangan yang positif seiring penggunaan teknologi digital

Uji Kualitas Instrumen

Hasil uji validitas terhadap 8 butir pernyataan pada masing-masing variabel intensitas penggunaan QRIS (X1), literasi keuangan digital (X2), persepsi manfaat (X3), dan volume penjualan (Y) menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid karena memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,254) pada taraf signifikansi 5% dengan $n = 60$. Hasil uji reliabilitas dengan metode cronbach's alpha disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar	Keterangan
Intensitas Penggunaan QRIS (X1)	0,888	0,7	Reliabel
Literasi Keuangan Digital (X2)	0,945	0,7	Reliabel
Persepsi Manfaat (X3)	0,959	0,7	Reliabel
Volume Penjualan UMKM (Y)	0,919	0,7	Reliabel

Sumber: Data Output SPSS 26.0 (2026)

Berdasarkan Tabel 2, seluruh variabel penelitian memiliki nilai cronbach's alpha lebih besar dari 0,7, sehingga seluruh instrumen dinyatakan reliabel dan layak digunakan sebagai alat ukur penelitian.

Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas dengan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200, lebih besar dari 0,05, sehingga data residual dinyatakan berdistribusi normal. Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa variabel intensitas penggunaan QRIS memiliki nilai tolerance 0,216 dan VIF 4,625; literasi keuangan digital memiliki tolerance 0,246 dan VIF 4,069; serta persepsi manfaat memiliki tolerance 0,211 dan VIF 4,732. Karena seluruh nilai tolerance $> 0,10$ dan $VIF < 10$, model regresi dinyatakan bebas dari gejala multikolinearitas. Hasil uji heteroskedastisitas melalui scatterplot menunjukkan titik-titik menyebar secara acak di atas dan di bawah angka nol tanpa membentuk pola tertentu, sehingga model regresi bersifat homoskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda dan Pengujian Hipotesis

Hasil analisis regresi linear berganda disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji t

Variabel	B	Std. Error	Beta	t hitung	Sig.
(Constant)	14,305	0,974	-	14,682	0,000
Intensitas Penggunaan QRIS (X1)	0,312	0,062	0,485	5,025	0,000
Literasi Keuangan Digital (X2)	0,100	0,044	0,207	2,288	0,026
Persepsi Manfaat (X3)	0,161	0,053	0,298	3,058	0,003

Sumber: Data Output SPSS 26.0 (2026). Variabel dependen: Volume Penjualan

Berdasarkan Tabel 3, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 14,305 + 0,312X_1 + 0,100X_2 + 0,161X_3 + e$$

Nilai konstanta sebesar 14,305 menunjukkan bahwa apabila ketiga variabel independen bernilai nol, maka volume penjualan sebesar 14,305. Koefisien regresi X1, X2, dan X3 yang seluruhnya bernilai positif menunjukkan bahwa peningkatan pada masing-masing variabel akan meningkatkan volume penjualan, dengan asumsi variabel lain tetap.

Hasil uji t dengan nilai t tabel sebesar 2,003 menunjukkan bahwa: (1) intensitas penggunaan QRIS memperoleh t hitung 5,025 > t tabel 2,003 dengan signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga H1 diterima; (2) literasi keuangan digital memperoleh t hitung 2,288 > t tabel 2,003 dengan signifikansi 0,026 < 0,05, sehingga H2 diterima; dan (3) persepsi manfaat memperoleh t hitung 3,058 > t tabel 2,003 dengan signifikansi 0,003 < 0,05, sehingga H3 diterima. Dengan demikian, ketiga variabel independen secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan.

Tabel 4. Hasil Uji F (Simultan)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	598,359	3	199,453	146,958	0,000
Residual	76,004	56	1,357	-	-
Total	674,363	59	-	-	-

Sumber: Data Output SPSS 26.0 (2026)

Berdasarkan Tabel 4, diperoleh nilai F hitung sebesar 146,958 dengan F tabel (df1 = 3; df2 = 56) sebesar 2,77. Karena F hitung > F tabel (146,958 > 2,77) dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, maka H4 diterima. Dengan demikian, intensitas penggunaan QRIS, literasi keuangan digital, dan persepsi manfaat secara simultan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,942	0,887	0,881	1,165

Sumber: Data Output SPSS 26.0 (2026)

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,881 menunjukkan bahwa intensitas penggunaan QRIS, literasi keuangan digital, dan persepsi manfaat secara bersama-

sama mampu menjelaskan variasi volume penjualan sebesar 88,1%, sedangkan 11,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini, seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, promosi digital, kepuasan pelanggan, atau loyalitas pelanggan. Nilai R Square sebesar 0,887 menunjukkan bahwa model regresi memiliki kemampuan yang sangat baik dalam menjelaskan hubungan antarvariabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Intensitas Penggunaan QRIS terhadap Volume Penjualan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan (t hitung 5,025 > t tabel 2,003; sig. 0,000 < 0,05), dengan koefisien regresi 0,312 yang berarti setiap peningkatan satu satuan intensitas penggunaan QRIS akan meningkatkan volume penjualan sebesar 0,312 satuan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Kurnia Rahmadan (2023) yang menyatakan bahwa penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan volume penjualan UMKM, serta penelitian Sinaga *et al.*, (2025) yang menemukan bahwa kecepatan dan kemudahan transaksi digital meningkatkan kenyamanan konsumen sehingga mendorong peningkatan frekuensi kunjungan dan pembelian. Semakin tinggi intensitas penggunaan QRIS, maka akan semakin tinggi pula volume penjualan yang diperoleh pelaku UMKM mahasiswa UMRI.

2. Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Volume Penjualan.

Literasi keuangan digital terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan (t hitung 2,288 > t tabel 2,003; sig. 0,026 < 0,05), dengan koefisien regresi 0,100. Hasil ini sejalan dengan penelitian Azzahroh *et al.*, (2026) yang menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan, serta penelitian Nurung & Sriyatun (2026) yang menunjukkan bahwa semakin baik pemahaman pelaku UMKM terhadap pengelolaan keuangan berbasis digital, semakin besar pula kemampuan mereka dalam meningkatkan pendapatan usaha.

3. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Volume Penjualan.

Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan (t hitung 3,058 > t tabel 2,003; sig. 0,003 < 0,05), dengan koefisien regresi 0,161. Temuan ini sejalan dengan penelitian F. A. Pratiwi & Muslimin (2026) yang menemukan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan UMKM di Surabaya, serta penelitian Kusumawati *et al.*, (2021) yang menunjukkan pengaruh positif persepsi manfaat terhadap volume penjualan secara parsial. Semakin tinggi persepsi manfaat yang dirasakan pelaku UMKM, semakin tinggi pula volume penjualan yang diperoleh.

4. Pengaruh Simultan Intensitas Penggunaan QRIS, Literasi Keuangan Digital, dan Persepsi Manfaat terhadap Volume Penjualan.

Hasil uji F menunjukkan bahwa ketiga variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan (F hitung 146,958 > F tabel 2,77; sig. 0,000 < 0,05), dengan kontribusi sebesar 88,7% (R Square). Meskipun belum ditemukan penelitian terdahulu yang secara langsung menguji ketiga

variabel ini secara simultan dengan model yang sama, hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Kurnia Rahmadan (2023), Azzahroh *et al.*, (2026), dan F. A. Pratiwi & Muslimin (2026) yang masing-masing mendukung pengaruh positif dari setiap variabel terhadap peningkatan penjualan UMKM. Dengan demikian, semakin tinggi intensitas penggunaan QRIS, semakin baik literasi keuangan digital, dan semakin tinggi persepsi manfaat yang dimiliki pelaku UMKM mahasiswa, maka secara bersama-sama akan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan volume penjualan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data mengenai pengaruh intensitas penggunaan QRIS, literasi keuangan digital, dan persepsi manfaat terhadap volume penjualan pada UMKM mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau, dapat disimpulkan bahwa Intensitas penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan ($t_{hitung} 5,025 > t_{tabel} 2,003$; sig. $0,000 < 0,05$), sehingga H1 diterima; Literasi keuangan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan ($t_{hitung} 2,288 > t_{tabel} 2,003$; sig. $0,026 < 0,05$), sehingga H2 diterima; Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan ($t_{hitung} 3,058 > t_{tabel} 2,003$; sig. $0,003 < 0,05$), sehingga H3 diterima; serta Intensitas penggunaan QRIS, literasi keuangan digital, dan persepsi manfaat secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan ($F_{hitung} 146,958 > F_{tabel} 2,77$; sig. $0,000 < 0,05$), sehingga H4 diterima, dengan nilai R Square sebesar 0,887 yang berarti ketiga variabel independen mampu menjelaskan 88,7% variasi volume penjualan, sedangkan 11,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

Saran

Bagi pelaku UMKM mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau, diharapkan dapat meningkatkan intensitas penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran digital dalam setiap transaksi usaha, terus meningkatkan literasi keuangan digital melalui pelatihan maupun seminar, serta mempertahankan persepsi positif terhadap manfaat teknologi pembayaran digital agar dapat dimanfaatkan secara maksimal dalam mendukung perkembangan usaha.

Bagi Universitas Muhammadiyah Riau, diharapkan dapat memberikan dukungan kepada mahasiswa pelaku UMKM melalui penyelenggaraan pelatihan, pendampingan, maupun program pengembangan kewirausahaan yang berkaitan dengan digitalisasi usaha, penggunaan sistem pembayaran QRIS, serta peningkatan literasi keuangan digital, guna membantu mahasiswa meningkatkan daya saing dan volume penjualan usahanya.

Bagi peneliti selanjutnya, mengingat nilai R Square penelitian ini sebesar 88,7% dan masih terdapat 11,3% variasi volume penjualan yang dipengaruhi oleh faktor lain,

disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi volume penjualan, seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, promosi digital, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, maupun inovasi produk, serta memperluas jumlah responden, cakupan wilayah, atau objek penelitian agar hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih luas dan memperkuat temuan yang telah diperoleh.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Siroj, R., Afgani, W., Fatimah, Septaria, D., & Salsabila, G. Z. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif Pendekatan Ilmiah untuk Analisis Data. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(3), 1861–1864.
- Ananda, A. A., & Akbar, A. Z. (2026). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Digital Dan Inklusi Keuangan Digital Terhadap Kepercayaan Nasabah Dalam Melakukan Transaksi Digital Perbankan. 2(1), 523–536.
- Azzahroh, I., Alfiana, & Handini, D. P. (2026). Pengaruh Digital Payment, Literasi Keuangan, dan Digital Marketing terhadap Volume Penjualan UMKM. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 5(1), 11483–11494.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–339.
- Fernando. (2024). *Hingga 2024, Pemprov Riau Rangkul 56 Perusahaan untuk Kembangkan UMKM*. GoRiau.Com. <https://www.goriau.com/berita/baca/hingga-2024-pemprov-riau-rangkul-56-perusahaan-untuk-kembangkan-umkm.html>
- Hansyah, P., Sari, K. T., Amin, M., & Rusdi, M. (2024). Pengaruh Digital Payment, Promosi Diskon, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Volume Penjualan UMKM Di Labuhanbatu. *YUME: Journal of Management*, 7(3), 1876–1886.
- Kurnia Rahmadan. (2023). Penggunaan QRIS terhadap peningkatan volume penjualan UMKM.
- Muhammad Assyifa, Gatot Nazir Ahmad, & Diena Noviarini. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Keamanan, Kemudahan, Dan Kegunaan Sistem Pembayaran QRIS Terhadap Pendapatan UMKM Di Lamongan. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(4), 4696–4707.
- Nurung, & Sriyatun. (2026). Pengaruh Penggunaan QRIS dan Literasi Keuangan Digital Terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Sumbawa. 2(1), 2276–2292.
- Pratiwi, F. A., & Muslimin. (2026). Pengaruh penggunaan QRIS, kemudahan transaksi, dan persepsi manfaat terhadap peningkatan penjualan UMKM di Surabaya. *Jurnal Literasi Akuntansi*, 6(2), 460–470.
- Sahamony, N. F. (2022). The Effect of Digital Financial Literacy on Digital Proficiency of Binawan University Students. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Digital Tahun*, 1(1), 58–67.
- Wardana, I. T., Arif, M., & Jannah, N. (2023). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan pada Kedai Kopi Batang Kopi Kecamatan Batang Serangan. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis*, 3(1), 105–113.