



PERAN FINTECH PEMBAYARAN DAN P2P LENDING TERHADAP PENDAPATAN UMKM PASCA PANDEMI COVID-19

Fitri Seftiyati^{1*}, Tiara Nirmala²

^{1,2}Universitas Lampung

Email : fitriseftiyati78@gmail.com^{1*}, tiaranirmala@yahoo.co.id²

Abstract

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.

Abstrak

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.

PENDAHULUAN

Perkembangan industri tidak lepas dari kemajuan teknologi, yang berdampak positif terhadap perekonomian suatu negara, termasuk mendorong transformasi menuju ekonomi digital (Kumala, 2022). Era ekonomi digital dimulai sejak 1980-an yang menjadi cikal bakal *e-commerce* dan *e-business*, dan kini berkembang ke era digitalisasi ekonomi melalui internet tanpa batas, dan teknologi *cloud* (Purba et al., 2025). Ekonomi digital memanfaatkan infrastruktur TIK untuk mendukung produksi, distribusi, dan penjualan barang serta jasa, sehingga mendorong inklusivitas dan pertumbuhan berkelanjutan (Wardhana, 2024). Namun, data menyebutkan bahwa pandemi Covid-19 sempat menurunkan PDB, meningkatkan pengangguran dan kemiskinan (Julian et al., 2024), tetapi program Pemulihan Ekonomi Nasional berhasil membantu pemulihan ekonomi Indonesia dengan pertumbuhan PDB yang meningkat hingga 5,31% pada

triwulan I 2024. Transformasi digital juga memberi manfaat bagi pelaku bisnis, memperluas pasar lintas negara, dan mendorong inovasi seperti hadirnya *fintech* yang semakin memengaruhi dunia bisnis (BI, 2021).

Di Indonesia, *fintech* yang banyak digunakan meliputi *fintech* pembayaran (*e-money*) dan *Peer-to-Peer (P2P) Lending* (AFPI, 2024). *E-money* adalah alat pembayaran nontunai yang nilainya disimpan secara elektronik, diterbitkan dan diawasi Bank Indonesia, dengan media berbasis *chip* seperti *e-money* Bank Mandiri atau berbasis server seperti *T-Cash*. Penggunaan *e-money* mempermudah transaksi tanpa uang tunai dan terus meningkat, terutama didorong oleh pandemi Covid-19, *smartphone*, internet, dan *marketplace*, dengan jumlah yang beredar mencapai 809,78 juta unit pada 2023 (BI, 2020). Pengguna *e-money* didominasi oleh kalangan anak muda yang lebih sering terpapar aktivitas daring, seperti belanja online, sehingga hal tersebut memengaruhi perilaku mereka dalam menggunakan uang non-tunai (Putri et al., 2025).

Sementara itu, *fintech P2P Lending* memungkinkan pinjam-meminjam uang secara langsung antara kreditur dan debitur melalui *platform* digital, mempermudah akses pendanaan, menawarkan proses cepat, suku bunga kompetitif, dan menjangkau masyarakat tanpa akses perbankan. Pertumbuhan pengguna *P2P Lending* di Indonesia juga signifikan, mencapai 17,5 juta pengguna pada 2022, meningkat pesat dari tahun-tahun sebelumnya karena kemudahan akses, penetrasi internet tinggi, dan edukasi masyarakat mengenai layanan keuangan digital (OJK, 2022).

Hadirnya *fintech* memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM, yang definisinya diatur dalam UU No. 20/2008. Penelitian ini fokus pada UMKM yang menggunakan aplikasi Shopee di Kota Bandar Lampung, karena Shopee merupakan *platform e-commerce* terbesar dengan pangsa pasar 33%, unggul dibandingkan Tokopedia (19%), TikTok Shop (15%), dan Lazada (13%). Shopee mempermudah transaksi konsumen-ke-konsumen melalui fitur seperti *live chat*, *social sharing*, dan *hashtag*, serta dapat diunduh gratis di *App Store* dan *Google Play Store*. Fitur unggulan Shopee seperti *ShopeePay (e-wallet)* dan *SPayLater (P2P Lending)* membantu UMKM memperluas jangkauan pelanggan, mempermudah akses permodalan, dan meningkatkan kepercayaan diri dalam mengembangkan bisnis, sehingga berdampak positif pada peningkatan penjualan dan pendapatan.

Berdasarkan data BPS (2024), usaha *e-commerce* di Indonesia masih didominasi Pulau Jawa, sedangkan Lampung berada di peringkat kesembilan dengan 58.792 usaha dan peringkat kedua di Sumatra setelah Sumatra Utara. Menurut BI Lampung, hingga Agustus 2024 terdapat 1.774.770 pengguna QRIS di wilayah ini, dengan 266.742 *merchant* mayoritas UMKM di Kota Bandar Lampung. Kondisi ini menjadi alasan pemilihan lokasi penelitian, sehingga penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran *fintech* dalam mendorong pertumbuhan dan pendapatan UMKM pasca pandemi Covid-19 melalui *platform* digital populer di daerah setempat, dengan fokus pada bagaimana *fintech* pembayaran/*e-money* melalui *ShopeePay*

berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan UMKM dan bagaimana *fintech P2P Lending* melalui *SPayLater* turut mendukung peningkatan pendapatan UMKM di Bandar Lampung.

TINJAUAN PUSTAKA

E-Commerce

E-commerce adalah penjualan-pembelian online menggunakan teknologi sebagai perantara transaksi. Laudon & Traver (2017) menekankan transaksi antara konsumen dan perusahaan atau antar perusahaan, sedangkan Turban et al. (2015) menekankan perdagangan elektronik yang meliputi jual beli, tukar-menukar produk, transfer uang, dsb. WTO (2019) menambahkan bahwa *e-commerce* mencakup penjualan produk/jasa menggunakan komputer oleh perusahaan, individu, maupun organisasi, termasuk pertukaran teks, suara, dan gambar. Lebih lanjut, menurut Sumahir et al. (2022), kehadiran *e-commerce* mampu mendorong perekonomian Indonesia melalui peningkatan transaksi jual beli yang terjadi di dalamnya.

Contoh *e-commerce* besar di Indonesia ialah Shopee. Shopee hadir pertama pada 2015 di Singapura dan masuk Indonesia pada Desember 2015, merupakan *mobile marketplace* pertama di Asia Tenggara yang menawarkan berbagai fitur menarik bagi penggunanya. Shopee menyediakan diskon, gratis ongkir, dan promosi lainnya, serta memungkinkan individu membuka toko online melalui aplikasi atau *website*. Beberapa bentuk promosi yang ditawarkan meliputi *voucher*, termasuk *voucher gratis ongkir*; diskon yang otomatis diterapkan saat *checkout*; *cashback* berbentuk koin Shopee; serta *flash sale*, yaitu penawaran berharga sangat murah.

UMKM

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) didasari modal dan jumlah tenaga kerja. Menurut PP No. 7/2021, usaha mikro memiliki modal hingga Rp1 miliar, usaha kecil antara Rp1–5 miliar, dan usaha menengah antara Rp5–10 miliar. Sementara itu, BPS (2021) menggunakan kriteria tenaga kerja, dengan usaha mikro mempekerjakan 1–5 orang, usaha kecil 5–19 orang, dan usaha menengah 20–99 orang.

Di tengah pesatnya digitalisasi ekonomi, UMKM juga bisa menggunakan teknologi dan *digital marketing* untuk memperluas jangkauan pasar. Pemanfaatan media sosial dan *marketplace* memungkinkan UMKM menjangkau lebih banyak konsumen dengan biaya promosi yang lebih rendah, berdaya saing, dan menstimulus pertumbuhan usaha (Budiarty et al., 2022).

Fintech

Perkembangan teknologi digital mendorong munculnya *Financial Technology (Fintech)* atau teknologi finansial, yaitu kombinasi antara jasa keuangan dan teknologi yang memudahkan transaksi

keuangan dengan efisiensi dan keamanan (Ilman, 2019). *Fintech* mencakup inovasi model bisnis, aplikasi, proses, atau produk di sektor keuangan yang berdampak material, serta memanfaatkan perangkat seperti *handphone*, *personal computer*, dan jaringan internet untuk memfasilitasi pembayaran, kredit, tabungan, asuransi, dan layanan keuangan lainnya bagi semua konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah (McKinsey & Company, 2016).

Menurut Widnyana & Marsudi (2025), *fintech* memiliki enam jenis utama, yaitu manajemen aset atau perencanaan keuangan untuk efisiensi usaha; *crowdfunding* untuk penggalangan dana; *e-money* atau dompet digital; *insurance* yang menyediakan layanan informasi kesehatan; *peer-to-peer* (P2P) *lending* yang memberi pinjaman kepada UMKM tanpa rekening bank; dan *e-wallet*, yang mirip *e-money* tetapi berbasis kartu *chip* untuk pembayaran digital. Semua jenis *fintech* ini membantu meningkatkan akses keuangan, mempermudah transaksi, dan mendukung pertumbuhan ekonomi.

Covid-19

Virus ini menyebar terutama melalui percikan pernapasan dan kontak dengan permukaan terkontaminasi, dengan gejala umum seperti demam, batuk, dan sesak napa. Pandemi ini menimbulkan dampak luas pada ekonomi dan sosial, termasuk penurunan pemasukan negara, pembatalan acara, dan penyebaran misinformasi serta diskriminasi. Pemerintah menanggapi dengan kebijakan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) dan PPKM, serta langkah preventif melalui sosialisasi 7M.

Hipotesis

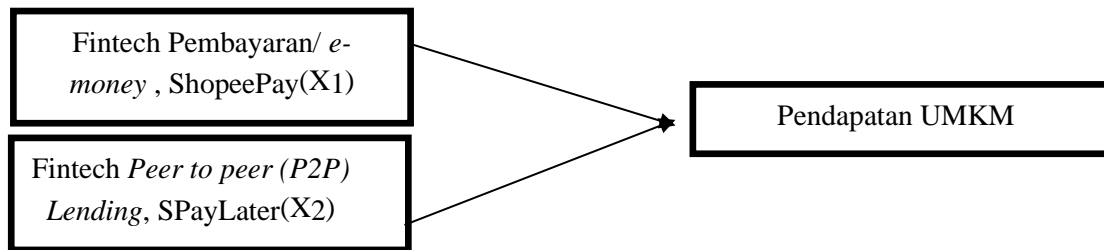
Hipotesis penelitian ini:

1. Tingkat pemanfaatan *fintech* pembayaran (ShopeePay) oleh UMKM pengguna Shopee di Kota Bandar Lampung pasca pandemi Covid-19.
2. Tingkat pemanfaatan *fintech* P2P Lending (SPayLater) oleh UMKM pengguna Shopee di Kota Bandar Lampung pasca pandemi Covid-19.
3. Tingkat pendapatan UMKM pengguna Shopee di Kota Bandar Lampung pasca pandemi Covid-19.

Kerangka Pemikiran

UMKM memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja di Indonesia, namun pandemi Covid-19 sejak Maret 2020 berdampak negatif pada pendapatan usaha mereka. Kehadiran *fintech*, seperti *e-money* dan P2P *Lending*, membantu UMKM mengakses layanan keuangan, memperluas jangkauan pasar, dan mengembangkan usaha tidak hanya melalui pembiayaan modal tetapi juga pembayaran digital. Kolaborasi *fintech* dengan UMKM mendorong transformasi ekonomi ke arah

digital, sehingga penelitian ini meneliti pengaruh *fintech* pembayaran (*ShopeePay*) dan P2P *Lending* (*SPayLater*) terhadap pendapatan UMKM.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif untuk menganalisis pengaruh *fintech* pembayaran (*e-money*) dan P2P *Lending* terhadap pendapatan UMKM pengguna Shopee, dengan membandingkan kondisi sebelum, selama, dan sesudah pandemi Covid-19. Data yang diperoleh bersifat kuantitatif dan dianalisis untuk menggambarkan fenomena terkait masalah penelitian. Penelitian dilakukan di Bandar Lampung, dengan objek pelaku UMKM pengguna aplikasi Shopee, yang terdiri dari dua variabel bebas, yaitu *fintech* pembayaran (*e-money*) dengan indikator laba penjualan dan *fintech* P2P *Lending* dengan indikator manfaat penggunaan, keamanan, dan kemudahan, serta satu variabel terikat, yaitu pendapatan UMKM.

Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini merujuk pada individu yang memberikan informasi atau menjawab pertanyaan peneliti melalui kuesioner dan wawancara langsung (Moleong, 2018). Dalam penelitian ini, subjeknya adalah pelaku UMKM yang aktif menggunakan aplikasi Shopee di Kota Bandar Lampung. Sedangkan objek penelitian fokus pada aspek yang akan dianalisis, yaitu pemanfaatan *fintech* pembayaran (*ShopeePay*) dan *fintech* P2P *Lending* (*SPayLater*) serta dampaknya terhadap pendapatan UMKM (Moleong, 2018).

Sumber Data

Data penelitian terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara, kuesioner, dan observasi langsung ke narasumber yang relevan untuk mendapatkan informasi valid terkait peran *fintech* pembayaran (*e-money*) dan P2P *Lending* dalam meningkatkan pendapatan UMKM pengguna Shopee di Bandar Lampung (Sugiyono, 2016). Sementara itu, data sekunder diperoleh dari sumber tidak

langsung seperti publikasi resmi atau dokumen lembaga, termasuk 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).

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu studi kepustakaan, observasi, wawancara, dokumentasi, dan penyebaran kuesioner. Studi kepustakaan dilakukan dengan menelaah berbagai sumber seperti buku, laporan penelitian, dokumen, peraturan, dan arsip instansi untuk mendukung penyusunan penelitian (Zed, 2008). Observasi dilakukan secara langsung pada UMKM pengguna Shopee di Bandar Lampung untuk melihat aktivitas pemasaran produk secara online. Wawancara dilakukan dengan responden UMKM yang telah beroperasi minimal lima tahun, baik di toko maupun di rumah, untuk memperoleh informasi tertulis. Dokumentasi mencakup pengumpulan dokumen terkait penelitian serta catatan dan rekaman selama proses pengumpulan data. Penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden terhadap fenomena yang diteliti (Sugiyono, 2019).

Teknik Pengambilan Sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh UMKM pengguna aplikasi Shopee di Bandar Lampung, yang jumlahnya tercatat 63.450 usaha pada Mei 2025. Sampel diambil secara acak (*random sampling*) tanpa mempertimbangkan strata atau status sosial. Berdasarkan data Dinas Koperasi & UKM Bandar Lampung, penentuan sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% untuk populasi besar menghasilkan 99,84, yang dibulatkan menjadi 100 UMKM sebagai sampel penelitian.

Teknik Analisis

Data penelitian dikumpulkan melalui angket, wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis secara deskriptif menggunakan skala Likert dengan skor 1–5 (Sangat Tidak Setuju hingga Sangat Setuju) dan diolah dengan SPSS versi 27. Setiap sub-variabel yakni *fintech* pembayaran (*ShopeePay*), *fintech P2P Lending* (*Shopeepay Later*), dan pendapatan UMKM, dihitung menggunakan rumus interval kelas untuk menentukan kategori pengaruh, dengan nilai tertinggi 2000, nilai terendah 400, interval kelas 320, dan kategori hasil mulai dari Sangat Tidak Berpengaruh hingga Sangat Berpengaruh (Supranto, 2000).

Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mengukur pengaruh *fintech* pembayaran (*e-money*) dan *fintech P2P Lending* terhadap pendapatan UMKM pengguna Shopee di Bandar Lampung. Instrumen diuji validitasnya dengan korelasi skor pertanyaan terhadap total variabel, dinyatakan valid jika signifikansi <5% dan r hitung > r tabel, serta diuji reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach Alpha, dengan instrumen reliabel jika nilai Alpha >0,6, menunjukkan konsistensi alat ukur dalam memperoleh data yang sama pada objek yang sama.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan pada 20 responden sebelum penyebaran kuesioner untuk memastikan alat ukur dapat mengukur variabel penelitian dengan tepat. Hasil menunjukkan semua item pada *fintech* pembayaran (P1–P4), *fintech P2P Lending* (P5–P8), dan pendapatan UMKM (P9–P12) valid karena nilai R hitung > R tabel (0,444), menandakan responden memahami pertanyaan dengan benar dan jawaban mereka konsisten dengan indikator yang diukur, sehingga kuesioner layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Pernyataan	Pearson Correlation	Sig	R Tabel	Kriteria
P1	0.707	0.000	0.444	Valid
P2	0.685	0.001		
P3	0.564	0.010		
P4	0.524	0.018		
P5	0.538	0.014		
P6	0.521	0.019		
P7	0.656	0.002		
P8	0.599	0.005		
P9	0.49	0.028		
P10	0.451	0.046		
P11	0.567	0.009		
P12	0.568	0.009		

Uji Reliabilitas

Kuesioner dinyatakan reliabel jika jawaban responden konsisten dari waktu ke waktu, diuji dengan nilai Cronbach alpha > 0,6 (Sujarweni, 2015). Hasil uji pada 20 sampel untuk variabel *fintech* pembayaran (X1), *fintech P2P Lending* (X2), dan pendapatan UMKM (Y) menunjukkan semua nilai alpha > 0,6, sehingga kuesioner terbukti handal dan layak digunakan.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	R alpha	R Kritis	Kriteria
1	<i>Fintech</i> Pembayaran (<i>ShopeePay</i>)	0.849	0.6	Reliabel
2	<i>Fintech P2P Lending</i> (<i>SPayLater</i>)	0.743		
3	Pendapatan UMKM	0.759		

Analisis Deskriptif

Analisis data dilakukan menggunakan Rumus Interval (Supranto, 2000). Rentang skor untuk masing-masing variabel dihitung sama, yaitu $2000 - 400 = 1600$, kemudian dibagi menjadi 5 kelas sehingga diperoleh interval 320. Berdasarkan interval tersebut, kategori pengaruh ditetapkan sebagai berikut: sangat berpengaruh (1681–2000), berpengaruh (1361–1680), netral (1041–1360), tidak berpengaruh (721–1040), dan sangat tidak berpengaruh (400–720).

Fintech pembayaran melalui *ShopeePay* (X_1) terbukti sangat berpengaruh terhadap UMKM di Bandar Lampung. Berdasarkan kuesioner, mayoritas responden memilih Setuju dan Sangat Setuju terkait kemudahan transaksi, efisiensi, pencatatan digital, dan peningkatan daya saing UMKM. *ShopeePay* mempermudah proses transaksi melalui QRIS, dompet digital, dan fitur *Link Payment*, menyediakan riwayat transaksi yang detail dan aman, serta meningkatkan daya saing UMKM karena tren masyarakat yang beralih ke pembayaran digital. Kategori akhir menunjukkan skor deskriptif berada pada rentang 1681–2000, sehingga dinyatakan sangat berpengaruh.

Fintech P2P Lending melalui *SPayLater* (X_2) menunjukkan pengaruh yang bersifat netral terhadap UMKM. Hasil kuesioner menunjukkan mayoritas responden memilih Netral dan Setuju terkait manfaat tambahan modal, keamanan, dan kemampuan memenuhi permintaan pasar. *SPayLater* dapat menjadi sumber modal usaha yang cepat tanpa jaminan, menciptakan rasa aman karena dana tetap cair meskipun pembeli menggunakan *PayLater*, dan mendukung perkembangan usaha melalui penambahan stok dan arus kas yang lebih baik. Kategori akhir menempatkan skor deskriptif pada rentang 1041–1360, sehingga pengaruhnya tergolong netral.

Pendapatan UMKM (Y) meningkat signifikan sebagai dampak pemanfaatan *ShopeePay* dan *SPayLater*. Indikator peningkatan omset, keuntungan, modal, dan perluasan transaksi bisnis menunjukkan hasil positif. Kuesioner mengungkapkan bahwa pendapatan UMKM meningkat seiring transaksi menggunakan *ShopeePay* dan *SPayLater*, modal tambahan dari *SPayLater* membantu ekspansi usaha, dan aplikasi *Shopee* mempermudah transaksi sehingga penjualan naik signifikan. Kategori akhir menunjukkan skor deskriptif berada pada rentang 1681–2000, sehingga pendapatan UMKM dinyatakan sangat berpengaruh.

Pembuktian Hipotesis

Berdasarkan hasil analisis, tingkat pemanfaatan *fintech* pembayaran (*ShopeePay*) oleh UMKM pengguna Shopee di Kota Bandar Lampung pasca pandemi Covid-19 memiliki skor 1.771, termasuk dalam interval 1.681–2.000 dan dikategorikan sangat berpengaruh. Oleh karena itu, H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak, menunjukkan bahwa pemanfaatan *ShopeePay* berada pada kategori sangat tinggi.

Sementara itu, pemanfaatan *fintech P2P Lending (ShopeePay Later)* memperoleh skor 1.221, berada pada interval 1.041–1.360 dengan kategori netral yang mendekati berpengaruh. Hal ini membuat H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak, sehingga tingkat pemanfaatan *SPayLater* oleh UMKM tergolong cukup tinggi.

Adapun tingkat pendapatan UMKM pengguna Shopee memiliki skor 1.749, termasuk dalam interval 1.681–2.000 dan dikategorikan sangat berpengaruh. Dengan demikian, H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak, menandakan bahwa pendapatan UMKM pasca pandemi berada pada kategori sangat tinggi.

Hasil Wawancara

Berdasarkan hasil wawancara deskriptif, pendapatan UMKM sebelum pandemi tergolong stabil, mengalami penurunan signifikan selama pandemi, dan kembali meningkat setelah memanfaatkan fitur *ShopeePay* dan *SPayLater*. Mayoritas responden menggunakan *SPayLater* sebagai tambahan modal, khususnya untuk menambah stok pada periode permintaan tinggi, sementara *ShopeePay* dinilai lebih aman dan praktis dibandingkan pembayaran tunai. Selain itu, pelaku UMKM menyatakan bahwa pemanfaatan *fintech* juga membantu meningkatkan jumlah pelanggan, termasuk dari luar daerah.

Pembahasan

1. Pengaruh *Fintech* Pembayaran terhadap Pendapatan UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *ShopeePay* berperan signifikan dalam meningkatkan pendapatan UMKM. Penggunaan layanan *e-money* ini membantu UMKM menurunkan biaya transaksi, mempercepat proses jual beli, dan meningkatkan efisiensi operasional. Manfaat konkret yang diperoleh UMKM di Bandar Lampung meliputi percepatan transaksi, peningkatan jumlah pelanggan, dan pencatatan keuangan otomatis melalui *e-wallet*, sekaligus memenuhi preferensi konsumen yang beralih ke pembayaran non-tunai.

2. Pengaruh *Fintech P2P Lending* terhadap Pendapatan UMKM

Temuan penelitian menunjukkan bahwa *SPayLater* memberikan dampak positif terhadap pendapatan UMKM dengan meningkatkan akses modal dan kelancaran arus kas. Layanan ini memungkinkan UMKM memperoleh pembiayaan lebih cepat dibandingkan lembaga keuangan tradisional, menambah stok barang sesuai permintaan pasar, mendukung arus kas yang lebih lancar, serta meningkatkan kapasitas usaha dan volume penjualan.

3. Peran Kedua *Fintech* Secara Simultan dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM

Penggunaan *ShopeePay* dan *SPayLater* secara bersamaan menciptakan ekosistem digital yang mendukung pertumbuhan UMKM. *ShopeePay* meningkatkan transaksi dan menarik lebih banyak pelanggan, *SPayLater* menyediakan modal tambahan untuk memenuhi permintaan pasar, dan *Shopee marketplace* memberikan akses ke pasar yang lebih luas. Sinergi ketiga elemen ini terbukti efektif mendorong peningkatan pendapatan UMKM pasca pandemi Covid-19.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian mengenai peran *ShopeePay* dan *SPayLater* dalam meningkatkan pendapatan UMKM pasca pandemi Covid-19 di Bandar Lampung, dapat disimpulkan bahwa kedua layanan fintech memberikan pengaruh positif: *ShopeePay* mempercepat transaksi, mempermudah pencatatan keuangan, dan menarik lebih banyak pelanggan, sedangkan *SPayLater* menyediakan akses modal cepat untuk menambah stok dan mendukung arus kas, sehingga keduanya membentuk ekosistem digital yang sinergis bagi pertumbuhan UMKM. Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan, antara lain cakupan sampel yang terbatas pada UMKM pengguna Shopee di Bandar Lampung dan fokus pada dua jenis *fintech* saja, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasi secara luas. Untuk penelitian selanjutnya disarankan menambah variabel seperti literasi keuangan digital, kualitas layanan *e-commerce*, atau kepuasan konsumen, memperluas sampel dan wilayah penelitian, menggunakan metode analisis lebih kompleks seperti SEM, serta membandingkan efektivitas *fintech* di berbagai platform *e-commerce* untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- AFPI. (2024). *Jenis Fintech di Indonesia*. Asosiasi Fintech.
- BI. (2020). *Apa itu uang elektronik*. Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id>.
- BI. (2021). *Laporan Perekonomian Indonesia Tahun 2021*.
- BPS. (2021). *Statistik Karakteristik Usaha 2021*.
- BPS. (2024). *Statistik E-Commerce 2024*. <https://www.bps.go.id/id/publication>.
- 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.
- Ilman, A. H. (2019). Peran Teknologi Finansial. *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>
- Kumala. (2022). Perkembangan Ekonomi Berbasis Digital Di Indonesia. *Regional Science*, 1(2), 109–117. <https://doi.org/10.52421/jurnal-esensi.v1i2.190>
- Laudon & Traver. (2017). *E-commerce 2017*. USA: Pearson.
- McKinsey, & Company. (2016). *Digital payments: The global opportunity*. McKinsey Global Institute.

- Moleong. (2018). *Metodologi Penelitian*. PT Remaja Rosdakarya.
- OJK. (2022). *Statistik Fintech Lending Periode Agustus 2022*. Otoritas Jasa Keuangan.
- PP No. 7/2021. (2021). Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan UMKM. In *Peraturan Pemerintah*.
- Purba, Permatasari, & Tanjung. (2025). ANALISIS PERKEMBANGAN EKONOMI DIGITAL INDONESIA. *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.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian*. Bandung: PT Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni. (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. (2000). *Statistik* Jakarta: Erlangga.
- Turban, King, & Lee. (2015). *Electronic commerce*. USA: Springer.
- UU No. 20/2008. (2008). UMKM. In *Pemerintah Pusat*.
- Wardhana. (2024). *Perkembangan E-Commerce di Indonesia*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Widnyana, I. W., & Marsudi, A. S. (2025). *FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH)*. Cirebon: Mega Press Nusantara.
- WTO. (2019). Electronic commerce. In *World Trade Organization*.
- Zed. (2008). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.