

**PERAN FINTECH PEMBAYARAN (*E-MONEY*) DAN P2P LENDING
DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN UMKM PASCA PANDEMI
COVID-19
(Studi Kasus Pada UMKM yang Menggunakan Aplikasi Shopee di Kota
Bandar Lampung)**

Skripsi

Oleh

Nama : Fitri Seftiyati
NPM : 1951021019
Jurusan : Ekonomi Pembangunan
Konsentrasi : Ekonomi Moneter
Dosen : Dr. Tiara Nirmala, S.E., M.Sc.



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG**

2026

ABSTRAK

PERAN FINTECH PEMBAYARAN (*E-MONEY*) DAN *P2P LENDING* DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN UMKM PASCA PANDEMI COVID-19

**(Studi Kasus Pada UMKM yang Menggunakan Aplikasi Shopee di Kota
Bandar Lampung)**

Oleh

FITRI SEFTIYATI

Setelah pandemi Covid-19, penggunaan teknologi finansial telah menjadi hal yang penting bagi rehabilitasi dan pengembangan UMKM. Penelitian ini meneliti bagaimana fintech pinjaman P2P (SPayLater) dan fintech pembayaran (ShopeePay) membantu UMKM di Bandar Lampung meningkatkan pendapatan melalui aplikasi Shopee. Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif kuantitatif, mengumpulkan informasi melalui survei, wawancara, dokumentasi, dan observasi. Temuan menunjukkan bahwa meskipun SPayLater menawarkan akses cepat ke dana untuk pengembangan stok dan dukungan arus kas, ShopeePay mempercepat transaksi, mempermudah pencatatan keuangan, dan meningkatkan jumlah pelanggan. Ketika digabungkan, solusi finansial ini menciptakan lingkungan digital yang meningkatkan pendapatan UMKM setelah pandemi. Untuk membantu UMKM menjadi lebih kompetitif dan adaptif, penelitian ini memberikan saran bagi pemerintah, platform e-commerce, dan UMKM untuk meningkatkan literasi fintech dan strategi digital.

Kata Kunci: Teknologi Finansial, Pembayaran, P2P Lending, UMKM, Pendapatan.

ABSTRACT

THE ROLE OF FINTECH PAYMENTS (E-MONEY) AND P2P LENDING IN INCREASING MSME REVENUE AFTER THE COVID-19 PANDEMIC (Case Study of MSMEs Using the Shopee App in Bandar Lampung City)

By

FITRI SEFTIYATI

Following the Covid-19 pandemic, the use of financial technology has become essential to MSMEs' rehabilitation and expansion. This study looks at how P2P loan fintech (SPayLater) and payment fintech (ShopeePay) help MSMEs in Bandar Lampung boost their revenue through the Shopee app. The study uses a quantitative descriptive methodology, gathering information via surveys, interviews, documentation, and observations. The findings show that although SPayLater offers rapid access to funds for stock expansion and cash flow support, ShopeePay expedites transactions, streamlines financial record-keeping, and boosts customer numbers. When combined, these financial solutions build a digital environment that boosts MSME income after the epidemic. In order to help MSMEs become more competitive and adaptable, the study offers suggestions for the government, e-commerce platforms, and MSMEs to improve fintech literacy and digital strategies.

Keywords: *Financial Technology, Payment, P2P Lending, MSMEs, Revenue.*

**PERAN FINTECH PEMBAYARAN (*E-MONEY*) DAN *P2P LENDING*
DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN UMKM PASCA PANDEMI
COVID-19**

**(Studi Kasus Pada UMKM yang Menggunakan Aplikasi Shopee di Kota
Bandar Lampung)**

Oleh

Fitri Seftiyati

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar

SARJANA EKONOMI

Pada

Jurusan Ekonomi Pembangunan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2026**

Judul Skripsi

: **PERAN FINTECH PEMBAYARAN (*E-MONEY*) DAN *P2P LENDING* DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN UMKM PASCA PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus Pada UMKM Yang Menggunakan Aplikasi Shopee di Kota Bandar Lampung)**

Nama Mahasiswa

: **Fitri Sefiyati**

Nomor Pokok Mahasiswa

: 1951021019

Jurusan

: Ekonomi Pembangunan

Fakultas

: Ekonomi dan Bisnis



Dr. Tiara Nirmala, S.E., M.Sc.
NIP. 198406152008122004

MENGETAHUI

Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan

Dr. Arivina Ratih Y.T., S.E., M.M.
NIP. 198007052006042002

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

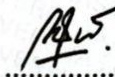
Ketua

: Dr. Tiara Nirmala, S.E., M.Sc.



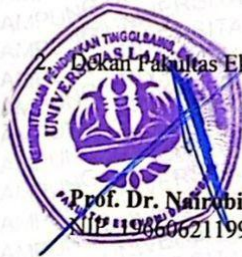
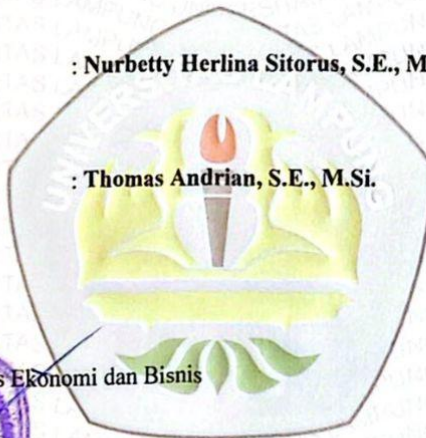
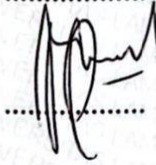
Penguji 1

: Nurbetty Herlina Sitorus, S.E., M.Si.



Penguji 2

: Thomas Andrian, S.E., M.Si.



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Prof. Dr. Naurabi, S.E., M.Si.

NIP. 198506211990031003

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 27 Januari 2026

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul "Peran Fintech Pembayaran (*E-money*) dan *P2P Lending* Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Pasca Pandemi COVID-19 (Studi Kasus Pada UMKM Yang Menggunakan Aplikasi Shopee di Kota Bandar Lampung)" telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan bukan merupakan penjiplakan hasil karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi yang berlaku.

Bandar Lampung, 09 Februari 2026

Penulis



Fitri Seftiyati
NPM. 1951021019

RIWAYAT HIDUP

Penulis memiliki nama lengkap Fitri Seftiyati, lahir di Jakarta pada tanggal 3 September 1999. Anak pertama dari 3 bersaudara dari pasangan Bapak Japilus dan Ibu Nursiaty.

Penulis memulai pendidikan di TK Darussalam Al-amin, Jakarta Utara dan selesai pada tahun 2006. Penulis melanjutkan pendidikan dasar di SD Negeri 01 Kalibaru Jakarta Utara dan selesai pada tahun 2012. Kemudian melanjutkan pendidikan menengah pertama di SMP Negeri 53 Jakarta Utara dan selesai pada tahun 2015. Penulis melanjutkan pendidikan menengah atas di SMA Negeri 75 Jakarta Utara dan selesai pada tahun 2018.

Pada tahun 2018 penulis memutuskan untuk GapYear sebelum melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi, penulis pergi ke Kampung Inggris Pare, Kediri, Jawa Timur selama 3 bulan dan memutuskan bekerja terlebih dahulu sebelum melanjutkan kuliah dan diterima sebagai mahasiswa jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung pada tahun 2019. Penulis aktif berorganisasi pada tingkat fakultas maupun universitas serta mengikuti lomba tingkat nasional Pada tahun 2021 penulis aktif ikut serta dalam *story telling national competition* dan menjadi *1st runner up* pada BPEO Polibatam *English Club Competition*. Pada tahun 2021 penulis menjadi Marketing Chief Radio Kampus Universitas Lampung dan anggota Kelompok Studi Pasar Modal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung. Juga aktif sebagai penyiar Radio di Aradio Bandar Lampung mulai tahun 2022.

MOTTO

Man jadda wa jadda

“Siapa yang bersungguh-sungguh, maka ia akan berhasil”

“Allah tidak akan membebani hamba-Nya melainkan sesuai dengan kemampuannya.”

(QS. Al-Baqarah ayat 286)

“Done is better than perfect”

(Sheryl Sandberg)

“Cita-cita tidak dicapai dengan keraguan, tetapi dengan keberanian untuk terus melangkah.”

(B.J. Habibie)

“If you change nothing, nothing will change. Stop overthinking, start to do something”

(Fitri Seftiyati)

“Terus berusaha dan berdoa, apapun yang kamu lakukan yakinlah Allah SWT pasti akan mendatangkan hal-hal terbaik kepada dirimu”

(Fitri Seftiyati)

PERSEMBAHAN

مِحرلانا مِحْرلانا اللّٰم سب

Alhamdulillahirabbil'alamina segala puja-puji syukur kepada Allah SWT Atas segala berkat limpahan Rahmat dan karunia-Nya serta teriring sholawat kepada Nabi Muhammad SAW penulis dapat menyelesaikan karya tulis ini. Ku persembahkan skripsi ini dengan segala ketulusan dan kerendahan hati kepada :

Kedua Orang Tuaku Tersayang

Terimakasih kepada ibu&abah atas segala bentuk kasih sayang, semangat, doa, cinta, dan dukungan yang selalu kalian berikan kepada Fitri sehingga menjadi kekuatan untuk terus melangkah maju. Berkat doa Abah & Ibu lah semua hal di perjalanan Fitri selalu diberikan kemudahan dan kelancaran oleh Allah SWT.

Terimakasih atas segala pengorbanan, perjuangan, dan kesabaran dalam mendidik Fitri yang mungkin tidak akan pernah bisa terbalaskan.

Diri saya sendiri, Fitri Seftiyati.

Terimakasih tidak pernah menyerah dan terus berjuang meskipun keadaan sangat sulit. Terimakasih telah menerima segala situasi yang ada, Terima kasih selalu berusaha untuk mewujudkan cita-cita yang kamu inginkan. Terima kasih selalu semangat dan selalu percaya bahwa hal-hal terbaik akan datang kepada mu.

Terima kasih ya Fitri, so proud of you.

SANWACANA

Bismillahirrahmanirrahim

Puja-puji syukur atas kehadiran Tuhan Maha Esa Allah SWT atas segala berkat rahmat dan karunia-Nya serta tak lupa sholawat dan Salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menuntaskan penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi pada jurusan Ekonomi Pembangunan yang berjudul **“Peran Fintech Pembayaran (*E-Money*) dan *P2P Lending* Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Pasca Pandemi COVID-19 (Studi Kasus Pada UMKM Yang Menggunakan Aplikasi Shopee di Kota Bandar Lampung)”**

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan lancar tanpa adanya peranan dan bantuan berbagai pihak. Pada kesempatan ini dengan kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang memberikan bimbingan, dukungan, dan bantuan selama proses penyusunan dan penyelesaian skripsi ini. Secara khusus, penulis ingin mengucapkan rasa hormat dan terima kasih sebesar- besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Nairobi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Ibu Dr. Arivina Ratih Yulihar Taher, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
3. Ibu Zulfa Emalia, S.E., M.Sc. selaku Sekretaris Jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
4. Ibu Dr. Tiara Nirmala, S.E., M.Sc.. selaku Dosen Pembimbing saya yang selalu mendampingi dan memberikan perhatian kepada saya sampai skripsi ini terselesaikan. Terima kasih juga atas segala perhatian dan semangat yang ibu

berikan kepada saya, semoga segala hal baik yang ibu berikan kepada saya selalu berbalik kepada ibu.

5. Ibu Nurbetty Herlina Sitorus, S.E., M.Si. dan Pak Thomas Andrian, S.E., M.Si., selaku Dosen penguji yang telah memberikan saran, arahan, dan tambahan ilmu dengan penuh kesabaran sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
6. Ibu Dian Fajarini, S.E., M.E., selaku dosen pembahas pada seminar proposal, yang telah banyak memberikan waktu, masukan, dan arahan yang sangat berguna bagi penulis untuk skripsi ini
7. Ibu Dr. Arivina Ratih Yulihar Taher, S.E., M.M., Selaku Dosen Pembimbing Akademik penerus yang telah membimbing selama masa perkuliahan.
8. Bapak Muhammad Husaini, S.E., M.Si. Selaku Dosen Pembimbing Akademik pendahulu yang telah membimbing selama masa perkuliahan.
9. Pak Elvi, Mba Dike, yang telah membantu penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.
10. Seluruh Bapak Ibu Dosen Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah memberikan ilmu dan pelajaran yang bermanfaat bagi penulis selama proses perkuliahan hingga selesai.
11. Seluruh Staff dan Karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah memberikan bantuan dan pelayanan untuk kelancaran proses penyelesaian penyusunan skripsi.
12. Kedua orang tuaku tersayang, Bapak Japilus dan Ibu Nursiaty yang telah memberikan banyak cinta dan kasih sayang dengan tulus dan tak terbatas. Terima kasih telah mendidikku dengan penuh kesabaran, motivasi, nasihat, doa, dan pengorbanan serta kerja keras yang tak kenal lelah. Terima kasih banyak Abah & ibu.
13. Kepada kedua adik saya, Lusianti dan Muhammad Surya Putra yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada penulis. Terima kasih ya adik, adikku
14. Kepada seluruh keluarga besar saya yang telah memberikan doa, bantuan dan dukungan selama proses perkuliahan.

15. Penyemangat terbaik kedua setelah keluarga, H. Muhammad Arif, S.E.. Terima kasih telah menjadi *support system* bagi penulis dalam memberikan dukungan, mendengar keluh kesah dengan sabar, serta memotivasi dan memberikan semangat kepada penulis. Makasih ya Arif
16. Kepada Sahabat ku, Lady Luciana dan Muhammad Farrel Atallah Putra yang telah menemani dan memberikan dukungan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi Makasih ya kalian selalu kebersamai proses ini.
17. Kepada Sahabat kuliah ku, Hanna, Alifia, Icha, Salsa. Terima kasih atas segala kebaikan, dukungan dan telah memberikan cerita menarik selama perkuliahan. Terima kasih ya sudah berbagi canda-tawa kepada penulis sehingga penulis selalu bersemangat menjalani hari selama proses perkuliahan.
18. Kepada teman-teman ekonomi Pembangunan 2019 serta teman-teman EP *last minute* ; Adel, Cici, Nafsiah, Grahito yang kebersamai perjalanan akhir ini.
19. Kepada teman-teman dan pengurus Radio Kampus Universitas Lampung tahun 2020 dan 2021 dan kakak-kakak serta adik-adik Radio Kampus Universitas Lampung, terima kasih atas segala kebersamaan, cerita, suka-duka dan pengalaman yang sangat berharga.
20. Terima kasih kepada para pelaku UMKM di Bandar Lampung yang telah bersedia menjadi narasumber sehingga membantu proses penyelesaian skripsi.
21. Seluruh pihak yang telah memberikan kontribusi selama masa perkuliahan yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih banyak, semoga Allah SWT selalu membalas kebaikan kalian.
22. Terima kasih kepada Almamater Tercinta, Universitas Lampung.
23. Terakhir, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada diri sendiri.

Terima kasih sudah bertahan sekuat tenaga, terima kasih sudah berusahamenyelesaikan perjalanan panjang ini. Terima kasih untuk tidak menyerah pada kondisi terberat sekalipun.

Akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, akan tetapi penulis berharap karya sederhanan ini dapat memberikan manfaat bagi para pembacanya. Semoga segala doa, dukungan, dan bimbingan yang diberikan kepada penulis mendapat pahala dari Allah SWT. Aamiin ya Rabbal'alam.

Bandar Lampung, 27 Januari 2026

Penulis,

Fitri Seftiyati

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Tinjauan Teoritis	14
2.1.1 Ekonomi Digital.....	14
2.2.2 E-Commerce	15
2.2.3 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	16
2.2.4 Shopee.....	17
2.2.5 Fintech.....	18
2.2.6 Pandemi COVID-19.....	20
2.2 Tinjauan Empiris.....	21
2.3 Kerangka Berpikir.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Data dan Sumber Data	26
3.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	27
3.4 Populasi dan Teknik Sampling.....	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.6 Teknik Analisis Data.....	30
3.7 Instrumen Penelitian.....	33
3.8 Uji Persyaratan Instrumen.....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	37
4.2 Deskripsi Responden Penelitian.....	37

4.2.1 Jenis Usaha.....	38
4.2.2 Skala Usaha.....	38
4.2.3 Penggunaan Shopee oleh UMKM.....	38
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner.....	38
4.3.1 Uji Validitas	38
4.3.2. Uji Reliabilitas	40
4.4 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	41
4.4.1 Variabel X1 – Fintech Pembayaran (ShopeePay).....	42
Instrumen Penelitian Variabel Fintech Pembayaran (ShopeePay) – X₁	42
4.4.2 Fintech P2P Lending (SPayLater) – Variabel X₂ Instrumen Penelitian Variabel Fintech P2P Lending (SPayLater) – X₂.....	43
4.4.3 Pendapatan UMKM – Variabel Y Instrumen Penelitian Variabel Pendapatan UMKM di Bandar Lampung – Y	45
4.5 Hasil Wawancara (Deskriptif)	47
4.6 Pembahasan.....	54
4.6.1 Peran Fintech Pembayaran terhadap Pendapatan UMKM.....	54
4.6.2 Peran Fintech P2P Lending terhadap Pendapatan UMKM.....	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Table 1. Jumlah Pengguna Fintech di Indonesia Tahun 2019-2023	5
Table 2. Kriteria UMKM dan Usaha Besar Berdasarkan PP No.7/2021 (Miliar) ..	9
Table 3 Provinsi dengan Jumlah Usaha E-Commerce Terbanyak di Indonesia ...	11
Table 4. Tinjauan Empiris.....	21
Table 5. Definisi Operasional Variabel dan Indikator	34
Table 6. Hasil Uji Validitas Fintech Pembayaran	39
Table 7. Hasil Uji Validitas Fintech P2P Lending.....	39
Table 8. Hasil Uji Validitas Pendapatan UMKM	40
Table 9. Hasil Uji Reliabilitas.....	41
Table 10. Tabulasi Skor Variabel Fintech Pembayaran (ShopeePay)	42
Table 11. Tabulasi Skor Variabel Fintech P2P Lending.....	44
Table 12. Tabulasi Skor Variabel Pendapatan UMKM (Y).....	46
Table 13. UMKM Yang Memanfaatkan Fitur Shopeepay.....	47
Table 14. UMKM Yang Memanfaatkan Fitur SPayLater.....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kondisi Perekonomian Indonesia Tahun 2019-2021	2
Gambar 2. Jumlah Volume dan Nilai Transaksi 2020- 2024.....	5
Gambar 3. Jumlah Uang Elektronik Tahun 2010-2023	6
Gambar 4. Data Pengguna Fintech P2P Lending di Indonesia Tahun 2019-2022.	7
Gambar 5. Data Pengguna E-Commerce di Indonesia Tahun 2024	10
Gambar 6. Kerangka Berpikir	25

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

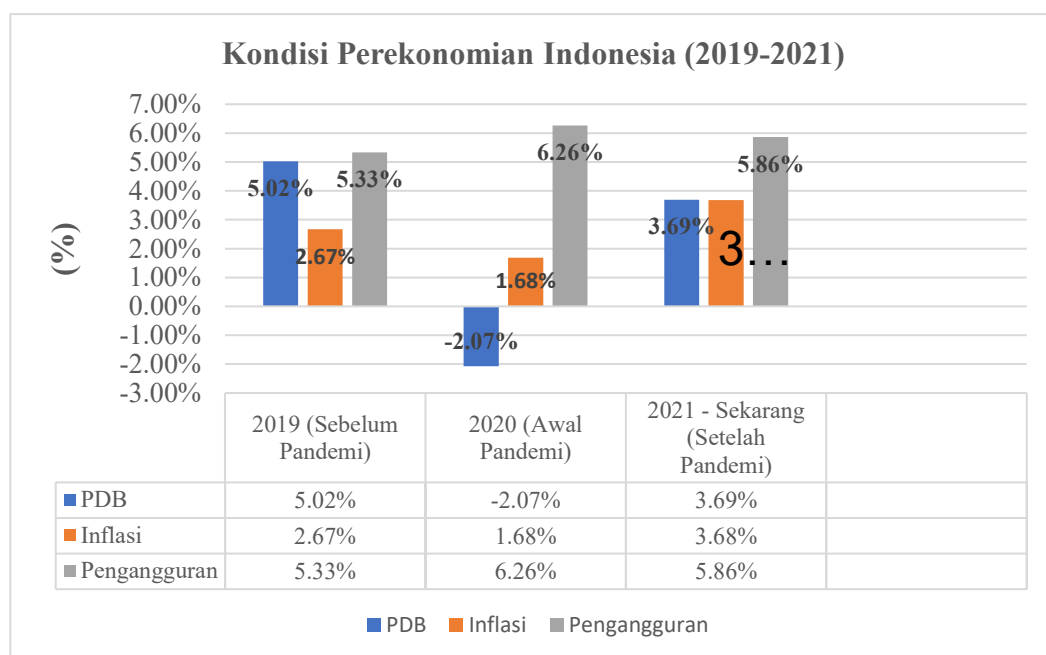
Kemajuan teknologi dan perkembangan industri saling terkait erat. Suatu negara tentu dapat memperoleh manfaat dari perluasan sektor industri seiring dengan kemajuan teknis, salah satunya adalah peningkatan perekonomian negara. Suatu negara dapat menggerakkan ekonominya menuju ekonomi digital dengan memanfaatkan teknologi digital (Kumala, 2022). Sebenarnya, periode ekonomi digital dimulai pada tahun 1980-an, ketika internet dan komputer pribadi (PC) menjadi alat penting untuk meningkatkan produktivitas perusahaan. Munculnya *e-commerce* atau perdagangan elektronik, dimulai dengan penggunaan komputer dan internet. Periode ekonomi digital lama memberi jalan bagi era ekonomi digital baru seiring dengan terobosan teknologi. Era ekonomi digital baru ditandai dengan penggunaan teknologi cloud dalam operasi ekonomi digital, teknologi seluler, serta semakin meluas dan tak terbatasnya akses internet (Purba et al., 2025).

Popularitas pengembangan bisnis atau transaksi perdagangan yang menggunakan media digital sebagai sarana untuk kolaborasi, komunikasi, dan aktivitas ekonomi antara bisnis atau individu, seperti bisnis digital dan *e-commerce*, menunjukkan keberadaannya (Wardhana, 2024). Ini menunjukkan bahwa banyaknya perusahaan yang muncul dan penggunaan teknologi digital dalam transaksi perdagangan, seperti penggunaan internet sebagai sarana komunikasi dan kolaborasi antara perusahaan atau individu, menunjukkan hadirnya ekonomi digital. Digitalisasi infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi (TIK) adalah gagasan lain dari ekonomi digital, yang menyoroti dampak TIK global terhadap internet dan dalam lingkup ekonomi (Purba et al., 2025).

Gagasan ini menjelaskan hubungan antara kemajuan teknologi dan siklus inovasi, serta bagaimana hal itu memengaruhi baik makroekonomi maupun mikroekonomi. Istilah 'ekonomi digital' mengacu pada segmen ekonomi yang menggunakan teknologi digital untuk mengembangkan, memproduksi, dan memasarkan berbagai macam barang dan jasa (Suwarni et al., 2019). Menurut Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati, salah satu elemen yang mendorong perkembangan pesat ekonomi Indonesia saat ini adalah ekonomi digital. Menurutnya, ekonomi industri digital bernilai US\$70 miliar pada tahun 2021 dan diperkirakan akan tumbuh menjadi US\$145 miliar pada tahun 2025 (Kemenkeu, 2022).

Selain itu, Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia menyatakan bahwa misi ekonomi digital adalah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif (Kemenko, 2025).

Gambar 1. Kondisi Perekonomian Indonesia Tahun 2019-2021



Sumber: (SEKI BI, BPS, Data Diolah)

Data di atas menunjukkan bahwa pandemi Covid-19 menyebabkan resesi Indonesia pada tahun 2020 dengan PDB riil mengalami kontraksi sebesar -2,07%. Tingkat

pengangguran meningkat menjadi 6,26%, jumlah penduduk miskin bertambah 2,76 juta jiwa, inflasi 1,68% yang merupakan angka inflasi tahunan terendah sepanjang sejarah serta penurunan sektor-sektor, yang paling terdampak adalah sektor pariwisata, transportasi, dan manufaktur. Kondisi pandemi Covid-19 tersebut menimbulkan gangguan serius, seperti terganggunya rantai pasok, menurunnya permintaan, dan meningkatnya ketidakpastian ekonomi, sehingga menegaskan pentingnya ketahanan ekonomi dan kesehatan publik (Julian et al., 2024). Maka dari itu pemerintah melakukan berbagai upaya pemulihan ekonomi, seperti program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) yang membuat ekonomi Indonesia mulai menunjukkan pemulihan bertahap sejak tahun 2021. Pada tahun 2021, PDB riil tumbuh sebesar 3,69% dan Pada triwulan I 2024, PDB riil tumbuh sebesar 5,31%. Inflasi masih terjaga di level yang moderat, sekitar 3,68% pada April 2024. Serta tingkat pengangguran mulai menurun menjadi 5,86% pada Februari 2024 (BPS, 2024).

Bisnis dan negara-negara di seluruh dunia telah mendapat manfaat besar dari ekonomi digital karena telah menciptakan peluang untuk penjualan produk lintas negara dan pengembangan pasar, yang keduanya dapat memperkuat ekonomi suatu negara (Artaningsih, 2014; Sumahir et al., 2022). Perkembangan teknologi yang semakin maju mempengaruhi segala aspek kehidupan, tak terkecuali dunia bisnis. Perkembangan dan kemajuan teknologi dalam bidang bisnis, salah satunya ditemukannya finansial teknologi atau yang dikenal dengan istilah *FinTech* (Ilman, 2019). Menurut Bank Indonesia (2020), *FinTech* atau teknologi finansial, adalah hasil dari penggabungan teknologi dengan layanan keuangan, yang akhirnya mengubah model bisnis tradisional menjadi lebih modern. Pembayaran sebelumnya harus dilakukan secara langsung dan dengan uang tunai, tetapi sekarang dapat dilakukan dari jarak jauh, hanya dalam hitungan detik. Keuntungan dari adanya finansial teknologi yaitu memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memperoleh akses layanan keuangan. Selain itu, finansial teknologi juga membantu konsumen untuk mengakses informasi dengan cepat. Finansial teknologi memiliki manfaat untuk meningkatkan ekonomi masyarakat seperti produktivitas bisnis, mengurangi biaya, dan efisiensi layanan keuangan (BI, 2020).

Menurut Rahadi (2021), layanan keuangan berbasis *fintech* sejauh ini terbagi ke dalam beberapa bidang, termasuk:

- a. *Digital Payment System* adalah teknologi keuangan untuk pembayaran digital yang membuatnya lebih sederhana dan cepat bagi pelanggan dengan menawarkan layanan seperti pembayaran berbasis online. Ayopop, Dana, E-Wallet, GoPay, iPaymu, Kudo, LinkAja, OVO, PayTren, QRIS, Midtrans, ShopeePay, Truemoney, dan penyedia pembayaran online serta uang elektronik lainnya termasuk di antaranya.
- b. *Peer To Peer Lending* dan *Crowdfunding*, perusahaan *fintech* yang menawarkan layanan dalam bentuk pinjaman online untuk membantu pelanggan yang membutuhkan dana pinjaman dikenal sebagai perusahaan pinjam-meminjam uang berbasis komunitas (*peer-to-peer lending*). Di sisi lain, *crowdfunding* adalah proses menggunakan internet untuk mengumpulkan dana dari sejumlah besar individu untuk pengembangan bisnis.
- c. *Market Aggregator* adalah layanan yang mengumpulkan dan memelihara informasi tentang berbagai produk keuangan di pasar sehingga pelanggan dapat menggunakannya untuk membandingkan produk keuangan dan membuat keputusan.

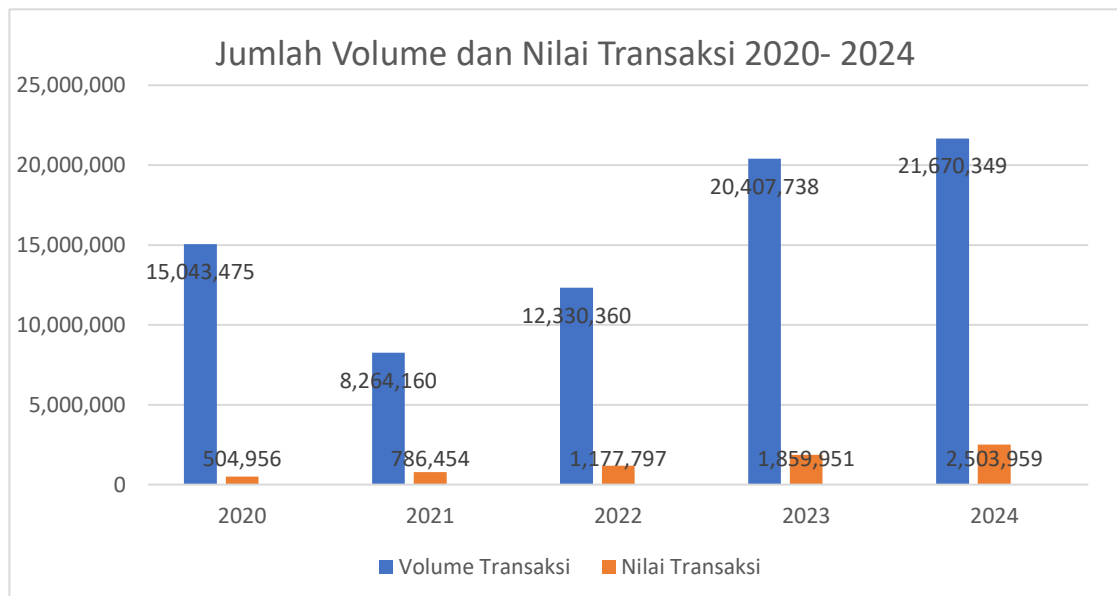
Otoritas Jasa Keuangan (2025) mendefinisikan *fintech* didefinisikan sebagai inovasi teknologi dalam sektor layanan keuangan. Produk *FinTech* biasanya berbentuk sistem yang dirancang untuk menjalankan fungsi keuangan tertentu. Terakhir, teknologi keuangan mendukung Strategi Nasional Inklusi Keuangan (SNKI) dengan memfasilitasi penyampaian kebijakan ekonomi. Dampak positif dari adanya finansial teknologi di Indonesia yaitu memberikan kemudahan dalam suatu transaksi finansial dan membantu rantai transaksi finansial. Adanya kemudahan transaksi tersebut menyebabkan transaksi di masyarakat menjadi lebih cepat dan efektif (OJK, 2025).

Table 11. Jumlah Pengguna Fintech di Indonesia Tahun 2019-2023

Tahun	Jumlah Pengguna Fintech
2019	133 Juta*
2020	150 Juta*
2021	180 Juta*
2022	202 Juta*
2023	213 Juta*

Sumber: (OJK, Asosiasi Fintech Indonesia (AFPI), 2024)

Dari gambaran data yang disajikan, kita bisa mengetahui bahwa jumlah pengguna fintech di Indonesia bertambah pesat setiap tahunnya. Hal tersebut menandakan bahwa finansial teknologi (*fintech*) memiliki potensi signifikan untuk meningkatkan perekonomian Indonesia diantaranya meningkatkan inklusi keuangan dan memperkuat ketahanan ekonomi. Terdapat beberapa jenis *fintech* yang sering digunakan di Indonesia diantaranya *fintech* pembayaran (*E-money*) dan *fintech Peer to peer (P2P) Lending* (AFPI, 2024).

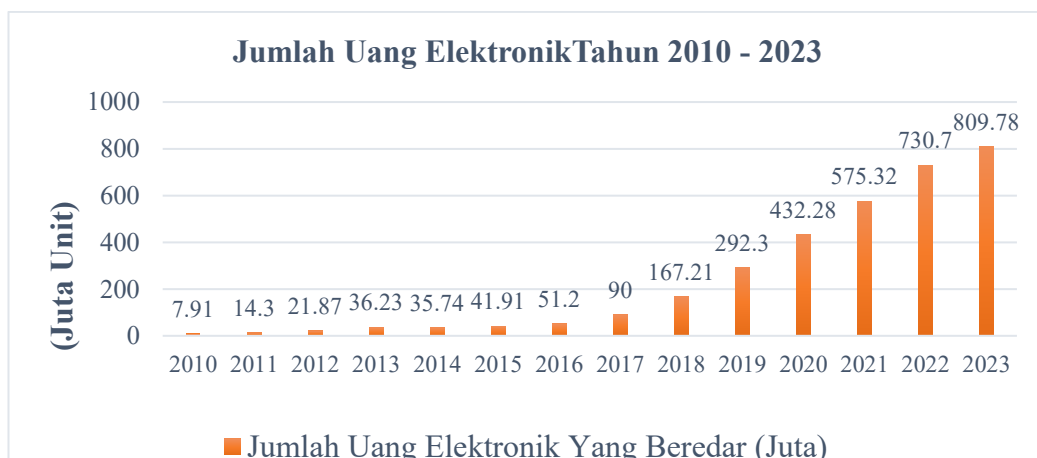
Gambar 2. Jumlah Volume dan Nilai Transaksi 2020- 2024

Sumber: (SEKI BI, 2024)

Data pada table 2 menunjukkan bahwa Indonesia pada tahun 2021 merupakan volume transaksi terendah dengan jumlah 8.264.160 dan volume transaksi tertinggi tahun 2024 dengan jumlah 21.670.349. Kemudian Nilai transaksi ter-endah pada tahun 2020 yaitu dengan nominal 504.956 dan tertinggi pada tahun 2024 dengan jumlah nominal 2.503.959 (BI, 2024). *E-money* merupakan alat pembayaran nontunai yang nilainya tersimpan berbentuk elektronik seperti *chip/server* (BI, 2020a). Uang ini diterbitkan oleh Bank Indonesia (BI) dan memiliki izin resmi untuk digunakan di berbagai transaksi. Bank Indonesia memisahkannya antara produk berbasis *server*, seperti *T-cash* atau Dompetku, yang merupakan layanan milik operator, dan barang berbasis *chip*, seperti *e-money* dari Bank Mandiri atau Megacash dari Bank Mega. Tanpa harus membawa uang tunai, menggunakan uang elektronik untuk melakukan pembayaran dapat menjadi cepat dan nyaman. Selain itu, ketika pedagang kekurangan uang pecahan kecil, hal ini menghilangkan kebutuhan untuk menerima kembalian dalam bentuk barang, seperti permen (Putri et al., 2025).

Surat Edaran Bank Indonesia No. 11/11/DASP tanggal 13 April 2009, dan PBI No. 11/12/PBI/2009 mengenai Uang Elektronik keduanya membatasi penggunaan uang elektronik. Penggunaan uang elektronik di negara ini meningkat karena meningkatnya pembayaran digital dan berkembangnya pasar atau platform belanja online.

Gambar 3. Jumlah Uang Elektronik Tahun 2010-2023

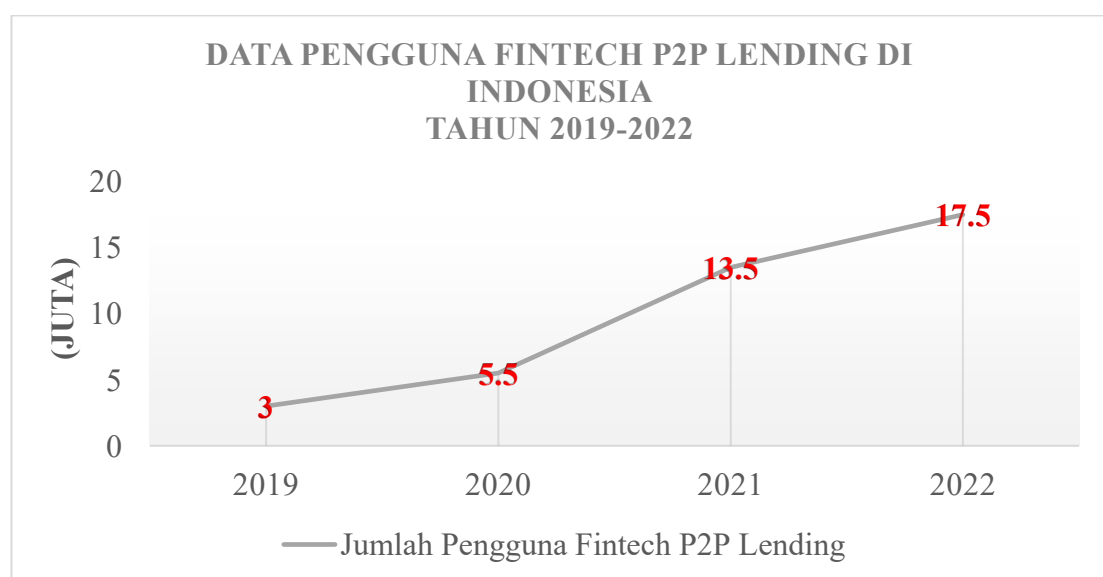


Sumber: (SEKI BI, 2023)

Menurut data dari Bank Indonesia (2023), terdapat 809,78 juta unit uang elektronik yang beredar pada tahun 2023. Dibandingkan dengan posisi akhir sebelum pandemi pada tahun 2019, angka ini meningkat sebesar 177,03%. Grafik menunjukkan bahwa sejak tahun 2010, jumlah uang elektronik yang beredar terus meningkat. Hanya ada 7,9 juta unit uang elektronik yang digunakan pada tahun 2010. Pada tahun 2023, jumlah ini telah meningkat lebih dari 10.000%. Uang elektronik diklasifikasikan menjadi dua kategori berdasarkan media yang digunakan untuk penyimpanan. Pertama, terdapat 89,09 juta unit uang elektronik berbasis *chip*. Dengan 683,47 juta unit, uang elektronik berbasis *server* menempati posisi kedua. Terdapat 188,9 juta unit uang elektronik terdaftar dan 583,66 juta unit uang elektronik tidak terdaftar.

Perkembangan teknologi yang memudahkan masyarakat untuk menggunakan *e-money*, seperti smartphone dan internet serta untuk alasan keselamatan dan kesehatan, pandemi Covid-19 telah memaksa individu untuk beralih ke transaksi nontunai. Saat ini terdapat 73 penerbit uang elektronik. Dari jumlah tersebut, 52 adalah lembaga non-bank (LSB) dan 21 adalah bank komersial. Berbasis teknologi informasi dan tanpa perantara bank atau lembaga keuangan lainnya (BI, 2023).

Gambar 4. Data Pengguna Fintech P2P Lending di Indonesia Tahun 2019-2022



Sumber: (OJK, 2022)

Pada grafik diatas dapat dilihat bahwa jumlah pengguna fintech P2P Lending meningkat signifikan setiap tahun nya, dapat dilihat pada tahun 2020. Jumlah pengguna nya melonjak 83,33% dari tahun sebelumnya, juga dapat dilihat pada tahun 2022 jumlah pengguna fintech P2P Lending mencapai 17,5 juta pengguna yang artinya melonjak pesat sebanyak 483,33% dari 3 tahun sebelumnya. Hal ini didorong oleh berbagai faktor, seperti kemudahan akses pendanaan, tingkat penetrasi internet yang tinggi, dan edukasi masyarakat yang semakin meningkat mengenai layanan keuangan digital (OJK, 2022).

Peminjaman *fintech*, yang sering dikenal sebagai *peer-to-peer lending (P2P lending)*, didefinisikan oleh POJK No. 77/POJK.01/2016 sebagai layanan peminjaman uang secara langsung dalam rupiah antara kreditur (pemberi pinjaman) dan debitur (penerima pinjaman). Dilaporkan bahwa P2P *lending fintech* memberikan pinjaman kepada 17,3 juta peminjam dengan total 29,88 triliun rupiah pada tahun 2021 (OJK, 2022). Layanan ini juga disebut sebagai Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi (LPMUBTI). Menurut data OJK per Desember 2023, terdapat 121,47 juta rekening pengguna *fintech P2P Lending* di Indonesia, naik 1,04% secara *Month on Month (MoM)*. Peningkatan jumlah pengguna P2P *Lending* di Indonesia didorong oleh beberapa faktor, seperti mudah diakses melalui *smartphone*, sehingga menjangkau lebih banyak masyarakat, termasuk mereka yang tidak memiliki akses ke institusi perbankan konvensional, dan *platform* pinjaman P2P biasanya menawarkan proses pengajuan pinjaman yang lebih cepat dan sederhana daripada bank. *Platform P2P Lending* umumnya memberi bunga kompetitif dibanding bank lainnya yang juga menawarkan berbagai jenis pinjaman, sehingga dapat memenuhi kebutuhan berbagai macam peminjam. Secara keseluruhan, industri P2P *lending* di Indonesia menunjukkan tren positif dengan pertumbuhan pengguna yang signifikan pada periode 2019-2022.

Hadirnya *finterch* tentunya juga berdampak positif dalam meningkatkan jumlah pendapatan pada UMKM. UU yang mengatur UMKM, yaitu PP No.7/2021 dan UU No. 20/2008 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi

serta Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, telah memperjelas konsep atau pengertian UMKM.

Secara teori, kedua peraturan menggunakan definisi yang sama, yaitu:

1. Usaha Mikro adalah perusahaan yang sukses yang dijalankan oleh satu individu atau kepemilikan tunggal yang memenuhi persyaratan definisi usaha mikro dalam peraturan pemerintah ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha bisnis yang menguntungkan yang beroperasi secara independen dan dijalankan oleh seseorang atau organisasi yang bukan cabang atau anak perusahaan dari bisnis yang dimiliki, dikendalikan, atau sebagian, baik secara langsung maupun tidak langsung, dari perusahaan menengah atau besar yang memenuhi persyaratan untuk usaha kecil sebagaimana didefinisikan oleh peraturan pemerintah ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha bisnis independen yang menguntungkan yang dijalankan oleh seseorang atau organisasi yang bukan merupakan cabang atau anak perusahaan dari sebuah perusahaan yang dimiliki, dikendalikan, atau menjadi bagian dari, baik secara langsung maupun tidak langsung, oleh usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi persyaratan usaha menengah sebagaimana diatur dalam peraturan pemerintah ini.

Table 2. Kriteria UMKM dan Usaha Besar Berdasarkan PP No.7/2021 (Miliar)

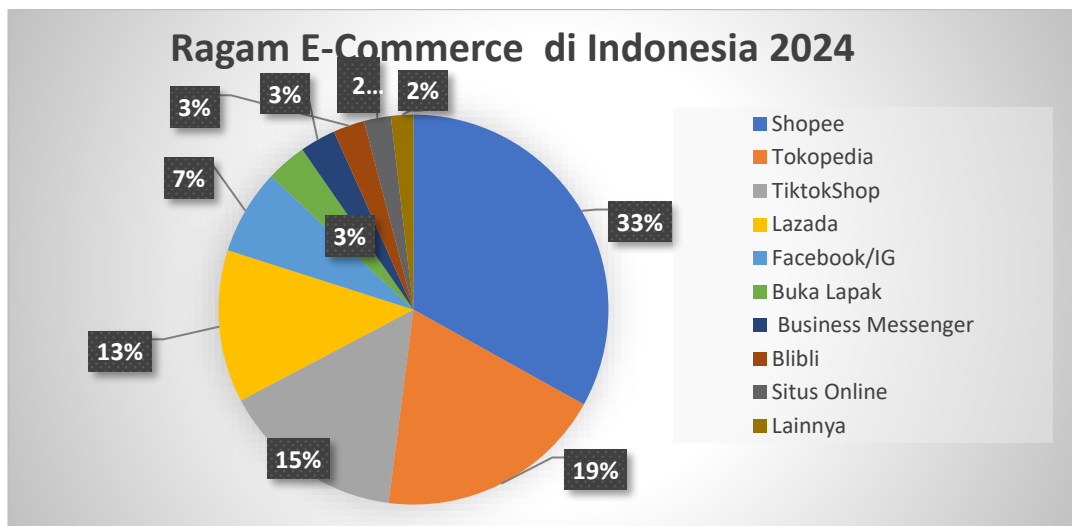
Kriteria	Usaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah
Omset	s.d. Rp 2	Rp 2 - 15	Rp 15-50
Modal Pendirian	s.d. Rp 1	Rp 1- 5	Rp 5- 10

Sumber: (UKMINDONESIA.ID, 2024)

Pada penelitian ini penulis fokus pada meningkatnya jumlah pendapatan UMKM dalam penggunaan aplikasi shopee yang berlokasi di wilayah kota Bandar Lampung, Karena berdasarkan data (BPS, 2024b),Shopee memperoleh nilai sebesar 33%, membuat lebih unggul dibandingkan kompetitor lainnya. Adapun Tokopedia duduk di posisi kedua dengan perolehan 19%, TikTok Shop menyusul di urutan

ketiga dengan 15%, dan Lazada di peringkat keempat dengan 13%. Oleh sebabnya, penggunaan *e-commerce* terbesar adalah shopee, yang membuat salah satu alasan peneliti memilih aplikasi shopee sebagai salah satu objek penelitian.

Gambar 5. Data Pengguna E-Commerce di Indonesia Tahun 2024



Sumber: (BPS, Data Diolah)

Shopee adalah aplikasi pasar seluler yang memfasilitasi transaksi dari konsumen ke konsumen (C2C) yang aman, menyenangkan, sederhana, dan nyaman. Sebagai salah satu pasar online untuk membeli dan menjual, Shopee telah melakukan penyesuaian untuk menarik perhatian pengguna dan mendorong lebih banyak transaksi. Shopee menyediakan fitur seperti berbagi sosial, obrolan langsung, dan hashtag untuk membantu pembeli dan penjual berkomunikasi serta menemukan apa yang mereka cari (Alamin et al., 2023).

Beberapa layanan utama yang ditawarkan aplikasi shopee salah satunya adalah fitur ShopeePay yang merupakan layanan dompet digital (*e-wallet*). Layanan ini termasuk dalam *fintech* pembayaran nontunai. *Shopee* juga menyediakan fitur SPayLater. SPayLater adalah layanan pinjaman online atau P2P Lending yang ditawarkan oleh Shopee, bekerja sama dengan PT Shopee Internasional Indonesia. Layanan ini memungkinkan pengguna Shopee untuk meminjam uang untuk

berbagai kebutuhan. Adanya kedua fitur unggulan shopee tersebut sangat menguntungkan UMKM untuk memenuhi kebutuhan mereka seperti memperluas jangkauan pelanggan, dikarenakan Shopee memiliki basis pengguna besar yang berarti bahwa UMKM yang menggunakan platform ini dapat menjangkau lebih banyak pelanggan potensial. Keuntungan lainnya akses permodalan yang lebih mudah dan cepat, yang ditawarkan melalui fitur SPayLater. Solusi pendanaan alternatif yang cepat diakses dibanding dengan lembaga keuangan tradisional membuat UMKM lebih percaya diri untuk mengembangkan bisnisnya. Hal ini dapat membantu meningkatkan penjualan dan pendapatan.

Bedasarkan data dari BPS (2024b), Pulau Jawa terus mendominasi e-commerce di Indonesia, yang dibuktikan oleh enam provinsi dengan konsentrasi perusahaan *e-commerce* terbesar. Bali memiliki 86.156 perusahaan, menempatkannya di urutan ketujuh. Sumatera Utara, dengan hampir 74.000 perusahaan, menempati peringkat kedelapan. Lampung berada di peringkat kesembilan dengan 58.792 perusahaan. Terakhir, dengan hampir 51.000 perusahaan, Sulawesi Selatan berada di urutan ke-10.

Table 3 Provinsi dengan Jumlah Usaha E-Commerce Terbanyak di Indonesia

No	Wilayah	Jumlah usaha
1	Jawa Barat	642.672
2	Jawa Timur	571.958
3	Jawa Tengah	541.072
4	DKI Jakarta	253.261
5	DI Yogyakarta	173.977
6	Banten	105.384
7	Bali	86.156
8	Sumatra Utara	74.000
9	Lampung	58.792
10	Sulawesi Selatan	51.000

Sumber : (BPS, 2024)

Dari data diatas dapat dilihat bahwa Lampung merupakan peringkat ke 2 tertinggi di pulau Sumatra setelah Sumatra Utara. Kemudian, menurut Kantor Perwakilan Bank Indonesia (BI) Lampung, terdapat 1.774.770 pengguna QRIS di wilayah tersebut per Agustus 2024. Kota Bandar Lampung memiliki jumlah pengguna QRIS terbanyak, dengan 266.742 pedagang. Menurut segmen pedagang, segmen UMKM menyumbang hampir 97% dari total. Hal inilah yang membuat penulis memilih Kota Banadar Lampung sebagai objek penelitian.

Mengingat latar belakang di atas, penulis hendak meneliti tentang “Peran Fintech Pembayaran (*e-money*) dan *Peer to peer* (P2P) *Lending* Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Pasca Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada UMKM Yang Menggunakan Aplikasi Shopee di Kota Bandar Lampung)”.

1.2 Rumusan Masalah

Penulis merumuskan masalah sebagai berikut, dengan mempertimbangkan latar belakang:

1. Bagaimana peran *fintech* pembayaran/*e-money* (ShopeePay) dalam meningkatkan pendapatan UMKM di Bandar Lampung pasca pandemi Covid-19?
2. Bagaimana peran *fintech* P2P *Lending* (SpayLater) dalam meningkatkan pendapatan UMKM di Bandar Lampung pasca pandemi Covid-19?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui peran *fintech* pembayaran/*e-money* (ShopeePay) dalam menaikkan jumlah penerimaan UMKM di Bandar Lampung pasca Covid-19
2. Untuk mengetahui peran *fintech* P2P *Lending* (SpayLater) dalam menaikkan jumlah penerimaan UMKM di Bandar Lampung pasca Covid-19?

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan penelitian empiris tentang pemahaman teknologi finansial, pendapatan, dan pengeluaran yang terkait dengan penggunaan *e-commerce* Shopee oleh pelaku UMKM di Kota Bandar Lampung.
- b. Memberikan pengetahuan tambahan bagi mahasiswa ekonomi pembangunan terkait pengaruh finansial teknologi, penerimaan, dan pengeluaran terhadap penggunaan *e-commerce* Shopee UMKM di Kota Bandar Lampung.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Shopee

Dengan memodernisasi sistem teknologi informasi, penelitian ini membantu pengguna meningkatkan pendapatan mereka melalui *e-commerce* Shopee sebagai *platform* penjualan online.

b. Bagi Pelaku UMKM

Diharapkan temuan dari penelitian ini dapat memberitahukan kepada pelaku UMKM tentang keuntungan menggunakan *e-commerce* Shopee sebagai strategi keberlanjutan bisnis.

c. Bagi Peneliti

Temuan ini diharapkan dapat berfungsi sebagai tinjauan pustaka bagi para peneliti yang ingin melakukan penelitian serupa dan membantu mereka dalam memilih percakapan yang relevan untuk digunakan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teoritis

2.1.1 Ekonomi Digital

Menurut Tapscott (1996), istilah ekonomi digital tidak hanya mengacu pada pasar TIK. Istilah ini juga dikenal sebagai ekonomi baru, yang didefinisikan oleh penggunaan eksklusif informasi digital. Penggunaan teknologi digital, internet, dan platform online untuk produksi, distribusi, dan manajemen barang serta jasa menjadi fokus utama dari bidang ekonomi digital dalam ekonomi (Sudarmanto et al., 2024). Hal ini dapat melibatkan berbagai pemangku kepentingan, termasuk bisnis, konsumen, pemerintah, dan lembaga lainnya, serta mencakup aktivitas ekonomi yang dilakukan secara daring.

Di tengah pesatnya digitalisasi ekonomi, UMKM juga dapat memanfaatkan teknologi dan *digital marketing* guna memperluas pasar, mencapai efisiensi operasional, serta memperkuat strategi pemasaran melalui digitalisasi. Pemanfaatan media sosial, *marketplace*, dan *website* memungkinkan UMKM menjangkau lebih banyak konsumen dengan biaya promosi yang lebih rendah, meningkatkan daya saing, dan mendorong pertumbuhan usaha secara berkelanjutan (Budiarty et al., 2022).

Berikut ini bagian utama pada ekonomi digital (Sudarmanto et al., 2024):

- 1) *E-Commerce* (Perdagangan Elektronik): adalah praktik pembelian dan penjualan barang serta jasa menggunakan saluran online seperti situs web atau aplikasi.
- 2) *Digital Payment* (Pembayaran Digital): merujuk pada metode pembayaran apa pun yang menggunakan teknologi digital. Kartu kredit, dompet digital, aplikasi

pembayaran, dan teknologi lainnya mempermudah transaksi online yang cepat dan aman bagi pelanggan bisnis.

2.2.2 E-Commerce

a) *Konsep E-commerce*

Laudon & Traver (2017) mendefinisikan *e-commerce* sebagai pembelian dan penjualan barang secara online oleh pelanggan dan antar bisnis dengan menggunakan teknologi sebagai perantara. Sedangkan pengertian *e-commerce* menurut Turban et al. (2015), *e-commerce*, yang sering dikenal sebagai perdagangan elektronik, adalah perdagangan elektronik yang mencakup operasi pembelian dan penjualan barang dan jasa, pertukaran produk, transfer uang, penyediaan layanan, dan pertukaran informasi melalui jaringan komputer atau internet. Gagasan untuk membangun bisnis elektronik dengan strategi membeli dan menjual barang atau jasa melalui jaringan elektronik dengan transaksi data yang dilakukan secara elektronik juga dikenal sebagai *e-commerce*. WTO (2019) mendefinisikan *e-commerce* sebagai penjualan produk dan layanan melalui jaringan komputer yang menggunakan teknik tertentu untuk menerima dan memproses pesanan barang dan jasa antara bisnis, individu dan keluarga, badan pemerintah, atau organisasi publik dan swasta. Teks, audio, dan gambar semuanya termasuk di dalamnya.

a. Faktor Pendorong Penggunaan *E-commerce* dalam Bisnis

Chaffey & Ellis-Chadwich (2016) menjelaskan ada dua faktor perkembangan *e-commerce*, yaitu:

1) Kompetitif

Kemampuan untuk menambah jumlah pelanggan dan nilai transaksi yang dapat dicapai melalui permintaan pelanggan, pengendalian kualitas, variasi produk dan layanan, serta upaya untuk mempertahankan nilai stok adalah semua faktor yang berkontribusi pada dorongan kompetitif.

2) Biaya.

Dengan menurunkan berbagai beban biaya termasuk biaya distribusi dan variasi, insentif biaya dapat mengurangi berbagai pengeluaran.

Mengurangi saluran pemesanan dan pengiriman produk, mempercepat penyebaran informasi tentang barang dan jasa, memotong biaya operasional, dan menurunkan beban biaya lain yang terkait dengan pembelian dan penjualan barang serta jasa secara online adalah beberapa strategi yang digunakan untuk menangani insentif biaya.

b. Keunggulan *E-Commerce*

1. Efisien, bisnis dapat secara signifikan mengurangi biaya tenaga kerja dan overhead dengan memanfaatkan *e-commerce*. Bisnis yang telah menerapkan *e-commerce* dapat mempromosikan produk mereka tanpa mencetak katalog produk. Yang perlu mereka lakukan hanyalah menggunakan platform *e-commerce* mereka untuk mengunggah katalog produk.
2. Efektif, layanan *e-commerce* berbasis internet dapat diakses sepanjang waktu, yang memudahkan bisnis untuk memantau transaksi penjualan.

2.2.3 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

1. Pengertian UMKM

Pasal 35 Ayat 2 PP No. 7/2021 mendefinisikan UMKM. Menurut setiap tingkat modal, aturan pemerintah ini menjelaskan sebagai berikut, dengan catatan tanah dan bangunan tak masuk perhitungan:

1. Usaha Mikro, modal usaha maksimal Rp1 miliar.
2. Usaha Kecil, modal usaha > Rp1 miliar s.d. Rp5 miliar.
3. Usaha Menengah, modal usaha > Rp5 miliar s.d. Rp10 miliar.

Sementara itu, BPS (2021) mendefinisikan kriteria UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja.

1. Usaha mikro, jumlah tenaga kerja 1 s.d. 5 orang.
2. Usaha kecil, jumlah tenaga kerja 5 s.d. 19 orang.
3. Usaha menengah, jumlah tenaga kerja 20 s.d. 99 orang.

2.2.4 Shopee

Shopee adalah *platform e-commerce* global yang memulai debutnya sebagai pasar *mobile* pertama di Asia Tenggara di Singapura pada awal 2015. Setelah itu, Shopee membuka toko di Indonesia pada Desember 2015 untuk melayani gaya hidup yang beragam di negara ini, baik untuk pria maupun wanita. Shopee *e-Commerce* menawarkan sejumlah fitur yang menarik pelanggan untuk berbelanja di sana.

Misalnya, pengiriman gratis, diskon pada produk tertentu, dan berbagai promosi lainnya. Selain itu, Shopee menyediakan opsi toko online bagi mereka yang ingin membangun toko dan mempromosikan barang atau jasa di Shopee. Shopee terkenal dengan banyaknya penawaran diskon, yang memberikan pelanggan rasa keuntungan. Ini adalah beberapa promosi penjualan yang ditawarkan Shopee:

1. *Voucher*, sebuah alat insentif dengan nilai tertentu yang sering digunakan di lokasi tertentu dan untuk jangka waktu tertentu. Shopee menyediakan berbagai *voucher* bagi pelanggannya. Pelanggan Shopee dapat memanfaatkannya dengan menukarkan kupon yang tersedia dan memastikan bahwa mereka mematuhi syarat dan ketentuan yang relevan. Kupon gratis ongkir adalah yang paling sering diminta oleh pelanggan Shopee.
2. *Discount*, diskon yang ditawarkan penjual kepada pelanggan ketika mereka membeli barang. Pelanggan Shopee dapat menggunakan voucher diskon yang tersedia saat proses pembayaran untuk mendapatkan diskon, yang akan langsung mengurangi total jumlah pembelian mereka.
3. *Cashback*, penawaran promosi dari penjual yang memungkinkan pelanggan mendapatkan pengembalian uang saat mereka membeli produk. Pengguna harus menggunakan kupon *cashback* yang ditawarkan dan mematuhi syarat serta ketentuan yang berlaku untuk menerima *cashback*. Shopee akan memberikan pengembalian dana kepada pelanggan dalam bentuk koin Shopee, yang dapat mereka gunakan untuk pembelian berikutnya.
4. *Flashsale*, sebuah strategi pemasaran yang menawarkan barang dengan harga sangat rendah untuk periode waktu yang singkat. Harga produk yang

ditampilkan untuk penjualan kilat hanya berlaku selama masa penawaran. Biasanya, pelanggan hanya diperbolehkan membeli satu item per produk selama penjualan kilat.

5. *Fintech*, kemajuan teknologi digital tidak bisa dihindari dan tak terelakkan. Sektor jasa keuangan, yang juga disebut teknologi finansial (*fintech*), adalah sektor berikutnya yang akan terganggu (Ilman, 2019).

2.2.5 Fintech

Finansial teknologi adalah gabungan antara jasa keuangan dan teknologi yang berfungsi untuk memudahkan keuangan. Menurut *Financial Stability Board* (FSB), finansial teknologi diartikan sebagai inovasi dari teknologi yang mewujudkan model bisnis baru, aplikasi, proses yang berefek material dengan jasa keuangan. Sedangkan menurut *World Economic Forum*, finansial teknologi merupakan pemanfaatan sebuah teknologi dan bisnis inovatif pada sektor finansial yang mewujudkan cara baru. Walaupun begitu, dalam literatur, istilah "*Fintech*" diartikan dan digunakan beragam. Berikut adalah contoh definisi menurut beberapa para ahli :

- 1) Teknologi finansial adalah bisnis yang menggunakan teknologi untuk menghasilkan uang dengan menyediakan layanan keuangan bagi pelanggan (Wilson, 2017).
- 2) *Fintech* adalah layanan industri keuangan yang didukung oleh infrastruktur digital, seperti internet dan ponsel (HP).
- 3) Individu dan bisnis terhubung secara digital ke infrastruktur pembayaran melalui ponsel (HP), komputer pribadi (PC), atau kartu yang digunakan melalui sistem *point-of-sale* (POS), memungkinkan transaksi keuangan tanpa batas antara semua pihak (McKinsey & Company, 2016).

Kesimpulannya, finansial teknologi merupakan kombinasi antara teknologi dan jasa keuangan untuk membantu meningkatkan perekonomian dengan cara efisiensi dan keamanan dalam sistem pembayaran yang dilakukan oleh pengguna. Jenis

perusahaan jasa keuangan melayani aktifitas pembayaran, asuransi, kredit, tabungan, dan sebagainya.

Penyedia layanan keuangan meliputi penyedia layanan pembayaran, sektor perbankan, dan lembaga keuangan lainnya; semua pengguna *fintech* mencakup konsumen dari semua tingkat pendapatan, pelaku korporasi dari semua skala, dan pemerintah. Misalnya, *start-up*, pedagang, *fintech*, perusahaan telekomunikasi, dan perusahaan lainnya.

Menurut Widnyana & Marsudi (2025), beberapa jenis finansial teknologi:

- a. Manajemen aset/ Perencanaan Keuangan
Merupakan sebuah platform *expense managemen system* yang berfungsi untuk membantu jalannya suatu usaha agar lebih efisien dan praktis.
- b. *Crowd funding*
Merupakan sebuah *platform* guna penggalangan dana kepada orang yang membutuhkan.
- c. *E-money*
Merupakan uang elektronik secara digital atau dapat juga disebut sebagai dompet digital.
- d. *Insurance*
Insurance merupakan asuransi pemberi pelayanan kepada pengguna berupa informasi mengenai rumah sakit terdekat, dokter, dsb.
- e. *Peer to peer (P2P) Lending*
P2P Lending merupakan sebuah layanan yang dimonitori OJK untuk melakukan pinjaman uang kepada UMKM yang tak berekening bank.
- f. *E-Wallet*
E-wallet termasuk kelompok *e-money*. Namun terdapat perbedaan antara *e-wallet* dengan *e-money* yaitu di mana *e-wallet* adalah aplikasi untuk menyimpan uang digital, sedangkan *e-money* adalah uang elektronik yang disimpan dalam bentuk kartu.

2.2.6 Pandemi COVID-19

Epidemi global penyakit Coronavirus 2019 dikenal sebagai pandemi Covid-19 (Bahasa Inggris: *Coronavirus disease 2019*, disingkat Covid-19). SARS-CoV-2, sebuah coronavirus baru, adalah penyebab penyakit ini. WHO menetapkan wabah Covid-19 sebagai pandemi pada 11 Maret 2020, setelah awalnya ditemukan di Kota Wuhan, Hubei, Tiongkok, pada 31 Desember 2019. Per 14 November 2020, lebih dari 53.281.350 kasus telah tercatat di lebih dari 219 negara dan wilayah di seluruh dunia, dengan lebih dari 1.301.021 kematian dan lebih dari 34.394.214 kesembuhan. Batuk dianggap sebagai cara utama virus SARS-CoV-2 menyebar dari orang ke orang. Bersin dan pernapasan biasa juga dapat menyebabkan percikan ini. Selain itu, menyentuh permukaan benda yang terkontaminasi dan kemudian menyentuh wajah seseorang dapat menyebarkan virus.

Meskipun penularan dapat terjadi sebelum gejala muncul, COVID-19 paling menular ketika seseorang yang terinfeksi menunjukkan gejala. Meskipun dapat bervariasi antara dua hingga empat belas hari, rata-rata waktu antara paparan virus dan awal gejala adalah lima hari. Demam, batuk, dan sesak napas adalah gejala khas. Pneumonia dan penyakit pernapasan akut berat adalah contoh komplikasi. Penyakit ini tidak memiliki vaksinasi atau obat antivirus khusus. Terapi simptomatik dan suportif adalah bentuk pengobatan utama. Membersihkan tangan, menutupi mulut saat batuk, menghindari kontak dekat dengan orang lain, serta memantau dan mengisolasi diri bagi yang merasa mungkin terinfeksi adalah tindakan pencegahan yang disarankan.

Ekonomi dan masyarakat telah terganggu oleh pandemi ini. Di banyak negara, pendapatan menurun, acara olahraga dan budaya ditunda atau dibatalkan, dan ada ketakutan umum tentang kekurangan produk, yang telah menyebabkan pembelian panik (*Panic Buying*). Informasi palsu dan teori konspirasi tentang virus telah menyebar secara online, dan sejak kemunculannya pada tahun 2020, telah terjadi lebih banyak kasus prasangka dan xenofobia yang ditujukan kepada orang Tionghoa dan Asia Timur atau Asia Tenggara lainnya.

Kebijakan pemerintah yang memberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang dikeluarkan pemerintah daerah, hingga menjadi Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) berskala makro dan mikro hingga memiliki level keamanan level 0 sampai 4 (level 0 positif kasus berkurang, level 4 positif kasus mengkhawatirkan) yang dikeluarkan pemerintah pusat.

Pemerintah lewat Kementerian Kesehatan juga menciptakan langkah-langkah preventif untuk mengurangi penyebaran Covid-19 seperti sosialisasi 7M, yaitu menjaga jarak, mencuci tangan, memakai masker, menghindari kerumunan, membatasi mobilitas, menghindari makan bersama, dan mendapat vaksinasi lengkap.

2.2 Tinjauan Empiris

Berikut ini beberapa penelitian terdahulu terkait dengan peran fintech pembayaran (*e-money*) dan fintech *peer to peer lending* (*P2P Lending*) terhadap peningkatan pendapatan UMKM pasca pandemi Covid-19.

Table 4. Tinjauan Empiris

No	Penelitian Terdahulu
1.	Nama Peneliti : Rifki Yudi Wantoro (2022) Judul : Peran Fintech OVO terhadap Efektivitas Transaksi UMKM Bidang Kuliner pada Masa Pandemi Covid-19 Variabel Penelitian : <i>Fintech OVO</i> , transaksi usaha Hasil : Kegiatan yang dilakukan secara online dengan bantuan OVO, seperti peningkatan pendapatan non-tunai, menunjukkan seberapa berhasilnya penggunaan fintech OVO sebagai sistem pembayaran sepanjang pandemi Covid-19.
2.	Nama Peneliti : Zulfakriza (2023) Judul : Implementasi Teknologi Finansial Terhadap Peningkatan Pendapatan Pelaku UMKM Di Kecamatan Kuta Alam, Aceh Variabel Penelitian : Fintech, peningkatan pendapatan Hasil : Sebagian besar informan telah mengintegrasikan Fintech ke dalam operasional mereka. Kemudian, hanya persentase kecil informan yang menggunakan Fintech dalam bentuk e-commerce, sedangkan mayoritas menggunakan Fintech dalam bentuk dompet

digital dan uang elektronik. Ada dua jenis pengaruh implementasi teknologi finansial terhadap pertumbuhan pendapatan pelaku UMKM: besar dan tidak signifikan.

3. Nama Peneliti : Arina Ahda Sabila (2021)
Judul : Pengaruh FinTech terhadap Literasi Keuangan UMKM di Kec. Medan Denai
Variabel Penelitian : FinTech, Literasi Keuangan
Hasil : Temuan studi menunjukkan bahwa teknologi keuangan secara signifikan dan positif memengaruhi literasi keuangan pelaku UMKM di Kecamatan Medan Denai; 26 responden, atau 52% dari sampel, sangat setuju.

 4. Nama Peneliti : Hasriani (2023)
Judul : Peranan Ekonomi Digital Pada *E-Commerce* Shopee Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM
Variabel Penelitian : Ekonomi Digital, Pendapatan UMKM
Hasil : Shopee telah menjadi situs belanja online seiring pertumbuhan ekonomi digital. UMKM mulai memasarkan produk mereka. Dulu, pelanggan harus mengunjungi toko secara langsung untuk melihat produk yang ingin mereka beli atau berbelanja secara *offline*; sekarang, dapat memilih barang hanya dengan menggunakan ponsel tanpa harus mengunjungi toko atau berbelanja online. Selain itu, Shopee adalah platform *e-commerce* teratas di Indonesia karena berbagai promo, gratis ongkir, opsi pembayaran yang mudah, dan ketersediaan semua layanan pengiriman. Jangkauan pasar Shopee yang lebih luas memungkinkan produk mendapatkan pengakuan publik yang lebih besar. Dengan memanfaatkan karakteristik ini, UMKM dapat meningkatkan pendapatan mereka.

 5. Nama Peneliti : Ainun Mardiah Lubis (2021)
Judul : Pengaruh Literasi Keuangan, Fintech *P2P Lending* dan *Payment Gateway* Terhadap Kinerja Keuangan UMKM Kota Medan
Variabel Penelitian : Literasi Keuangan, *P2P Lending*, *Payment Gateway*, dan kinerja keuangan.
Hasil :
Kinerja keuangan UMKM di Kota Medan dipengaruhi secara signifikan oleh variabel literasi keuangan, variabel *peer-to-peer lending*, dan variabel *payment gateway*. Semuanya memiliki nilai simultan sebesar $65,201 > 3,11$, yang menunjukkan bahwa faktor-
-

faktor tersebut semuanya berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM di Kota Medan.

- 6 Nama Peneliti: Nurul Fadhila (2022)
Judul: Peran Digitalisasi Usaha dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku UMKM di Kota Bandar Lampung
Variabel Penelitian : Digitalisasi usaha, pendapatan UMKM
Hasil : Penggunaan digitalisasi dalam penjualan, transaksi, dan pemasaran oleh pelaku UKM kafe berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan mereka. Selain itu, variabel seperti penjualan, lama berusaha, dan jam kerja pengusaha dimanfaatkan untuk meningkatkan penghasilan pelaku UKM kafe; peningkatan penjualan sangat dipengaruhi oleh penjualan yang dilakukan melalui digitalisasi.
-
- 7 Nama Peneliti: Rachmat Agung (2023)
Judul: Pengaruh *Fintech Lending* Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat
Variabel Penelitian : *Fintech Lending*, Pendapatan masyarakat
Hasil : Pendapatan masyarakat dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel *Lending Fintech*. Sementara itu, uji parsial menunjukkan bahwa faktor internal *Lending Fintech* berpengaruh terhadap Pendapatan Masyarakat karena nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$ dan nilai T yang dihitung $> T$ tabel atau $4,377 > 1,985$. Akibatnya, pendapatan masyarakat dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel *Lending Fintech*.
-
- 8 Nama Peneliti: Putu Karisma Ersi Ersinta (2022)
Judul: Pengaruh Literasi Keuangan, *P2P Lending*, dan *Payment Gateway* Terhadap Kinerja Keuangan UMKM Di Bali”.
Variabel Penelitian : Literasi Keuangan, *P2P Lending*, dan *Payment Gateway*, Kinerja Keuangan UMKM.
Hasil : Menurut temuan penelitian, kinerja keuangan UMKM sedikit meningkat berkat literasi keuangan, peminjaman P2P, dan *gateway* pembayaran.
-
- 9 Nama Peneliti: Desi Utami Piliang (2022)
Judul: Peran Fintech Lending Dalam Pengembangan UMKM di Pasar Pajak Batu di Kota Padangsidimpuan
Variabel Penelitian : *Fintech Lending*, dan Pengembangan UMKM
-

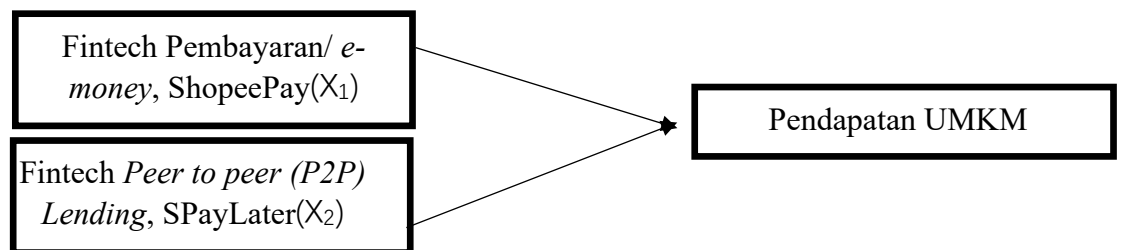
Hasil : Kontribusi *fintech* terhadap pertumbuhan UMKM di Pasar Pajak Batu Kota Padangsidempuan adalah memfasilitasi pengelolaan keuangan pelaku UMKM melalui solusi keuangan digital, seperti digitalisasi laporan keuangan, pinjaman online, teknologi pembayaran, dan *marketplace* bagi pelaku UMKM. Bagi pelaku UMKM yang ingin mengembangkan usahanya, *fintech* menyediakan berbagai kemungkinan pembiayaan. Dengan meningkatkan pendapatan, menyediakan dana untuk pengembangan usaha, dan memberdayakan sumber daya manusia, *fintech* sebagai sumber pendanaan dapat meningkatkan kesejahteraan pelaku UMKM. *Fintech* sebagai metode pembayaran dapat membantu pelaku UMKM dalam menjalankan aktivitas, termasuk mengirim dan menerima uang melalui ponsel, melakukan transaksi jual beli tanpa pertemuan langsung, dan membayar tagihan listrik dimana saja.

-
- 10 Nama Peneliti: Alif Alfian Rezeki (2022)
 Judul: Pengaruh Kemudahan, Manfaat Dan *Social influence* Terhadap Minat Pelaku UMKM Menggunakan *P2P* di Kota Banda Aceh
 Variabel Penelitian : Kemudahan, Manfaat dan *Social influence*, *P2P lending*.
 Hasil : Di Kota Banda Aceh, minat pelaku UMKM terhadap pinjaman *P2P* sangat dipengaruhi oleh kemudahan. Manfaat memiliki dampak besar terhadap keinginan pelaku UMKM untuk menggunakan pinjaman *P2P* di Kota Banda Aceh. Di Kota Banda Aceh, pengaruh sosial memiliki dampak besar terhadap minat pelaku UMKM dalam pembiayaan *P2P*.
-

2.3 Kerangka Berpikir

UMKM sangat penting bagi upaya Indonesia untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan menciptakan peluang kerja baru. Namun, pandemi COVID-19 yang melanda Indonesia pada Maret 2020 memiliki dampak besar terhadap UMKM dan sektor ekonomi lainnya. Pendapatan usaha menurun akibat pandemi COVID-19. Selain mempermudah transaksi, munculnya inovasi *fintech* dalam bentuk uang elektronik membuat berbagai layanan produk keuangan lebih mudah diakses. Salah satunya adalah membantu pelaku UMKM mengembangkan usahanya.

Sebagai hasilnya, kontribusi *fintech* terhadap pertumbuhan usaha mencakup lebih dari sekadar pembiayaan modal; ini juga termasuk layanan pembayaran digital. UMKM adalah tulang punggung perekonomian nasional karena mereka umumnya merupakan sektor yang paling strategis dan memengaruhi mata pencaharian banyak orang. Kerja sama antara *fintech* dan UMKM akan mendorong perekonomian menuju digitalisasi dan memperluas jangkauan pasarnya. Dalam penelitian ini, konsep pengaruh variabel yang diteliti yaitu *fintech* pembayaran/*e-money* (*ShopeePay*) dan *fintech peer to peer lending* (*SPay Later*) terhadap variabel dependennya yaitu Pendapatan UMKM. Adapun kerangka pemikiran yang akan peneliti aplikasikan adalah sebagai berikut :



Gambar 6. Kerangka Berpikir

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian dengan pendekatan deskriptif kuantitatif yang digunakan untuk menganalisis peran *fintech* pembayaran (*e-money*) dan *fintech P2P Lending* terhadap perekonomian UMKM Shopee yang diproses dengan pendapatan UMKM. Informasi kuantitatif tentang keadaan subjek atau fenomena dalam suatu populasi disajikan dalam penelitian ini, yang akan meneliti bagaimana kondisi ekonomi digital pada UMKM Shopee di Indonesia sebelum, selama, dan setelah masa pandemi Covid-19. Data yang dikumpulkan diproses untuk menggambarkan fenomena yang terkait dengan masalah penelitian melalui deskripsi kuantitatif. Akibatnya, data kuantitatif deskriptif dikumpulkan.

3.2 Data dan Sumber Data

Data penelitian ini berupa data primer dan data sekunder.

1. Kuesioner dibagikan dan pendekatan wawancara digunakan untuk mengumpulkan data primer. Untuk mendapatkan informasi yang dapat dipercaya mengenai isu penelitian, pengumpulan data primer dilakukan melalui penelitian lapangan langsung dengan menerapkan teknik observasi pada sumber yang dianggap berwenang dan berpartisipasi dalam penelitian ini (Sugiyono, 2020). Hal ini terkait dengan judul, yang membahas bagaimana *peer-to-peer lending* dan *fintech* pembayaran/*e-money* dapat meningkatkan pendapatan UMKM (studi kasus pada UMKM yang memanfaatkan aplikasi Shopee di kota Bandar Lampung).
2. Informasi penelitian yang dikumpulkan secara tidak langsung atau melalui media, baik diterbitkan maupun tidak, disebut sebagai data sekunder. Badan

Pusat Statistik (BPS), Statistik Ekonomi dan Keuangan Indonesia (SEKI), Bank Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI), dan Asosiasi Fintech Indonesia (AFTECH) hanyalah beberapa organisasi resmi yang menyediakan data sekunder untuk penelitian ini.

3.3 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wilayah Bandar Lampung dengan terfokus pada beberapa UMKM yang menggunakan salah satu produk Fintech yaitu aplikasi shopee. Subjek Penelitian ini adalah pelaku UMKM. Penelitian ini terdiri dari 2 variabel bebas yaitu fintech pembayaran (*e-money*) dengan indikator, laba penjualan, kedua adalah fintech *P2P Lending* dengan indikator manfaat penggunaan, keamanan, dan mudah digunakan. Terakhir adalah variabel terikat dari penelitian ini yaitu pendapatan UMKM.

3.4 Populasi dan Teknik Sampling

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2020), populasi adalah keseluruhan wilayah yang terdiri dari item atau subjek yang memiliki atribut dan karakteristik tertentu yang dipilih oleh peneliti. Semua UMKM yang menggunakan aplikasi Shopee di wilayah Bandar Lampung membentuk populasi.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari ukuran dan karakteristik populasi (Sugiyono, 2020). Peneliti memilih metode sampel acak untuk penelitian ini. Metode dan sampel peneliti dipilih secara acak, tanpa mempertimbangkan kelas sosial atau strata sampel.

SimilarWeb menerbitkan informasi tentang situs *e-commerce* teratas di Indonesia pada awal 2024. Shopee memiliki 235,9 juta pengguna di 2024, sedangkan Lampung memiliki 58.792 bisnis, menurut data global SimilarWeb. Sedangkan

data terbaru dari Dinas Koperasi dan UKM Bandar Lampung bulan Mei 2025 menyatakan tercatat jumlah UMKM di Bandar Lampung mencapai 63.450 usaha.

Dan jumlah data inilah yang kemudian digunakan untuk menentukan sampel. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + (Ne)^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = *Error*

Klausul berikut berlaku dalam rumus Slovin: Untuk populasi besar, e = 0,1 (10%) digunakan. Untuk populasi kecil, e = 0,2 (20%) digunakan.

Dengan 63.450 UMKM di lokasi penelitian, kesalahan standar yang digunakan adalah 0,1 (10%) menurut metodologi Slovin. Karena terdapat lebih dari 1.000 peserta dalam penelitian, peneliti memilih ambang batas 10% dalam kasus ini. Dengan margin kesalahan yang wajar sebesar 10% dan jumlah total 63.450 UMKM di Bandar Lampung, rumus di atas menunjukkan bahwa:

$$n = \frac{N}{1 + (Ne)^2}$$

$$n = \frac{63.450}{1 + (63.450)(0.1)^2}$$

$$n = \frac{63.450}{1 + (63.450)(0.01)}$$

$$n = \frac{63.450}{635,5}$$

n = 99,84 (dibulatkan 100)

Sehingga, jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 100 UMKM.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Adapun beberapa teknik yang akan ditempuh yaitu:

1. Proses mengumpulkan informasi dari perpustakaan, membaca dan mencatat, serta menganalisis bahan penelitian semuanya merupakan bagian dari studi literatur (Zed, 2008). Dalam hal ini, peneliti meninjau berbagai bacaan dan sumber data, termasuk buku, artikel ilmiah, laporan riset, dokumen, UU, dan sebagainya yang digunakan sebagai referensi untuk penyusunan penelitian.
2. Observasi. Untuk mendapatkan pemahaman awal tentang penelitian, peneliti langsung mengamati relawan subjek penelitian. Hanya data berupa fakta tentang dunia nyata yang dikumpulkan melalui observasi, yang dapat digunakan oleh ilmuwan. Sugiyono (2020) membagi observasi menjadi tiga kategori: observasi terorganisasi, observasi terbuka atau tertutup, dan observasi partisipatif. UMKM di kota Bandar Lampung menjadi objek pengamatan, yang berfokus pada aktivitas lingkungan termasuk penjualan online di *platform e-commerce* Shopee. Tujuan observasi adalah mengetahui lebih lanjut tentang bagaimana UMKM memasarkan produk mereka.
3. Wawancara. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk memungkinkan komunikasi antara subjek penelitian dan peneliti. Hanya UMKM di Bandar Lampung yang menggunakan Shopee dan telah beroperasi selama minimal lima tahun yang dipilih oleh peneliti untuk berpartisipasi dalam wawancara informan. Beberapa wawancara dilakukan di rumah mereka, sementara yang lain dilakukan secara langsung di toko mereka. Tujuannya adalah untuk memperoleh informasi tertulis.
4. Dokumentasi. Untuk melengkapi informasi yang diperoleh dari observasi dan wawancara peneliti, peneliti mengumpulkan bahan-bahan yang berkaitan dengan masalah penelitian. Selain itu, peneliti akan menggunakan alat tulis,

peralatan perekam, dan dokumentasi untuk mengumpulkan data selama proses penelitian.

5. Penyebaran Kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data di mana peserta diberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk diisi (Sugiyono, 2019). Skala Likert digunakan dalam kuesioner untuk mengukur sikap, keyakinan, dan persepsi individu atau kelompok terhadap kejadian saat ini. Diharapkan dengan menggunakan pedoman pertanyaan yang telah ditetapkan, akan lebih mudah untuk menggambarkan temuan dari pengumpulan data penelitian.

3.6 Teknik Analisis Data

Salah satu metode penggunaan kuesioner adalah dengan menanyakan pertanyaan kepada responden atau menuliskan pernyataan. Setelah pengumpulan semua data dari observasi, wawancara, dan dokumentasi, sistem penilaian berbasis skala Likert digunakan sebagai metode analisis data dalam penelitian ini. Sebelum membuat kesimpulan, penulis melakukan analisis deskriptif terhadap data yang dikumpulkan. Selain itu, program SPSS versi 27 digunakan untuk mengembangkan aturan pengambilan keputusan dalam penelitian ini. Setiap tanggapan dikaitkan dengan pernyataan atau ungkapan verbal sikap yang termasuk dalam kategori berikut:

- a. Sangat Tidak Setuju, skor : 1
- b. Tidak Setuju, skor : 2
- c. Netral, skor : 3
- d. Setuju, skor : 4
- e. Sangat Setuju, skor : 5

Pengukuran setiap sub-variabel penelitian dapat dikemukakan menggunakan asumsi dasar Rumus interval kelas (Supranto, 2000), sebagai berikut:

1. *Fintech* Pembayaran (*e-money*) - *ShopeePay*

Mengukur tingkat UMKM dalam memanfaatkan layanan *Shopeepay* sebagai pembayaran digital dalam aktivitas usaha

$$\begin{aligned}\text{Nilai Tertinggi} &= \text{Skor tertinggi} \times \Sigma \text{ sampel} \times \Sigma \text{ pernyataan} \\ &= 5 \times 100 \times 4 = 2000\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Nilai Terendah} &= \text{Skor terendah} \times \Sigma \text{ sampel} \times \Sigma \text{ pernyataan} \\ &= 1 \times 100 \times 4 = 400\end{aligned}$$

$$\text{Interval Kelas} = \frac{\text{Angka tertinggi} - \text{angka terendah}}$$

Jumlah Kelas

$$= \frac{2000 - 400}{5}$$

5

$$= 320$$

Berikut kategori yang tersusun atas nilai di atas:

$$\text{Sangat Berpengaruh} = 1681 - 2000$$

$$\text{Berpengaruh} = 1361 - 1680$$

$$\text{Netral} = 1041 - 1360$$

$$\text{Tidak Berpengaruh} = 721 - 1040$$

$$\text{Sangat Tidak Berpengaruh} = 400-720$$

2. *Fintech Peer to peer (P2P) Lending Shopeepay Later*

Mengukur tingkat pemanfaatan layanan pinjaman digital *Shopeepay Later* oleh UMKM dalam memperoleh akses permodalan

$$\begin{aligned}\text{Nilai Tertinggi} &= \text{Skor tertinggi} \times \Sigma \text{ sampel} \times \Sigma \text{ pernyataan} \\ &= 5 \times 100 \times 4 = 2000\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Nilai Terendah} &= \text{Skor terendah} \times \Sigma \text{ sampel} \times \Sigma \text{ pernyataan} \\ &= 1 \times 100 \times 4 = 400\end{aligned}$$

Interval Kelas = $\frac{\text{Angka tertinggi} - \text{angka terendah}}$

Jumlah Kelas

$$= \frac{2000 - 400}{5}$$

5

$$= 320$$

Berikut kategori yang tersusun atas nilai di atas:

Sangat Berpengaruh = 1681 – 2000

Berpengaruh = 1361 – 1680

Netral = 1041 – 1360

Tidak Berpengaruh = 721 – 1040

Sangat Tidak Berpengaruh = 400 – 720

3. Pendapatan UMKM dari *fintech e-money* dan *peer to peer* (*Shopeepay* dan *Shopeepay Later*)

Mengukur pengaruh pemanfaatan *Shopeepay* dan *Shopeepay Later* dari keseluruhan aktivitas usaha UMKM.

Nilai Tertinggi = Skor tertinggi $\times \Sigma$ sampel $\times \Sigma$ pernyataan

$$= 5 \times 100 \times 4 = 2000$$

Nilai Terendah = Skor terendah $\times \Sigma$ sampel $\times \Sigma$ pernyataan

$$= 1 \times 100 \times 4 = 400$$

Interval Kelas = $\frac{\text{Angka tertinggi} - \text{angka terendah}}$

Jumlah Kelas

$$= \frac{2000 - 400}{5}$$

5

$$= 320$$

Berikut kategori yang tersusun atas nilai di atas:

Sangat Berpengaruh = 1681 – 2000

Berpengaruh = 1361 – 1680

Netral = 1041 – 1360

Tidak Berpengaruh = 721 – 1040

Sangat Tidak Berpengaruh = 400-720

3.7 Instrumen Penelitian

Instrumen kuesioner digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh *fintech* pembayaran (*e-money*) dan *fintech P2P Lending* dalam meningkatkan pendapatan UMKM yang menggunakan aplikasi Shopee di kota Bandar Lampung. Sejumlah kisi instrumen ini yaitu:

Table 5. Definisi Operasional Variabel dan Indikator

Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
Fintech Pembayaran (<i>e-money</i>)	Shopeepay (<i>e-money</i>) merupakan sebuah bisnis <i>fintech</i> yang menyediakan layanan, khususnya pembayaran online melalui dompet digital.	1. Cepat 2. Efisien 3. Mudah diakses	Penelitian Arina Ahda Sabila (2021) dan Rahmat Mirza (2023)
Fintech P2P Lending	Hal apa yang dirasakan UMKM dalam perekonomian mereka sebelum dan sesudah adanya Fintech P2P Lending.	1.Keamanan 2. Keingina 3. Perhatian	Penelitian Putu Karisma Ersi Ersinta (2022)
Pendapatan UMKM	Peningkatan Pendapatan UMKM di Bandar Lampung Setelah Menggunakan Shopee	1. Modal usaha 2. Omset penjualan 3. Keuntungan penjualan	Penelitian Manurung 2018 dan Rahmat Mirza (2023)

Sumber : (Manurung, 2018)

3.8 Uji Persyaratan Instrumen

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2015), instrumen yang valid adalah instrumen yang dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Korelasi antara skor item dan keseluruhan variabel serta pertanyaan digunakan untuk menilai validitas:

- a. Instrumen valid jika nilai $r > r$ tabel dan $\text{Sig} < 5\%$.
- b. Instrumen tidak valid jika nilai $r < r$ tabel dan $\text{Sig} > 5\%$.

2. Uji Reliabilitas

Ketika suatu instrumen digunakan berulang kali untuk mengevaluasi hal yang sama dan mengumpulkan data yang sama, instrumen tersebut dapat dianggap dapat diandalkan (Sugiyono, 2015). Penulis menggunakan rumus koefisien Cronbach's Alpha dalam penelitian ini. Instrumen tersebut memenuhi rentang keandalan Cronbach's Alpha dari 0 hingga 1. Tingkat kepercayaan terhadap instrumen pengukuran meningkat dengan koefisien alpha yang mendekati

- a. Alpha Cronbach $< 0,6$ maka instrumen tak reliabel.
- b. Alpha Cronbach $> 0,6$ maka instrumen reliabel.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis “**Peran Fintech Pembayaran dan Fintech P2P Lending dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Pasca Pandemi Covid-19 pada UMKM Pengguna Shopee di Kota Bandar Lampung**”, beberapa kesimpulan yang ditarik yaitu:

1. Penggunaan *fintech* pembayaran berupa ShopeePay menunjukkan peran yang signifikan dalam mendukung aktivitas transaksi UMKM. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa ShopeePay memberikan kemudahan dalam proses pembayaran, mempercepat alur transaksi antara penjual dan konsumen, serta membantu pelaku UMKM dalam melakukan pencatatan keuangan secara lebih tertata. Kondisi ini menciptakan efisiensi operasional yang lebih baik, khususnya dalam aktivitas penjualan harian yang memiliki frekuensi transaksi tinggi. Dengan adanya sistem pembayaran digital yang praktis dan mudah diakses, UMKM mampu menyesuaikan diri dengan preferensi konsumen yang semakin mengarah pada transaksi non-tunai, sehingga aktivitas usaha dapat berjalan lebih lancar dan terorganisir.
2. *Fintech peer to peer lending* melalui layanan SPayLater berperan sebagai alternatif pendukung permodalan dan metode pembayaran dalam aktivitas usaha UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa SPayLater dimanfaatkan oleh pelaku UMKM untuk memenuhi kebutuhan usaha yang bersifat situasional, seperti penambahan stok barang dan menjaga kelancaran arus kas. Meskipun tingkat pemanfaatannya belum merata pada seluruh pelaku UMKM, keberadaan SPayLater tetap memberikan ruang fleksibilitas keuangan bagi UMKM dalam menghadapi fluktuasi permintaan pasar, khususnya pada periode pasca pandemi Covid-19.

Secara keseluruhan, penggunaan ShopeePay dan SPayLater secara bersamaan membentuk ekosistem digital yang saling melengkapi dalam mendukung keberlangsungan usaha UMKM. ShopeePay berfungsi sebagai sarana utama dalam memfasilitasi transaksi pembayaran yang efisien, sementara SPayLater memberikan dukungan finansial tambahan yang membantu UMKM menjaga stabilitas operasional usaha. Sinergi kedua layanan fintech tersebut mencerminkan adaptasi UMKM terhadap transformasi digital, sekaligus menjadi bagian dari strategi pemulihan dan penguatan aktivitas usaha di tengah perubahan pola konsumsi masyarakat pasca pandemi.

5.2 Saran

Sesuai temuan analisis, terdapat sejumlah saran akademis dan praktis dapat diajukan kepada berbagai pihak sebagai berikut.

1. Saran bagi Pelaku UMKM

- **Optimalisasi Pemanfaatan Fintech.** Pelaku UMKM disarankan memaksimalkan penggunaan ShopeePay dan SPayLater secara strategis untuk meningkatkan efisiensi transaksi dan kapasitas produksi. UMKM perlu memahami fitur-fitur yang tersedia guna memperkuat daya saing di platform digital.
- **Peningkatan Literasi Keuangan Digital.** Pelaku UMKM perlu meningkatkan pemahaman terkait manajemen arus kas, pencatatan transaksi digital, serta pengelolaan pembiayaan berbasis fintech agar risiko keuangan dapat diminimalkan.
- **Pemanfaatan Modal SPayLater Secara Produktif.** UMKM perlu memastikan bahwa penggunaan fasilitas SPayLater difokuskan pada tujuan produktif seperti penambahan stok dan pengembangan usaha, bukan pada kebutuhan konsumtif.
- **Peningkatan Kualitas Layanan dan Pemasaran Digital.** UMKM perlu memperbaiki strategi pemasaran, penggunaan fitur promosi, serta kualitas

layanan untuk menarik lebih banyak konsumen dalam ekosistem digital Shopee.

2. Saran bagi Pihak Shopee

- **Peningkatan Infrastruktur Keamanan Transaksi.** Shopee diharapkan meningkatkan sistem proteksi transaksi untuk menjamin keamanan pengguna dalam memanfaatkan ShopeePay dan SPayLater.
- **Edukasi dan Pendampingan UMKM.** Shopee perlu menyediakan program pelatihan berkelanjutan mengenai literasi fintech, pengelolaan toko digital, penggunaan fitur analitik penjualan, serta manajemen risiko pinjaman.
- **Pengembangan Fitur Analitik untuk UMKM.** Fitur analitik yang lebih komprehensif dapat membantu UMKM dalam pengambilan keputusan berbasis data sehingga perkembangan usaha dapat lebih terarah.
- **Evaluasi Biaya Administrasi.** Shopee dapat mempertimbangkan untuk menyesuaikan biaya administrasi SPayLater guna mendukung UMKM yang berada pada tahap awal digitalisasi.

1. Saran bagi Pemerintah Daerah dan Regulator

- **Peningkatan Literasi Keuangan dan Digital.** Pemerintah perlu mengintensifkan program edukasi dan pelatihan terkait literasi keuangan, digitalisasi usaha, penggunaan fintech, serta mitigasi risiko pinjaman online.
- **Fasilitasi Kerja Sama Strategis dengan Platform Digital.** Pemerintah dapat menjadi mediator kolaborasi antara UMKM dan platform fintech/*e-commerce* untuk memperluas akses pasar dan akses pembiayaan.
- **Regulasi dan Pengawasan Fintech yang Lebih Ketat.** Regulator perlu memperketat pengawasan terhadap penyelenggara fintech untuk memastikan seluruh layanan yang tersedia aman, transparan, dan sesuai ketentuan OJK.
- **Program Pendampingan UMKM Berbasis Teknologi.** Pemerintah diharapkan mengembangkan program pendampingan UMKM digital

secara berkelanjutan untuk meningkatkan kesiapan UMKM menghadapi persaingan pasar digital.

2. Saran bagi Peneliti Selanjutnya

- **Pengembangan Variabel Penelitian.** Penelitian selanjutnya disarankan menginput variabel literasi keuangan, kemampuan digital marketing, kualitas layanan *e-commerce*, atau kepuasan konsumen untuk mendapatkan gambaran yang lebih luas.
- **Penggunaan Metode Analisis yang Lebih Kompleks.** Penggunaan analisis regresi berganda, struktural (SEM), atau analisis mediasi dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai hubungan antar variabel.
- **Penambahan Sampel Lebih Luas.** Penelitian mendatang dapat memperluas wilayah penelitian atau memasukkan UMKM dari berbagai sektor usaha untuk menghasilkan generalisasi yang lebih kuat.
- **Studi Perbandingan Antar Platform Fintech dan *E-commerce*.** Penelitian dapat dilakukan dengan membandingkan Shopee dengan platform lain seperti Tokopedia, Lazada, atau TikTok Shop untuk melihat perbedaan efektivitas layanan fintech terhadap pendapatan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- AFPI. (2024). *Jenis Fintech yang Berkembang di Indonesia*. Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia. <https://www.afpi.or.id/articles/detail/jenis-fintech-yang-berkembang-di-indonesia>
- Agung, R. (2023). Pengaruh Fintech Lending Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung). *Jurnal UIN Raden Intan Lampung*, 1(4), 45–52.
- Alamin, Z., Missouri, R., Sutriawan, S., Fathir, F., & Khairunnas, K. (2023). Perkembangan E-commerce: Analisis Dominasi Shopee sebagai Primadona Marketplace di Indonesia. *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 6(2), 120–131. <https://doi.org/10.52266/jesa.v6i2.2484>
- Artaningsih, L. (2014). BERBISNIS DALAM ERA GLOBALISASI. *Widya Amerta Jurnal Manajemen Fak. Ekonomi*, 1(1), 1–8.
- BI. (2020a). *Apa itu uang elektronik*. Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Apa-itu-Uang-Elektronik.aspx>
- BI. (2020b). *Financial Technology and Payment System [TBA]*. Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/en/bi-institute/kegiatan/Pages/2020-Financial-Technology-and-Payment-System-.aspx>
- BI. (2023). *Jumlah Uang Elektronik*. Bank Indonesia. https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/spip/Documents/TABEL_5e.pdf
- BI. (2024). *Statistik Ekonomi dan Keuangan Indonesia*. Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/seki/Default.aspx>
- BPS. (2021). *Statistik Karakteristik Usaha 2021*.
- BPS. (2024a). *Laporan Perekonomian Indonesia 2024*. <https://www.bps.go.id/id/publication/2024/09/20/3f6dbcd515737b5c8e40d497/laporan-perekonomian-indonesia-2024.html>

- BPS. (2024b). *Statistik E-Commerce 2024*.
<https://www.bps.go.id/id/publication/2025/11/28/647323224ecc656c2933571b/statistik-e-commerce-2024.html>
- Budiarty, I., Emalia, Z., Sitorus, N. H., & Maimunah, E. (2022). Penerapan Digitalisasi UMKM di Dusun Peninjauan Desa Bumi Agung Tegineneng Menghadapi Era "Less Contact Economy" pada Masa Setelah Covid-19. *Prosiding Seminar Teknologi, Akuntansi, Bisnis, Ekonomi, Dan Komunitas*, 2.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwich, F. (2016). *Digital Marketing Strategy, Implementation and Practice*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Ersinta, P. K. E. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Peer-to-peer (P2P) Lending, dan Payment Gateway Terhadap Kinerja Keuangan UMKM Di Provinsi Bali. *Jurnal Universitas Pendidikan Ganesha*, 4(7), 17–27.
- Fadhila, N. (2022). Peran Digitalisasi Usaha dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku UMKM di Kota Bandar Lampung Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pelaku UMKM Kafe di Kota Bandar Lampung). *Jurnal UIN Raden Intan Lampung*, 3(5), 15–27.
- Hasriani. (2023). Peranan Ekonomi Digital Pada E-Commerce Shopee Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM (Studi Kasus UMKM Fashion di Kota Makassar). *Jurnal Universitas Muhammadiyah Makassar*, 2(1), 20–30.
- Ilman, A. H. (2019). Peran Teknologi Finansial Bagi Perekonomian Negara Berkembang. *Jurnal JEBI*, 4(1), 1–10.
- Julian, Aida, N., Ratih, A., & Suparta, I. W. (2024). The INFLUENCE OF ECONOMIC FREEDOM, MACROECONOMIC VARIABLES, AND THE COVID-19 PANDEMIC ON ECONOMIC GROWTH. *International Journal of Economics, Business, and Entrepreneurship*, 7(1), 1–9.
<https://doi.org/10.23960/ijebe.v7i1.269>
- Kemenkeu. (2022, October 10). *Sri Mulyani Proyeksi Ekonomi Digital Berkembang hingga US\$145 Miliar pada 2025*. *Bisnis.Com*.
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20221010/9/1586156/sri-mulyani-proyeksi-ekonomi-digital-berkembang-hingga-us145-miliar-pada-2025>

- Kemenko. (2025, July 30). *Buka Program Gen Matic ASN: Ekonomi Digital Menjadi Pilar Penting Pertumbuhan Ekonomi Nasional yang Inklusif dan Berkelanjutan*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/6496/buka-program-gen-matic-asn-menko-airlangga-ekonomi-digital-menjadi-pilar-penting-pertumbuhan-ekonomi-nasional-yang-inklusif-dan-berkelanjutan>
- Kumala, S. L. (2022). Perkembangan Ekonomi Berbasis Digital Di Indonesia. *Journal of Economics and Regional Science*, 1(2), 109–117. <https://doi.org/10.52421/jurnal-esensi.v1i2.190>
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2017). *E-commerce 2017: Business, Technology, Society*. USA: Pearson.
- Lubis, A. M. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Fintech Peer to Peer Lending dan Payment Gateway Terhadap Kinerja Keuangan UMKM (Studi Kasus UMKM Kota Medan). *Jurnal UIN Sumatera Utara*, 2(3), 23–33.
- McKinsey, & Company. (2016). *Digital payments: The global opportunity*. McKinsey Global Institute.
- OJK. (2022). *Statistik Fintech Lending Periode Agustus 2022*. Otoritas Jasa Keuangan. <https://ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/fintech/Pages/Statistik-Fintech-Lending-Periode-Agustus-2022.aspx>
- OJK. (2025). *Statistik Fintech*. Otoritas Jasa Keuangan. <https://ojk.go.id/Id/Kanal/Iknb/Data-Dan-Statistik/Fintech/Default.Aspx>
- PBI No. 11/12/PBI/2009. (2009). Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tanggal 13 April 2009 tentang Uang Elektronik dan Surat Edaran Bank Indonesia. In *Bank Indonesia*.
- Piliang, D. U. (2022). Peran Fintech Lending Dalam Pengembangan UMKM di Pasar Pajak Batu di Kota Padangsidimpuan. *Jurnal Ekonomi*, 2(1), 1–15.
- POJK No. 77/POJK.01/2016. (2016). Peraturan OJK No.77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi. In *Otoritas Jasa Keuangan*.

- PP No. 7/2021. (2021). Peraturan Pemerintah Nomor 7 tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. In *Peraturan Pemerintah*.
- Purba, D. S., Permatasari, P. D., Tanjung, N., Rahayu, P., Fitriani, R., & Wulandari, S. (2025). ANALISIS PERKEMBANGAN EKONOMI DIGITAL DALAM MENINGKATKAN PERTUMBUHAN EKONOMI DI INDONESIA . *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* , 10(1), 126–139.
- Putri, R. M., Andrian, T., & Awaluddin, I. (2025). Analisis Perilaku Penggunaan Uang Non-Tunai (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Lampung). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung*, 3(3), 567–576.
- Rahadi, D. R. (2021). *Financial Technology*. Bogor: PT. Filda Fikrindo.
- Rezeki, A. A. (2022). Pengaruh Kemudahan, Manfaat Dan Social influence Terhadap Minat Pelaku UMKM Menggunakan Peer To Peer Lending (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Banda Aceh). *Jurnal UIN Ar-Raniry*, 3(2), 14–22.
- Sabila, A. A. (2021). Pengaruh Financial Technology (FinTech) terhadap Literasi Keuangan pada Pelaku UMKM di Kecamatan Medan Denai. *Jurnal Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*, 1(1), 1–10.
- Sudarmanto, E., Hasibuan, A., Faried, A. I., & Arief, M. habibullah. (2024). *Pengantar Ekonomi Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

- Sumahir, G. N., Wahyudi, H., & Nirmala, T. (2022). Effect of Research and Development (R&D) Investment, E-Commerce Company Employee, and E-Commerce Transaction Volume on Economic Growth in Indonesia 2010Q1 – 2020Q4. *Peradaban Journal of Economic and Business*, 1(2), 9–18. <https://doi.org/10.59001/pjeb.v1i2.9>
- Supranto, J. (2000). *Statistik: Teori dan aplikasi (Jilid 1)*. Jakarta: Erlangga.
- Suwarni, E., Sedyastuti, K., & Mirza, A. H. (2019). Peluang Dan Hambatan Pengembangan Usaha Mikro Pada Era Ekonomi Digital. *Ikraith Ekonomika*, 2(2), 32–42.
- Tapscott, D. (1996). *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*. New York: McGraw-Hill.
- Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. C. (2015). *Electronic commerce: A managerial and social networks perspective (8th ed.)* USA. USA: Springer.
- UU No. 20/2008. (2008). Undang-undang (UU) Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. In *Pemerintah Pusat*.
- Wantoro, R. Y. (2022). Peran Fintech OVO terhadap Efektivitas Transaksi UMKM Bidang Kuliner pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Rumah Makan di Kecamatan Metro Timur). *Jurnal IAIN Metro*, 1(1), 1–10.
- Wardhana, A. (2024). Perkembangan E-Commerce di Indonesia. In *E-Commerce In The Digital Edge-Edisi Indonesia*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Widnyana, I. W., & Marsudi, A. S. (2025). *FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH)*. Cirebon: Mega Press Nusantara.
- Wilson, R. (2017). *The future of finance: How fintech is transforming the financial services industry*. Kogan Page.
- WTO. (2019). Electronic commerce. In *World Trade Organization*.
- Zed, M. (2008). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Zulfakriza. (2023). Implementasi Teknologi Finansial Terhadap Peningkatan Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kecamatan Kuta Alam Kota Banda Aceh (Analisis Perspektif Maqasid Syariah). *Jurnal UIN Ar-Raniry*, 1(1), 1–10.