Journal of Science and Social Research ISSN 2615 – 4307 (Print)
October 2026, IX (4): 9568 – 9572 ISSN 2615 – 3262 (Online)
Available online at http://jurnal.goretanpena.com/index.php/JSSR

PENGARUH FINTECH TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA UMKM SEKTOR KULINER DI KOTA MEDAN

Agustina Silaban[1], Yeni Ariesa[2]
Universitas Prima Indonesia, Medan
e-mail: yeniariesa@unprimdn.ac.id

Abstract: *Digital payment has become a common alternative for transactions among small food business, yet its benefits are not the same for every business owner. This study aims to examine the effect of ease of use, transaction speed, security, and digital financial literacy on sales improvement among culinary micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Medan City. A quantitative approach was applied to 100 culinary MSME owners selected through purposive sampling. Data were collected using an online Likert-scale questionnaire and analyzed with PLS-SEM using SmartPLS 4. The results show that all four variables have a positive and significant effect on sales improvement, with path coefficients between 0.222 and 0.243 and p-values below 0.05. The R2 value of 0.456 indicates that the model explains 45.6% of the variance in sales improvement. These findings suggest literacy, are associated with better sales performance among culinary MSMEs.*

Keywords: *Fintech; MSMEs; Sales; Digital Security; Financial Literacy.*

Abstrak: Pembayaran digital kini menjadi alternative transaksi yang lazim bagi pelaku usaha makanan dan minuman skala kecil, tetapi manfaatnya belum tentu sama pada setiap pelaku usaha. Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, keamanan, dan literasi keuangan digital terhadap peningkatan penjualan UMKM kuliner di Kota Medan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif pada 100 pelaku UMKM kuliner yang dipilih dengan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring berskala Likert dan dianalisis dengan PLS-SEM menggunakan SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan, dengan koefisioen jalur 0,222 sampai 0,243 dan p-value dibawah 0,05. Nilai R2 sebesar 0,456 berarti model mampu menjelaskan 45,6% variasi peningkatan penjualan. Hal ini menunjukkkan bahwa layanan fintech yang mudah , cepat, dan aman, disertai literasi keuangan digital yang memadai, berkaitan dengan peningkatan penjualan pada UMKM kuliner.

Kata kunci: Fintech; UMKM; Penjualan; Keamanan Digital; Literasi Keuangan.

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) berperan penting dalam perekonomian daerah karena berkaitan langsung dengan perdagangan, penyerapan tenaga kerja, dan pendapatan masyarakat. Pada sektor kuliner, perkembangan itu tampak dari makin beragamnya usaha makanan dan minuman. Seiring dengan itu, cara konsumen membayar ikut berubah: transaksi yang dahulu didominasi uang tunai kini makin sering dilakukan melalui berbagai kanal pembayaran digit.

Perubahan tersebut mendorong pelaku UMKM menyesuaikan proses transaksinya. *Financial technology* (*fintech*) menjadi salah satu sarana yang banyak dipakai, antara lain QRIS, dompet digital, dan mobile banking. Bagi usaha kuliner, layanan ini membuat pembayaran lebih praktis dan memberi pelanggan lebih banyak pilihan. BPS mencatat

ekonomi Indonesia pada triwulan I tahun 2025 tumbuh 4,8% secara tahunan, dan kondisi yang relatif stabil ini dapat mendukung pemanfaatan layanan keuangan berbasis teknologi. Bank Indonesia (2023) juga melaporkan bahwa pengguna QRIS terus bertambah dan UMKM termasuk kelompok pengguna yang banyak memanfaatkannya. Artinya, pembayaran digital sudah menjadi bagian dari aktivitas dagang dan tidak lagi sekadar fasilitas tambahan.

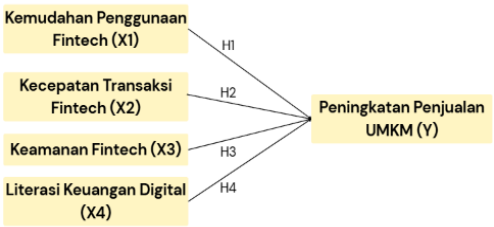
Meskipun demikian, penggunaan *fintech* belum tentu memberi hasil yang sama bagi setiap pelaku usaha. kemampuan memahami teknologi, tingkat literasi keuangan digital, anggapan tentang keamanan, dan pengalaman memakai layanan digital dapat mempengaruhi seberapa jauh *fintech* dimanfaatkan. Sebagian pelaku UMKM masih terbatas pemahamannya tentang layanan keuangan digital, dan kekhawatiran terhadap keamanan data maupun transaksi juga masih ada (Patricia et al., 2026). Penilaian atas kemudahan dan kecepatan transaksi pun bisa berbeda dari satu pengguna ke pengguna lain. Di Kota Medan, usaha kuliner hadir dalam banyak bentuk, mulai dari warung makan, kedai minuman, dan katering hingga usaha yang berjualan lewat *platform* digital, dan pembayaran merupakan titik temu langsung antara pelaku usaha dengan konsumen.

Penelitian terdahulu telah mengaitkan teknologi keuangan dengan kinerja UMKM. (Rahmawati et al., 2023) menemukan bahwa literasi keuangan dan adopsi transformasi digital berhubugan dengan kinerja UMKM. (Octavina & Rita, 2021) melaporkan bahwa digitalisasi dan sistem pembayaran digital dapat mendukung kinerja keuangan UMKM, sedangkan (Tan & Syahwildan, 2022) menjelaskan bahwa *fintech* membantu efisiensi usaha lewat layanan keuangan yang lebih praktis. Namun, kajian yang secara khusus menguji kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, keamanan fintech, dan literasi keuangan digital terhadap peningkatan penjualan UMKM kuliner di Kota Medan masih terbatas.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh keempat faktor terhadap peningkatan penjualan UMKM kuliner di Kota Medan. Hipotesis yang diuji adalah Kemudahan penggunaan *fintech*, kecepatan transaksi *fintech*, keamanan *fintech* dan literasi keuangan digital masing-masing berpengaruh positif terhadap peningkatan penjualan UMKM kuliner di Kota Medan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji hubungan antara variabel independent dan variabel dependen berdasarkan data responden (Sugiyono, 2019). Kerangka hubungan antarvariabel ditunjukkan pada Gambar 1. Penelitian dilakukan di Kota Medan, Sumatera Utara, dengan objek pelaku usaha kuliner yang telah memakai layanan *fintech* dalam transaksi usahanya.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Populasi penelitian adalah pelaku UMKM kuliner di Kota Medan yang menggunakan layanan *fintech* dalam operasional usahanya. Sampel ditentukan dengan *purposive sampling* berdasarkan dua kriteria, yaitu merupakan pelaku UMKM kuliner dan telah memakai layanan fintech untuk transaksi usaha, sehingga diperoleh 100 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring (*Google Form*) berskala Likert, dari 1 (sangat tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju). Variabel dan indikator penelitian dapat dilihat pada Tabel 1.

Journal of Science and Social Research ISSN 2615 – 4307 (Print)
October 2026, IX (4): 9568 – 9572 ISSN 2615 – 3262 (Online)
Available online at http://jurnal.goretanpena.com/index.php/JSSR

Tabel 1. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Indikator
Kemudahan penggunaan (X1)	Kemudahan memahami; kemudahan pengoperasian; fleksibilitas penggunaan.
Kecepatan transaksi (X2	Kecepatan pemrosesan; efisiensi waktu; berkurangnya antrean.
Keamanan fintech (X3)	Perlindungan data; keamanan transaksi; kepercayaan terhadap sistem.
Literasi keuangan digital (X4)	Pemahaman produk digital; kemampuan mengelola transaksi digital; pengambilan keputusan.
Peningkatan penjualan (Y)	Peningkatan jumlah transaksi; pertumbuhan omzet; perluasan jangkauan pelanggan

Data dianalisis dengan PLS-SEM menggunakan *SmartPLS* 4 dalam 2 (dua) tahap: (1) evaluasi model pengukuran (*outer model*) untuk menilai kemampuan indikator merepresentasikan konstruk, melalui AVE, *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*; (2) evaluasi model struktural (*inner model*), yaitu menilai kemampuan model menjelaskan variabel dependen melalui R2, lalu menguji hipotesis berdasarkan koefisien jalur, *T-statistics*, dan *P-values* pada taraf 0,05.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden berjumlah 100 pelaku UMKM kuliner di Kota Medan

Karakteristik	Kategori	f	%
Lama usaha	<1 tahun	16	16
	1-3 tahun	46	46
	4-6 tahun	27	27
	>6 tahun	11	11
Jenis *fintech*	QRIS	39	39
	OVO	12	12
	DANA	15	15
	ShoopePay	14	14
	Mobile banking	9	9
Transaksi per hari	1-10	31	31
	11-20	37	37
	21-30	17	17
	>30	15	15

Seperti terlihat pada Tabel 2, kelompok terbesar telah menjalankan usaha selama 1-3 tahun (46%), jenis fintech yang paling banyak dipakai adalah QRIS (39%). Dan sebagian besar responden melayani 11-20 transaksi per hari (37%).

Tabel 3. Reliabilitas dan Validitas

Konstruk	Alpha	CR (rho_c)	AVE
X1	0,795	0,880	0,710
X2	0,829	0,897	0,745
X3	0,740	0,849	0,653
X4	0,664	0,813	0,596
Y	0,634	0,799	0,574

Pada evaluasi model pengukuran, seluruh konstruk memiliki composite reliability di atas 0,70, yakni antara 0,799 dan 0,897, dan nilai AVE antara 0,574 dan 0,745 sehingga melampaui batas 0,50. Dengan demikian kriteria validitas konvergen terpenuhi. Cronbach's alpha konstruk X1, X2, dan X3 berada di atas 0,70, sedangkan X4 (0,664) dan Y (0,634) sedikit di bawah angka tersebut. Karena composite reliability keduanya tetap di atas 0,70, konsistensi internal konstruk dinilai masih memadai, meskipun hal ini perlu dicatat sebagai keterbatasan instrument.

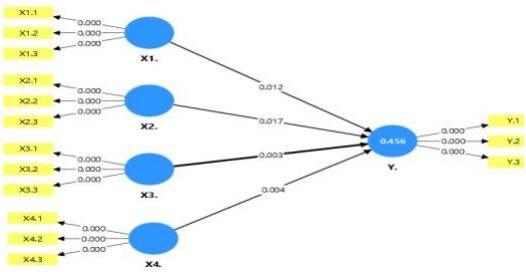
Tabel 4. R-Square

Konstruk	R-Square	R-Square Adjusted
Y	0.456	0.433

Pada model struktural, nilai R2 sebesar 0,456 menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, kecepatan transakssi, keamanan, dan literasi keuangan digital secara bersama-sama menjelaskan 45,6% variasi peningkatan penjualan. Sisanya, 54,4%, berkaitan dengan faktor lain di luar model.

Hasil pengujian jalur disajikan pada Gambar 2 dan Tabel 4.

Journal of Science and Social Research ISSN 2615 – 4307 (Print)
October 2026, IX (4): 9568 – 9572 ISSN 2615 – 3262 (Online)
Available online at http://jurnal.goretanpena.com/index.php/JSSR



Gambar 2. Hasil Analisis Inner Model

Tabel 5. Koefisien Jalur dan Pengujian Hipotesis

Jalur	Koef.	T	P	Hasil
X1 → Y	0,243	2,521	0,012	H1 diterima
X2 → Y	0,241	2,391	0,017	H2 diterima
X3 → Y	0,242	2,948	0,003	H3 diterima
X4 → Y	0,222	2,864	0,004	H4 diterima

Seluruh jalur bernilai positif dengan *p-value* di bawah 0,05, sehingga keempat hipotesis diterima. Besaran koefisien keempat variabel hampir sama (0,222-0,243), yang berarti tidak ada satu faktor yang menonjol jauh dari yang lain dalam menjelaskan peningkatan penjualan pada sampel ini.

Kemudahan penggunaan *fintech* berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan (koefisien 0,243; t = 2,521; p = 0,012). Layanan yang mudah dipahami dan dioperasikan tampaknya membuat transaksi usaha berjalan lebih lancar. Hal ini sejalan dengan (Rahmawati et al., 2023), tetapi berbeda dari hasil (Komalasari et al., 2025) pada UMKM di Pekanbaru.

Kecepatan transaksi juga berpengaruh positif dan signifikan (koefisien 0,241; t = 2,391; p = 0,017). Proses pembayaran yang cepat mendukung kelancaran pelayanan kepada konsumen dan hasil ini konsisten dengan (Octavina & Rita, 2021) dan (Tan & Syahwildan, 2022).

Keamanan *fintech* memiliki koefisien 0,242 (t = 2,948; p = 0,003). Hasil ini menunjukkan bahwa rasa aman dalam bertransaksi merupakan salah satu aspek yang mendukung pemakaian *fintech* dalam usaha, sejalan dengan temuan (Purwantini & Amalia, 2021) dan (Buluati et al., 2023).

Literasi keuangan digital berpengaruh positif dan signifikan (koefisien 0,222; t = 2,864; p = 0,004). Pelaku usaha yang memahami keuangan digital lebih mampu memanfaatkan fintech, mengelola transaksi, dan mengambil keputusan keuangan yang tepat. Hal ini sejalan dengan (Astari et al., 2022) dan (Octavina & Rita, 2021) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan digital mendukung pemanfaatan *fintech* dan kinerja UMKM.

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, keamanan *fintech*, dan literasi keuangan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan UMKM kuliner di Kota Medan, dengan koefisien jalur masing-masing 0,243; 0,241; 0,242; dan 0,222 serta *p-value* di bawah 0,05. Keempat variabel secara bersama-sama menjelaskan 45,6% variasi peningkatan penjualan. Dengan demikian, pemanfaatan layanan *fintech* yang mudah, cepat, dan aman, didukung kemampuan literasi keuangan digital berkaitan dengan peningkatan aktivitas penjualan pada UMKM kuliner yang diteliti. Karena sebagian besar variasi penjualan (54,4%) dijelaskan oleh faktor di luar model, kajian lanjutan dengan variabel tambahan dapat memperluas pemahaman tentang faktor yang berhubungan dengan penjualan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

Astari, P., Rika, N. P., & Candraningrat, I. R. (2022). Financial literacy moderate the effect of fintech on the financial performance of micro, small and medium enterprises (MSMEs). *International Journal of Business Management and Economic Review*, *5*(04), 36–47.

Buluati, R., Karundeng, D. R., & Suyanto, M. A. (2023). Pengaruh Kemudahan, Keamanan Dan Kepercayaan Bertransaksi Terhadap Minat Menggunakan QRIS (Quick Response Indonesian Standard) Pada Pelaku UMKM Di Kabupaten Boalemo. *Wahana*, *75*(2), 33–47.

Komalasari, E., Nurmasari, Al Munaya, R., & Melati, R. G. (2025). Transformasi Digital UMKM: Kapabilitas Teknologi Informasi Komunikasi Dan Kapabilitas Keuangan Digital Dalam Meningkatkan Kinerja Bisnis Pada Usaha Kuliner Kota PekanBaru. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, *9*(2), 380–393.

Octavina, L. A., & Rita, M. R. (2021). Digitalisasi UMKM, Literasi Keuangan, dan Kinerja Keuangan: Studi Pada Masa Pandemi Covid-19. *Journal Of Business And Banking*, *11*(1), 73–92.

Patricia, J., Tanjaya, C., Susan, Ariesa, Y., & Rusiadi. (20260. Menavigasi keuangan digital: Pengaruh literasi fintech, persepsi risiko, dan layanan yang dipersonalisasi terhadap adopsi fintech. AKUA: Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 5(2), 600-609.

Purwantini, A. H., & Amalia, R. D. (2021). Investigasi niat penggunaan financial technology payment bagi Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, *19*(1), 35–46.

Rahmawati, D., Thaha, A. R., & Priyanto, A. (2023). Financial Literacy, Digital Transformation Adoption, And Their Significance To The MSMEs Performance In Bandung City. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, *7*(1), 213–223.

Tan, E., & Syahwildan, M. (2022). Financial Technology dan Kinerja Berkelanjutan Usaha Mikro Kecil: Mediasi Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, *23*(1), 1–22.