

**INVESTIGASI PEMBAYARAN BERBASIS DIGITAL DALAM MENCIPTAKAN  
BISNIS BERKELANJUTAN  
(STUDI KASUS: DESA WISATA KETAPANRAME)**

**Agung Sulistyo<sup>1\*</sup>, Tri Eko Yudiandri<sup>2</sup>, Ristanti<sup>3</sup>, Fitria Noviati<sup>4</sup>, Annida Khairiyyah  
Supratman<sup>5</sup>**

Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta<sup>1,2,3,4,5</sup>

\*E-mail Penulis Korespondensi: [agungsulistyo@stipram.ac.id](mailto:agungsulistyo@stipram.ac.id)

**ABSTRAK**

Peningkatan ekonomi masyarakat serta pemberdayaan potensi wilayah, menjadi dampak perkembangan pariwisata. Beberapa peluang bisnis muncul seperti: akomodasi, biro perjalanan, kerajinan, transportasi, hingga merangsang munculnya pelaku UMKM. Berbagai saluran serta teknologi mendorong munculnya situasi kompetitif. Berbagai kemudahan diberikan seperti layanan *cash less*. Penelitian ini bertujuan membuka selubung implementasi pembayaran berbasis digital pelaku UMKM. Jenis penelitian deskriptif kualitatif digunakan dalam studi ini. Sebanyak 97 pelaku usaha dipilih berdasarkan tabel *krejcie*. Penentuan sampel diperkuat dengan persyaratan yang digunakan antara lain: 1) berskala mikro dan kecil, 2) memiliki portal transaksi digital, dan 3) memiliki legalitas usaha. Pengumpulan data menggunakan kuisisioner serta wawancara. Data dianalisa menggunakan metode *Interpretative Phenomenology Analysis* (IPA) dan teknik triangulasi sebagai validasi data. Hasil penelitian menunjukkan jika responden memiliki persepsi positif terhadap penggunaan transaksi digital. Beberapa instrumen digunakan dalam riset ini antara lain: manfaat penggunaan, kemudahan penggunaan serta resiko penggunaan. Nilai manfaat serta kemudahan penggunaan dijadikan panduan dalam meningkatkan jumlah transaksi. Disisi lain, pelaku usaha perlu mempertimbangkan munculnya berbagai resiko melalui peningkatan pengetahuan serta keterampilan. Hasil ini diharapkan mampu menjadi literasi bagi pelaku UMKM dalam memperkuat pengelolaan bisnis. Penelitian berikutnya dapat berfokus pada pengaruh pembayaran digital dalam merangsang jumlah transaksi.

Kata kunci: Berkelanjutan, Bisnis, Teknologi, Transaksi, UMKM

**ABSTRACT**

The economic improvement of the community and the empowerment of regional potential are impacts of tourism development. Several business opportunities have emerged, including accommodation, travel agencies, crafts, and transportation, which have stimulated the growth of MSMEs. Various channels and technologies have encouraged a competitive situation. Various conveniences are provided, such as cashless services. This study aims to uncover the implementation of digital-based payments by MSMEs. A qualitative descriptive study was used in this study. A total of 97 business actors were selected based on the Krejcie table. The following requirements strengthened the sample determination: 1) micro and small scale, 2) having a digital transaction portal, and 3) having a legal business. Data collection used questionnaires and interviews. Data were analyzed using the Interpretative Phenomenology Analysis (IPA) method and triangulation techniques for data validation. The results showed

that respondents had a positive perception of the use of digital transactions. Several instruments used in this research included the benefits of use, ease of use, and risks associated with use. The value of benefits and ease of use were used as guidelines for increasing the number of transactions. On the other hand, business actors need to consider the emergence of various risks by increasing their knowledge and skills. These results are expected to provide literacy for MSMEs in strengthening business management. Future research could focus on the impact of digital payments on stimulating transaction volume.

Keywords: Sustainable, Business, Technology, Transaction, MSMEs

diterima	1 Maret 2025	direview	31 Oktober 2025	diterbitkan	17 November 2025
----------	--------------	----------	-----------------	-------------	------------------

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan pariwisata terlihat dari meningkatnya kunjungan wisatawan, baik lokal maupun mancanegara. Dampak berikutnya dari pariwisata adalah terciptanya peningkatan pendapatan daerah (Bhaduri & Pandey, 2019) hingga lapangan pekerjaan yang dapat diakses oleh masyarakat sekitar (Sulistyo, Fatmawati, et al., 2023). Lebih lanjut, perkembangan tersebut ternyata mampu merangsang pertumbuhan sektor bisnis (Fox & Swearingen, 2021). Beberapa peluang usaha seperti: akomodasi, biro perjalanan, kerajinan, transportasi hingga pelaku UMKM hadir sebagai dampak pariwisata (Aboul-Dahab & Saied, 2021; Arisanti & Sulistyo, 2025; Ristanti & Sulistyo, 2025). Melihat peluang yang begitu terbuka, perhatian perlu diberikan pemangku kebijakan dalam mendukung aktivitas pariwisata. Disisi lain, pelaku usaha perlu berfikir cerdas serta inovatif dalam menghasilkan strategi (Rogers, 1983; Sulistyo, Fatmawati, et al., 2022; Sulistyo, Danella, et al., 2023). Mereka tidak hanya berpangku tangan, namun juga perlu bereaksi melihat perubahan. Analisa lingkungan bisnis perlu diperkuat sebagai upaya bisnis menciptakan pengelolaan berkelanjutan.

Sektor pariwisata serta industri pendukung selalu menghadapi berbagai

perubahan. Salah satu fakta yang terjadi adalah hadirnya berbagai platform digital (Mulvey et al., 2020). Variasi media serta fungsi teknologi hadir guna mendukung penciptaan bisnis yang kompetitif. Situasi tersebut perlu dipandang sebagai peluang yang harus diraih. Pelaku usaha tidak lagi bergantung pada cara-cara klasik, namun mulai menggunakan cara yang lebih modern. Kejelian pelaku usaha dalam mengadopsi teknologi menjadi inovasi yang dilakukan. Beberapa studi menjelaskan, penggunaan teknologi memberikan banyak manfaat diantaranya: kemampuan jangkauan produk melalui pasar yang luas, menghadirkan strategi promosi menarik (Sulistyo, Suhartapa, et al., 2022), memperluas sebaran informasi, dan kemudahan pembayaran pengguna layanan (Kumar et al., 2021). Sudut pandang inovasi memberikan panduan perubahan positif secara masif dan berkala.

Adopsi teknologi dalam bisnis merupakan upaya pengelola menawarkan kemudahan bagi pengguna layanan. Berbagai penawaran diberikan bisnis seperti layanan *cash less* yang mampu memberikan daya tarik bagi konsumen. Upaya tersebut dianggap sebagai respon dari kebutuhan yang muncul. Inovasi pelayanan yang diberikan mendorong transaksi bisnis

menjadi lebih mudah serta meningkat (Abbu & Gopalakrishna, 2021; Druzhynina et al., 2020). Sistem pembayaran berbasis digital menjadi salah satu syarat ketika bisnis ingin masuk ke pasar online. Melihat dampak, serta kemudahan yang muncul, nyatanya adopsi teknologi belum dilakukan oleh sebagian pelaku usaha. Beberapa permasalahan muncul, seperti: minimnya literasi, pola pikir belum berkembang hingga berbagai keraguan terhadap kinerja teknologi. Mengacu beberapa hasil penelitian, sistem transaksi pembayaran digital mampu menghadirkan banyak dampak (Djamil & Sulisty, 2023; Salindri et al., 2022; Sulisty, Yudiandri, et al., 2022). Bisnis yang menggunakan transaksi digital mendapatkan kemudahan serta efisiensi waktu. Penelitian lain juga menegaskan, bisnis akan terbantu dengan penyusunan pelaporan keuangan serta menghindari dari tindakan kriminal (Almeida & Campos, 2021).

bisnis (Fatmawati & Sulisty, 2022; Rogers, 1983; Sulisty, Danella, et al., 2023; Sulisty, Fatmawati, et al., 2022). Pada akhirnya, peranan konsumen hadir dalam aktivitas bisnis yang dijalankan. Konsumen menjadi agen pemasaran yang menyebarkan hal-hal baik tentang bisnis. Transaksi keuangan yang mudah dapat menjadi salah satu tolak ukur. Merespon kebutuhan tersebut, berbagai lembaga keuangan berlomba memberikan kemudahan layanan transaksi keuangan. Pelaku usaha dapat memilih portal digital pembayaran yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Beberapa platform pembayaran seperti: *m-banking*, transfer dana hingga QRIS dapat menjadi pilihan. Banyaknya pilihan jenis transaksi pembayaran berbasis digital semakin lengkap dengan dukungan otoritas keamanan yang diberikan. Selain itu, banyaknya daya tarik promosi produk ketika menggunakan transaksi pembayaran digital menjadi salah satu rangsangan bagi pengguna (Mulvey et al., 2020). Model transaksi pembayaran digital tidak hanya diadopsi oleh usaha besar saja, namun juga dilevel UMKM. Dengan sistem birokrasi yang singkat, pengelolaan bisnis UMKM dapat merubah strategi dengan cepat. Fleksibilitas tersebut menjadi salah satu alasan mengapa mereka mampu bertahan pada situasi sulit (Junaidi, 2024; Sulisty, Yudiandri, et al., 2022). Disaat banyak bisnis bertumbangan, level UMKM eksis menjalankan usahanya. Berdasarkan data yang dirilis oleh Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah pelaku UMKM di Indonesia pada tahun 2024 mencapai lebih dari 65 juta unit (Waluyo, 2024). Dari jumlah tersebut sebanyak 40% diantaranya telah berada dalam lingkungan digital.

Sebagai salah satu daerah pariwisata, Kabupaten Mojokerto turut mengalami perkembangan signifikan. Berdasarkan data yang dirilis sebelumnya, perkembangan tersebut berdampak pada jumlah pelaku UMKM. Sektor UMKM



sumber: Antara News & Daiy (2025)

**Gambar 2.** Adopsi Digital Oleh UMKM

Penggunaan teknologi tidak hanya menjadi domain pelaku usaha saja, namun juga konsumen. Kebutuhan konsumen perlu ditangkap dan diperhitungkan oleh

mampu menjadi pendukung terciptanya pertumbuhan perekonomian (Adhitya, 2023; Aditya et al., 2020). Berbagai kebijakan dihasilkan sebagai upaya memperkuat sektor pariwisata serta UMKM. Potensi pariwisata di Mojokerto juga terlihat melalui aktivitas usaha yang ada di Desa Wisata Ketapanrame. Pengelolaan desa wisata ini mampu memberikan ruang bagi perkembangan sektor pariwisata dan pertumbuhan UMKM. Perhatian tersebut menjadikan desa wisata Ketapanrame secara kelembagaan mampu mendapat berbagai prestasi dan penghargaan (Admin, 2022). Mengacu pada sudut pandang instrumen pariwisata berkelanjutan, peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat perlu menjadi fokus. Pengelola desa wisata Ketapanrame mampu memberikan peluang bagi masyarakat untuk menjadi pelaku usaha dan berperan dalam upaya peningkatan kesejahteraan perekonomiannya. Berbagai program diimplementasikan oleh pengelola desa wisata sebagai upaya penguatan bisnis yang dijalankan. Dalam area digital, pelaku usaha diberikan pendampingan untuk dapat mengakses dan memiliki jenis transaksi berbasis digital. Penerapan tersebut menjadi strategi dalam memberikan penawaran yang menarik bagi wisatawan. Keberlanjutan pengelolaan bertujuan membangun interaksi dan mampu memenuhi kebutuhan. Penelitian lain menjelaskan jika penggunaan dan adopsi teknologi berdampak bagi terciptanya peluang dan pasar baru (Bolic et al., 2020; Djamil & Sulisty, 2023; Salindri et al., 2022).

Penelitian ini bertujuan membuka selubung implementasi pembayaran berbasis digital oleh pelaku UMKM. Penelitian ini akan memberikan kebaruan literasi serta informasi bagaimana keberlanjutan UMKM desa wisata dapat tercipta melalui adopsi teknologi digital. Studi ini penting dilakukan untuk

menyusun panduan serta pengelolaan transaksi berbasis digital yang dapat diikuti oleh pelaku UMKM lainnya. Penelitian ini tertuju pada pelaku usaha yang berada pada area desa wisata Ketapanrame

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian deskriptif kualitatif digunakan dalam studi ini. Skema penelitian tersebut akan mampu menjawab, menganalisa, dan menjelaskan temuan yang dihasilkan (Creswell, n.d.; Kusumawati & Sulisty, 2024; Setya et al., 2024). Penelitian ini akan membuka selubung penggunaan serta adopsi teknologi digital dalam transaksi pembayaran non tunai yang digunakan oleh para pelaku usaha.

Berdasarkan informasi pengelola desa wisata, jumlah pelaku usaha yang ada di desa wisata ketapanrame (sumber gempong dan taman ghanjaran) berjumlah 128 usaha. Dari jumlah populasi tersebut, sampel yang dipilih berdasarkan *tabel krejcie* sebanyak 97 pelaku usaha. Penentuan jumlah sampel juga diperkuat dengan persyaratan yang ditentukan. Beberapa kriteria yang digunakan, antara lain: 1) berskala mikro & kecil, 2) memiliki portal transaksi berbasis digital, dan 3) memiliki legalitas usaha. Penelitian ini menggunakan data primer yang diambil langsung dari objek penelitian. pelaku usaha yang memenuhi kriteria dipilih untuk menjadi responden dan dianalisa untuk mencapai tujuan riset.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan kuisisioner serta wawancara. Kuisisioner diberikan secara langsung kepada para pelaku usaha yang memenuhi kriteria dan persyaratan. Selain kuisisioner, pengumpulan data dalam studi ini juga menggunakan wawancara semi terstruktur (Firmansyah et al., 2023;

Izzi et al., 2024; Pramukti et al., 2024). Secara acak, pertanyaan pendukung diajukan sebagai penguat jawaban dari kuisioner responden. Waktu yang diperlukan untuk melakukan wawancara kurang lebih 60 menit untuk setiap informannya.

Penelitian ini menghasilkan data yang berisikan profil pelaku usaha serta penggunaan teknologi dalam transaksi berbasis digital. Data yang dihasilkan kemudian dianalisa secara kualitatif. *Interpretative Phenomenology Analysis* (IPA) digunakan untuk mengetahui informasi yang diberikan (Smith et al., 2009). Informan diberikan keleluasaan menjawab berdasarkan pengalaman yang dirasakan. Sebagai upaya menjaga kualitas data, teknik triangulasi digunakan dalam tahapan validasi data (Arisanti & Sulisty, 2025; Sulisty, Danella, et al., 2023). Jawaban yang diberikan informan tidak berasal dari satu sumber saja, namun juga berasal dari informan yang lainnya.

**III. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil analisa data yang dilakukan, terdapat informasi yang menggambarkan profil pelaku usaha. Jenis kelamin wanita mendominasi gender pelaku usaha sebanyak 58 orang atau 40,2%. Untuk rentang usia 30-40 tahun menjadi gender pelaku usaha terbanyak. Jenjang pendidikan pelaku usaha yang ada di desa wisata Ketapanrame didominasi oleh pelaku usaha dengan latar belakang pendidikan

sekolah menengah atas atau sebanyak 51,5%. Jenis produk produk usaha yang paling banyak ditawarkan adalah makanan dan minuman, atau sebanyak 82,3%. Sedangkan rata-rata pendapatan bulanan pelaku usaha, berada dikisaran 2-3 juta rupiah per bulan.

Berdasarkan analisa kuisioner yang dilakukan, diperoleh hasil jika responden memberikan jawaban dan nilai positif terhadap penggunaan transaksi berbasis digital. Sebanyak 72 orang pelaku usaha menyatakan jika transaksi berbasis digital merupakan suatu kebutuhan yang harus dipenuhi. Untuk instrumen kemudahan, sebanyak 60 responden menyatakan jika penggunaan transaksi berbasis digital dapat digunakan dan diterapkan dengan mudah. Meskipun implementasi transaksi berbasis digital memberikan dampak positif, namun sebanyak 79 pelaku usaha beranggapan terdapat potensi ancaman tindakan kriminal yang dapat dilakukan oleh orang tidak bertanggung jawab.

Kondisi tersebut menegaskan jika persepsi positif terhadap implementasi transaksi pembayaran digital sangat dibutuhkan. Namun demikian minimnya pengetahuan, keterampilan para pelaku usaha menghadirkan potensi bahaya. Peluang perkembangan teknologi dapat menjadi angin segar dalam penciptaan pengelolaan bisnis berkelanjutan. Pelaku usaha juga perlu memberi perhatian terhadap potensi ancaman yang hadir sewaktu-waktu.

Tabel 2. Indikator Penggunaan Aplikasi Transaksi Digital

Indikator	Skala				
	(STS)	(TS)	(N)	(S)	(SS)
Manfaat Implementasi Transaksi Digital:					
a. Meningkatkan Nilai Penjualan.	-	-	15	57	25
b. Efektivitas Pembayaran	-	-	5	30	62
c. Kebutuhan Transaksi	-	-	-	25	72
d. Dampak Penggunaan	-	-	47	29	21
Kemudahan:					

a. Aplikasi Transaksi Mudah Digunakan	-	-	-	<b>60</b>	37
b. Aplikasi Yang Fleksibel	-	-	24	35	<b>38</b>
c. Kegiatan Transaksi Mudah Diawasi	-	-	15	40	<b>42</b>
d. Aplikasi Mudah Dipelajari	-	-	12	<b>55</b>	30
Resiko:					
a. Potensi Kriminalitas	-	-	8	<b>79</b>	10
b. Kesalahan Prosedur	-	-	7	<b>55</b>	35
c. Pelaporan Usaha	-	-	35	<b>42</b>	20

Sumber: Data Primer Diolah 2024

Tabel 1. Profil Responden Penelitian

No	Profil	Jumlah	Presentase (%)
1	Jenis Kelamin:		
	a. Pria	39	59,8%
	b. Wanita	58	40,2%
2	Usia:		
	a. 20-30 tahun	15	15,5%
	b. 30-40 tahun	43	44,3%
	c. 40-50 tahun	25	25,8%
	d. > 50 tahun	14	14,4%
3	Pendidikan Terakhir:		
	a. Sekolah Dasar	10	10,4%
	b. SLTP	29	29,9%
	c. SLTA/ SMK	50	51,5%
	d. Diploma (1,2,3)	8	8,2%
	e. Sarjana	0	0%
	f. Magister	0	0%
	g. Doktor	0	0%
3	Produk Usaha		
	a. Makanan & Minuman	80	82,3%
	b. Kerajinan	5	5,3%
	c. Akomodasi Penginapan	12	12,4%
4	Pendapatan per bulan		
	a. 2-3 juta	70	72,2%
	b. 3-4 juta	15	15,4%
	c. >5 juta	12	12,4%
	<b>Total</b>	<b>97</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer Diolah 2024

Analisa kuisioner yang dilakukan dikuatkan dengan beberapa kutipan hasil wawancara. Beberapa pelaku usaha mendukung positif penggunaan teknologi dalam layanan transaksi berbasis digital:

*“Pembeli yang datang tidak menyiapkan uang tunai, jadi kami siapkan aplikasi QRIS untuk pembayaran” (R1, R2, R3, R4, R7, R10)*

*“Kami diarahkan memiliki QRIS, dan tidak menggunakan aplikasi lainnya” (R6, R8)*

*“Disini hanya ada QRIS, karena disediakan oleh salah satu bank, dan kami bekerjasama diprogram tersebut” (R5, R9)*

Teknologi berperan dalam membantu bisnis menyebarkan berbagai informasi produk yang dibutuhkan pasar (Yudiandri et al., 2024). Penyediaan layanan berbasis digital menjadi bukti jika bisnis berupaya memenuhi berbagai potensi kebutuhan yang muncul (Abbu & Gopalakrishna, 2021; Druzhynina et al., 2020). Nilai

transaksi yang meningkat, kemudahan dalam transaksi memainkan peran vital sebagai implementasi transaksi berbasis digital. Berbagai perkembangan dalam aktivitas berbasis digital menjadi tolak ukur strategi bisnis yang dijalankan. Inovasi dan respon bisnis terhadap perubahan, menghadirkan nilai lebih dalam persepsi konsumen (Rogers, 1983; Sulisty, Danella, et al., 2023; Sulisty, Fatmawati, et al., 2022).

Kehadiran teknologi dapat menjadi keuntungan yang harus diambil oleh bisnis. Namun demikian beberapa pihak masih berpendapat jika adopsi teknologi menghadirkan masalah baru. Minimnya pengetahuan serta kemampuan keuangan menjadi beberapa kendala yang muncul. Berdasarkan hasil analisa yang dilakukan, sebanyak 60 pelaku usaha setuju jika penggunaan teknologi dalam mendukung transaksi pembayaran digital sangat mudah digunakan. Lebih lanjut, sebanyak 38 pelaku usaha berpendapat sangat setuju jika aktivitas pembayaran berbasis digital menjadi transaksi fleksibel. Penggunaan pembayaran berbasis digital menjadi cara pelaku usaha melakukan pengecekan serta evaluasi transaksi. Sebanyak 42 pelaku usaha sangat setuju dan merasa terbantu dalam mengawasi catatan keuangan usaha yang mereka jalankan. Ketakutan pelaku usaha terhadap sulitnya penggunaan teknologi berbasis digital ternyata tidak terbukti. Sebanyak 55 pelaku usaha setuju jika adopsi teknologi dalam mendukung transaksi digital sangat mudah dipelajari. Hasil analisa data kuisioner tersebut juga diperkuat dengan beberapa kutipan hasil wawancara, antara lain:

*“Kami mendapat pendampingan dari BRI untuk dapat memiliki aplikasi” (R2, R4)*

*“Aplikasi QRIS mudah digunakan dan terkoneksi dengan bank lain” (R1, R7, R9)*

*“Sebelumnya, kami mencatat transaksi, setelah menggunakan aplikasi pembayaran bisa setiap saat melakukan cek” (R3, R6).*

*“Dengan QRIS kami terbantu” (R1, R3).*

*“Kami diajarkan bagaimana menggunakan QRIS” (R5, R8, R10).*

Pengelolaan bisnis bukan tanpa resiko, berbagai hal di lingkungan internal dan eksternal berpotensi menghadirkan masalah (Rogers, 1983; Sulisty, Danella, et al., 2023; Sulisty, Fatmawati, et al., 2022). Maraknya penggunaan teknologi dalam aktivitas bisnis, dapat menjadi celah yang dapat dimanfaatkan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Duplikasi aplikasi, transaksi pembayaran fiktif serta aktivitas lain yang merugikan dapat muncul (Xu et al., 2020). Pelaku usaha selalu dituntut meningkatkan pengetahuan mereka terhadap strategi dan kebijakan yang digunakan. Sebanyak 79 pelaku usaha sepakat dan setuju jika penggunaan transaksi pembayaran berbasis digital berpotensi menimbulkan tindakan yang merugikan. Oleh sebab itu pelaku usaha saling bekerjasama dan bertukar informasi terkait penggunaan aplikasi. Selanjutnya, bagi pelaku usaha pemula masih melakukan kesalahan prosedur dan faktor non-teknis lainnya. Situasi ini berdampak padatransaksi pembayaran yang tidak dapat dilakukan secara non tunai. Kondisi tersebut dirasakan oleh 55 pelaku usaha yang bermasalah dengan penggunaan aplikasi non tunai tersebut.

Berbagai kendala dilapangan, dapat dikoordinasikan dengan pengelola desa wisata serta lembaga keuangan yang berkompeten. Bisnis dapat melihat rekaman transaksi yang terjadi melalui aplikasi yang bisa mereka unduh. Dengan demikian pengawasan terhadap bisnis dapat dilakukan sewaktu. Penguatan hasil analisa tersebut

tergambar melalui kutipan hasil wawancara berikut:

“Penggunaan QRIS mengurangi peredaran uang palsu” (R3, R6, R8).

“Potensi transaksi palsu bisa terjadi” (R7, R9, R10).

“Awal penggunaan QRIS masih terkendala karena belum bisa digunakan, sekarang sudah lancar” (R1, R3)

“Catatan transaksi pembelian dapat kami lihat sewaktu-waktu” (R2, R4, R10)

“kami memiliki rekap sistem dan mencatat secara manual” (R8, R4, R9)

Pengelolaan bisnis dapat melakukan berbagai cara atraktif dalam menciptakan keberlanjutan. Mengacu kajian lembaga pengembangan dan kerjasama bisnis, penggunaan teknologi perlu dijadikan penguatan inovasi yang digunakan (OECD, 2020). Di era seperti sekarang ini, bisnis perlu beradaptasi terhadap berbagai perubahan. Pengguna produk dan layanan terbantu dengan kondisi tersebut. Namun demikian, para pelaku usaha perlu mempertimbangkan kembali teknologi yang digunakan agar sesuai dengan potensi pasar yang ada. Kesalahan bisnis dapat terjadi ketika strategi kurang tepat dengan implementasi serta tujuan yang ingin dicapai.

#### IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Perkembangan teknologi perlu disikapi dengan bijak oleh pelaku usaha. Hadirnya teknologi dapat diadopsi sebagai salah satu upaya menciptakan keberlanjutan. Hasil penelitian yang dilakukan terhadap implementasi transaksi berbasis digital oleh pelaku usaha mendapatkan persepsi positif. Beberapa instrumen digunakan dalam riset ini antara lain: manfaat penggunaan, kemudahan penggunaan serta resiko penggunaan. Manfaat serta kemudahan penggunaan dapat dijadikan panduan memperluas dan meningkatkan nilai transaksi penjualan. Disisi lain,

pelaku usaha perlu mempertimbangkan berbagai resiko yang muncul. Peningkatan pengetahuan serta keterampilan dapat dilakukan secara bertahap. Perkembangan teknologi tidak lagi dimaknai sebagai sebuah ancaman namun dapat digunakan sebagai kekuatan dan peluang bisnis dalam menciptakan keberlanjutan.

Pelaksanaan penelitian berikutnya dapat memperluas instrumen serta aplikasi yang digunakan. Disamping itu, penelitian berikutnya juga dapat menggunakan objek bisnis yang berada pada level kecil, menengah hingga besar serta aplikasi pembayaran lainnya.

#### V. DAFTAR PUSTAKA

- Abbu, H. R., & Gopalakrishna, P. (2021). Synergistic effects of market orientation implementation and internalization on firm performance: Direct marketing service provider industry. *Journal of Business Research*, 125, 851–863.  
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.06.004>
- About-Dahab, S. A.-E., & Saied, B. (2021). The influence of green human resources practices on sustainable performance in the Egyptian hotels. *International Journal of Customer Relationship Marketing and Management*, 12(4), 1–16. Scopus.  
<https://doi.org/10.4018/IJCRMM.2021100101>
- Adhitya, T. E. (2023, September 4). *Wow, UMKM Kota Mojokerto Jadi Penyumbang Pertumbuhan Ekonomi Kedua Terbesar*. <https://mojokerto.inews.id/>.  
<https://mojokerto.inews.id/read/341638/wow-umkm-kota-mojokerto-jadi-penyumbang-pertumbuhan-ekonomi-kedua-terbesar>

- Aditya, D., Ikka, N. D., & Deliya, E. (2020). Analisis Sikap Kosumen Dalam Membeli Produk Keripik Tela Ungu Merek Ganesa di Desa Claket Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto. *Jurnal Agrimas : Pengabdian Masyarakat Bidang Pertanian*, 4, 46–53.
- Admin. (2022, January 12). *Intip Penghargaan Yang Dianugerahkan Kepada BUMDes Mutiara Welirang, Mulai Tingkat Provinsi Hingga Nasional*. BUMDES Mutiara Welirang. <https://www.bumdesamutiarawelirang.com/2022/12/intip-penghargaan-yang-dianugerahkan-kepada-bumdes-ketapanrame.html>
- Almeida, S., & Campos, A. C. (2021). New avenues for business competitiveness: The case of a community of practice in the hotel sector. *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research*. Scopus. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-12-2020-0285>
- Arisanti, Y., & Sulisty, A. (2025). Analisa Strategis pada Industri Pendukung Pariwisata dalam Menciptakan Bisnis Berkelanjutan. *Jurnal Riset Ekonomi*, 4(4), 1019–1028.
- Bhaduri, K., & Pandey, S. (2019). Sustainable smart specialisation of small-island tourism countries. *Journal of Tourism Futures*, 6(2), 121–133. <https://doi.org/10.1108/JTF-01-2019-0010>
- Bolici, F., Acciarini, C., Marchegiani, L., & Pirolo, L. (2020). Innovation diffusion in tourism: How information about blockchain is exchanged and characterized on twitter. *TQM Journal*. <https://doi.org/10.1108/TQM-01-2020-0016>
- Creswell, J. H. (n.d.). *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset*. Pustaka Pelajar.
- Djamil, F. D., & Sulisty, A. (2023). Implementasi Virtual Reality Dalam Pemasaran Pariwisata (Studi Pada Taman Pintar Dan Play Both). *Journal of Information System Management (JOISM)*, 5(1), 33–39. <https://doi.org/10.24076/joism.2023v5i1>
- Druzhynina, V., Likhonosova, G., Lutsenko, G., & Kushal, I. (2020). Innovative technology in terms of socio-economic value diffusion: Accounting and analytical support. *European Journal of Sustainable Development*, 9(3), 476–489. <https://doi.org/10.14207/ejsd.2020.v9n3p476>
- Fatmawati, I., & Sulisty, A. (2022). Peningkatan Daya Saing Objek Wisata Berbasis Masyarakat melalui Strategi Digital Marketing. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat, Volume 6 No. 2*, 383–391. <https://doi.org/10.30595/jppm.v6i2.12400>
- Firmansyah, M. Z., Sulisty, A., & Soeroso, A. (2023). Analisis Fishbein Dalam Menciptakan Pengelolaan Pariwisata Berkelanjutan (Studi Pada Museum Kotagede). *Jurnal Ilmiah METANSI*, 7(1), 28–38. <https://doi.org/10.57093/metansi.v7i1.243>
- Fox, H. K., & Swearingen, T. C. (2021). Using a difference-in-differences and synthetic control approach to investigate the socioeconomic impacts of Oregon's marine reserves. *Ocean and Coastal Management*, 215. Scopus. <https://doi.org/10.1016/j.ocecoaman.2021.105965>

- Izzi, M. F., Sulisty, A., & Soeroso, A. (2024). Implementasi Analisis Fishbein Dalam Menciptakan Kepuasan Pengunjung Pada Objek Wisata Museum Sunan Giri. *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi*, 12(1), 33–44. <https://doi.org/10.33508/jrma.v12i1.1350>
- Junaidi, M. (2024, November 4). *Umkm Hebat, Perekonomian Nasional Meningkatkan*. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/curup/id/data-publikasi/artikel/2885-umkm-hebat,-perekonomian-nasional-meningkat.html>.
- Kumar, V., Nim, N., & Agarwal, A. (2021). Platform-based mobile payments adoption in emerging and developed countries: Role of country-level heterogeneity and network effects. *Journal of International Business Studies*, 52(8), 1529–1558. Scopus. <https://doi.org/10.1057/s41267-020-00346-6>
- Kusumawati, F. D., & Sulisty, A. (2024). Optimalisasi Green Human Resource Management Dalam Meningkatkan Kinerja Pengelolaan Bisnis Perhotelan (Sebuah Studi Literature). *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 4(2), 519–536. <https://doi.org/10.24127/diversifikasi.v4i2.5537>
- Mulvey, M. S., Lever, M. W., & Elliot, S. (2020). A Cross-National Comparison of Intragenerational Variability in Social Media Sharing. *Journal of Travel Research*, 59(7), 1204–1220. <https://doi.org/10.1177/0047287519878511>
- OECD. (2020, April 3). *OECD Tourism Trends and Policies 2020*. OECD Tourism Trends and Policies 2020. [https://www.oecd-ilibrary.org/urban-rural-and-regional-development/oecd-tourism-trends-and-policies-2020\\_6b47b985-en](https://www.oecd-ilibrary.org/urban-rural-and-regional-development/oecd-tourism-trends-and-policies-2020_6b47b985-en)
- Pramukti, R. T., Sulisty, A., & Soeroso, A. (2024). Analisis Sikap Wisatawan Dalam Menciptakan Pengelolaan Berkelanjutan (Studi Pada Pantai Mesra Gunungkidul). *Jurnal Ilmu Sosial Manajemen, Akuntansi dan Bisnis (JISMAB)*, 5(2), 215–228. <https://doi.org/10.47747/jismab.v5i2.1721>
- Ristanti, R., & Sulisty, A. (2025). Konsistensi Strategi Pemasaran dalam Mendukung Penciptaan Bisnis UMKM Berkelanjutan. *Jurnal Riset Ekonomi*, 4(4), 1065–1076.
- Rogers, E. (1983). *Diffusion of innovations* (3rd ed, p. 453). Free Press; Collier Macmillan.
- Salindri, Y. A., Sulisty, A., Annisa, R. N., Hadianto, F., & Arifkusuma, M. B. (2022). Pemberdayaan UKM YAD Blangkon Yogyakarta Melalui Pemasaran Berbasis Digital Sebagai Upaya Menembus Pasar Global. *Jurnal Inovasi dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, Vol.1No. 4, 41–46.
- Setya, A. D., Sulisty, A., & Christiatmani, M. (2024). Optimalisasi Layanan Guest Service Center Dalam Menciptakan Kepuasan Tamu (Studi Pada Gumaya Tower Hotel Semarang). *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 4(2). <https://doi.org/10.24127/diversifikasi.v4i2.5465>
- Smith, J., flower, P., & Larkin, M. (2009). *Interpretative Phenomenological Analysis: Theory, Method and Research* (Vol. 6, pp. 347–347). Routledge: Taylor and Francis group.

- <http://dx.doi.org/10.1080/14780880903340091>
- Sulistyo, A., Danella, D., & Susiyanto, S. (2023). Application of the Concept of Diffusion of Innovations in Tourism Support Business Sustainability (Study at Loempia Lanny Semarang). *Journal Majalah Bisnis & IPTEK*, 16(1), 82–96. <https://doi.org/10.55208/bistek.v16i1.364>
- Sulistyo, A., Fatmawati, I., & Nuryakin, N. (2022). Creating Sustainable Tourism Through Innovation (Digital-Based Marketing In The Tinalah Rural Tourism). *Proceedings of the International Academic Conference on Tourism (INTACT), Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 400–416. [https://doi.org/10.2991/978-2-494069-73-2\\_29](https://doi.org/10.2991/978-2-494069-73-2_29)
- Sulistyo, A., Fatmawati, I., & Nuryakin, N. (2023). Community-Based Village Management Independence in Effort to Create Sustainable Tourism (Panglipuran Tourism Village Phenomena). *E3S Web of Conf.*, 444(Sustainable Agriculture), 12. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202344401013>
- Sulistyo, A., Suhartapa, & Annisa, R. N. (2022). Pengaruh Narasi Produk Dan Foto Produk Terhadap Presepsi Kualitas Dan Minat Beli Wisatawan Melalui Portal Digital Agoda. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 9 No 2, 18–38. <https://doi.org/10.32477/jrm.v9i2.455>
- Sulistyo, A., Yudiandri, T. E., Ernawati, H., & Adiarto, A. (2022). Literasi Digital Pelaku UMKM Dalam Upaya Menciptakan Bisnis Berkelanjutan. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan APMD, Volume 1, No 2*, 87–103. <https://doi.org/10.47431/jkp.v1i2.197>
- Waluyo, D. (2024, September 4). *UMKM Indonesia Makin Kuat: Program Level Up 2024 Siap Dorong Digitalisasi Bisnis*. <https://indonesia.go.id/>. <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8587/umkm-indonesia-makin-kuat-program-level-up-2024-siap-dorong-digitalisasi-bisnis>
- Xu, Q., Cai, M., & MacKey, T. K. (2020). The illegal wildlife digital market: An analysis of Chinese wildlife marketing and sale on Facebook. *Environmental Conservation*, 47(3), 206–212. <https://doi.org/10.1017/S0376892920000235>
- Yudiandri, T. E., Sulistyo, A., Kusumawati, F. D., Sudanang, E. A., & Djamil. (2024). Kesiapan UKM Dalam Mengadopsi Layanan Pembayaran Berbasis Digital (Studi Pada Industri Pendukung Pariwisata). *Jurnal Sosial Ekonomi Humaniora*, 10(4), 614–624. <https://doi.org/10.29303/jseh.v10i4.417>