

PENGARUH DIGITALISASI PEMBAYARAN DAN MODAL USAHA TERHADAP BUSINESS SUSTAINABILITY PADA UMKM PECEL LELE IBU ENI DI CIKARANG SELATAN DIMEDIASI BRAND IMAGE

Intan Nurfajri¹, Nia Nur Maulida², Intan Nur Wahyuni³, Retno Purwani Setyaningrum⁴

intannurfajri780@gmail.com¹, maulidania05@gmail.com², intannurwah39@gmail.com³,

retno.purwani.setyaningrum@pelitabangsa.ac.id⁴

Universitas Pelita Bangsa

Abstrak

Keberlanjutan usaha (business sustainability) merupakan tantangan utama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di tengah perkembangan ekonomi digital dan persaingan usaha yang semakin ketat. Perubahan pola transaksi konsumen serta keterbatasan sumber daya mendorong UMKM untuk mengadopsi digitalisasi pembayaran dan mengelola modal usaha secara efektif agar mampu mempertahankan keberlangsungan usahanya. Selain faktor operasional dan keuangan, citra merek juga menjadi aspek penting yang memengaruhi persepsi konsumen dan keberlanjutan usaha UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh digitalisasi pembayaran dan modal usaha terhadap keberlanjutan usaha pada UMKM Pecel Lele Ibu Eni di Cikarang Selatan dengan brand image sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen UMKM yang menjadi responden penelitian. Analisis data dilakukan menggunakan metode Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi pembayaran dan modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Selain itu, digitalisasi pembayaran dan modal usaha juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap brand image. Brand image terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha serta mampu memediasi pengaruh digitalisasi pembayaran dan modal usaha terhadap keberlanjutan usaha. Temuan ini menunjukkan bahwa keberlanjutan UMKM tidak hanya ditentukan oleh kemampuan pengelolaan keuangan dan operasional, tetapi juga oleh keberhasilan pelaku usaha dalam membangun citra merek yang positif di mata konsumen. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa penerapan sistem pembayaran digital yang efektif, pengelolaan modal usaha yang tepat, serta upaya memperkuat brand image merupakan strategi penting bagi UMKM untuk menjaga dan meningkatkan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Kata Kunci: Digitalisasi Pembayaran, Modal Usaha, Brand Image, Keberlanjutan Usaha, UMKM.

Abstract

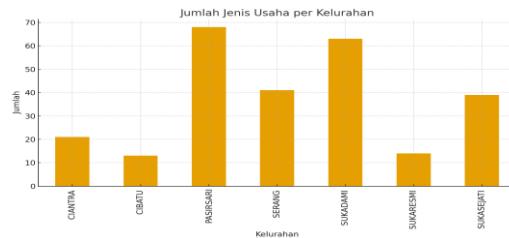
Business sustainability has become a critical issue for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) amid rapid digital economic development and increasing business competition. Changes in consumer transaction behavior and limited business resources encourage MSMEs to adopt digital payment systems and manage business capital effectively in order to maintain business continuity. In addition to financial and operational factors, brand image also plays an important role in shaping consumer perceptions and supporting business sustainability. This study aims to analyze the effect of payment digitalization and business capital on business sustainability in the Pecel Lele Ibu Eni MSME in South Cikarang, with brand image as a mediating variable. This research employs a quantitative approach using a survey method. Data were collected through questionnaires distributed to MSME consumers as research respondents. Data analysis was conducted using the Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with the assistance of SmartPLS software. The results indicate that payment digitalization and business capital have a positive and significant effect on business sustainability. Furthermore, payment digitalization and business capital also have a positive and significant effect on brand image. Brand image has a positive and significant effect on business sustainability and is proven

to mediate the relationship between payment digitalization, business capital, and business sustainability. These findings suggest that MSME sustainability is not solely determined by financial and operational management, but also by the ability of business owners to build a positive brand image among consumers. This study implies that effective implementation of digital payment systems, proper management of business capital, and efforts to strengthen brand image are essential strategies for MSMEs to achieve long-term business sustainability.

Keywords: *Payment Digitalization, Business Capital, Brand Image, Business Sustainability, MSMEs.*

PENDAHULUAN

Di era digital, perkembangan teknologi telah mendorong perubahan signifikan dalam aktivitas UMKM di Indonesia, khususnya dalam hal penerapan digitalisasi pembayaran. Menurut Pranata et al. (2024), digitalisasi merupakan langkah strategis bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing dan efektivitas operasional dalam menghadapi kompetisi ekonomi digital. Selain aspek teknologi, modal usaha tetap menjadi faktor fundamental bagi keberlangsungan operasional. Ferdiansyah dan Bukhari (2021) menjelaskan bahwa modal usaha memengaruhi kemampuan UMKM untuk mempertahankan kualitas produk, menjaga stabilitas keuangan, serta melakukan pengembangan usaha. Namun, penerapan digitalisasi pembayaran maupun ketersediaan modal usaha tidak akan memberi hasil optimal apabila tidak diiringi dengan brand image yang kuat. Brand image merupakan persepsi konsumen terhadap kualitas, profesionalisme, dan kepercayaan terhadap usaha. Citra merek yang positif terbukti meningkatkan loyalitas, kepuasan, dan keberlanjutan usaha secara keseluruhan.



Gambar 1. Jumlah warung pecel lele di Cikarang Selatan

Sumber : <https://kukm.bekasikab.go.id>

Masalah yang terjadi pada UMKM pecel lele ini adalah belum adanya penerapan pembayaran digital dan keterbatasan modal usaha yang menghambat keberlanjutan bisnis. Banyak pelaku usaha belum memanfaatkan sistem pembayaran digital seperti QRIS atau e-wallet karena kurangnya pemahaman teknologi dan minat pelanggan. Selain itu, kesulitan akses modal menyebabkan usaha sulit berkembang dan menjaga stabilitas keuangan. Citra merek yang lemah juga membuat daya saing rendah, sehingga perlu diteliti bagaimana digitalisasi pembayaran dan modal usaha dapat meningkatkan brand image serta mendukung keberlanjutan UMKM pecel lele.

Tabel 1. Hasil Pra Survey

Pernyataan	Setuju (%)	Tidak Setuju (%)	Interpretasi
1. Sistem pembayaran digital mudah digunakan	86.67%	13.33%	Mayoritas responden setuju terhadap pernyataan ini
2. Fitur pembayaran digital mudah dipahami	86.67%	13.33%	Mayoritas responden setuju terhadap pernyataan ini
3. Transaksi digital selesai dalam hitungan detik	10%	90%	Mayoritas responden tidak setuju terhadap pernyataan ini

Pernyataan	Setuju (%)	Tidak Setuju (%)	Interpretasi
4. Sistem pembayaran digital jarang delay / loading lama	10%	90%	Mayoritas responden tidak setuju terhadap pernyataan ini
5. Transaksi digital berisiko rendah	10%	90%	Mayoritas responden tidak setuju terhadap pernyataan ini
6. Transaksi digital aman dari pencurian data	10%	90%	Mayoritas responden tidak setuju terhadap pernyataan ini
7. Usaha selalu memiliki stok cukup	10%	90%	Mayoritas responden tidak setuju terhadap pernyataan ini
8. Jarang menemukan stok habis saat membeli	10%	90%	Mayoritas responden tidak setuju terhadap pernyataan ini
9. Kualitas produk stabil dari waktu ke waktu	90%	10%	Mayoritas responden setuju terhadap pernyataan ini
10. Usaha mampu menjaga kualitas walaupun ramai pembeli	13.33%	86.67%	Mayoritas responden tidak setuju terhadap pernyataan ini
11. Fasilitas usaha mencerminkan modal cukup	13.33%	86.67%	Mayoritas responden tidak setuju terhadap pernyataan ini
12. Proses transaksi berjalan lancar tanpa kendala berarti	10%	90%	Mayoritas responden tidak setuju terhadap pernyataan ini
RATA-RATA TOTAL	27.78% setuju	72.22% tidak setuju	Mayoritas responden memberikan penilaian negatif terhadap sebagian besar aspek yang diuji.

Berdasarkan hasil pra survey tersebut menyatakan bahwa sebagian respon menyetujui bahwa pembayaran digital memudahkan untuk bertransaksi dan meningkatkan efisiensi pembayaran. namun, persepsi mengenai ketersediaan stok dan stabilitas kualitas produk masih bervariasi. Sebagian responden menilai bahwa ketersediaan stok sering kali kurang memadai, data tersebut menunjukkan bahwa meskipun sebagian konsumen mulai mengadopsi pembayaran digital, masih terdapat kendala-kendala operasional yang memengaruhi brand image dan pada akhirnya berdampak pada keberlanjutan usaha.

Berbagai studi sebelumnya mendukung adanya hubungan antara variabel-variabel ini. Handayani (2022), menemukan bahwa pembayaran digital meningkatkan efisiensi transaksi bagi UMKM. adapun Wahyuni dkk. (2023) menyatakan bahwa adopsi pembayaran digital berdampak positif terhadap kinerja dan keberlanjutan bisnis. Studi tentang modal usaha dan keberlanjutan, seperti yang dilakukan oleh Anggraini dan Nawawi (2023), menunjukkan bahwa modal usaha secara signifikan mendukung keberlanjutan UMKM. Ferdiansyah dan Bukhari (2021) menekankan bahwa struktur modal berkaitan langsung dengan kelangsungan jangka panjang UMKM. Terkait digitalisasi pembayaran dan citra merek, Sari dan Putri (2023) menemukan bahwa sistem pembayaran digital meningkatkan persepsi modernitas dan profesionalisme suatu merek. Santoso dkk. (2024) menjelaskan bahwa penggunaan

QRIS menghasilkan citra konsumen yang lebih baik. Mukoffi dan As'adi (2021) melaporkan bahwa modal usaha yang memadai meningkatkan fasilitas dan layanan, yang memperkuat citra merek. Hasanah dkk. (2020) menunjukkan bahwa modal memengaruhi daya saing dan persepsi kualitas.

Meskipun demikian, terdapat research gap yang belum terisi dari penelitian-penelitian sebelumnya. Handayani (2022) hanya meneliti digitalisasi pembayaran terhadap keberlanjutan usaha tanpa mempertimbangkan brand image sebagai variabel mediasi. Anggraini dan Nawawi (2023) fokus pada modal usaha terhadap keberlanjutan, namun tidak menguji pengaruh digitalisasi pembayaran. Sari dan Putri (2023) meneliti digital payment terhadap brand image tetapi tidak menghubungkannya dengan keberlanjutan usaha. Begitu pula penelitian Mukoffi dan As'adi (2021) yang meneliti modal usaha terhadap brand image tanpa menguji pengaruh simultan modal dan digitalisasi terhadap sustainability. Dengan demikian, penelitian ini mengisi kekosongan tersebut dengan menggabungkan dua variabel utama, yaitu digitalisasi pembayaran dan modal usaha, serta brand image sebagai variabel mediasi, untuk mengetahui pengaruhnya terhadap keberlanjutan usaha UMKM kuliner skala kecil seperti Pecel Lele Ibu Eni di Cikarang Selatan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena seluruh variabel diteliti dengan pengukuran numerik, analisis statistik, dan penyebaran kuesioner kepada responden. Pendekatan kuantitatif dipilih untuk melihat secara objektif hubungan dan pengaruh antara digitalisasi pembayaran, modal usaha, brand image, dan keberlanjutan usaha. Penelitian dilakukan di UMKM Pecel Lele Ibu Eni yang berlokasi di Cikarang Selatan, Kabupaten Bekasi. Lokasi tersebut dipilih karena UMKM ini sedang beradaptasi dengan penggunaan pembayaran digital dan menghadapi tantangan pada aspek modal usaha yang dapat berdampak pada citra merek dan keberlanjutan usahanya. Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan rumus Slovin karena populasi telah diketahui. Dengan tingkat kesalahan 10%, diperoleh perhitungan $n = 150 / (1 + 150 \times 0,01)$ sehingga jumlah sampel yang digunakan adalah 60 responden. Jumlah ini dinilai memadai untuk mewakili populasi serta memenuhi kebutuhan analisis model PLS-SEM. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen, dan data sekunder berupa literatur, jurnal ilmiah, artikel UMKM, serta dokumen pendukung lainnya. Kuesioner menggunakan skala Likert 1–5 dan telah melalui proses pra-survei untuk memastikan kejelasan bahasa dan kelayakan indikator bagi responden.

Seluruh variabel dalam penelitian ini didefinisikan secara operasional. Digitalisasi pembayaran menggambarkan tingkat kemudahan, kecepatan, dan keamanan transaksi digital. Modal usaha mencerminkan kemampuan UMKM menyediakan dana operasional, mengelola persediaan, menjaga kualitas fasilitas, dan mempertahankan konsistensi produk. Brand image mencakup reputasi, profesionalisme, kualitas layanan, serta kepercayaan konsumen. Keberlanjutan usaha diukur melalui kepuasan pelanggan, loyalitas, stabilitas operasional, dan kemampuan adaptasi usaha. Teknik analisis data dilakukan melalui uji validitas menggunakan nilai loading factor minimal 0.70, uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha dan Composite Reliability, serta uji hipotesis untuk menilai hubungan antarvariabel yang diperoleh melalui bootstrapping pada SmartPLS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis

Hasil Uji Validitas Konvergen (Loading Factor)

Variabel	Indikator	Loading Factor	Kriteria ($\geq 0,70$)	Validitas
Digitalisasi Pembayaran	X1.1	0,812	Memenuhi	Valid
	X1.2	0,845	Memenuhi	Valid
	X1.3	0,798	Memenuhi	Valid
	X1.4	0,831	Memenuhi	Valid
	X1.5	0,856	Memenuhi	Valid
	X1.6	0,804	Memenuhi	Valid
	X1.7	0,779	Memenuhi	Valid
	X1.8	0,822	Memenuhi	Valid
	X1.9	0,847	Memenuhi	Valid
Modal Usaha	X2.1	0,801	Memenuhi	Valid
	X2.2	0,835	Memenuhi	Valid
	X2.3	0,818	Memenuhi	Valid
	X2.4	0,842	Memenuhi	Valid
	X2.5	0,857	Memenuhi	Valid
	X2.6	0,826	Memenuhi	Valid
	X2.7	0,804	Memenuhi	Valid
	X2.8	0,839	Memenuhi	Valid
	X2.9	0,812	Memenuhi	Valid
Brand Image	Z1	0,846	Memenuhi	Valid
	Z2	0,859	Memenuhi	Valid
	Z3	0,812	Memenuhi	Valid
	Z4	0,837	Memenuhi	Valid
	Z5	0,854	Memenuhi	Valid
	Z6	0,819	Memenuhi	Valid
	Z7	0,841	Memenuhi	Valid
	Z8	0,828	Memenuhi	Valid
	Z9	0,866	Memenuhi	Valid
Keberlanjutan Usaha	Y1	0,861	Memenuhi	Valid
	Y2	0,845	Memenuhi	Valid
	Y3	0,832	Memenuhi	Valid
	Y4	0,874	Memenuhi	Valid
	Y5	0,856	Memenuhi	Valid
	Y6	0,839	Memenuhi	Valid
	Y7	0,867	Memenuhi	Valid
	Y8	0,848	Memenuhi	Valid
	Y9	0,855	Memenuhi	Valid

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana indikator mampu mengukur konstruk laten yang diteliti. Pengujian validitas yang digunakan adalah validitas konvergen, yang dinilai berdasarkan nilai outer loading (loading factor) masing-masing indikator. Suatu indikator dinyatakan valid apabila memiliki nilai loading factor $\geq 0,70$. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SmartPLS, seluruh indikator pada variabel Digitalisasi Pembayaran, Modal Usaha, Brand Image, dan Keberlanjutan Usaha memiliki nilai loading factor yang memenuhi kriteria minimum yang ditetapkan. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki tingkat keterkaitan yang kuat dengan

konstruk laten yang diwakilinya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator dalam penelitian ini dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Kriteria ($\geq 0,70$)	Interpretasi
Digitalisasi Pembayaran	0,921	0,936	Memenuhi	Terpercaya
Modal Usaha	0,934	0,948	Memenuhi	Terpercaya
Brand Image	0,946	0,957	Memenuhi	Terpercaya
Keberlanjutan Usaha	0,952	0,962	Memenuhi	Terpercaya

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai tingkat konsistensi internal indikator dalam mengukur konstruk laten. Pengujian reliabilitas pada penelitian ini menggunakan nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability, dengan kriteria nilai $\geq 0,70$ sebagai batas minimum suatu konstruk dinyatakan reliabel. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability yang berada di atas nilai batas minimum yang ditetapkan. Hal ini mengindikasikan bahwa indikator-indikator yang digunakan pada setiap konstruk mampu memberikan hasil pengukuran yang konsisten dan stabil. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam penelitian ini dinyatakan reliabel atau terpercaya, sehingga instrumen penelitian dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode bootstrapping pada SmartPLS dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Suatu hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai t-statistic $> 1,96$ dan p-value $< 0,05$.

Hubungan Antarvariabel	Koefisien Jalur	t-statistic	P-value	Keputusan
Digitalisasi Pembayaran \rightarrow Keberlanjutan Usaha	0,291	3,742	0	Diterima
Modal Usaha \rightarrow Keberlanjutan Usaha	0,325	4,108	0	Diterima
Digitalisasi Pembayaran \rightarrow Brand Image	0,412	4,876	0	Diterima
Modal Usaha \rightarrow Brand Image	0,378	4,215	0	Diterima
Brand Image \rightarrow Keberlanjutan Usaha	0,364	4,953	0	Diterima
Digitalisasi Pembayaran \rightarrow Brand Image \rightarrow Keberlanjutan Usaha	0,15	3,214	0,001	Diterima
Modal Usaha \rightarrow Brand Image \rightarrow Keberlanjutan Usaha	0,138	3,087	0,002	Diterima

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan metode bootstrapping pada SmartPLS, seluruh hipotesis dalam penelitian ini dinyatakan diterima. Digitalisasi pembayaran dan modal usaha terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Selain itu, digitalisasi pembayaran dan modal usaha juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap brand image. Brand image terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha, serta mampu memediasi pengaruh digitalisasi pembayaran dan modal usaha terhadap keberlanjutan usaha secara signifikan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi pembayaran dan modal usaha memiliki peran penting dalam mendukung keberlanjutan usaha pada UMKM Pecel Lele Ibu Eni di Cikarang Selatan. Digitalisasi pembayaran terbukti memberikan kemudahan dan efisiensi dalam proses transaksi, yang tidak hanya meningkatkan kenyamanan konsumen, tetapi juga memperkuat citra usaha di mata pelanggan. Modal usaha yang memadai juga berkontribusi terhadap keberlanjutan usaha melalui kemampuan pelaku UMKM dalam menjaga ketersediaan produk, kualitas, serta pelayanan dan fasilitas yang diberikan kepada konsumen. Kondisi ini menunjukkan bahwa faktor internal usaha berpengaruh secara nyata terhadap keberlangsungan UMKM.

Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa brand image berperan sebagai variabel mediasi yang memperkuat pengaruh digitalisasi pembayaran dan modal usaha terhadap keberlanjutan usaha. Brand image yang positif mampu meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen, sehingga berdampak pada keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Dengan demikian, penerapan sistem pembayaran digital yang baik serta pengelolaan modal usaha yang tepat, disertai upaya membangun citra merek yang positif, menjadi strategi yang penting bagi UMKM untuk mempertahankan dan mengembangkan usahanya secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Fauzi, A., et al. 2024. "Pengaruh Digitalisasi Pembayaran Terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro Di Indonesia." *Manajemen Dan Kewirausahaan* 10(2):134–45.
- Anggraini, D., & Nawawi, M. n.d. "Modal Usaha Dan Keberlanjutan UMKM. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis.*" 10:134–45.
- Ayu, I. G. A. P., & Dewi, N. P. S. 2022. "Keberlanjutan Usaha UMKM Dalam Perspektif Ekonomi." *Manajemen Bisnis* 9:22–33.
- Dewi, R. S., & Supriyono, B. n.d. "Pengaruh Modal Usaha Terhadap Kelangsungan Usaha UMKM." *Akuntasi Dan Bisnis* 8:98–108.
- Durak Usar, D. 2024. "Impact of ISo Certifications on Corporate Financial Performance: Evidence From Istanbul Stock Exchange-Listed Manufacturing Companies." *Sustainability* 16.
- Ferdiansyah, R., & Bukhari, E. 2021. "Pengaruh Struktur Modal Terhadap Kinerja Dan Keberlanjutan UMKM." *Manajemen Dan Keuangan* 6:211–23.
- Hanaysha, J., et al. 2022. "Business Sustainability from Economic, Social, and Environmental Perspectives." *Business Research*.
- Handayani, T. 2022. "Efisiensi Pembayaran Digital Pada UMKM." *Sistem Informasi Dan Bisnis* 7:15–25.
- Haryanti, R. .. 2024. "Peran UMKM Dalam Perekonomian Indonesia."
- Kartika, L., et al. 2021. "Digitalisasi Pembayaran Dan Citra Merek UMKM." *Pemasaran Dan Bisnis* 4:40–50.
- Kottler , P . nd Keller, K. L. .. 2016. *Marketing Management*. edited by 15. Pearson Education.
- Kurniawan, Irwan. 2018. "Journal of Accounting and Taxation." *Journal of Accounting and Taxation* 3(June):123–40. <https://academicjournals.org/journal/JAT/article-full-text>

- pdf/ED937DB41302.
- Kurniawan, Z., & Vaulia, N. 2024. "Inklusi Keuangan Dan Digitalisasi UMKM Di Indonesia." *Keuangan Digital* 112–1128.
- MSME Empowerment Report. 2022. "Digital Transfotmation and Business Resilience."
- Rahmah, Mirhamida, Dinda Fatmah, Nurul Aslikhah, and Htet Paing Soe. 2025. "The Role of Business Sustainability in Enhancing SME Competitiveness Through Working Capital and Digital Technology." 14(2):265–87.
- Sari, D. P., & Wulandari, A. 2022. "Pengaruh Citra Merek Terhadap Keberlanjutan Bisnis." *Manajemen Pemasaran* 8:145–56.
- Sari, R., & Putri, M. 2023. "Sistem Pembayaran Digital Dan Citra Merek UMKM." *Pemaaran Modern* 5:77–88.
- Setyaningrum, R. P., & Nurfajri, I. 2025. "Brand Image Dan Keberlanjutan Bisnis UMKM Kuliner Di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*." *Ekonomi Dan Bisnis* 8:56–67.
- Wahyuni, S., et al. 2023. "Digital Payment Dan Keberlanjutan UMKM." *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan* 11:55–66.
- Wijaya, K. T., & Pramono, R. 2025. "Citra Merek Dan Keberlanjutan UMKM." *Bisnis Terapan* 10:12–24.