

ABSTRAK

Transformasi digital telah mengubah berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor keuangan dan bisnis. Dalam konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, adopsi *digital payment* menjadi faktor penting dalam meningkatkan efisiensi dan daya saing. Namun, tingkat adopsi sistem pembayaran digital oleh UMKM masih relatif rendah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi *digital payment* pada UMKM di Indonesia dengan mempertimbangkan variabel *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *social influence*, dan *perceived risk*, serta *financial literacy* sebagai variabel moderasi.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan tujuan kausal. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 400 pelaku UMKM di Indonesia dengan teknik sampel *non-probability sampling* dan pendekatan *purposive sampling*. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan metode SEM-PLS dengan bantuan software SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masing-masing variabel *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *social influence*, dan *perceived risk* berpengaruh positif signifikan terhadap adopsi *digital payment* pada UMKM di Indonesia. Kemudian hasil penelitian menunjukkan bahwa *financial literacy* tidak berpengaruh signifikan dalam memoderasi hubungan antar *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *social influence*, dan *perceived risk* dengan adopsi *digital payment*. Namun *financial literacy* secara langsung berpengaruh positif signifikan terhadap adopsi *digital payment*. Sehingga dapat dinyatakan bahwa *financial literacy* bukan merupakan variabel moderasi namun dapat diperlakukan sebagai variabel independen.

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai determinan utama dalam adopsi pembayaran digital serta memberikan rekomendasi strategis bagi pemangku kepentingan untuk mendorong digitalisasi UMKM. Penelitian ini juga berkontribusi dalam memperluas teori terkait adopsi teknologi keuangan dalam konteks negara berkembang seperti Indonesia.

Kata kunci: *Digital Payment*, *UMKM*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Social Influence*, *Perceived Risk*, *Financial Literacy*.