

## ABSTRAK

Transformasi digital menjadi langkah strategis yang semakin penting bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing bisnis. Salah satu bentuk transformasi tersebut adalah adopsi sistem pembayaran digital (*e-payment*) serta penguatan pengelolaan hubungan pelanggan (*Customer Relationship Management/CRM*). Pada sektor jasa seperti UMKM fotokopi di Kota Bandung, integrasi kedua strategi ini diyakini dapat mendukung perbaikan kinerja *supply chain management* (SCM).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi *e-payment* terhadap efisiensi operasional SCM, dengan CRM sebagai variabel mediasi. UMKM fotokopi dipilih sebagai objek penelitian karena mulai mengadopsi digitalisasi namun masih memiliki keterbatasan dalam pengelolaan proses bisnis secara efisien. Penelitian ini juga ingin mengungkap bagaimana CRM dapat memperkuat dampak penggunaan *e-payment* terhadap operasional UMKM.

Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis PLS-SEM. Sampel sebanyak 100 pelaku UMKM fotokopi yang telah menggunakan *e-payment* dipilih melalui *purposive* sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner berbasis skala Likert.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap CRM. CRM juga berpengaruh signifikan terhadap efisiensi operasional *supply chain*, serta terbukti memediasi hubungan antara *e-payment* dan efisiensi tersebut.

Temuan ini menunjukkan bahwa kombinasi strategi *e-payment* dan CRM dapat meningkatkan efisiensi operasional UMKM. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa integrasi digital dan pengelolaan pelanggan yang baik penting untuk memperkuat daya saing UMKM di era digital.

**Kata Kunci:** *e-payment*, *customer relationship management*, *supply chain management*, efisiensi operasional, UMKM, digitalisasi.