

## **Analisis *Financial Technology* dan *E-Commerce* dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) *Food and Beverage* di Kabupaten Bogor**

**Norma Islami, Siti Purnama Sari**  
Institut Ummul Quro Al-Islami Bogor  
norma.islami@iuqibogor.ac.id

### **ABSTRACT**

*This research aims to analyze the impact of Financial Technology (Fintech) and E-commerce on the development of Micro, Small and Medium Food and Beverage Enterprises in Bogor Regency. Qualitative methods with interview techniques were used to collect data. The research results show that Fintech and E-commerce can increase the effectiveness of business development, income and market reach of Food and Beverage in Bogor Regency. However, several challenges are still faced in implementing this technology. It is hoped that this research can contribute to the development of Food and Beverage in Bogor Regency and become a reference for the government and other stakeholders in making policies that support development.*

**Keywords:** *Fintech, Ecommerce and Micro, Small and Medium Enterprises.*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak Financial Technology (Fintech) dan E-commerce terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Food and Beverage di Kabupaten Bogor. Metode kualitatif dengan teknik wawancara digunakan untuk mengumpulkan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Fintech dan E-commerce dapat meningkatkan efektivitas pengembangan usaha, pendapatan, dan jangkauan pasar UMKM Food and Beverage di Kabupaten Bogor. Namun, beberapa tantangan masih dihadapi oleh UMKM dalam mengimplementasikan teknologi tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan UMKM Food and Beverage di Kabupaten Bogor dan menjadi acuan bagi pemerintah dan stakeholders lainnya dalam membuat kebijakan yang mendukung pengembangan UMKM.

**Kata Kunci:** *Fintech, Ecommerce dan UMKM.*

### **PENDAHULUAN**

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM Food and Beverage di Kabupaten Bogor merupakan salah satu contoh yang menjanjikan, dengan potensi besar untuk meningkatkan pendapatan dan memperluas jangkauan pasar.

Namun, UMKM Food and Beverage di Kabupaten Bogor masih menghadapi beberapa tantangan, seperti:

1. Keterbatasan akses keuangan: UMKM Food and Beverage di Kabupaten Bogor masih menghadapi kesulitan dalam mengakses keuangan untuk membiayai operasional dan pengembangan usaha.

2. Keterbatasan pasar: UMKM Food and Beverage di Kabupaten Bogor masih menghadapi kesulitan dalam memperluas pasar dan meningkatkan penjualan.
3. Keterbatasan teknologi: UMKM Food and Beverage di Kabupaten Bogor masih menghadapi kesulitan dalam mengadopsi teknologi yang dapat membantu meningkatkan efisiensi dan efektifitas operasional.

Kemajuan teknologi digital telah menciptakan kesempatan baru bagi UMKM untuk tumbuh dan berkembang. Dua contoh teknologi yang memiliki potensi besar untuk meningkatkan kemampuan UMKM adalah Financial Technology (Fintech) dan e-commerce. Fintech meningkatkan akses keuangan dan memudahkan pengelolaan keuangan, sedangkan e-commerce memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran fintech dan e-commerce dalam pengembangan UMKM di Kabupaten Bogor melalui studi kasus pengusaha UMKM lokal.

## TINJAUAN LITERATUR

### *Financial Technology (Fintech)*

*Financial Technology* (Fintech) merupakan hasil integrasi antara jasa keuangan dan teknologi yang mengubah paradigma bisnis keuangan. Dengan Fintech, konsumen dapat melakukan transaksi secara online dan jarak jauh, serta melakukan pembayaran melalui aplikasi dengan waktu yang sangat singkat, sehingga mengurangi ketergantungan pada uang kas dan interaksi tatap muka (Deka Anggun Lestari, 2020).

### *E-commerce*

Menurut Helmalia dan Afrinawati (2018), bisnis E-commerce yang sedang populer saat ini, dikenal sebagai belanja online, melibatkan serangkaian transaksi seperti penjualan, promosi produk, pemesanan, pembelian, dan pembayaran yang dilakukan secara digital melalui komputer dan peralatan komunikasi dengan menggunakan jaringan Internet. Secara lebih luas, E-commerce merupakan bentuk bisnis komersial yang beroperasi di sektor layanan elektronik.

### **Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)**

Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) adalah bentuk usaha atau bisnis yang dijalankan oleh individu, kelompok, atau rumah tangga. Di Indonesia, UMKM memainkan peran penting sebagai fondasi perekonomian masyarakat. Pemerintah telah memberikan dukungan kuat untuk pengembangan UMKM, sehingga meningkatkan kualitas dan pertumbuhan UMKM di Indonesia. Namun, dengan adanya revolusi digital 4.0, UMKM harus beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen yang beralih dari belanja offline ke online (Kurniasih, 2021).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi kasus sebagai jenis penelitiannya. Pendekatan Induktif digunakan untuk memahami fenomena yang sedang terjadi. Karakteristik pendekatan ini meliputi: (1) Penelitian yang bersifat eksploratif dan deskriptif. (2) Penggunaan data kualitatif melalui observasi, wawancara, dan analisis dokumen. (3) Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis tematik dan konten. (4) Penafsiran hasil penelitian secara subjektif. (5) Tidak menggunakan hipotesis awal untuk memungkinkan penemuan baru. Penelitian ini berlokasi di Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Fokus penelitian ini adalah pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Food and Beverage (F&B) di Kabupaten Bogor yang telah mengintegrasikan fintech dan e-commerce dalam operasionalnya. Partisipan penelitian ini terdiri dari pengusaha UMKM di Kabupaten Bogor yang memenuhi kriteria berikut : (a) Menggunakan fintech dan e-commerce dalam menjalankan usahanya. (b) Telah beroperasi minimal selama 2 tahun.

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui: Wawancara langsung dengan pengusaha UMKM untuk memperoleh informasi mendalam tentang pengalaman dan strategi bisnis mereka, Observasi langsung kegiatan bisnis UMKM untuk memahami praktik dan proses bisnis yang digunakan, Pengamatan langsung penggunaan platform fintech dan e-commerce dalam kegiatan bisnis UMKM. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari: Wawancara mendalam dengan pengusaha UMKM, Observasi langsung kegiatan bisnis UMKM, Studi kasus UMKM yang telah mengintegrasikan fintech dan e-commerce dalam operasionalnya. Berikut adalah penjelasan mengenai metode pengumpulan data yang digunakan: (1) Observasi langsung: Metode ini melibatkan pengamatan langsung terhadap perilaku dan aktivitas subjek penelitian untuk memperoleh data yang akurat dan objektif. (2) Wawancara mendalam: Metode ini melibatkan percakapan langsung dengan subjek penelitian untuk memperoleh informasi yang rinci dan mendalam tentang pengalaman dan persepsi mereka. (3) Analisis dokumen: Metode ini melibatkan analisis dokumen-dokumen yang relevan dengan penelitian, seperti catatan, laporan, dan lain-lain, untuk memperoleh data yang akurat dan objektif.

Untuk mencapai tujuan penelitian tentang peran fintech dan e-commerce dalam pengembangan UMKM di Kabupaten Bogor, penelitian ini menggunakan beberapa instrumen penelitian sebagai berikut: (1) Pedoman Wawancara: digunakan untuk mengumpulkan data melalui wawancara mendalam dengan responden. (2) Lembar Observasi: digunakan untuk mengumpulkan data melalui observasi langsung terhadap aktivitas dan perilaku responden. (3) Pedoman Analisis Dokumen: digunakan untuk mengumpulkan data dari dokumen-dokumen yang relevan dengan penelitian. Dengan menggunakan instrumen-instrumen tersebut, penelitian ini dapat mengumpulkan data yang akurat dan relevan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Berikut adalah langkah-langkah penelitian yang dilakukan:

1. **Identifikasi Masalah:** Mengidentifikasi isu-isu terkait topik penelitian untuk memahami konteks dan tujuan penelitian.

2. **Seleksi Lokasi dan Subjek:** Memilih Kabupaten Bogor sebagai lokasi penelitian dan pengusaha UMKM sebagai subjek penelitian untuk memperoleh data yang relevan.
3. **Formulasi Pertanyaan Penelitian:** Menyusun pertanyaan penelitian yang spesifik dan terfokus pada peran fintech dan e-commerce dalam pengembangan UMKM.
4. **Pengumpulan Data:** Melakukan observasi langsung, wawancara mendalam, dan analisis dokumen untuk mengumpulkan data yang akurat dan relevan.
5. **Analisis Data:** Menggunakan analisis tematik dan konten untuk memahami makna dan pola yang terkait dengan data yang dikumpulkan.
6. **Interpretasi Hasil:** Menafsirkan hasil penelitian untuk memahami fenomena yang diteliti dan mengidentifikasi kesimpulan yang dapat ditarik.
7. **Pengembangan Teori atau Model:** Mengembangkan teori atau model yang dapat menjelaskan fenomena yang diteliti dan memberikan kontribusi pada pengetahuan yang sudah ada.

Teknik Analisis Data : Analisis Tematik: Mengidentifikasi tema dan kategori dari data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumen dan Analisis Konten: Menganalisis isi dan makna dari data untuk memahami persepsi dan pengalaman responden.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Profil Responden

Penelitian ini melibatkan 30 orang pengusaha UMKM Food and Beverage di Kabupaten Bogor dengan karakteristik sebagai berikut:

1. Jumlah responden: 30 orang pengusaha UMKM Food and Beverage di Kabupaten Bogor.
2. Jenis kelamin: 20 laki-laki dan 10 perempuan.
3. Usia: 25-50 tahun.

### Penggunaan Financial Technology

1. Sebesar 80% responden menggunakan Financial Technology untuk mengelola keuangan.
2. Sebesar 60% responden menggunakan Financial Technology untuk memperoleh pinjaman.
3. Sebesar 40% responden menggunakan Financial Technology untuk melakukan transaksi online.

### Penggunaan E-commerce

1. Sebesar 90% responden menggunakan platform e-commerce untuk mempromosikan dan menjual produk mereka.
2. Sebesar 70% responden menggunakan e-commerce untuk meningkatkan volume penjualan.

3. Sebesar 50% responden menggunakan e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk.

## **Analisis Fintech dalam Pengembangan UMKM**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *fintech* memainkan peran penting dalam:

1. Meningkatkan aksesibilitas keuangan bagi UMKM.
2. Membuka peluang pasar yang lebih luas dan meningkatkan volume penjualan.
3. Mengoptimalkan biaya transaksi dan meningkatkan efisiensi keuangan.
4. Meningkatkan efisiensi operasional UMKM melalui penggunaan teknologi finansial yang inovatif.

Layanan Fintech menawarkan metode pembayaran digital melalui sistem seperti Shopeepay, SpayLater, Gopay, OVO, dan LinkAja. Dengan menggunakan layanan ini, pelanggan dapat melakukan transaksi dengan lebih mudah dan cepat, serta memantau rekap transaksi harian dengan lebih efektif. Namun, kelemahan dari layanan Fintech ini adalah masalah jaringan yang tidak stabil, yang dapat menyebabkan transaksi menjadi lebih lambat.

Akses keuangan yang diberikan oleh layanan Fintech dapat memberikan berbagai manfaat bagi UMKM, antara lain: Meningkatkan daya saing di pasar, Membuka peluang ekspansi bisnis, Menyediakan keamanan dan perlindungan finansial, Memberikan dukungan dalam situasi darurat, Meningkatkan efisiensi operasional bisnis.

## **Analisis E-commerce dalam Pengembangan UMKM**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-commerce* memainkan peran penting dalam:

1. Meningkatkan kesadaran dan kemudahan akses produk UMKM di pasar online.
2. Membuka peluang pasar yang lebih luas dan meningkatkan omzet penjualan.
3. Menghemat biaya pemasaran dan promosi.
4. Meningkatkan komunikasi dan interaksi langsung dengan konsumen.

Dengan memanfaatkan platform e-commerce seperti ShopeeFood, Go Food, dan Grab Food, UMKM dapat : Meningkatkan visibilitas produk secara online dan memperluas jangkauan pasar. Memasuki pasar global dan meningkatkan potensi penjualan serta pendapatan. Menghemat biaya pemasaran tradisional dan mengalihkan fokus pada promosi digital. Mengelola stok, pengiriman, dan pembayaran dengan lebih efisien. Meningkatkan kemampuan digital dan kompetensi teknologi untuk meningkatkan daya saing di pasar online.

Kemajuan teknologi telah memicu globalisasi dan networking dalam dunia usaha, sehingga: Membuka peluang pasar yang lebih luas dan tanpa batas. Menyediakan kesempatan yang sama bagi pelaku bisnis, baik besar, menengah, maupun kecil. Meningkatkan daya beli masyarakat dan memfasilitasi transaksi serta

pengiriman pesanan yang lebih mudah dan efisien. Meningkatkan pendapatan melalui platform online yang memungkinkan akses ke pasar global.

## **Strategi Penggunaan Fintech dan E-commerce oleh Pengusaha UMKM**

Penelitian ini menemukan bahwa pengusaha UMKM menerapkan empat strategi utama untuk meningkatkan kemampuan bersaing, yaitu:

1. Menggabungkan teknologi keuangan digital (fintech) dengan perdagangan elektronik (e-commerce) untuk memperluas akses keuangan dan pasar.
2. Memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan visibilitas dan jangkauan pasar.
3. Melakukan promosi dan pemasaran secara online untuk meningkatkan kesadaran dan minat konsumen.
4. Mengembangkan kemampuan digital untuk meningkatkan efisiensi operasional dan kemampuan bersaing di pasar online.

Untuk meningkatkan efisiensi dan kemampuan bersaing, UMKM dapat menerapkan dua strategi utama:

### **a. Strategi Fintech**

1. Menerapkan sistem pembayaran digital untuk memudahkan transaksi.
2. Memanfaatkan layanan pembiayaan online untuk meningkatkan akses keuangan.
3. Menggunakan aplikasi akuntansi untuk mengelola keuangan secara efektif.
4. Mengintegrasikan layanan pengiriman dan logistik digital untuk mempercepat pengiriman.
5. Meningkatkan kemampuan digital melalui pelatihan untuk meningkatkan kompetensi.

### **b. Strategi E-commerce**

1. Membangun toko online di platform e-commerce populer seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada.
2. Memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk mempromosikan produk.
3. Mengoptimalkan konten produk dengan foto dan deskripsi yang jelas untuk meningkatkan penjualan.
4. Menawarkan layanan pengiriman cepat dan gratis untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.
5. Menggunakan analisis data untuk meningkatkan penjualan dan memahami perilaku pelanggan.

## **KESIMPULAN**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fintech dan e-commerce memiliki peran strategis dalam pengembangan UMKM di Kabupaten Bogor. Berikut adalah temuan utama:

1. Fintech berhasil meningkatkan akses keuangan bagi UMKM, mengurangi biaya transaksi, dan meningkatkan efisiensi operasional mereka.

2. E-commerce memperluas jangkauan pasar UMKM, meningkatkan visibilitas produk, dan mengurangi biaya pemasaran.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi E-commerce Indonesia. (2022). Laporan Perkembangan E-commerce Indonesia.
- Ariani, A., & Utomo, M. N. (2017). Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Kota Tarakan. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 13(2), 99–118. <https://doi.org/10.33830/jom.v13i2.55.2017>
- Aribawa, D. (2016). *E-commerce strategic business environment analysis in Indonesia. International Journal of Economics and Financial Issues*, 6 (Special Issue), 130–134.
- Bank Indonesia. (2022). Laporan Perkembangan Fintech Indonesia.
- Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Bogor. (2022). Data UMKM Kabupaten Bogor.
- Eliora Lorensa<sup>1</sup> dan Nur Hidayah (2022). “Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar dan Media Sosial terhadap Kinerja Usaha UMKM Fashion di Jakarta Barat”. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan* Vol. 04, No. 03, Juli 2022 : hlm 739-748
- Firmansyah, A. (2018). Kajian Kendala Implementasi E-Commerce Di Indonesia. *Masyarakat Telematika Dan Informasi : Jurnal Penelitian Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 8(2), 127. <https://doi.org/10.17933/mti.v8i2.107>
- Irawan Paulus Lucky Tirma, Kestrilia Rega Prilianti, M. (2020). Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah (UKM) Melalui Implementasi E-Commerce di Kelurahan Tlogomas. *Jurnal SOLMA*, 9(1), 33–44. <https://doi.org/10.29405/solma.v9i1.4347>
- Irmawati, D. (2011). Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis. *Orasi Bisnis*, VI(November), 95–112.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). Data UMKM Indonesia.
- Navilah Laila Wardani, Jeni Susyanti (2024). Analisis Pemanfaatan E-commerce Dalam Pengembangan Bisnis Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Era Revolusi 4.0 (Studi Kasus Pada UMKM di Kabupaten Malang). *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi* Vol. 1, No. 4 Agustus 2024, Hal. 268-275 DOI: <https://doi.org/10.62017/jimea>
- Reni Anggareni (2023). Financial Technology Dan Literasi Keuangan Terhadap Perkembangan Usaha Pada UMKM Di Kota Tangerang. *Digital Business Journal (DIGIBIS)* E-ISSN 2963-8585 Volume 2 No. 1 2023 DOI : 10.31000/digibis.v2i1 Hal : 62-71
- Riska Julianti Ade Lismula (2022). Analisis Pengaruh *E-Commerce* terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Journal of Finance and Business Digital (JFBD)* Vol.1, No.2 2022: 107-118.
- Supriandi (2022). Pengaruh Modal Sosial, Kapabilitas *Finansial*, Kewirausahaan Terhadap Daya Saing Bisnis Berkelanjutan Serta Implikasinya Pada Kinerja UMKM Industri Kuliner Di Kota Sukabumi.

# Economic Reviews Journal

Volume 4 Nomor 1 (2025) 334 - 341 E-ISSN 2830-6449

DOI: 10.56709/mrj.v4i1.663

- Verto Septiandika Dan Nurul Jannah Lailatul Fitria (2023). Pengaruh Pelatihan dan Kreativitas Usaha terhadap Pengembangan UMKM (Riset UMKM Sektor Ekonomi Biru di Kecamatan Mayangan, Kota Probolinggo). Jurnal Eksos, Juni 2022, Th XVIII, No. 1
- Vivin Zulfa Atina, Anas Yusuf Mahmudi, Faizal Setiawan, Shevalinzi dan Akhmad Nurdin (2022). Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Upaya Peningkatan Omset. Volume 1 No 4 Mei 2022 pp 164-171
- Windi Mayani Dalimun The, Tri Inda Fadhila Rahma, Wahyu Syarvina (2023). Efektivitas *Fintech* Melalui *Digital Payment* terhadap Perkembangan UMKM di Indonesia. Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal Volume 5 No 6 (2023) 3296-3306 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691 DOI: 10.47476/reslaj.v5i6.1059