

PERAN *FINTECH* DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM DIMSUM MENTAI DI ERA DIGITAL

Siti Nur Khodiah¹, Vica Natal Gabriella Siahaan², Romauli Nainggolan³, Intan Sari Dewi⁴, Magdalena Pangaribuan⁵, Fatma Sari Dewi⁶, Bahrudi Efendi Damanik⁷

^{1,2,3,4,5,6,7}Program Studi Manajemen Informatika, STIKOM Tunas Bangsa

Email: ¹sitikhodiah48@gmail.com, ²natalvica72@gmail.com, ³romaulinainggolan19@gmail.com,
⁴intansari22m01@gmail.com, ⁵magdamagdapangaribuan4@gmail.com, ⁶fatmasari22m01@gmail.com,
⁷bahrudiefendi@gmail.com

(Naskah masuk: dd mmm yyyy, diterima untuk diterbitkan: dd mmm yyyy)

Abstrak

Perkembangan teknologi finansial (fintech) memberikan peluang besar bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan penjualan, khususnya pada bisnis dimsum mentai di era digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran fintech dalam mendukung pertumbuhan penjualan UMKM dimsum mentai melalui kemudahan transaksi digital, akses pasar yang lebih luas, dan pengelolaan keuangan yang efisien. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus pada beberapa UMKM dimsum di Kota Medan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fintech mampu meningkatkan volume transaksi dan memperluas jangkauan pelanggan, sehingga berdampak positif pada peningkatan pendapatan UMKM. Kesimpulannya, fintech merupakan solusi strategis dalam mendukung pengembangan UMKM dimsum mentai di era digital yang semakin kompetitif.

Kata kunci: *Fintech, UMKM, Dimsum Mentai, Transaksi Digital, Era Digital*

THE ROLE OF *FINTECH* IN INCREASING UMKM DIMSUM MENTAI SALES IN THE DIGITAL ERA

Abstract

The development of financial technology (fintech) offers significant opportunities for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to boost sales, particularly in the mentai dimsum business in the digital era. This study aims to analyze the role of fintech in supporting the sales growth of mentai dimsum MSMEs through ease of digital transactions, wider market access, and efficient financial management. The research method uses a qualitative approach with case studies on several dimsum MSMEs in Medan City. The results indicate that fintech can increase transaction volume and expand customer reach, positively impacting MSMEs revenue growth. In conclusion, fintech serves as a strategic solution to support the development of mentai dimsum MSMEs in an increasingly competitive digital era.

Keywords: *Fintech, UMKM, Dimsum Mentai, Digital Transactions, Digital Era*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor ekonomi dan bisnis. Di era digital saat ini, pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dituntut untuk mampu beradaptasi agar tetap bersaing dan berkembang. Salah satu inovasi yang turut

mendorong transformasi ini adalah kehadiran teknologi finansial (financial technology atau fintech), yang menawarkan berbagai kemudahan dalam hal transaksi keuangan, akses modal, serta integrasi dengan platform digital lainnya.

Financial technology (Fintech) juga merupakan langkah inovasi dari sector finansial yang terintegrasi dengan teknologi untuk menghasilkan fasilitas tanpa adanya perantara, mengubah

metode perusahaan dalam menyediakan layanan dan produk, selain itu juga dapat memberikan privasi, regulasi dan tantangan hukum serta di mungkinkan dapat memberikan pertumbuhan yang inklusif (Wachyu & Winarto, 2020)

UMKM adalah jenis usaha yang dipisahkan berdasarkan kriteria aset dan omset. Sebelumnya, UU UMKM menerapkan kriteria UMKM yang didasarkan pada kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan. Tetapi, kriteria ini diubah melalui UU Ciptaker. Dalam UU Ciptaker, ukuran yang dipakai yakni berdasarkan modal usaha atau hasil penjualan tahunan. UU Cipta Kerja sudah merubah sebagian ketentuan yang ada berlaku di Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 perihal Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UU UMKM)(Muttaqien et al., 2022)

Penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual, untuk mengajak orang lain bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan(Pradiani, 2018). Era Digital adalah masa dimana semua manusia dapat saling berkomunikasi sedemikian dekat walaupun saling berjauhan. Kita dapat dengan cepat mengetahui informasi tertentu bahkan real time(Bowen et al., 2013).

Namun, pemanfaatan fintech oleh UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan literasi digital, keamanan transaksi, dan aksesibilitas teknologi. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji lebih dalam bagaimana fintech berperan dalam mendorong peningkatan penjualan UMKM, khususnya pada usaha dimsum mentai, di tengah dinamika ekonomi digital yang terus berkembang beris tentang menyampaikan pengujian yang dilakukan dan menganalisis hasil; kesimpulan; daftar pustaka (hanya memuat sumber-sumber yang dirujuk).

Isi pendahuluan mengandung latar belakang, tujuan, identifikasi masalah dan metode penelitian, yang dipaparkan secara tersirat (implisit). Kecuali bab Pendahuluan dan bab Kesimpulan, penulisan judul-judul bab sebaiknya eksplisit menyesuaikan isinya. Tidak harus implisit dinyatakan sebagai dasar teori, perancangan, dan sebagainya.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai peran fintech dalam meningkatkan penjualan UMKM dimsum mentai di era digital melalui pengalaman langsung pelaku UMKM. Penelitian dilakukan di Jalan Ade Irma, Pematangsiantar, yang merupakan pusat aktivitas UMKM, khususnya usaha kuliner seperti dimsum mentai. Lokasi ini dipilih karena tingginya

konsentrasi pelaku UMKM yang mulai memanfaatkan fintech dalam operasional bisnis mereka. Waktu pelaksanaan penelitian berlangsung selama tiga bulan, dari Maret hingga Mei 2025.

Adapun wawancara dilakukan kepada pemilik usaha Dimsum Mentai yang berlokasi di Jalan Ade Irma, Pematangsiantar. Proses wawancara dilakukan secara langsung di tempat produksi dan penjualan dimsum mentai, sehingga peneliti dapat mengamati secara langsung aktivitas operasional harian usaha tersebut. Wawancara ini berlangsung di sela-sela kegiatan usaha, memberikan peneliti konteks yang kaya terkait penerapan teknologi finansial dalam transaksi bisnis sehari-hari.

Wawancara difokuskan pada topik-topik yang berkaitan dengan penggunaan layanan fintech, seperti pemanfaatan QRIS, dompet digital (GoPay, OVO, DANA, ShopeePay), serta penggunaan platform marketplace (Shopee Food, Grab Food, Tokopedia). Selain itu, wawancara juga menggali perubahan pendapatan usaha sejak penggunaan fintech, persepsi pemilik usaha terhadap kemudahan dan keamanan transaksi digital, serta tantangan yang dihadapi dalam mengadopsi teknologi keuangan tersebut.

Pendekatan wawancara yang digunakan bersifat semi terstruktur, sehingga memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi informasi lebih mendalam dari para informan. Selama proses wawancara, peneliti juga menanyakan pendapat pemilik usaha mengenai respon pelanggan terhadap metode pembayaran digital serta harapan mereka terhadap perkembangan fintech di masa mendatang. Seluruh proses wawancara direkam dengan persetujuan informan dan hasilnya ditranskrip secara sistematis untuk dianalisis lebih lanjut dan memperoleh penjelasan yang lebih komprehensif.

2.1 Observasi partisipatif

Observasi dilakukan secara langsung di lokasi usaha Dimsum Mentai yang berlokasi di Jalan Ade Irma, Pematangsiantar, selama kurun waktu tertentu, dengan fokus pada kegiatan operasional yang mencerminkan penggunaan fintech dalam praktik sehari-hari. Obyek observasi meliputi proses transaksi menggunakan pembayaran digital seperti QRIS dan dompet digital (GoPay, OVO, DANA), strategi promosi melalui media sosial seperti Instagram dan WhatsApp Business, pengelolaan pesanan melalui platform marketplace, serta pencatatan transaksi keuangan dengan menggunakan aplikasi digital sederhana.

Peneliti bertindak sebagai pengamat non-partisipan dan mencatat seluruh aktivitas yang

relevan dalam jurnal lapangan sebagai bagian dari dokumentasi kualitatif. Selama observasi, peneliti juga memperhatikan interaksi antara pelaku usaha dan pelanggan dalam proses pembayaran digital, serta bagaimana pelaku UMKM memanfaatkan fitur-fitur fintech untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar. Seluruh hasil observasi ini kemudian dianalisis untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai peran fintech dalam mendukung pertumbuhan penjualan UMKM Dimsum Mentai di era digital.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Pemanfaatan *Fintech* dalam meningkatkan penjualan umkm Dimsum mentai di era digital

Pemanfaatan fintech (financial technology) dalam meningkatkan penjualan UMKM seperti usaha dimsum mentai sangat relevan di era digital saat ini. Berikut adalah beberapa cara dan manfaatnya Seperti Pembayaran Digital yang Praktis dimana Fintech memungkinkan UMKM menggunakan metode pembayaran non-tunai seperti QRIS (QR Code Indonesian Standard), E-wallet (OVO, DANA, GoPay, ShopeePay), Mobile banking yang dapat Mempermudah transaksi dengan pelanggan, Meningkatkan kepercayaan konsumen, Mempercepat proses pembayaran dan mengurangi uang tunai. Pemasaran dan Penjualan Melalui Platform Digital, Beberapa aplikasi fintech terintegrasi dengan e-commerce (Tokopedia, Shopee, GrabFood, GoFood) yang mendukung promosi dan pembayaran sekaligus. Serta Menjangkau pasar yang lebih luas, Mendapatkan insight perilaku konsumen dari data transaksi.

Akses Permodalan Lebih Mudah, Fintech lending (seperti KoinWorks, Modalku) memberikan akses pinjaman modal tanpa agunan dan proses yang lebih cepat. Membantu pengembangan usaha (misalnya beli alat produksi, sewa tempat), Modal cepat untuk produksi saat permintaan meningkat. Manajemen Keuangan yang Lebih Baik, Aplikasi fintech seperti BukuWarung, BukuKas, atau Majoo membantu pencatatan keuangan, inventaris, dan laporan penjualan secara otomatis. Membantu UMKM mengelola arus kas, Mempermudah analisis usaha dan perencanaan bisnis. Peningkatan Kepercayaan dan Kredibilitas, Dengan transaksi digital dan pencatatan rapi, UMKM dimsum mentai dapat terlihat lebih profesional di mata konsumen dan investor.

3.2. Dampak *Fintech* dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Dimsum Mentai di Era Digital

Meningkatkan Kemudahan Transaksi, Dengan kehadiran layanan pembayaran digital seperti QRIS, e-wallet (OVO, GoPay, DANA), dan transfer bank, konsumen lebih mudah melakukan pembayaran. Meningkatkan kenyamanan pelanggan, Meningkatkan kemungkinan repeat order, Mempercepat proses transaksi di saat ramai. Memperluas Akses Pasar, Fintech terhubung dengan platform digital seperti marketplace makanan (GoFood, GrabFood, ShopeeFood) dan media sosial yang mendukung transaksi langsung. Menjangkau konsumen di luar area sekitar, Meningkatkan volume penjualan harian, Memungkinkan promosi berbasis data pelanggan.

Meningkatkan Akses Permodalan, UMKM bisa memanfaatkan layanan fintech lending seperti Modalku, KoinWorks, dan Amarnya untuk mendapatkan modal usaha. Meningkatkan kapasitas produksi saat permintaan naik, Memungkinkan pembelian alat produksi baru, Menstabilkan arus kas usaha. Efisiensi Manajemen Keuangan. Aplikasi fintech akuntansi (BukuKas, Moka POS, Majoo) membantu mencatat penjualan, pembelian bahan, dan laba secara otomatis. Mengurangi risiko kerugian akibat pencatatan manual, Mempermudah analisis keuntungan dan strategi harga, Membantu UMKM dalam perencanaan ekspansi. Meningkatkan Profesionalisme dan Kredibilitas, Transaksi digital yang terdokumentasi dengan baik memberikan kesan bisnis yang modern dan terpercaya. Menarik perhatian investor/pembeli besar, Meningkatkan loyalitas pelanggan, Mendorong UMKM naik kelas.

3.3. Kendala dalam Implementasi Teknologi Finansial

Meskipun pemanfaatan fintech memberikan dampak positif bagi UMKM, proses implementasinya tidak terlepas dari berbagai kendala. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, kendala utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM dimsum mentai di Jalan Ade Irma, Pematangsiantar adalah rendahnya literasi digital di kalangan pelaku usaha. Banyak pelaku UMKM masih mengalami kesulitan dalam mengelola akun marketplace secara mandiri serta belum memahami sepenuhnya risiko dan manfaat dari layanan keuangan digital, seperti pinjaman online maupun asuransi mikro.

Selain itu, keterbatasan akses jaringan internet yang stabil pada waktu-waktu tertentu juga menjadi kendala teknis dalam mengoperasikan aplikasi berbasis digital. Kondisi ini menunjukkan pentingnya intervensi dari berbagai pihak eksternal, seperti pelatihan dan pendampingan teknis digital bagi pelaku UMKM. Dengan demikian, pemanfaatan fintech tidak hanya terbatas pada aspek transaksi, tetapi juga harus mencakup pengelolaan keuangan dan pembiayaan usaha secara menyeluruh.

3.4. Pembahasan Teoretis dan Kontribusi Praktis

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat kerangka berpikir bahwa pemanfaatan fintech mendukung terwujudnya inklusi keuangan, yaitu keterlibatan aktif masyarakat dalam mengakses layanan keuangan formal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inklusi keuangan tidak hanya ditentukan oleh adopsi teknologi, tetapi juga oleh kesiapan kognitif, literasi digital, dan ekosistem yang mendukung.

Dari sisi praktis, penelitian ini memberikan gambaran nyata bagi penyedia layanan fintech dan pemerintah dalam merancang strategi pemberdayaan UMKM berbasis teknologi. Hal ini sangat relevan khususnya untuk UMKM kuliner seperti dimsum mentai, yang sebagian besar masih berbasis usaha keluarga dan membutuhkan dukungan dalam transformasi digital.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap UMKM dimsum mentai di Jalan Ade Irma, Pematangsiantar, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan fintech memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan pendapatan dan dimulainya inklusi keuangan di kalangan pelaku UMKM. Penggunaan sistem pembayaran digital (seperti QRIS), pemanfaatan platform marketplace, serta promosi melalui media sosial telah mendorong efisiensi transaksi, perluasan pasar, dan pencatatan keuangan yang lebih sistematis. Fintech terbukti menjadi pintu gerbang inklusi keuangan bagi UMKM, meskipun masih dihadapkan pada tantangan literasi digital dan keterbatasan infrastruktur. Oleh karena itu, diperlukan upaya berkelanjutan melalui pelatihan, pendampingan, serta penguatan ekosistem digital agar pemanfaatan fintech dapat berjalan optimal dan merata di seluruh pelaku UMKM.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Bowen, W. G., Delbanco, A., Gardner, H., Hennessy, J. L., & Koller, D. (2013). Higher education in the digital age. *Higher Education in the Digital Age*, 628–638. <https://doi.org/10.1515/9781400866137>
- Muttaqien, F., Cahyaningati, R., Rizki, V. L., & Abrori, I. (2022). Pembukuan Sederhana Bagi UMKM. *Indonesia Berdaya*, 3(3), 671–680. <https://doi.org/10.47679/ib.2022287>
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Wachyu, W., & Winarto, A. (2020). Winarto, W. W. A. (2020). Peran Fintech dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(1), 61–73. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i1.132>. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(1), 61–73.