

Peran penggunaan *fintech* dan *e-commerce* dalam menunjang perkembangan UMKM

Desi Zulfatul Ulya, Ratna Fitri Astuti*, Sudarman, Sutrisno

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Mulawarman, Indonesia

*) Korespondensi (e-mail: ratna.fitri@fkip.unmul.ac.id)

Abstract

The use of digital technology such as fintech and e-commerce is growing and provides various conveniences for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in managing businesses. The increasing use of digital technology has a significant impact on the way MSMEs access financial services, market products, and reach consumers more broadly. The use of fintech can help MSME players manage financial transactions efficiently, while e-commerce opens up wider marketing opportunities without being limited to one region. The research was conducted to determine the effect of the use of fintech and e-commerce on the development of MSMEs. The study used a causal associative research type, with a quantitative approach. The number of samples used was 54 MSME players who work in Marimar. Data collection techniques were carried out by distributing questionnaires, while data analysis used multiple linear regression analysis techniques. Based on the results of the study, it is found that there is a partial and significant influence between the use of fintech and e-commerce on the development of MSMEs. The use of fintech and e-commerce simultaneously has a significant effect on MSME development variables.

Keywords: Fintech, E-Commerce, MSME Development.

Abstrak

Penggunaan teknologi digital seperti *fintech* dan *e-commerce* semakin berkembang dan memberikan berbagai kemudahan bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam mengelola usaha. Peningkatan penggunaan teknologi digital membawa dampak signifikan terhadap cara UMKM mengakses layanan keuangan, memasarkan produk, serta menjangkau konsumen secara lebih luas. Penggunaan *fintech* dapat membantu pelaku UMKM dalam mengelola transaksi keuangan secara efisien, sedangkan *e-commerce* membuka peluang pemasaran yang lebih luas tanpa terbatas dalam satu wilayah. Penelitian dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *fintech* dan *e-commerce* terhadap perkembangan UMKM. Penelitian menggunakan jenis penelitian asosiatif kausal, dengan pendekatan kuantitatif. Jumlah sampel yang digunakan adalah 54 pelaku UMKM yang bekerja di Marimar. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner, sedangkan analisis data menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan antara penggunaan *fintech* dan *e-commerce* terhadap perkembangan UMKM. Penggunaan *fintech* dan *e-commerce* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel perkembangan UMKM. Berdasarkan temuan penelitian diketahui bahwa pelaku usaha yang memanfaatkan penggunaan *fintech* dapat mempercepat proses pembayaran serta mengurangi risiko kehilangan uang. Penggunaan *e-commerce* juga turut membantu dalam memperluas pemasaran produk pelaku usaha sehingga meningkatkan jumlah konsumen melalui promosi dan diskon.

Kata kunci: Fintech, E-Commerce, Perkembangan UMKM

How to cite: Ulya, D. Z., Astuti, R. F., Sudarman, S., & Sutrisno, S. (2025). Peran penggunaan fintech dan e-commerce dalam menunjang perkembangan UMKM. *Journal of Economics Research and Policy Studies*, 5(2), 401–413. <https://doi.org/10.53088/jerps.v5i2.1907>



1. Pendahuluan

Perkembangan UMKM semakin terlihat sejak adanya peningkatan penggunaan teknologi, karena masyarakat memilih menggunakan teknologi untuk memesan barang tanpa harus mendatangi tempat usaha ketika ingin membeli sesuatu. Kemajuan digital dan UMKM memiliki hubungan erat karena hadirnya teknologi berbasis pemasaran dan pembayaran online dimanfaatkan pelaku usaha untuk meningkatkan penjualan. Menurut Ramaditya et al. (2020) pelaku UMKM mulai memanfaatkan teknologi digital sebagai alat transaksi bisnis saat memasuki pasar dengan menyediakan toko online yang efisien sehingga terjadi peningkatan penjualan bisnis UMKM. Perkembangan UMKM dengan memanfaatkan teknologi digital telah mengarahkan para pelaku usaha untuk memasarkan produk secara *online* dan melakukan transaksi dengan sistem pembayaran *online*.

Aplikasi pembayaran digital yang dapat menjadi solusi bagi UMKM yaitu *Financial Technology (FinTech)*. Menurut Kartika (2019) *fintech* menawarkan jasa keuangan yang memudahkan pelaku UMKM dalam melakukan transaksi penjualan. Penerapan *fintech* sebagai sarana transaksi digital dapat membuka peluang bagi UMKM untuk memperoleh keuntungan. Menurut Zarrouk et al. (2021) penggunaan *fintech* memperoleh perluasan akses pembayaran secara online sehingga meningkatkan pendapatan pelaku usaha. *Fintech* menawarkan kemudahan dalam proses pembayaran online sehingga banyak konsumen yang melakukan pembayaran langsung melalui aplikasi *fintech*.

Penggunaan *fintech* bagi pelaku UMKM dapat memberikan manfaat yaitu mengurangi kesalahan penghitungan transaksi. Menurut Kennedy dan Harefa (2018) pelaku UMKM yang menggunakan *fintech* dapat mengurangi risiko kesalahan dalam pencatatan transaksi keuangan. Penggunaan *fintech* dapat menghemat waktu dalam proses pencatatan dan pelaporan keuangan dibandingkan dengan metode manual. Menurut Dirwan dan Latief (2020:288) mengatakan bahwa pembayaran digital mampu memanjakan konsumennya karena pembayaran secara *online* dapat dilakukan dimanapun tanpa mengantri di depan kasir. Penggunaan *fintech* membuat transaksi menjadi lebih cepat dan efisien dibandingkan dengan pembayaran tunai.

Perkembangan UMKM tidak hanya dilihat dari sisi pembayaran digital akan tetapi juga dilihat dari sisi pemasaran secara online lewat aplikasi *e-commerce*. Menurut Mumtahana et al. (2017) bahwa *e-commerce* menjadi strategi yang bagus untuk memasarkan penjualan sehingga menghasilkan pendapatan. Penggunaan *E-commerce* menjadi media pemasaran secara digital untuk menjangkau konsumen dalam hal memperkenalkan dan menjual produk. Menurut Yusuf et al. (2021) *e-commerce* menjadi media promosi bagi penjual untuk menarik konsumen. Penggunaan *e-commerce* mendukung perkembangan usaha karena masyarakat memiliki ketergantungan dengan pembelian online menjadi sebuah kesempatan besar bagi para pelaku UMKM dalam mengadopsi *e-commerce*.

Pelaku UMKM di Samarinda ada yang sudah menggunakan *financial technology* dan *E-commerce*. Perkembangan UMKM yang diiringi dengan perkembangan

teknologi telah melahirkan inovasi-inovasi khususnya dalam teknologi finansial yang akan memenuhi kebutuhan masyarakat baik itu dalam pemberian akses layanan finansial serta pemrosesan transaksi Yuliarisa dan Yandari (2022) Salah satu UMKM yang dimaksud adalah “Marimar”, Manfaat yang diperoleh Marimar dari penggunaan *Financial Technology* dan *E-commerce* yaitu bisa membantu pelaku usaha dalam meningkatkan pendapatan. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha Marimar sudah tanggap mengadopsi teknologi yang semakin berkembang dimana penggunaan uang elektronik dan pembayaran digital sudah marak digunakan.

Berdasarkan data awal menunjukkan bahwa 53,3% pelaku usaha menyatakan kemudahan pembayaran melalui fintech membuat pembeli lebih banyak melakukan pembelian karena tidak perlu mengambil uang di ATM terlebih dahulu saat akan berbelanja. Terdapat 26,7% pelaku usaha yang menyatakan bahwa dengan adanya minimal pembayaran untuk menggunakan *fintech* sehingga para pembeli menambah makanan/minuman agar bisa membayar menggunakan *fintech* saat berbelanja. Namun, perlu diperhatikan juga bahwa terdapat 20% pelaku usaha yang menyatakan bahwa tidak adanya perbedaan antara sebelum dan sesudah menggunakan fintech sebagai alat pembayaran.

Menurut Wardani dan Darmawan (2020) perkembangan UMKM mendapatkan kemudahan dengan menggunakan pemasaran dan pembayaran melalui teknologi digital karena UMKM dapat menarik konsumen yang jaraknya jauh. Menurut Sudiatmika et al. (2020) pelaku UMKM dapat menggunakan *fintech* sebagai alat pembayaran digital dan *e-commerce* untuk mempromosikan produk usaha secara *online* sehingga dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan usaha. Berdasarkan teori diatas terdapat fenomena masalah dari hasil observasi awal yang peneliti lakukan kepada penjual UMKM di Marimar Samarinda yaitu 20% pelaku UMKM menyatakan tidak ada perbedaan antara sebelum dan sesudah menggunakan fintech sebagai alat pembayaran. 53,8% pelaku UMKM menyatakan selama menggunakan *e-commerce* terdapat peningkatan pendapatan tetapi tidak terlalu besar.

Penelitian dilakukan untuk mengukur besarnya perkembangan usaha yang dirasakan oleh UMKM sebagai dampak penggunaan *fintech* dan *e-commerce*. Penelitian harus dilakukan agar UMKM dapat melakukan evaluasi dari manfaat penggunaan teknologi dalam menjalankan usaha. Terdapat penelitian terdahulu yang berkaitan dengan Analisis Perkembangan UMKM Ditinjau Dari Penggunaan *Fintech* dan *E-commerce* yaitu berdasarkan hasil penelitian Hasyim dan Hasibuan (2022) mengatakan pemakaian *fintech* dan *e-commerce* sangat penting digunakan oleh para pelaku UMKM yang ada di Jakarta, Depok dan Tangerang dalam meningkatkan penjualan. Adapun hasil penelitian Rakib et al. (2023) mengatakan pemanfaatan *fintech* dan *e-commerce* sangat mempengaruhi perkembangan alternatif pembayaran dan kinerja bisnis toko *online* karena menyiapkan sistem berkualitas dengan pemberian layanan dilakukan secara cepat dan tepat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan *fintech* dan *e-commerce* terhadap perkembangan UMKM di Marimar Kota Samarinda.

2. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian asosiatif kausal. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode penelitian kuantitatif. Adapun yang menjadi lokasi penelitian adalah di Marimar Kuliner Samarinda tepatnya di Jl. Slamet Riyadi, Karang Asam Ilir, Kec. Sungai Kunjang, Kota Samarinda. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Januari sampai dengan Maret 2025. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM yaitu sebanyak 54 pedagang yang beroperasi di Marimar Samarinda. Metode *sampling total* digunakan ketika jumlah populasi relatif kecil, sehingga peneliti mengambil seluruh populasi yaitu sebanyak 54 pedagang untuk menjangkau seluruh populasi tanpa masalah signifikan terkait waktu atau sumber daya.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain kuesioner. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini yaitu alat ukur skala likert 4 poin. Uji validitas dilakukan dengan analisis korelasi item-total, sedangkan uji reliabilitas dilakukan menggunakan nilai Cronbach's Alpha. Hasil uji menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai validitas di atas r tabel yaitu 0,361 dan nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,6, sehingga instrumen dinyatakan valid dan reliabel. Jenis analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu penggunaan *fintech* (PF) dan penggunaan *e-commerce* (PE) terhadap variabel dependen yaitu perkembangan UMKM (PU). Adapun model sebagai berikut

$$PU = \beta_0 + \beta_1 PF + \beta_2 PE + e$$

PU adalah perkembangan UMKM, PF adalah penggunaan *fintech*, PE adalah penggunaan *e-commerce*, β_0 merupakan konstanta, β_1 dan β_2 adalah koefisien regresi masing-masing variabel bebas, dan e adalah *error term*.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil Penelitian

Tabel 1. Tingkat Penggunaan Fintech Pelaku Usaha Marimar

Skor Kelas	Kategori	Frekuensi	%
18-30	Sangat Rendah	-	-
31-44	Rendah	6	11,11
45-58	Tinggi	35	64,82
59-72	Sangat Tinggi	13	24,07
Jumlah		54	100

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa penggunaan *fintech* pelaku UMKM Marimar yaitu terkategori tinggi sebesar 64,82% dan sebesar 24,07% terkategori sangat tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar pelaku UMKM Marimar memiliki penggunaan *fintech* yang tinggi.

Tabel 2. Tingkat Penggunaan E-Commerce pelaku usaha Marimar

Skor Kelas	Kategori	Frekuensi	%
13-22	Sangat Rendah	-	-
23-32	Rendah	6	11,11
33-42	Tinggi	34	62,96
43-52	Sangat Tinggi	14	25,93
Jumlah		54	100

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa penggunaan *e-commerce* pada pelaku UMKM Marimar Samarinda yaitu terkategori tinggi sebesar 62,96% dan sebesar 25,93% terkategori sangat tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM Marimar Samarinda memiliki penggunaan *e-commerce* yang tinggi dalam meningkatkan penjualan dan memperluas usahanya.

Tabel 3. Tingkat Perkembangan UMKM pelaku usaha Marimar

Skor Kelas	Kategori	Frekuensi	%
15-25	Sangat Rendah	-	-
26-36	Rendah	2	3,71
37-48	Tinggi	39	72,22
49-60	Sangat Tinggi	13	24,07
Jumlah		54	100

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 3 tingkat perkembangan UMKM pada pelaku usaha Marimar Samarinda yaitu terkategori tinggi sebesar 72,22% dan sebesar 24,07% terkategori sangat tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa pelaku UMKM Marimar Samarinda memiliki perkembangan UMKM yang tinggi.

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Koefisien	Std. Error	t	Sig.
(Constant)	12,300	4,214	2,918	0,005
Penggunaan Fintech	0,394	0,093	4,220	0,000
Penggunaan E-Commerce	0,303	0,127	2,393	0,020
F	31,391			
Sig.	0,000			

Berdasarkan hasil analisis regresi tersebut dapat diketahui persamaan regresi linier berganda dengan perumusan dan penjelasan sebagai berikut:

$$PU = 12,300 + 0,394PF + 0,303PE$$

Berdasarkan nilai konstanta yang diperoleh sebesar 12,300 maka apabila variabel penggunaan *fintech*, penggunaan *e-commerce* adalah tetap, sehingga nilai perkembangan UMKM sebesar 12,300. (a) Berdasarkan nilai koefisien regresi pada variabel penggunaan *fintech* (PF) adalah 0,394. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap perubahan variabel penggunaan *fintech* (PF) akan berpengaruh positif terhadap perkembangan UMKM (PU) sebesar 0,394 dengan anggapan variabel penggunaan *e-commerce* (PE) adalah tetap. Nilai koefisien regresi bernilai positif menunjukkan pengaruh yang searah, artinya apabila variabel penggunaan *fintech* (PF) naik sebesar

satu-satuan, maka mempengaruhi peningkatan variabel perkembangan UMKM (PU) sebesar 0,394 dan sebaliknya. (b) Nilai koefisien regresi pada variabel penggunaan *e-commerce* (PE) diperoleh nilai sebesar 0,303 artinya setiap perubahan yang terjadi pada variabel penggunaan *e-commerce* (PE) akan berpengaruh positif terhadap perkembangan UMKM (PU) sebesar 0,303 dengan anggapan variabel penggunaan *e-commerce* (PE) tetap. Nilai koefisien pada regresi bernilai positif maka menunjukkan pengaruh yang searah. Hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel penggunaan *e-commerce* (PE) naik sebesar satu-satuan, maka akan mempengaruhi peningkatan variabel perkembangan UMKM (PU) sebesar 0,303 dan sebaliknya.

Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh penggunaan *fintech* dan penggunaan *e-commerce* terhadap perkembangan UMKM pelaku usaha Marimar Samarinda. Pengujian Hipotesis dalam penelitian ini terdiri dari uji signifikansi parsial (t), dan uji signifikansi simultan (F) yang akan dijelaskan sebagai berikut.

Uji Signifikansi Parsial (t)

- a. Penggunaan *Fintech* terhadap perkembangan UMKM. Hasil uji t untuk variabel perkembangan UMKM dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung = $4,220 > t$ tabel = $1,675$. Maka terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan antara penggunaan *fintech* terhadap perkembangan UMKM pelaku usaha Marimar Samarinda. Sehingga hasil tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.
- b. Penggunaan *E-Commerce* terhadap perkembangan UMKM. Hasil uji t untuk variabel penggunaan *e-commerce* dengan nilai signifikansi $0,020 < 0,05$ dan nilai t hitung = $2,393 > t$ tabel = $1,675$. Maka terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan antara penggunaan *e-commerce* terhadap perkembangan UMKM pelaku usaha Marimar Samarinda. Sehingga hasil tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

Uji Signifikansi Simultan (F)

Berdasarkan hasil perhitungan uji signifikan simultan (F) diperoleh tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung = $31,391 > F$ tabel = $3,18$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel penggunaan *fintech* dan penggunaan *e-commerce* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel perkembangan UMKM. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3.2 Pembahasan

Penggunaan *Fintech* dan Perkembangan UMKM

Berdasarkan hasil uji t yang diperoleh menunjukkan adanya pengaruh secara parsial dan signifikan antara penggunaan *fintech* terhadap perkembangan UMKM pelaku usaha Marimar Samarinda. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan Mu'min et al. (2022) yang mengemukakan bahwa penggunaan *fintech* dapat mempengaruhi perkembangan UMKM dikarenakan kehadiran *fintech* membantu proses jual beli agar menjadi lebih mudah bagi konsumen dalam melakukan transaksi di mana saja dan

kapannya saja. Hasil tersebut juga didukung Mikrad et al. (2022) yang mengemukakan bahwa penggunaan *fintech* berpengaruh positif dalam mendorong perkembangan UMKM karena mempermudah proses transaksi para pelaku UMKM untuk menunjang usahanya.

Penggunaan *fintech* pada pelaku UMKM Marimar dapat dilihat dari persebaran tingkat penggunaan *fintech* yang menunjukkan sebanyak 64,82% atau sebanyak 35 pelaku UMKM Marimar memiliki tingkat penggunaan *fintech* terkategori tinggi dan sebanyak 24,07% atau sebanyak 13 pelaku UMKM Marimar terkategori sangat tinggi. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *fintech* dapat membantu pelaku UMKM di Marimar lebih mudah mendeteksi kecurangan atau kesalahan karena semua transaksi tercatat secara otomatis. Kemudahan transaksi tersebut membuat pelaku UMKM menyediakan berbagai metode pembayaran digital, sehingga konsumen menjadi lebih sering melakukan transaksi digital dibandingkan pembayaran tunai. Aditya (2023:160) mengemukakan bahwa penggunaan *fintech* memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dalam proses penjualan dengan menyederhanakan transaksi keuangan bagi konsumen dan mampu meminimalkan risiko penipuan.

Pelaku UMKM Marimar lebih yakin bahwa pembayaran tercatat dengan benar melalui alat pembayaran *fintech*. Hal tersebut dapat ditunjukkan dari pelaku UMKM yang menyediakan metode pembayaran digital seperti transfer, *e-wallet* dan Qris untuk memudahkan pelanggan membayar produk. Pradana et al. (2022) menyatakan penggunaan *fintech* sangat membantu dalam penjualan bagi pelaku usaha karena memudahkan transaksi keuangan untuk konsumen. Namun masih ada kekhawatiran bagi pelaku usaha dimana dengan menggunakan *fintech* seharusnya tidak perlu menyiapkan uang kembalian, pada kenyataannya masih belum terlaksana dengan baik. Kondisi tersebut terjadi karena tidak sepenuhnya pembayaran berasal dari transaksi digital sehingga UMKM masih belum bisa sepenuhnya lepas dari ketergantungan terhadap uang tunai.

Pelaku usaha merasakan kemudahan saat menggunakan *fintech* karena uang hasil penjualan langsung masuk ke rekening tanpa harus pergi ke bank sehingga dapat menghemat biaya transportasi. Hal tersebut membuat pelaku usaha memanfaatkan *fintech* untuk menghemat biaya sehingga dapat meningkatkan efisiensi maupun produktivitas dalam menjalankan usahanya. Rahayu et al. (2024) mengatakan bahwa pemanfaatan *fintech* dapat mempermudah pemantauan kondisi keuangan suatu usaha serta membantu menyederhanakan dalam transaksi keuangan agar lebih efisien dan praktis. Pelaku UMKM Marimar semakin terbiasa dan nyaman dalam menggunakan layanan *fintech* untuk mendukung aktivitas usaha.

Saat menggunakan *fintech* pelaku usaha juga dapat mengurangi risiko kesalahan dalam menghitung uang pelanggan. Hal tersebut akan berdampak kepada adanya peningkatan pendapatan usaha dikarenakan minimnya kehilangan uang akibat salah hitung penjualan. Herdinata (2020:25) mengatakan bahwa penggunaan *fintech* sebagai penerapan teknologi inovatif menjadi potensi besar dalam menyelesaikan

solusi permasalahan transaksi keuangan. Pencatatan otomatis yang tersedia dalam fitur *fintech* memudahkan pelaku usaha untuk memantau arus kas dengan lebih akurat sehingga meminimalkan risiko kesalahan perhitungan yang sering terjadi dalam metode manual.

Penggunaan E-Commerce dan Perkembangan UMKM

Berdasarkan hasil uji menunjukkan adanya pengaruh secara parsial dan signifikan antara penggunaan *e-commerce* terhadap perkembangan UMKM pelaku usaha Marimar Samarinda. Hasil penelitian ini sejalan dengan Sahrul dan Nuringsih (2023) yang mengemukakan bahwa penggunaan *e-commerce* berpengaruh positif terhadap peningkatan kinerja UMKM sehingga berdampak pada peningkatan penjualan. Kinerja UMKM memiliki kesamaan dengan perkembangan UMKM, karena usaha yang memiliki kinerja baik cenderung lebih berkembang dalam jangka panjang. Penggunaan *e-commerce* pada pelaku UMKM Marimar dapat dilihat dari persebaran tingkat penggunaan *e-commerce* yang menunjukkan sebanyak 62,96% atau sebanyak 34 pelaku UMKM Marimar memiliki tingkat penggunaan *e-commerce* terkategori tinggi dan sebanyak 25,93% atau sebanyak 14 pelaku UMKM Marimar terkategori sangat tinggi.

Pelaku usaha dapat menjangkau konsumen yang tidak dapat datang ke toko fisik dengan menggunakan aplikasi *e-commerce*. Hal tersebut menyebabkan pelaku usaha memanfaatkan platform *e-commerce* untuk memasarkan produk usahanya secara lebih luas. Novida et al. (2019:21) mengungkapkan bahwa dengan menggunakan *e-commerce* dapat menjadi solusi bagi pertumbuhan UMKM karena menyediakan fasilitas yang mendukung pelaku usaha dalam mengembangkan inovasi serta meningkatkan kualitas dalam memasarkan produk usahanya. Maka dari itu, penggunaan *e-commerce* di kalangan UMKM Marimar akan terus berkembang sehingga dapat beradaptasi dengan perubahan tren pasar serta meningkatkan keberlanjutan usaha.

Pelaku usaha Marimar dapat memanfaatkan *e-commerce* sebagai sarana promosi yang efektif untuk memperkenalkan produk usahanya. Promo atau diskon yang ditampilkan di *e-commerce* membantu pelaku usaha mencapai target penjualan dengan lebih cepat. Sebagai hasilnya pelaku usaha merasa pendapatan usaha menjadi meningkat sejak menggunakan *e-commerce* untuk memasarkan produk. Irawan et al. (2023) mengungkapkan bahwa penggunaan *e-commerce* merupakan pergeseran aktivitas penjualan ke media online, yang kini semakin banyak dimanfaatkan oleh pelaku usaha sebagai strategi untuk meningkatkan pendapatan. Platform *e-commerce* tidak hanya menjadi tempat transaksi, tetapi juga berperan penting dalam kegiatan promosi yang mampu mendorong peningkatan penjualan.

Melalui *platform e-commerce*, pelaku usaha Marimar dapat menampilkan informasi harga diskon secara cepat kepada konsumen, memperbarui informasi stok produk, serta meningkatkan kualitas produk karena adanya *feedback* dari pelanggan melalui *e-commerce*. Akibatnya pelaku usaha merasa adanya pertumbuhan jumlah konsumen di platform digital sebagai dampak dari peningkatan layanan dan promosi. Fahrial

(2022:123) mengemukakan bahwa dengan memanfaatkan *e-commerce* dapat memberikan beragam kemudahan bagi pemasar, khususnya dalam berinteraksi dengan konsumen, menyampaikan informasi lebih cepat, memahami kebutuhan pelanggan dengan baik, serta mendukung pertukaran ide, produk, dan layanan guna memenuhi permintaan pasar. Dengan demikian, penggunaan *e-commerce* memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dalam berkomunikasi dengan pelanggan.

Pelaku usaha dapat memberikan informasi terbaru melalui *e-commerce* sehingga pelanggan akan terus berbelanja bahkan lebih mudah mendapatkan pelanggan tetap karena interaksi yang lebih konsisten. Maka dari itu, pelaku usaha berhasil menarik lebih banyak konsumen untuk melakukan transaksi karena adanya promosi produk. Abdurohim (2023:58) mengemukakan bahwa penggunaan *e-commerce* merujuk pada pemanfaatan media digital atau media sosial sebagai sarana untuk menyampaikan informasi mengenai produk yang ditawarkan, sehingga akan terjadi transaksi secara *online*. Hal tersebut menunjukkan bahwa adanya peningkatan kepercayaan konsumen dalam bertransaksi secara online akan berdampak pada bertambahnya kuantitas penjualan.

Penggunaan *Fintech* dan Penggunaan *E-Commerce* terhadap Perkembangan UMKM

Berdasarkan hasil uji F dapat disimpulkan bahwa variabel penggunaan *fintech* dan penggunaan *e-commerce* secara simultan berpengaruh terhadap perkembangan UMKM. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan Hambali et al. (2024) bahwa *fintech* dan *e-commerce* berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM, yang sejalan dengan temuan penelitian ini bahwa *fintech* dan *e-commerce* turut berkontribusi dalam perkembangan UMKM. Penelitian lain yang dilakukan Zuliyati (2021:187) menyatakan bahwa *e-commerce* berperan signifikan dalam meningkatkan keuangan inklusif UMKM berbasis *fintech* di Kabupaten Kudus.

Lama usaha pelaku UMKM Marimar telah memberikan dampak kepada perkembangan UMKM, dimana pemahaman pelaku usaha Marimar terhadap pasar dan kebutuhan konsumen menjadi semakin meningkat. Aprila et al. (2023) mengemukakan bahwa semakin lama sebuah usaha berjalan maka semakin banyak pengalaman yang dimiliki oleh pelaku usaha, baik dalam pemasaran maupun pengelolaan keuangan sehingga berdampak kepada perkembangan usahanya. Seiring bertambahnya usia usaha, pelaku UMKM juga cenderung lebih terbuka terhadap inovasi dan adaptasi teknologi, termasuk dalam penggunaan *fintech* dan *e-commerce*. Lama penggunaan *fintech* menjadikan pelaku UMKM lebih mahir dalam mengelola keuangan secara digital. Sementara itu, penggunaan *e-commerce* dalam jangka waktu yang lama juga meningkatkan efisiensi penjualan.

Penggunaan *fintech* dan *e-commerce* membantu pelaku UMKM Marimar menjadi lebih efisien saat melayani konsumen dan membantu menjaga interaksi yang konsisten sehingga memudahkan dalam memperoleh pelanggan tetap. Maka dari itu, pelaku UMKM Marimar menggunakan sistem teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas kerja. Tasman et al. (2021) mengemukakan bahwa perkembangan

UMKM bisa terjadi karena adanya strategi dalam mengembangkan pemasaran dengan menggunakan teknologi sehingga memudahkan suatu bisnis usaha dijalankan secara online. Efisiensi layanan dan peningkatan hubungan dengan pelanggan yang ditingkatkan oleh pelaku UMKM menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi secara efektif dapat memperlancar aktivitas usaha.

Pelaku usaha yang memanfaatkan penggunaan *fintech* dan *e-commerce* dapat lebih mudah untuk mendeteksi kesalahan karena semua transaksi tercatat otomatis sehingga terdapat peningkatan kepercayaan konsumen yang dapat diketahui melalui testimoni pelanggan yang ditampilkan secara terbuka. Mardhiyaturrositaningsih et al. (2024) mengungkapkan bahwa pemilik UMKM kerap menghadapi kendala dalam mengelola pesanan pelanggan serta bagaimana merancang strategi guna meningkatkan pendapatan. Hal tersebut memberikan dampak bagi pelaku UMKM dalam mencari solusi atas tantangan dalam pengelolaan dan strategi yaitu dengan memanfaatkan teknologi untuk mengurangi kesalahan dan meningkatkan kepercayaan.

Pelaku UMKM Marimar yang menggunakan *e-commerce* dapat menjangkau konsumen dari berbagai wilayah tanpa terbatas pada toko fisik. Maka dari itu, pelaku UMKM juga memerlukan berbagai metode pembayaran dengan menggunakan *fintech* seperti transfer, *e-wallet* dan QRIS untuk memudahkan pelanggan membayar produk. Sudrartono et al. (2022) menjelaskan bahwa perkembangan UMKM mencerminkan kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mempertahankan dan mengembangkan usahanya. Dengan mengadopsi sistem digital, pelaku UMKM dapat memperluas jangkauan pasar dan menyediakan berbagai pilihan pembayaran yang memudahkan konsumen, sehingga dapat meningkatkan keuntungan secara maksimal.

Pelaku UMKM Marimar dengan memanfaatkan penggunaan *fintech* dan *e-commerce* dapat mempercepat proses pembayaran dibandingkan metode tunai sehingga membantu pelaku UMKM untuk menyampaikan informasi harga diskon secara cepat kepada konsumen. Sebagai hasilnya pelaku UMKM mendapatkan peningkatan jumlah transaksi dari konsumen yang memanfaatkan teknologi digital untuk melakukan pembelian secara online. Hasil tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan Januardin (2021:12) yang mengatakan bahwa penggunaan teknologi digital dengan menggunakan *fintech* dan strategi pemasaran dengan memanfaatkan *e-commerce* menjadi faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa penggunaan *fintech* oleh pelaku UMKM memberikan dorongan bagi pelaku usaha untuk meningkatkan daya saing sekaligus mendorong pertumbuhan usaha secara berkelanjutan. Pelaku usaha memperoleh berbagai kemudahan, seperti mempercepat proses transaksi, mengurangi ketergantungan pada uang tunai, serta meningkatkan efisiensi operasional dan keamanan dalam bertransaksi. Selain itu penggunaan *e-commerce* pada pelaku usaha juga dapat berperan dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan

efisiensi transaksi, serta memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dalam memasarkan produk secara digital. Semakin tinggi penggunaan *fintech* dan penggunaan *e-commerce* di kalangan pelaku UMKM, maka semakin besar pula potensi perkembangan usaha dalam menghadapi persaingan bisnis dan mempertahankan usaha dalam jangka panjang.

Pelaku UMKM diharapkan dapat menggunakan *fintech* secara keseluruhan dalam pengelolaan keuangan sehingga tidak lagi menggunakan perhitungan ataupun pencatatan secara manual. Penelitian selanjutnya dapat dikembangkan dengan menambahkan variabel lain yang mempengaruhi perkembangan UMKM, seperti kualitas SDM, modal usaha, dan inovasi produk.

Referensi

- Abdurohman, A., Siahaan, A., Anisah, H., Anggraini, N., Widyastuti, H., & Yuliani, R. (2023). *E-Commerce*. Eureka Media Aksara.
- Aditya, W. (2023). *Kewirausahaan Dan UMKM Di Era Digital 4.0.: Indonesia Perspective 2023*. Purbalingga: Eureka.
- Aprila, D., Andriani, W., & Ananto, R.P. (2023). Financial Management of Nagari Owned Enterprises (Bumnag) And Its Impact on Community Welfare. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 16(2). <https://doi.org/10.30813/jab.v16i2.4461>
- Dirwan, & Latief, F. (2020). Aspek yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Uang Digital di Kota Makassar. *Jurnal Mirae Management*, 6(1), 2888-298. <https://doi.org/10.37531/mirai.v5i3.748>
- Fahrial, F. (2022). *UMKM Digital: Konsep, Strategi dan Dinamika*. Yogyakarta: Madani Berkah Abadi.
- Hambali, H. R., Nendissa, S. J., Mayndarto, E. C., Djibran, M. M., & Dinsar, A. (2024). Pengaruh Fintech Dan Ecommerce Terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(2), 1-17. <https://doi.org/10.29040/jie.v8i2.12883>
- Hasyim, T. M., & Hasibuan, D. R. (2022). Analisis Peranan Fintech Dan E-Commerce Terhadap Perkembangan UMKM. *Keunis*, 10(2), 19–28. <https://doi.org/10.32497/keunis.v10i2.3490>
- Herdinata, C., & Pranatsari, F.D. (2020). *Kajian Dan Solusi Manajemen Berbasis Riset Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Irawan, B., Sani, I., Febrian, W. D., Setiawan, Z., Abdullah, A., Wasil, M., & Harinie, T. (2023). *Konsep Dasar E-Business*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Januardin, J. (2021). *Pengembangan UMKM*. Universitas Prima Indonesia Press.
- Kartika, R. (2019). Analisis Peer to Peer Lending di Indonesia. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 11(2), 75–86. <https://doi.org/10.35457/akuntabilitas.v11i2.902>
- Kennedy, J., & Harefa, A. A. (2018). The Financial Technology, Regulation and Banking Adaptation In Indonesia. *Fundamental Management Journal*, 3(1), 1–11. <https://doi.org/10.33541/fjm.v3i1.715>

- Mardhiyaturrositaningsih, M., Maulana, R., Alkhusna, M., Maharani, N. P., Taqi, M. A., Dina, H. R., Irnaeni, I., Pratama, A. R., Shofia, W. N., Fitriani, F., Rahmawati, E., Khusna, M. F., Yuliani, L. H., Ihsan, M. Y., Anggraeni, L., & Rahmadina, A. (2024). *Membangun ekonomi desa: Pengembangan kompetensi dan inovasi UMKM*. Minhaj Pustaka.
- Mikrad, M., Budi, A., & Indah Fitriana, A. (2022). Perkembangan Umkm Dengan Financial Technology Dan Digital Marketing Sebagai Variabel Prediktor. *Digital Business Journal*, 1(1), 14-25. <http://dx.doi.org/10.31000/digibis.v1i1.6599>
- Mu'min, R., Ode, W., & Rais, M. (2022). Pengaruh Inovasi Financial Teknologi Masyarakat Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Kota Baubau Tahun 2021, *Entries: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 4(1), 156-175.
- Mumtahana, H., Nita, S., & Winerawan Tito, A. (2017). Pemanfaatan Web E-Commerce untuk meningkatkan strategi pemasaran. *Khazanah Informatika: Jurnal Ilmu Komputer dan Informatika*, 3(1), 6-15. <https://doi.org/10.23917/khif.v3i1.3309>
- Novida, I., Hudaa, S., & Agustina, Y. (2019). Penulisan Kreatif Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Dekorasi Rumah Dalam Era Digital (Strategi Pemasaran Daring). *JCES (Journal of Character Education Society)*, 2(2), 18–27. <https://doi.org/10.31764/jces.v2i2.1487>
- Pradana, A. F., Lusiana, F., & Khairunnisa, A. (2022). Aplikasi FINTAR (Fintech Task Force) Sebagai Upaya Optimalisasi Pengawasan Industri Financial Technology Berbasis Digital untuk Perlindungan Nasabah. *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE)*, 2(6), 185-196.
- Rahayu, T., Shofa, I., & Udin, A.F. (2024). *Buku Bahan Ajar Manajemen Investasi dan Manajemen Resiko*. Eureka Media Aksara
- Rakib, M., Arafah, S., & Sanusi, D. A. (2023). *Teknologi Finansial, E-Commerce, Perkembangan Alternatif Pembayaran dan Kinerja Bisnis Toko Online: Suatu Kajian pada Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 87-95. <https://doi.org/10.26740/jpak.v11n1.p87-95>
- Ramaditya, M., Effendi, S., Faruqi, F., & Darmawan, A. (2020). Pelatihan Kewirausahaan Kreatif Berbasis Manajemen Pemasaran Digital bagi UMKM Di Wilayah Rawamangun. *Journal of Sustainable Community Development*, 2(1), 48–54. <https://doi.org/10.32924/jscd.v2i1.13>
- Sahrul, E. A., & Nuringsih, K. (2023). Peran E-Commerce, Media Sosial Dan Digital Transformation Untuk Peningkatan Kinerja Bisnis UMKM. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 286–299. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v7i2.23293>
- Sudiatmika, A., Ayu, P., & Purwanti, P. (2020). The Effect of Fintech Transactions, E-Commerce, and Human Resources Quality on the Competitiveness of Small Medium Apparel Industries in Denpasar City. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 4(3), 184-192.
- Sudrartono, T., Nugroho, H., Yudawisastra, H., Amaria, H., & Sudirman, A. (2022). *Kewirausahaan UMKM Di Era Digital*. Bandung: Penerbit Widina.
- Tasman, T., Musannip Efendi Siregar, Z., & Fitri Nasution, M. (2021). The Influence of Work Environment, Promotion, and Job Satisfaction on Employee Performance.

Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal), 4(3), 4026-4031. <https://doi.org/10.33258/birci.v4i3.2170>

Wardani, A., & Darmawan, N. (2020). Peran Financial Technology pada UMKM: Peningkatan Literasi Keuangan Berbasis Payment Gateway. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 10(2), 170–175. <https://doi.org/10.23887/jiah.v10i2.25947>

Yuliarisa, Y., & Yandari, A. D. (2022). Analisis Perkembangan Tingkat Literasi Keuangan Pengguna Fintech Pada Pelaku Usaha Mikro di Kabupaten Sumenep (Studi Kasus Usaha Mikro Pengguna Fintech Payment ShopeePay Dan Ovo). *Performance: Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 12(1), 63-71. <https://doi.org/10.24929/feb.v12i1.1609>

Yusuf, S., Yaacob, A., & Gan, J. L. (2021). The Role Of Online Consumer Review, Social Media Advertisement And Influencer Endorsement On Purchase Intention Of Fashion Apparel During Covid-19. *Journal of Content, Community and Communication*, 14(7), 17–33. <https://doi.org/10.31620/JCCC.12.21/03>

Zarrouk, H., Ghak, T. El, & Bakhouché, A. (2021). Exploring economic and technological determinants of fintech startups' success and growth in the United Arab Emirates. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 1–24. <https://doi.org/10.3390/joitmc7010050>

Zuliyati, Z., Triyanto, A., Retno, D., Handayani, T., Wiwit, Z., & Handayani, R. T. (2021). Peranan E-Commerce dalam Meningkatkan Daya Saing Keuangan Inklusif UMKM di Kabupaten Kudus yang Berbasis Fintech. *Jurnal Akuntansi Indonesia* 10(2), 187-199. <http://dx.doi.org/10.30659/jai.10.2.187-199>