

## Inovasi Keuangan Digital: Mendorong Pertumbuhan Pendapatan UMKM Kuliner Di Era Normal Baru

Bayu Wijayantini<sup>1\*</sup>, Alfi Arif<sup>2</sup>, Noormariana Binti Mohd Din<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Muhammadiyah Jember, <sup>2</sup>Universitas Jember, <sup>3</sup>Universitas Malaysia Kelantan

Email: [bayu@unmuhjember.ac.id](mailto:bayu@unmuhjember.ac.id), [alfi.rif@unej.ac.id](mailto:alfi.rif@unej.ac.id), [mariana.md@umk.edu.my](mailto:mariana.md@umk.edu.my)

Diterima: 4 Desember 2024 | Disetujui: 16 Desember 2024 | Dipublikasikan: 29 Desember 2024

### Abstrak

Inovasi Keuangan Digital (*fintech*) di Indonesia, khususnya melalui *e-payment*, *e-commerce*, dan kualitas layanan elektronik (*e-servqual*), telah memberikan dukungan signifikan kepada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), terutama dalam menghadapi tantangan selama pandemi COVID-19. Penelitian ini berfokus pada UMKM kuliner di Jember, untuk menilai bagaimana inovasi *fintech* tersebut mempengaruhi pendapatan mereka di era normal baru. Melalui analisis regresi linier berganda, penelitian ini mengevaluasi pengaruh *e-payment*, *e-commerce*, dan *e-servqual* terhadap pertumbuhan pendapatan UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adopsi *e-payment* menghadapi hambatan dalam hal kemudahan penggunaan dan tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan, sementara *e-commerce* dan *e-servqual* berdampak positif terhadap pertumbuhan pendapatan. Temuan ini mengindikasikan bahwa inovasi keuangan digital, terutama perbaikan dalam sistem *e-payment*, dapat lebih meningkatkan kinerja bisnis UMKM. Penelitian ini menyoroti perlunya pengembangan layanan *fintech* yang berkelanjutan untuk membantu UMKM berkembang dalam lingkungan bisnis yang terus berubah, dengan harapan inovasi keuangan digital ini dapat lebih mendorong pertumbuhan pendapatan.

**Kata kunci:** *fintech*, *e-payment*, *e-commerce*, *e-Servqual*, era normal baru

### Abstract

Digital Financial Innovation (*fintech*) in Indonesia, specifically through *e-payment*, *e-commerce*, and *e-service quality* (*e-Servqual*), has significantly supported micro, small, and medium enterprises (MSMEs), especially in overcoming challenges during the COVID-19 pandemic. This study focuses on culinary MSMEs in the campus area of Jember, assessing how these *fintech* innovations impact their income in the new normal era. Through multiple linear regression analysis, the research evaluates the effects of *e-payment*, *e-commerce*, and *e-Servqual* on MSME income growth. The results show that while *e-payment* adoption faces usability barriers and does not significantly influence income, *e-commerce* and *e-Servqual* positively impact income growth. These findings suggest that digital financial innovations, particularly improvements in *e-payment* systems, can further enhance the business performance of MSMEs. The study highlights the need for continuous *fintech* service development to help MSMEs thrive in the evolving business environment, with the hope that these digital financial innovations can further boost income.

**Keywords:** *fintech*, *e-payment*, *e-commerce*, *e-Servqual*, new normal

### PENDAHULUAN

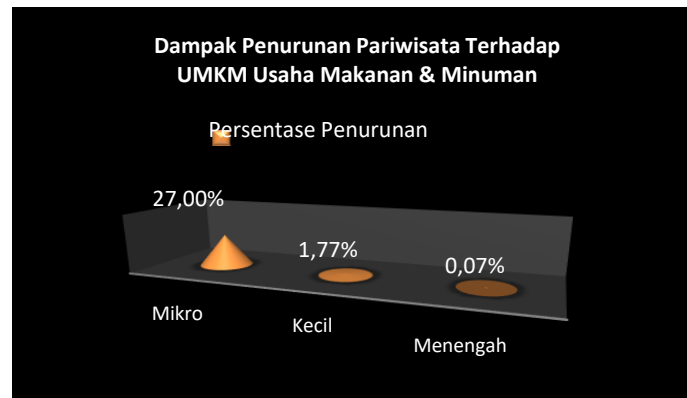
Pandemi COVID-19 yang telah menekan perekonomian dunia telah menyebabkan hilangnya sumber penghasilan bagi sebagian besar penduduk dunia termasuk di Indonesia.

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merasakan penurunan yang signifikan, mulai dari penghentian sementara operasi hingga penutupan total di banyak daerah. Saat ini, setelah mengalami gelombang kedua penyebaran Covid-19 yang sempat mencapai tingkat konfirmasi positif tertinggi, kasus penularan mulai menurun dan situasinya menjadi lebih stabil. Ini memberikan harapan baru bagi para pelaku usaha yang telah mengalami tantangan selama satu setengah tahun terakhir. Fase "new normal" menjadi kesempatan bagi UMKM untuk mengambil peluang, menjadi responsif terhadap perubahan pasar, dan bersikap agile dalam menghadapi tantangan (Sundah et al., 2021).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang mengadopsi teknologi digital menjadi elemen kunci dalam mempercepat pemulihan ekonomi nasional. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2018 tercatat mencapai 64,2 juta unit, yang mencakup 99,99% dari total pelaku usaha di negara ini. Berdasarkan arahan Presiden Joko Widodo pada April 2021, target rasio kredit yang dialokasikan untuk pelaku UMKM ditetapkan mencapai 30% pada tahun 2024. Inovasi keuangan digital (fintech) hadir sebagai solusi bagi UMKM yang mengalami kesulitan dalam mengakses kredit perbankan. Selama pandemi COVID-19, sebanyak 52 penyelenggara fintech yang tergabung dalam Asosiasi FinTech Indonesia (AFTECH) telah menawarkan sekitar 55 program insentif, kemudahan, dan solusi finansial untuk membantu masyarakat yang terdampak secara ekonomi. Program ini terus berkembang dengan melibatkan berbagai model bisnis fintech, seperti P2P lending, Financial Planner, Project Financing, Dompot Digital, dan lainnya. Langkah ini diambil mengingat besarnya potensi kolaborasi antara penyelenggara fintech dan UMKM dalam menciptakan solusi yang mendukung pemulihan ekonomi nasional secara nyata (Institute for Development of Economics and Finance (INDEF), 2024).

Kementerian Koperasi dan UKM RI mencatat bahwa UMKM menyumbang hingga 99,99% dari total pelaku usaha di Indonesia dan menyerap 97% tenaga kerja nasional. Besarnya kontribusi UMKM ini jelas sangat vital bagi perekonomian Indonesia dan perlu mendapatkan dukungan dari berbagai pihak. Selain itu, sekitar 96% dari UMKM di Indonesia adalah usaha mikro dan informal, yang tentu membutuhkan dukungan dalam hal legalitas, pendanaan, dan digitalisasi. Jika sektor-sektor ini didorong untuk berkembang, maka akan semakin memperkuat peran UMKM dalam mendorong pertumbuhan ekonomi negara (Harto et al., 2022).

Merujuk Amri (2020), yang mengacu pada data P2E LIPI, penurunan sektor pariwisata berdampak paling besar pada UMKM kuliner, khususnya yang beroperasi dalam skala mikro. Sementara itu, UMKM dengan skala kecil dan menengah juga mengalami penurunan, namun tidak sebesar yang dialami oleh UMKM skala mikro. Dampak penurunan ini bisa digambarkan sebagai berikut.



Gambar 1. Pengaruh Penurunan Sektor Pariwisata terhadap UMKM Kuliner  
Sumber: (Amri, 2020)

Pemerintah, melalui Kementerian Koperasi dan UKM, menegaskan bahwa UMKM di sektor kuliner memiliki peluang untuk pulih dan bangkit pasca pandemi. Meskipun sebagian besar UMKM mengalami penurunan pendapatan atau omzet yang signifikan, yang pada akhirnya memengaruhi berbagai aspek perekonomian masyarakat, terutama di kalangan UMKM (Sundari & Sulistyowarni, (2022). Sektor kuliner tetap menunjukkan potensi untuk kembali berkembang. Potensi ini didukung oleh tingginya permintaan akan kebutuhan pangan, yang merupakan salah satu kebutuhan pokok dan esensial bagi setiap individu. Santoso et al., (2023) mengungkapkan bahwa sektor kuliner memiliki peluang besar untuk bangkit dan tumbuh pascapandemi, mengingat kebutuhan pangan tetap menjadi prioritas utama masyarakat. Merujuk Nawarini & Shaferi, (2022) di era normal baru, adaptasi teknologi menjadi kunci keberhasilan UMKM untuk meningkatkan pendapatan. Inovasi keuangan digital, seperti *e-service quality*, *e-commerce*, dan *e-payment*, telah terbukti mampu mendorong efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar (Saputri, 2021). Menurut Kim & Kim, (2020) perkembangan teknologi telah mempermudah berbagai aspek bisnis, termasuk pengenalan layanan berbasis digital seperti *e-service quality*, *e-commerce*, dan *e-payment*. *E-payment* memberikan kemudahan transaksi non-tunai yang lebih cepat, aman, dan nyaman, sementara *e-commerce* membuka peluang pemasaran yang lebih luas dengan efisiensi yang tinggi. Selain itu, *e-service quality* menjadi elemen yuwonopenting dalam memastikan kualitas layanan digital, yang berperan dalam membangun loyalitas pelanggan (Yuwono et al., 2023)

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital memiliki dampak positif terhadap pertumbuhan pendapatan usaha. Misalnya, penelitianUmmasyroh et al., (2024) menyebutkan bahwa *e-payment* memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM. Adopsi *e-payment* dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin berkembang, pertumbuhan ekonomi, serta tingkat kemajuan pembangunan di suatu negara. (Febrinda & Ningsih, 2023). Dengan demikian, manfaat dari sistem pembayaran digital memiliki korelasi positif dengan kebutuhan serta perubahan gaya hidup masyarakat modern. Selain itu, sebagian besar usaha kini sudah mengadopsi pembayaran digital atau *e-payment* dalam sistem

transaksi mereka. Penelitian oleh Rosalina Widyayanti (2020) menunjukkan bahwa UMKM di Yogyakarta beralih ke sistem pembayaran non-tunai dan mulai meninggalkan pembayaran tunai, karena dinilai kurang efektif dalam mendorong pertumbuhan pendapatan usaha. Begitu pula dengan *e-commerce*, yang dinilai mampu meningkatkan efisiensi pemasaran dan memperluas jangkauan konsumen. Pemanfaatan *e-commerce* yang terus berkembang menunjukkan bahwa inovasi teknologi informasi tidak hanya menjadi pendukung operasional bisnis, tetapi juga mendorong transformasi model bisnis tradisional menuju digitalisasi yang lebih inklusif (Xiao & Zhang, 2020). Penelitian yang dilakukan oleh Juwita et al., (2022) menunjukkan bahwa *e-commerce* memiliki pengaruh positif terhadap kinerja dan pendapatan UMKM. Meskipun demikian, *e-commerce* tetap menjadi pilihan pemasaran yang efektif untuk memperluas jangkauan pelanggan. Di samping itu, kualitas layanan digital (*e-service quality*) turut berperan dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan (Tirtana et al., 2020).

Keberadaan kampus di Jember memberikan pengaruh yang besar terhadap perekonomian, kegiatan, dan perkembangan wilayah tersebut. Seluruh universitas di Kota Jember berlokasi di Kecamatan Sumbersari, menjadikannya pusat utama aktivitas di Kabupaten Jember, bersama dengan Kecamatan Patrang dan Kaliwates. Sebagai pusat, Sumbersari menjadi titik fokus berbagai kegiatan, mulai dari sektor ekonomi, pendidikan, infrastruktur, mobilitas, hingga interaksi sosial lainnya (Kompasiana, 2022). Menurut data dari Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Jember awal tahun 2024 jumlah pelaku UMKM sektor kuliner yang terdapat di Kecamatan Sumbersari tertuang dalam tabel berikut:

Tabel 1. Data UMKM Sektor Kuliner di Kecamatan Sumbersari

No	Area Desa/Kelurahan	Jumlah
1	Antirogo	19
2	Kebonsari	141
3	Karangrejo	78
4	Kranjingan	87
5	Tegalgede	42
6	Wirolegi	56
7	Sumbersari	284
<b>Total</b>		<b>707 UMKM</b>

Sumber: (Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Jember, 2024)

Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Jember tahun 2024, terdapat 707 UMKM kuliner yang beroperasi di Kecamatan Sumbersari, dengan mayoritas berada di Kelurahan Sumbersari dan Tegalgede. Dari pra-penelitian, diketahui bahwa 21 dari 33 UMKM di wilayah ini telah mengadopsi teknologi *e-service quality*, *e-commerce*, dan *e-payment* sebagai bagian dari operasional bisnis mereka. Studi ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana inovasi keuangan digital, meliputi *e-service quality*, *e-commerce*, dan *e-payment*, memengaruhi pertumbuhan pendapatan UMKM sektor kuliner

di era normal baru. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan praktis dan akademis bagi pengembangan strategi inovasi keuangan digital untuk mendukung pertumbuhan UMKM secara berkelanjutan.

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi keuangan digital, yang meliputi *e-service quality*, *e-commerce*, dan *e-payment*, terhadap pertumbuhan pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sektor kuliner di era normal baru. Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang dirancang untuk menjelaskan hubungan antarvariabel secara mendalam melalui pengumpulan dan analisis data statistik. Pendekatan kuantitatif dipilih karena berlandaskan pada paradigma positivisme, yang memungkinkan pengujian hipotesis berdasarkan data numerik. Dengan pendekatan ini, penelitian berupaya menjawab pertanyaan terkait hubungan kausal antara variabel bebas, yaitu *e-service quality*, *e-commerce*, dan *e-payment*, dengan variabel terikat, yakni pertumbuhan pendapatan UMKM. Desain penelitian bersifat asosiatif, yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengukur hubungan antarvariabel. Adapun data penelitian dikumpulkan melalui survei cross-sectional, di mana pengambilan data dilakukan pada satu titik waktu tertentu untuk menggambarkan situasi dan kondisi yang aktual.

Populasi penelitian mencakup UMKM sektor kuliner yang beroperasi di wilayah kampus Kota Jember, khususnya di Kelurahan Sumbersari dan Tegalgede, dengan total 326 usaha. Teknik purposive sampling digunakan dalam menentukan sampel penelitian, yang menghasilkan 130 responden. Kriteria pemilihan responden mencakup UMKM yang telah mengadopsi teknologi *e-service quality*, *e-commerce*, dan *e-payment* dalam kegiatan operasional bisnisnya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah UMKM di Kecamatan Sumbersari, khususnya di Kelurahan Sumbersari dan Kelurahan Tegalgede yaitu 326 UMKM Kuliner berdasarkan data (Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Jember, 2024)

Metode analisis yang digunakan untuk menjawab tujuan penelitian adalah sebagai berikut

#### 1. Statistik Deskriptif

untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik responden dan distribusi jawaban.

#### 2. Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, metode analisis regresi linier berganda diterapkan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan yaitu *e-service quality*, *e-commerce*, dan *e-payment* berpengaruh terhadap Pertumbuhan pendapatan UMKM sektor kuliner di area Kota Jember. persamaan regresi yang digunakan dalam model penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana:

- Y = Pertumbuhan Pendapatan
- = Bilangan Konstanta
- X<sub>1</sub> = e - payment
- X<sub>2</sub> = e - commerce
- X<sub>3</sub> = e - service quality
- β<sub>1</sub>, β<sub>2</sub>, β<sub>3</sub> = Koefisien Regresi
- e = variabel pengganggu

### 3. Uji Hipotesis

Penelitian ini menggunakan uji t sebagai metode analisis regresi untuk menguji hipotesis yang diajukan. Uji ini bertujuan mengidentifikasi signifikansi pengaruh individu antara variabel bebas dan variabel terikat. Keputusan diambil berdasarkan nilai signifikansi pada tabel Coefficients, dengan dasar pengujian pada tingkat kepercayaan 95% dan taraf signifikansi 5% ( $\alpha=0,05$ ). Berdasarkan pembahasan sebelumnya, hipotesis dalam study ini adalah: Di duga *e-service quality*, *e-commerce*, dan *e-payment* terhadap Pertumbuhan pendapatan UMKM sektor kuliner di Kota Jember.

Selanjutnya melalui metodologi penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang komprehensif mengenai peran inovasi keuangan digital dalam mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan pendapatan UMKM, khususnya di sektor kuliner.

## HASIL

Studi ini melibatkan 130 responden yang diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, pendapatan bulanan, dan lokasi usaha. Mayoritas responden adalah laki-laki, dari segi pendapatan, rata-rata penghasilan berada di kisaran antara Rp 2.000.000 hingga Rp 4.000.000 setiap bulannya. Sebagian besar responden (67%) menjalankan usaha di wilayah Sumpalsari, sedangkan sisanya berada di Tegal Besar. Secara lengkap disajikan dalam Tabel 1 berikut:

Tabel 2. Karakteristik Responden

Klasifikasi	Jumlah	Presentase (%)
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki-laki	71	55.0
Perempuan	59	45.0
<b>Pendapatan/Bln</b>		
Rp 500.000 - Rp2.000.000	41	32.0
Rp 2.000.001 – Rp4.000.000	64	49.0
➤ Rp 4.000.000	25	19.0
<b>Lokasi Usaha</b>		
Tegal Besar	43	32.0
Sumpalsari	87	67.0

Sumber: data diolah 2024

Tabel Karakteristik ini memberikan gambaran tentang keragaman responden dalam hal gender, penghasilan, dan lokasi usaha, yang relevan untuk memahami pengaruh inovasi keuangan digital terhadap pendapatan UMKM.



Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisiensi Regresi	T	Sig.
Konstanta	0,405		
<i>E-payment</i> (X1)	-0,204	-1,920	0,059
<i>E-commerce</i> (X2)	0,475	7,205	0,000
<i>E-service quality</i> (X3)	0,707	9,620	0,000

Sumber: data diolah 2024

Berdasarkan Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda, studi ini mengidentifikasi pengaruh variabel bebas (*e-service quality*, *e-commerce*, dan *e-payment*) terhadap pertumbuhan pendapatan UMKM sektor kuliner. Nilai konstanta sebesar 0,405 menunjukkan bahwa faktor lain di luar model juga berkontribusi terhadap pendapatan.

- E-payment* (X1)** memiliki koefisien regresi -0,204, dengan nilai  $t = -1,920$  dan tingkat signifikansi  $p = 0,059$ . Karena  $p > 0,05$ , yang berarti bahwa hipotesis *e-payment* mempunyai pengaruh terhadap pertumbuhan pendapatan ditolak. Hal ini juga menunjukkan bahwa penggunaan *e-payment* tidak berdampak terhadap pertumbuhan pendapatan pelaku UMKM sektor kuliner di wilayah kampus Kota Jember.
- E-commerce* (X2)** menunjukkan koefisien 0,475, nilai  $t = 7,205$  dan  $p = 0,000$ , mengindikasikan pengaruh positif dan signifikan, hipotesis *e-commerce* mempunyai pengaruh terhadap pertumbuhan pendapatan diterima. Hal ini juga menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* berdampak terhadap pertumbuhan pendapatan, yang berarti banyak produk yang dijual di *e-commerce* semakin meningkat pula pendapatan pelaku UMKM di sektor kuliner yang beroperasi di Kota Jember.
- E-service quality* (X3)** memiliki koefisien 0,707, nilai  $t = 9,620$  dan  $p = 0,000$ , juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan, hipotesis *e-service quality* mempunyai pengaruh terhadap pertumbuhan pendapatan diterima. Hal ini juga menunjukkan bahwa penggunaan *e-service quality* mempengaruhi peningkatan pendapatan pelaku UMKM sektor kuliner di area Kota Jember. Kualitas layanan digital yang lebih baik berkontribusi signifikan pada pertumbuhan pendapatan UMKM.

Model regresi ini menunjukkan bahwa di antara ketiga variabel bebas, *e-commerce* dan *e-service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan pendapatan UMKM sektor kuliner. Sebaliknya, *e-payment* tidak memberikan pengaruh yang signifikan secara statistik. Hal ini dapat disebabkan oleh kendala teknis atau persepsi negatif terkait penggunaan *e-payment* di kalangan UMKM, seperti biaya administrasi atau proses penarikan dana yang memakan waktu. Penemuan ini menggarisbawahi pentingnya optimalisasi *e-commerce* dan pertumbuhan kualitas layanan elektronik untuk mendukung pertumbuhan pendapatan UMKM di era digital.

## PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini mengidentifikasi pengaruh variabel inovasi keuangan digital, yaitu *e-payment*, *e-commerce*, dan *e-service quality*, terhadap pertumbuhan pendapatan UMKM sektor kuliner di wilayah kampus Kota Jember. Berdasarkan pengujian statistik, ditemukan bahwa masing-masing variabel memberikan dampak yang berbeda terhadap pendapatan. Berikut adalah pembahasan berdasarkan hasil penelitian.

### 1. Pengaruh *E-payment* terhadap Pertumbuhan Pendapatan

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa *e-payment* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan pendapatan UMKM. Koefisien regresi negatif menunjukkan adanya tantangan yang dihadapi pelaku usaha dalam mengoptimalkan layanan ini. Salah satu hambatan utama adalah ketidaknyamanan pelaku UMKM terkait proses penarikan dana dari uang elektronik ke bentuk tunai, yang dianggap memakan waktu lama dan dibebani biaya administrasi. Kendala teknis ini membatasi adopsi *e-payment* secara optimal, meskipun layanan ini menawarkan kemudahan dan efisiensi dalam transaksi. *E-payment*, yang dikenal sebagai uang elektronik, merupakan metode pembayaran berbasis digital di mana nilai uang disimpan dalam media elektronik tertentu. Salah satu contoh yang sering digunakan adalah QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard), yang memfasilitasi integrasi antar penyedia layanan pembayaran untuk meningkatkan efisiensi transaksi. Namun, meskipun QRIS cukup populer, hasil penelitian ini mendukung temuan Igudia, (2018), yang menyatakan bahwa di beberapa wilayah, seperti Nigeria, *e-payment* tidak memberikan dampak signifikan terhadap pendapatan UMKM. Sebaliknya, hasil ini berbeda dengan penelitian (Ummasyroh et al., 2024), yang menyatakan bahwa *e-payment* dapat memberikan dampak positif pada pendapatan usaha. Perbedaan ini mengindikasikan bahwa pengaruh *e-payment* sangat dipengaruhi oleh konteks lokal dalam penerapannya.

### 2. Pengaruh *E-commerce* terhadap Pertumbuhan Pendapatan

Hasil penelitian ini mengonfirmasi bahwa *e-commerce* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan pendapatan UMKM sektor kuliner. Pelaku usaha yang memanfaatkan *e-commerce* melaporkan kemudahan dalam memasarkan produk, penghematan biaya operasional, dan pertumbuhan efisiensi waktu. Puspaningrum, (2022) menjelaskan bahwa teknologi *e-commerce* memberikan kesempatan bagi UMKM untuk memperluas pasar mereka, baik di tingkat nasional maupun global, melalui platform digital seperti GoFood. GoFood, sebagai salah satu aplikasi *e-commerce* yang populer, menyediakan solusi *delivery order* yang menguntungkan bagi UMKM dengan keterbatasan sumber daya. Selain itu, promosi dan diskon yang ditawarkan oleh aplikasi ini menarik lebih banyak pelanggan, sehingga meningkatkan penjualan dan pendapatan pelaku usaha. Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Desiana et al., (2024), yang menemukan bahwa *e-commerce* memberikan dampak signifikan terhadap pendapatan UMKM. *E-commerce* memungkinkan UMKM untuk menurunkan biaya pemasaran, mengurangi overhead, dan meningkatkan efisiensi dalam manajemen rantai pasok (Sadrakh Zefanya Putra et al., 2023). Dengan demikian, hasil ini menguatkan bahwa



*e-commerce* adalah alat penting dalam digitalisasi UMKM, terutama di era normal baru yang semakin bergantung pada transaksi daring.

### 3. Pengaruh *E-service quality* terhadap Pertumbuhan Pendapatan

Penelitian ini juga menemukan bahwa *e-service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan pendapatan UMKM. Pelaku usaha menyatakan bahwa layanan berbasis digital memberikan efisiensi dalam berbagai aspek, seperti waktu, biaya, dan tenaga. Selain itu, kualitas layanan yang baik meningkatkan pengalaman pelanggan, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas dan frekuensi transaksi. Merujuk Bhati et al., (2022) merujuk pada sejauh mana layanan digital dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan cara yang efisien dan efektif. Dalam hal ini, faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan, kecepatan akses, dan keandalan layanan menjadi kunci utama dalam menilai kualitas layanan tersebut. Hasil ini konsisten dengan penelitian Poerna Wardhanie & Ahmad Nizar Yogatama, (2022), yang menunjukkan bahwa *e-service quality* berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan pendapatan UMKM sektor kuliner melalui aplikasi digital. Senada dengan hal tersebut Rizki Amalia et al., (2024) menjelaskan *E-service quality* yang baik memberikan pengalaman berbelanja yang nyaman bagi konsumen, sekaligus mendorong retensi pelanggan. Dalam bisnis berbasis digital, keberhasilan layanan *e-service quality* menjadi elemen kunci dalam menciptakan hubungan jangka panjang antara pelaku usaha dan konsumennya.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa inovasi keuangan digital, khususnya melalui *e-commerce* dan *e-service quality*, memberikan dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan pendapatan UMKM sektor kuliner. Meskipun *e-payment* memiliki potensi, penerapannya saat ini belum menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan UMKM, yang mengindikasikan perlunya pertumbuhan dalam sistem *e-payment* serta edukasi kepada pelaku UMKM untuk mendorong adopsi yang lebih luas. Temuan ini menekankan pentingnya optimalisasi teknologi digital dalam mendukung keberlanjutan UMKM di era normal baru. Walaupun tantangan seperti keterbatasan akses internet dan kurangnya pemahaman tentang teknologi masih menjadi hambatan, peluang besar untuk mengatasi masalah ini terbuka lebar. Dengan edukasi dan bimbingan yang lebih intensif, penggunaan layanan digital dapat menjadi pendorong utama untuk pertumbuhan dan perkembangan pendapatan UMKM di sektor kuliner, yang pada gilirannya akan memperkuat daya saing mereka dalam menghadapi tantangan pasar yang semakin digital.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada LPPM Universitas Muhammadiyah Jember, Universitas Jember, dan Universitas Malaysia Kelantan atas dukungan dan kesempatan yang diberikan kepada tim penulis. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Jember yang telah

menyediakan data yang sangat membantu dalam penyelesaian tulisan ini. Terakhir, kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah terlibat dalam penyusunan artikel ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amri, A. (2020). Dampak covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. . *Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(1), 123–131.
- Bhati, N. S., Vijayvargy, L., & Pandey, A. (2022). Role of E-Service Quality (E-SQ) on Customers' Online Buying Intention: An Extended Theory of Planned Behavior. *IEEE Access*, 10, 77337–77350. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2022.3190637>
- Desiana, D., Bintari, V. I., & Nanda, U. L. (2024). E-commerce, Financial Technology, Media Sosial dan Pengaruhnya terhadap Pendapatan UMKM Kota Tasikmalaya. *Owner*, 8(3), 2139–2149. <https://doi.org/10.33395/owner.v8i3.2264>
- Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Jember. (2024). *Data UMKM Kabupaten Jember*.
- Febrinda, R. R., & Ningsih, R. (2023). KESIAPAN DIGITALISASI SISTEM PEMBAYARAN NON TUNAI DI PASAR RAKYAT. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 13(2), 87–100. <https://doi.org/10.22212/jekp.v13i2.2022>
- Harto, B., Sumarni, T., Dwijayanti, A., Komalasari, R., & Widyawati, S. (2022). Transformasi Bisnis UMKM Sanfresh Melalui Digitalisasi Bisnis Pasca Covid 19. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 6(2), 9–15. <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v6i2.2399>
- Igudia, O. P. P. (2018). Electronic payment systems adoption by SMEs in Nigeria: A literature review. *Nigerian Journal of Management Sciences*, 6(2), 150–165.
- Institute for Development of Economics and Finance (INDEF). (2024). *PERAN PLATFORM DIGITAL TERHADAP PENGEMBANGAN UMKM DI INDONESIA*. <https://indef.or.id/category/conference/>
- Juwita, O., Firdonsyah, A., Ali, M., Widodo, A. P., & Isnanto, R. R. (2022). Studi Literatur Platform Digital Sebagai Sarana Pembangunan Ekosistem Dalam Mengembangkan UMKM. *INFORMAL: Informatics Journal*, 7(1), 59. <https://doi.org/10.19184/isj.v7i1.31547>
- Kim, S. I., & Kim, S. H. (2020). E-commerce payment model using blockchain. *Journal of Ambient Intelligence and Humanized Computing*, 2008. <https://doi.org/10.1007/s12652-020-02519-5>
- Nawarini, A. T., & Shaferi, I. (2022). *International Sustainable Competitiveness Advantage 2021 Digipreneurship Concept for Enhancing SMEs Performance on Post Pandemic Covid-19*. [www.ekon.go.id](http://www.ekon.go.id),
- Poerna Wardhanie, A., & Ahmad Nizar Yogatama. (2022). Peran E-Service Quality Dalam Meningkatkan Penjualan Makanan Melalui Penggunaan Aplikasi ShopeeFood. *Journal of Technology and Informatics (JoTI)*, 3(2), 67–77. <https://doi.org/10.37802/joti.v3i2.225>
- Puspaningrum, R. A. (2022). Factors That Influence Consumer Purchase Intention In GoFood E-commerce In The Covid-19 Era (Study On People In The City of Bandung, Indonesia). *International Journal Administration Business and Organization*, 3(1), 29–40. <https://doi.org/10.61242/ijabo.22.194>
- Rizki Amalia, Syauqi, A., & Prasetya, A. A. (2024). Pengaruh E-Service Quality, Citra Merek, dan Transformasi Digital Kinerja UMKM Batik Banyumas Melalui

- Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 11(2), 26–38. <https://doi.org/10.54131/jbma.v11i2.196>
- Rosalina Widyayanti, E. (2020). *ANALISIS PENGARUH KECENDERUNGAN PERGESERAN SISTEM PEMBAYARAN DARI TUNAI KE NON-TUNAI/ONLINE PAYMENT TERHADAP PERTUMBUHAN PENDAPATAN USAHA (Studi pada UMKM di Yogyakarta)*. [www.gatra.com](http://www.gatra.com),
- Sadrakh Zefanya Putra, Shasabila Titanie Harianto, & Yabes Christian Matondang. (2023). Analisis Pengaruh E-Commerce: Studi Literatur Terhadap Pertumbuhan Ekonomi UMKM. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(2), 119–131. <https://doi.org/10.55606/juisik.v3i2.494>
- Santoso, F. R., Wijayantini, B., & Sobri, T. (2023). *Unlocking The Potential: How Financial Inclusion And Financial Behavior Drive Growth In Culinary MSMEs* (Vol. 2, Issue 3). <http://proceeding.unmuhjember.ac.id/index.php/iss>
- Saputri, N. A. (2021). Readiness of SMEs on Digital Payment for Business Sustainability. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(2), 140–144. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i2.1079>
- Sundah, P. M., Adeline, C., & Purba, H. (2021). Digitalisasi UMKM sebagai Langkah Mewujudkan Pemulihan dan Resiliensi Pelaku Usaha di Masa Pandemi. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 4, 1202–1206. <https://doi.org/10.37695/pkmcsr.v4i0.1228>
- Sundari, S., & Sulistyowarni, I. (2022). STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM KULINER PADA MASA PANDEMI COVID-19. *Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis)*, 7(1), 57–68. <https://doi.org/10.33005/mebis.v7i1.321>
- Tirtana, A., Zulkarnain, A., Kristanto, B. K., Suhendra, S., & Hamzah, M. A. (2020). Rancang Bangun Aplikasi E-Commerce Untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 14(2), 101. <https://doi.org/10.32815/jitika.v14i2.473>
- Ummasyroh, U., Astarina, Y., Riana, D., Muharramah, U., & Africano, F. (2024). Business Development Through The Application Of Financial Technology (Digital Payment) In MSMEs. *Asean International Journal of Business*, 3(2), 169–181. <https://doi.org/10.54099/aijb.v3i2.997>
- Xiao, L., & Zhang, Y. (2020). An analysis on the policy evolution of cross-border ecommerce industry in China from the perspective of sustainability. *Electronic Commerce Research*, 0123456789. <https://doi.org/10.1007/s10660-020-09427-y>
- Yuwono, W., Juviyanty, J., & Nainggolan, F. (2023). THE PHENOMENON OF COMPULSIVE BUYING BEHAVIOR DUE TO THE RISE OF FINTECH LENDING AMONG INDONESIAN MILLENNIALS. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 10(3), 2030–2047. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i3.53022>