

Pengaruh Kualitas Produk, dan Penerapan Sistem Pembayaran Quick Response Code Indonesia Standard (Qris), dan Citra Merek Terhadap Pendapatan Penjualan UMKM di Kota Gorontalo

Rajul Murslim¹, Sahmin Noholo², Mattoasi³

^{1 2} *Jurusan Akuntansi, Fakultas ekonomi & Bisnis, Universitas Negeri Gorontalo*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, penerapan sistem pembayaran Qris dan Citra merek terhadap penjualan pendapatan umkm. penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif, dengan menggunakan uji t statistic, uji f statistic, dan uji koefisien determinasi (adjusted R Square dengan menggunakan IBM SPSS for windows. Hasil penenlitan ini menunjukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap pendapatan penjualan umkm dikota Goronralo, dan Penerapan sistem pembayaran Qris berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan penjualan umkm dikota Gorontalo, Serta Citra merekberpengaruh positif dan signifikan terhdap pendapatan penjualan Umkm serta secara simultan kualitas produk, sistem penerapan Qris, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan penjualan umkm dikota Gorontalo dengan nilai determinasi sebesar 42,1% sedangkan sisanya 57,9% disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini

Kata Kunci: Kualitas Produk, Sistem Pembayaran Qris, Citra Merek Pendapatan UMKM

Abstract

The purpose of this study is to determine the influence of product quality, the application of the Qris payment system and brand image on the sales of MSME revenue. This study uses a type of quantitative research with a non-probability sampling method with a purposive sampling technique. The data analysis technique in this study is quantitative analysis, using the t-statistical test, the f-statistical test, and the determination coefficient test (adjusted R Square using IBM SPSS for windows. The results of this research show that product quality has a positive and significant effect on MSME sales revenue in the city of Goronralo, and the implementation of the Qris payment system has a positive and significant effect on MSME sales revenue in the city of Gorontalo, and brand image has a positive and significant effect on MSME sales revenue and simultaneously product quality, the Qris implementation system, and brand image have a positive and significant effect on MSME sales revenue in the city

Keywords: Product Quality, QRIS Payment System, Brand Image of MSME Revenue

Copyright (c) 2025 Yochi Cristhofen Laia¹

✉ Corresponding author :

Email Address : yochicristhofenlaia@gmail.com

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) yang demikian mengagumkan tersebut memang telah membawa manfaat yang luar biasa bagi kemajuan

peradaban umat manusia. Jenis-jenis pekerjaan yang sebelumnya menuntut kemampuan fisik yang cukup besar, kini relatif sudah bisa digantikan oleh perangkat mesin-mesin otomatis. Demikian juga ditemukannya formulasi-formulasi baru kapasitas komputer, seolah sudah mampu menggeser posisi kemampuan otak manusia dalam berbagai bidang ilmu dan aktivitas (Tarantang, Awwaliyah, dan Astuti., 2019). Menggunakan sistem pembayaran online yang terus berinovasi agar bisa memenuhi tuntutan masyarakat dalam mengatisipasi perpindahan atau transaksi keuangan secara cepat. Berbagai usaha mikro pun tentunya mampu menyesuaikan diri untuk mengikuti pola perubahan di era saat ini, dengan adanya internet sebagai operasional bisnis. Dengan hal ini sistem pembayaran yang mulanya berbentuk tunai (*cash*) beralih sebagai non tunai (*non-cash*) dengan menggunakan berbagai macam variasi alat pembayaran

Melalui alternatif pembayaran non tunai yang lebih digemari di era modern saat ini, Bank Indonesia terus berupaya melakukan pengembangan dan perbaikan terkait sistem maupun aturan tentang transaksi keuangan elektronik dengan harapan transaksi uang elektronik dapat menjadi pilihan masyarakat sebagai instrumen transaksi pembayaran demi kemajuan perekonomian global di era digital.

Menurut Amalia (2016) bahwa teknologi mulai menjadi solusi inovatif untuk layanan keuangan. Situasi ini mendorong Bank Indonesia meningkatkan system pembayaran dengan meluncurkan *Quick Response Code Indonesian Standart* (QRIS) yaitu standar QR Code yang dibuat Bank Indonesia untuk memfasilitasi pembayaran digital melalui aplikasi uang elektonik berbasis server, dompet elektronik, maupun *mobile banking*.

Meningkatnya sistem *financial technology* saat ini dan juga diimbangi dengan perkembangan UMKM, akan sangat membantu dan mempermudah bagi banyak orang dalam halnya melakukan transaksi pembayaran secara digital. Yang mana keuntungan dari sistem ini adalah para pelaku UMKM tidak perlu repot-repot mencari uang kembalian untuk para pelanggannya ketika sedang melakukan transaksi pembayaran. Akan tetapi sistem pembayaran ini hanya bisa digunakan ketika antara pelanggan dan pemilik usaha memiliki produk uang elektronik itu sendiri.

Terkait dengan berkembangnya sektor UMKM dan transformasi uang elektronik tersebut yang memungkinkan para pedagang dan pelanggan melakukan transaksi pembayaran secara *non tunai*. Melihat perkembangan jumlah UMKM yang naik pesat, tidak dipungkiri banyak UMKM yang masih memiliki persoalan sehingga membuat profit mereka kadang menurun. Persoalan yang dihadapi pelaku UMKM tersebut diantaranya masalah pemasaran dan sulit menghasilkan produk yang berkualitas serta tingkat persaingan yang ketat di bidang yang sama. Ditambahkan juga oleh Tarigan dan Susilo (2008), para UMKM memiliki permasalahan yang cukup kompleks, sehingga dapat mempengaruhi kinerja UMKM yaitu antara lain; kurang pengetahuan tentang pasar, daya tawar yang lemah, dan rendahnya teknologi.

Salah satu contoh UMKM yang ada di Kota Gorontalo adalah Cahaya Bintang Cakrawala, yang memproduksi olahan pangan berbasis ikan beku serta produk unggulannya, yaitu Sambal Rujak dan Nastar Klasik. Berikut adalah rincian pendapatan UMKM Cahaya Bintang Cakrawala.

Tabel 1.1 Pendapatan UMKM Cahaya Bintang Cakrawala

Jangka Waktu	Pendapatan
Januari-Maret	Rp.54.000.000
April-Juni	Rp.40.000.000
Juli-September	Rp.72.000.000

Sumber: UMKM Cahaya Cakrawala,2024

Berdasarkan data tersebut, pada periode Januari-Maret 2024, UMKM ini memperoleh pendapatan sebesar Rp54.000.000. Namun, pada tiga bulan berikutnya, pendapatan menurun sebesar 25,93% walaupun pada periode Juli-September kembali meningkat sebesar 80%. Adapun proyeksi untuk bulan-bulan berikutnya belum dapat dipastikan, mengingat adanya fluktuasi pendapatan.

Berkaitan dengan fenomena penelitian yang dikemukakan, beberapa variabel yang di duga dapat mempengaruhi pendapatan penjualan UMKM. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo dan Wijaya (2022) mengidentifikasi berbagai faktor yang memengaruhi pendapatan penjualan UMKM, yaitu kualitas produk, strategi pemasaran, sistem pembayaran, dan kepercayaan konsumen. Sementara itu, penelitian Andriani dan Kusuma (2021) menunjukkan bahwa harga produk, kualitas produk, dan promosi adalah variabel yang signifikan dalam meningkatkan pendapatan penjualan. Mereka menyatakan bahwa ketiga variabel ini memiliki pengaruh langsung terhadap keputusan pembelian konsumen, di mana harga yang kompetitif, kualitas produk yang terjamin, serta promosi yang efektif mampu meningkatkan penjualan secara signifikan. Selain itu, penelitian oleh Susanti dan Rahmawati (2021) juga menemukan bahwa kualitas produk, harga, dan promosi berperan penting dalam pendapatan penjualan. Mereka mencatat bahwa kualitas produk yang unggul mampu meningkatkan kepercayaan konsumen, yang pada gilirannya berdampak pada loyalitas pelanggan dan keputusan pembelian berulang, sehingga mendorong peningkatan pendapatan secara signifikan. Sementara itu, menurut penelitian Hidayat dan Putra (2020), variabel kualitas produk, citra merek (brand image), dan kepuasan pelanggan juga terbukti berpengaruh pada pendapatan penjualan. Mereka menyimpulkan bahwa kualitas produk yang konsisten dan citra merek yang positif meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas dan pendapatan. Namun dalam penelitian ini, peneliti hanya berfokus kepada 3 faktor yang didasari oleh penelitian sebelumnya

Berdasarkan penelitian yang dikemukakan oleh Santoso & Nurhadi (2021) yang menyatakan bahwa Kualitas produk menjadi salah satu faktor utama yang menentukan keputusan pembelian dan kepuasan konsumen, yang pada akhirnya berdampak langsung pada peningkatan pendapatan penjualan UMKM. Selang dua tahun Fitriani & Kurnia (2023) menyatakan bahwa kualitas produk menjadi keunggulan kompetitif utama yang dapat meningkatkan pendapatan penjualan. Tidak sejalan dengan penelitian dari Hasan & Yulia (2021) Meskipun kualitas produk penting, bagi sebagian besar UMKM, faktor lain seperti harga yang kompetitif dan lokasi strategis sering kali memiliki pengaruh yang lebih signifikan terhadap peningkatan pendapatan, terutama pada konsumen dengan daya beli rendah

TINJAUAN LITERATUR

Technology Acceptance Model (Tam)

Teknologi yang terus berkembang secara pesat, hingga keluarlah teori yang digagas oleh Davis, Bagozzi, dan Warshaw pada tahun 1986 yaitu teori (TAM). Teori ini diciptakan untuk menganalisis dan mengenal faktor yang dapat menjadi pengaruh teknologi digunakan. TAM merupakan model penerapan teknologi yang mengadopsi *Theory of Reasoned Action (TRA)* dari Cheng (2010) yang digunakan untuk melihat tingkat penggunaan responden dalam menerima teknologi informasi.

TAM adalah model pendekatan yang dimanfaatkan dalam memperkirakan sebuah penerimaan pemakaian teknologi informasi. Persepsi manfaat dan persepsi kemudahan juga faktor penting yang berpengaruh terhadap penerimaan teknologi dan kemudian mempengaruhi niat atau keputusan dalam penggunaan suatu teknologi informasi

Pendapatan Penjualan UMKM

Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan pendapatan penjualan adalah hasil dari nilai keseluruhan produk atau layanan yang berhasil dijual oleh perusahaan dalam periode tertentu. Pendapatan ini menjadi indikator utama dalam menilai performa perusahaan dan efektivitas strategi pemasaran. Sedangkan menurut Rahman & Kurniasari (2022) Pendapatan penjualan bukan hanya hasil dari aktivitas penjualan langsung, tetapi juga dipengaruhi oleh tingkat

kepuasan konsumen terhadap produk dan layanan yang diberikan perusahaan. Pendapatan ini mencerminkan respons pasar terhadap kualitas produk

Soelaiman & Utami (2021) Sejalan dengan pentingnya pendapatan penjualan UMKM juga diteliti oleh (Wahyu Pril Ranto, 2016) yang menyatakan bahwa pendapatan penjualan UMKM dapat meningkat secara signifikan jika produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan pasar, yang pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan laba.

Indikator Pendapatan Penjualan UMKM

Menurut Royhanah Arrasy (2023), terdapat beberapa indikator yang dapat mengoptimalkan pendapatan dalam suatu usaha, yaitu:

1. Pendapatan/omset Penjualan
2. Laba Usaha

Kualitas Produk

Kotler and Armstrong (2004:283) menyatakan kualitas produk sebagai “the ability of a product to perform its functions. It includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes”. Artinya kualitas produk berhubungan erat dengan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk keseluruhan produk, keandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, dan atribut bernilai lainnya

Indikator Kualitas Produk

Menurut Kotler (2016:203), jika suatu perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya di pasar, maka perusahaan tersebut perlu memahami indikator yang digunakan konsumen untuk membedakan produknya dengan produk pesaing, yaitu:

1. Kinerja
2. Daya Tahan
3. Fitur
4. Reabilitas
5. Estetika
6. Kesan Kualitas
7. Pelayanan
8. Konformitas

Penerapan Sistem Pembayaran Quick Response Code Indonesian Standart (Qris)

Menurut (Herawati, 2022) definisi sistem pembayaran adalah sistem yang mengatur tata cara pemindahan dana dari satu pihak ke pihak lain. Sistem ini melibatkan sejumlah lembaga, media, mekanisme, dan seperangkat aturan yang harus dipatuhi oleh semua pihak. Sistem ini sangat erat kaitannya dengan aktivitas ekonomi masyarakat secara luas. Sedangkan menurut (ASPI Indonesia, 2022) QRIS merupakan pembayaran digital menggunakan scan QR Code dan dapat di scan atau dikenali atau di baca oleh Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran. QRIS sudah memberikan Persetujuan ke beberapa PJSP (Perusahaan Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran) untuk dapat melakukan pembayaran melalui QRIS QR Code. Minimal transaksi pembayaran mulai dari Rp 1 – Rp 1.000.

Indikator Sistem Pembayaran Quick Response Code Indonesian Standart (Qris)

Qris adalah suatu upaya standarisasi yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI). pengembangan Qris ini mengusung semangat Unggul yang bisa dijadikan sebagai indikator, sebagai berikut:

1. Unggul
2. gampang
3. Untung

4. Langsung

Citra Merek

Menurut Soltani (2016) berpendapat bahwa citra merek adalah citra merek mencakup pengetahuan, pendapat dari pelanggan dan karakteristik non-fisik dan produk fisik, gambar yang pelanggan berikan kepada produk. Sedangkan menurut Tjiptono (2015) Citra merek adalah deskripsi asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu. Citra merek (Brand Image) adalah pengamatan dan kepercayaan yang dingenggam konsumen, seperti yang dicerminkan di asosiasi atau di ingatan konsumen.

Indikator Citra Merek

Menurut Kotler dan Keller, yang diterjemahkan oleh Bob Sabran (2016:234) dan dikutip oleh Nurhakiki (2020), dimensi citra merek terdiri dari beberapa aspek berikut:

1. Identitas Merek
2. Personalia Merek
3. Asosiasi Merek
4. Sikap dan perilaku merek
5. Manfaat dan keunggulan Merek

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Dengan menggunakan analisis data yaitu analisis statistik deskriptif, dan hipotesis statistika diantaranya dengan menggunakan uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan uji hipotesis penelitian. pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yakni menggunakan kuesioner yang dimana sampel dalam penelitian ini yakni 40 responden pelaku Umkm dikota Gorontalo

Data penelitian ini, menggunakan Uji Validitas, Uji Reabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Multikolinieritas dan Uji Heterokedastisitas sebagai alat untuk menguji instrument penelitian. Penelitian ini, data yang telah dikumpulkan dianalisis menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Analisis tersebut digunakan oleh penulis untuk meramalkan apakah keadaan (naik turunnya) variabel *dependent* terhadap dua atau lebih variabel *independent*. Dalam menguji hipotesis penelitian ini menggunakan Uji t, Uji F dan Koefisien Determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas

Uji Normalitas menggunakan uji kolmogrov-Smirnov. Pengujian ini digunakan untuk mengukur penyebaran data terdistribusi normal atau tidak. persebaran dikatakan normal jika nilai $\text{sig} > 0,05$, begitupun sebaliknya. Berdasarkan hasil pengujian terhadap data yang diperoleh, maka di dapatkan hasil sebagai berikut

Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardize d Residual
N	40

Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,67121754
Most Extreme Differences	Absolute	,054
	Positive	,049
	Negative	-,054
Test Statistic		,054
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil pada tabel 4.3 , nilai Asymp. Sig yang diperoleh adalah 0,200 yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini memiliki nilai normalitas yang melebihi 0,05, sehingga distribusinya dapat dikatakan normal.

Uji Multikoloneritas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mendeteksi adanya korelasi antar variabel bebas dalam model regresi yang digunakan. Keberadaan multikolinearitas dapat dianalisis melalui nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan tolerance untuk setiap variabel bebas. Jika nilai tolerance lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10,00, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas. Berdasarkan hasil pengujian terhadap data yang diperoleh, maka di dapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.4 Uji Multikoloneritas

Coefficients ^a		Collinearity Statistics	
	Model	Tolerance	VIF
1	Kualitas Produk	,953	1,049
	Penerapan Sistem Pembayaran Qris	,461	2,169
	Citra Merek	,456	2,194

a. Dependent Variable: Pendapatan Penjualan UMKM

Berdasarkan tabel 4.4, nilai *tolerance* untuk variabel Kualitas produk adalah 0,953, untuk variabel Penerapan sistem pembayaran *Qris* adalah 0,461, dan untuk variabel Citra Merek adalah 0,456 yang berarti lebih besar dari 0,10. Sementara itu, nilai VIF untuk variabel Kualitas produk sebesar 1,049, untuk variabel Penerapan sistem pembayaran *Qris* adalah 2,169 dan untuk variabel Keamanan juga 2,194, yang lebih kecil dari 10,00. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas antara variabel bebas dalam penelitian ini.

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menentukan apakah terdapat perbedaan variance residual antar pengamatan dalam model regresi. Jika nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Namun, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka data dianggap mengalami heteroskedastisitas. Berikut hasil pengujian terhadap data yang diperoleh, maka di dapatkan hasil sebagai berikut

Tabel 4.5 Uji Heterokedastisitas

Correlations			Kualitas Produk	penerapan sistem pembayaran Qris	Citra Merek	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Kualitas Produk	Correlation Coefficient	1,000	-,057	-,130	,042
		Sig. (2-tailed)	.	,728	,424	,798
		N	40	40	40	40
	penerapan sistem pembayaran Qris	Correlation Coefficient	-,057	1,000	,716**	-,018
		Sig. (2-tailed)	,728	.	,000	,913
		N	40	40	40	40
	Citra Merek	Correlation Coefficient	-,130	,716**	1,000	,006
		Sig. (2-tailed)	,424	,000	.	,969
		N	40	40	40	40
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	,042	-,018	,006	1,000
		Sig. (2-tailed)	,798	,913	,969	.
		N	40	40	40	40

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

Berdasarkan tabel 4.5 hasil uji heteroskedastisitas, diketahui bahwa variabel Kualitas Produk memiliki nilai 0,798, variabel penerapan sistem pembayaran *Qris* memiliki nilai 0,913 dan variabel Citra merek memiliki nilai 0,969, yang keduanya lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut tidak mengalami heteroskedastisitas dalam model regresi

Hasil Analisis berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengevaluasi pengaruh Kualitas Produk (X1), Penerapan sistem pembayaran Qris (X2) dan Citra Merek (X3) terhadap Pendapatan penjualan UMKM (Y). Hasil uji regresi dapat disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.6 Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	10,612	7,811		1,359	,183
	Kualitas Produk	,265	,144	,164	2,098	,002
	Penerapan sistem pembayaran Qris	,382	,160	,263	1,921	,000
	Citra Merek	,196	,350	,635	2,934	,006

a. Dependent Variable: Pendapatan penjualan UMKM

Berdasarkan hasil analisis uji data pada tabel 4.6 pada kolom Unstandardized Coefficient (B) nilai constant B sebesar 10,612, koefisien (X1) sebesar 0,265, koefisien (X2) sebesar 0,382, dan koefisien (X3) sebesar 0,196

Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengukur sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika nilai signifikansi (Sig.) kurang dari 0,05, maka variabel tersebut dianggap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel

Tabel 4.7 Hasil Uji T

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	10,612	7,811		1,359	,183
	Kualitas Produk	,265	,144	,164	2,098	,002
	Penerapan sistem pembayaran Qris	,382	,160	,263	1,921	,000
	Citra Merek	,196	,350	,635	2,934	,006

a. Dependent Variable: Pendapatan penjualan UMKM

Hasil analisis Pada penelitian ini, tingkat signifikansi yang digunakan adalah 5%, dengan derajat kebebasan (df) dihitung sebagai $Df = n - k - 1$, yaitu $Df = 40 - 1 - 1 = 38$. Berdasarkan perhitungan, nilai t-tabel yang diperoleh adalah 1.685. Hasil uji t untuk variabel kualitas produk (X1) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $2,098 > t_{tabel}$ 1.685 dengan nilai signifikan $0.002 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Pendapatan Penjualan UMKM, sehingga hipotesis pertama menyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima

Hasil uji t untuk variabel penerapan sistem pembayaran Qris (X2) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $1,921 > t_{tabel} 1.685$ dengan nilai signifikan $0.000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh penerapan sistem pembayaran Qris terhadap Pendapatan Penjualan UMKM, sehingga hipotesis pertama menyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima

Hasil uji t untuk variabel Citra Merek (X3) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $2,934 > t_{tabel} 1.685$ dengan nilai signifikan $0.006 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh Citra Merek terhadap Pendapatan Penjualan UMKM, sehingga hipotesis pertama menyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima

Uji F (Uji Simultan)

Uji simultan (Uji F) digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel bebas Kualitas Produk (X1) Penerapan sistem pelayanan Qris (X2) dan Citra Merek (X3) secara bersamaan terhadap variabel terikat Pendapatan UMKM (Y) (Ghozali, 2018). Pengujian ini dilakukan secara simultan dengan langkah-langkah berikut:

Tabel 4.8 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	157,339	3	52,446	3,592	,003 ^b
	Residual	525,636	36	14,601		
	Total	682,975	39			

a. Dependent Variable: Pendapatan penjualan UMKM

b. Predictors: (Constant), Citra Merek, Kualitas Produk, Penerapan sistem pembayaran Qris

Berdasarkan Tabel 4.8, uji F digunakan untuk memprediksi kontribusi variabel Kualitas Produk (X1) Penerapan sistem pembayaran Qris (X2), dan Citra Merek (X3 terhadap Pendapatan penjualan UMKM (Y). Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 3,592, sedangkan F_{tabel} sebesar 2.84, dengan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa variabel independen Kualitas Produk (X1) Penerapan Sistem Pemabayaran Qris (X2) dan Cipta Merek (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen Pendapatan Penjualan UMKM (Y)

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk menilai sejauh mana hubungan antara variabel dependen dan independen, serta mengukur kontribusi variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen. Hasil uji determinasi (R^2) adalah sebagai berikut:

a) Tabel 4.9 Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,680 ^a	,421	,166	3,82112

a. Predictors: (Constant), Citra Merek, Kualitas Produk, Penerapan sistem pembayaran Qris

Berdasarkan Tabel 4.9, nilai koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh adalah 0,421. Ini menunjukkan bahwa 42,1% dari variabel dependen, yaitu Pendapatan Penjualan UMKM (Y),

dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Produk (X1) Penerapan sistem pembayaran Qris (X2), dan Citra Merek (X3). Sementara itu, sisanya 57,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini..

1. Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Pendapatan Penjualan UMKM (Y)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan penjualan UMKM (Y). Artinya, setiap peningkatan pada variabel Kualitas produk akan meningkatkan pendapatan.

Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa sebagian konsumen tidak terlalu memperhatikan kualitas produk saat membeli, serta kurang menariknya tampilan produk saat dipasarkan, sehingga mengurangi daya tarik pembeli dan berdampak pada penurunan pendapatan. Selain itu, jika kualitas produk tinggi, maka harga juga cenderung meningkat, yang dapat menyebabkan turunnya permintaan terhadap produk. Akibatnya, penerimaan pendapatan UMKM pun mengalami penurunan. Namun, jika dilihat dari koefisien variabel, kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap pendapatan UMKM.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Wirawan (2020), yang menunjukkan bahwa kualitas produk berkontribusi terhadap pendapatan UMKM. Kualitas produk menjadi faktor penentu tingkat kepuasan konsumen setelah pembelian dan penggunaan produk. Ketika kualitas produk baik, konsumen akan merasa puas, sehingga kebutuhan dan keinginannya terpenuhi. Hal ini dapat mendorong mereka untuk kembali membeli produk, bahkan dalam jumlah yang lebih besar.

2. Pengaruh Penerapan Sistem pembayaran Qris (X2) terhadap pendapatan penjualan UMKM (Y)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Penerapan Sistem pembayaran Qris (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan penjualan UMKM (Y). Artinya, setiap peningkatan pada variabel Sistem pembayaran Qris akan meningkatkan pendapatan

Temuan ini menunjukkan bahwa sistem pembayaran QRIS memiliki dampak positif terhadap pertumbuhan UMKM di Kota Gorontalo, meskipun Bank Indonesia (BI) baru memperkenalkan sistem pembayaran non-tunai ini pada tahun 2020. Para pelaku UMKM juga mengakui bahwa QRIS mudah digunakan karena menyederhanakan proses transaksi, menghilangkan kebutuhan untuk menyediakan uang kembalian, mencegah risiko uang palsu, serta menyediakan pencatatan otomatis. Persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan suatu teknologi tidak memerlukan upaya yang sulit (Nikmah, 2023). Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa jika seseorang percaya bahwa suatu sistem teknologi mudah digunakan, maka kemungkinan besar mereka akan mengadopsinya. Kehadiran sistem pembayaran QRIS sangat mendukung kelancaran transaksi dan memberikan berbagai manfaat, terutama bagi UMKM dalam meningkatkan pendapatannya.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Nikmah (2023), yang menyatakan bahwa penerapan sistem pembayaran berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM. Beberapa responden menyatakan bahwa aplikasi QRIS mudah dipelajari dan dioperasikan. Semakin tinggi tingkat kemudahan dalam penggunaan, semakin besar pula keinginan seseorang untuk memanfaatkan teknologi tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Wulandari (2020) juga menyimpulkan bahwa Penerapan Sistem Pembayaran Qris atau penggunaan QRIS berkontribusi terhadap peningkatan omset pada usaha Darul Huda Snack. Sejalan dengan temuan tersebut, Sihalo et al. (2020) menyatakan bahwa kehadiran QRIS sangat membantu banyak UMKM serta pelanggan mereka, sebagaimana

telah diterapkan oleh masyarakat di Kota Medan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa QRIS memiliki dampak positif terhadap perkembangan UMKM

3. Pengaruh Citra Merek (X3) terhadap pendapatan penjualan UMKM (Y)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Citra Merek (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan penjualan UMKM (Y). Artinya, setiap peningkatan pada variabel Citra merek akan meningkatkan pendapatan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik citra merek suatu produk, semakin tinggi pula tingkat pembelian produk tersebut oleh konsumen.

Penelitian ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Supangkat & Supriyatin (2018), yang menyatakan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tas di Intako. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa pandangan konsumen terhadap citra tas di Intako bersifat positif. Oleh karena itu, apabila sebuah perusahaan memiliki citra yang baik di mata konsumen, maka keputusan pembelian oleh konsumen juga akan meningkat.

Selain itu, citra merek yang baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap suatu produk. Ketika konsumen memiliki persepsi positif terhadap sebuah merek, mereka akan lebih yakin bahwa produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik. Merek yang kuat atau sudah dikenal luas di masyarakat juga memudahkan konsumen dalam membedakan produk serupa yang ditawarkan oleh pesaing. Oleh karena itu, perusahaan dengan citra merek yang positif memiliki peluang lebih besar untuk mendorong konsumen melakukan pembelian.

4. Pengaruh Kualitas Produk (X1), Penerapan sistem pembayaran Qris (X2), dan Citra Merek (X3) terhadap pendapatan penjualan UMKM (Y)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan UMKM, yaitu kualitas produk penerapan sistem pembayaran Qris, dan Citra merek memiliki pengaruh secara simultan terhadap pendapatan Penjualan UMKM di Kota Gorontalo. Hal ini dapat dibuktikan dengan membandingkan nilai Fhitung dan Ftabel. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel bebas, yaitu kualitas produk Penerapan sistem pembayaran Qris, dan Citra Merek, secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat, yaitu pendapatan penjualan UMKM.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Wirawan (2015), yang menunjukkan bahwa hasil regresi linear berganda membuktikan bahwa kualitas produk secara simultan memengaruhi pendapatan UMKM di Kota Denpasar. Hal ini sejalan dengan penelitian Sihalo et al (2020) yang menyatakan bahwa keberadaan QRIS dapat meningkatnya pendapatan harian para pelaku UMKM kota Medan. dan juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayat & Sudarwanto (2022) yang berjudul "Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike di Surabaya"

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap pendapatan penjualan umkm. Variabel penerpan sistem pembayaran Qris berpengaruh positif terhadap pendapatan umkm di kota Gorontalo. Demikian juga variabel cita merek berpengaruh positif terhadap pendapatan penjualan umkm dikota Gorontalo. Secara simultan variabel kualitas produk, penerpan sistem pembayaran Qris, dan citra merek berpengaruh terhadap pendapatan penjualan umkm dikota Gorontalo sebesar 42,1% dan sisanya 57,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

Referensi :

- Achmad Fauzi, Shifa Ashila Salwa, & Aniar Safitri. (2022). Analisis Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Digital Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 11–17. <https://doi.org/10.56127/jekma.v2i1.409>
- ASPI Indonesia. (2022). QRIS. ASPI Indonesia.
- Ernawati, D. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HI JACK SANDALS BANDUNG. In *Jurnal Wawasan Manajemen* (Vol. 7, Issue 1).
- Fauziah, N., Abdul, D., & Mubarak, A. (2019). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI : STUDI PADA PRODUK KECANTIKAN. In *Journal IMAGE |* (Vol. 8, Issue 1).
- Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME (Vol. 2).
- Herawati, A. (2022, October 5). *Sistem Pembayaran: Definisi, Komponen, Prinsip, Jenis, Ruang Lingkup, dan Contoh*. Kledo.Com.
- Hutabarat, A. K., Rasmi, I., Nababan, H., Vany, A., Hutabarat, E., Valencia, A., Hutabarat, M., Kevin, A., Hutabarat, S., Alwin, A., & Hutabarat, V. R. (2022). Pengaruh Penggunaan QRIS Terhadap Kepuasan Produsen (Studi Kasus UKM Kota Medan). https://id.m.wikipedia.org/wiki/Kota_Gorontalo
- Nikmah, S. (2023). Pengaruh Mnafaat, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Quick Response Code Indonesian Strandard (QRIS) pada Pelaku UMKM di Purbalingga. 31–41
- Netashah, & Ibrahim, M. (2024). Pengaruh Inklusi Keuangan Dan Pengelolaan Keuangan Terhadap Kinerja UMKM Sektor Kuliner Di Kecamatan Marpoyan Damai Pekanbaru. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 5, Issue 2). <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Novelia, E., Effendi, I., & Syahputri, Y. (2021). Analisis Penggunaan Aplikasi Linkaja Dengan Technology Acceptance Model Pada Grapari Telkom Group Medan Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 2(2), 117–128. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v2i1.453>
- Nurliyanti, N., Arnis Susanti, A., & Hadibrata, B. (2022). PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (LITERATURE REVIEW STRATEGI MARKETING MANAJEMENT). 2(2). <https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i2>
- Pangastuti, R. L., Yap, N., Kadiri, U., & Id, K. A. (2023). Socialization and Assistance in the implementation of the Digital Payment System Through QRIS at KSM “APEL” Sosialisasi dan Pendampingan penerapan Sistem Pembayaran Digital Melalui QRIS pada KSM “APEL.” In *ARSY: Aplikasi Riset kepada Masyarakat* (Vol. 4, Issue 1). <http://journal.al-matani.com/index.php/arsyOnline>
- Puriati, N. M., Sugiartana, I. W., & Mertanigrum, N. P. E. (2023). Efektivitas Penerapan Sistem Pembayaran Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Pada Umkm Di Kabupaten Karangasem. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 13.
- Putro, S. W., Samuel, H., & Brahmana, R. K. M. R. (2014). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS KONSUMEN RESTORAN HAPPY GARDEN SURABAYA. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2, 1–9.
- Roy, A. (2024). Analisa Pengaruh Antara Rencana Belajar, Locus of Control Terhadap Prestasi Belajar SMA BSM 1 Tahun 2024. *Journal on Education*, 06.
- Royhanah Arrasyd, A. (2023). Pengaruh Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Strandard terhadap Pendapatan dalam perspektif Bisnis Syariah
- Sihaloho, J. E., Ramadani, A., & Rahmayanti, S. (2020). Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Universitas Sumatera Utara. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(2). <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>

- Soelaiman, L., & Utami, A. R. (2021). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ADOPSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA UMKM. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 124. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v5i1.11104>
- Tarantang, J., Awwaliyah, A., & Astuti, M. (2019). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia. *Jurnal Al-Qardh*, 4(1), 60–75. <https://doi.org/10.23971/jaq.v4i1.1442>
- Wahyu Pril Ranto, D. (2016). PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA UMKM BIDANG KULINER DI YOGYAKARTA. III(2).
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing Research: An Applied Orientation* (6th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro