

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran pembayaran digital dalam mempengaruhi keputusan penjual dalam melakukan penjualan secara online di Indonesia. Pandemi COVID-19 menyebabkan menurunnya konsumsi rumah tangga di Indonesia, namun penggunaan digital payment terbukti dapat meningkatkan transaksi online dan memungkingkan para pelaku usaha untuk memperbesar jangkauan pasar mereka dan memungkinkan mereka beralih untuk melakukan penjualan secara online. Dalam penelitian ini, menggunakan pendekatan analitis Prosperity Score Matching (PSM). Adapun penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Data yang digunakan pada penelitian ini merupakan data cross-sectional yaitu jenis data yang dikumpulkan pada satu titik waktu dari banyak individu dari Digital Economy Household Survey (DEHS). Temuan dalam penelitian menyatakan bahwa digital payment berpengaruh positif terhadap keputusan penjualan dalam melakukan penjualan secara online di Indonesia. Variabel lainnya yang berpengaruh positif terhadap keputusan untuk berjualan secara online yakni education, location dan network fee. Sementara itu variabel yang berpengaruh negatif terhadap keputusan untuk berjualan secara online yakni age dan industry. Akan tetapi variabel gender dan financial network berdasarkan hasil penelitian ini dinyatakan tidak dapat berpengaruh terhadap keputusan untuk melakukan penjualan secara online.

Kata Kunci: COVID-19, Transaksi Online, Pembayaran Digital, Keputusan

Penjual