Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X **(Printed)**
5(2) 2025, Page: 3514-3529

Analisis Pengaruh Fintech OVO terhadap Kemudahan Transaksi Jual Beli bagi UMKM di Era Digital

Miftah Farid Affandi[1], Muhammad Fatih Nurrohman[2], Sentot Imam Wahjono[3]
[1,2,3] Program Studi S1 Manajemen, Universitas Muhammadiyah Surabaya, Indonesia
Corresponding Author: Miftah Farid Affandi, e-mail: faridaffandi12@gmail.com

Published: May , 2025

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam satu dekade terakhir telah mengubah sektor keuangan, khususnya melalui kemunculan financial technology (fintech). Salah satu pelaku fintech terkemuka di Indonesia adalah OVO, yang menyediakan layanan pembayaran digital untuk mempermudah transaksi keuangan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh layanan fintech OVO terhadap kemudahan transaksi jual beli bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era digital. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survei terhadap 160 responden pelaku UMKM yang secara aktif menggunakan OVO dalam transaksi usahanya. Analisis data dilakukan dengan menerapkan model regresi linier multivariat menggunakan aplikasi statistik SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan OVO berkontribusi signifikan terhadap kecepatan transaksi, kemudahan pemrosesan pembayaran, dan pengurangan risiko pengelolaan uang tunai, sehingga meningkatkan efisiensi bisnis secara keseluruhan. Meskipun demikian, tantangan seperti literasi digital yang terbatas dan keandalan jaringan masih menjadi hambatan dalam adopsi secara menyeluruh. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai bagaimana platform pembayaran digital seperti OVO dapat mendukung pertumbuhan UMKM melalui peningkatan pengalaman transaksi di era ekonomi digital.
Kata Kunci: Financial Technology, OVO, UMKM, Pembayaran Digital, Efisiensi Transaksi, Era Digital

ABSTRACT

The advancement of information and communication technology over the past decade has transformed the financial sector, particularly through the emergence of financial technology (fintech). One prominent player in the Indonesian fintech ecosystem is OVO, which offers digital payment services that simplify financial transactions. This study aims to analyze the impact of OVO's fintech services on the ease of conducting buying and selling transactions for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the digital era. A quantitative research approach was employed using a survey method involving 160 MSME respondents who actively use OVO in their business transactions. Data were analyzed using multiple linear regression with SPSS software. The results indicate that the use of OVO contributes significantly to transaction speed, ease of payment processing, and reduction of cash handling risks, thereby enhancing overall business efficiency. Despite these benefits, challenges such as limited digital literacy and network reliability still hinder full adoption. This study is expected to provide insight into how digital payment platforms like OVO can support MSME growth through improved transaction experiences in the digital economy.

Keywords: ***Financial Technology, OVO, MSMEs, Digital Payment, Transaction Efficiency, Digital Era***

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam sepuluh tahun terakhir telah memberikan dampak besar terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sektor keuangan dan perdagangan. Transformasi digital yang terus berlangsung telah melahirkan inovasi baru berupa financial technology (fintech), yaitu layanan keuangan berbasis teknologi digital yang menawarkan solusi cepat, efisien, dan mudah diakses oleh seluruh lapisan masyarakat. Salah satu kelompok yang paling terdampak

oleh inovasi ini adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia (Arner, Barberis, & Buckley, 2016).

Jika pada awalnya fintech banyak dikenal melalui layanan pembiayaan seperti Peer-to-Peer (P2P) Lending, kini perkembangan fintech telah meluas ke layanan pembayaran digital, yang secara langsung mendukung kegiatan jual beli, khususnya di sektor UMKM. Layanan pembayaran digital memungkinkan proses transaksi yang lebih cepat, aman, dan efisien, serta mengurangi ketergantungan pada uang tunai. Hal ini sejalan dengan meningkatnya preferensi konsumen terhadap metode pembayaran non-tunai di era digital.

Salah satu platform pembayaran digital yang mengalami pertumbuhan pesat di Indonesia adalah OVO. Sebagai dompet digital, OVO menyediakan berbagai layanan seperti pembayaran QRIS, transfer dana, dan sistem loyalty points yang banyak digunakan dalam transaksi bisnis, termasuk oleh pelaku UMKM. OVO tidak hanya memudahkan proses pembayaran, tetapi juga membantu pelaku UMKM dalam mencatat transaksi secara digital, meningkatkan profesionalisme usaha, serta memperluas jangkauan pasar melalui integrasi dengan berbagai platform e-commerce dan layanan digital lainnya.

Berdasarkan data dari berbagai sumber, OVO menjadi salah satu platform yang paling banyak digunakan dalam transaksi digital, khususnya di sektor retail dan perdagangan kecil. Kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, serta dukungan promosi menjadikan OVO sebagai salah satu alat bantu utama bagi UMKM dalam mengelola transaksi jual beli mereka di era digital.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan OVO sebagai salah satu platform fintech terhadap kemudahan transaksi jual beli bagi UMKM. Fokus kajian diarahkan pada persepsi pelaku UMKM terhadap aspek kecepatan, kenyamanan, keamanan, dan efisiensi transaksi menggunakan OVO, serta dampaknya terhadap keberlangsungan dan daya saing usaha mereka dalam menghadapi tantangan ekonomi digital yang terus berkembang.

Di sisi lain, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai salah satu tulang punggung perekonomian Indonesia memainkan peranan yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM (2023), terdapat lebih dari 64 juta unit UMKM di Indonesia yang memberikan kontribusi sekitar 61,9% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional. Namun, meskipun kontribusinya besar, UMKM masih menghadapi berbagai tantangan dalam pengelolaan bisnis sehari-hari, terutama dalam hal efisiensi dan kecepatan transaksi jual beli.

Di tengah pesatnya perkembangan digitalisasi ekonomi, penggunaan teknologi keuangan seperti layanan pembayaran digital menjadi salah satu solusi potensial yang dapat meningkatkan kinerja UMKM. Fintech berbasis dompet digital seperti OVO hadir sebagai sarana yang tidak hanya menawarkan kenyamanan dalam melakukan pembayaran, tetapi juga memungkinkan pelaku UMKM untuk bertransaksi secara lebih cepat, aman, dan terdokumentasi dengan baik. Dengan mengadopsi OVO,

UMKM dapat memfasilitasi metode pembayaran nontunai yang sesuai dengan preferensi konsumen modern, sekaligus memperluas jangkauan pasar melalui platform online dan integrasi ekosistem digital.

Meskipun penggunaan OVO menawarkan banyak kemudahan, masih terdapat sejumlah tantangan yang perlu diperhatikan. Beberapa UMKM menghadapi keterbatasan dalam hal literasi digital, kendala teknis dalam penggunaan aplikasi, serta kebutuhan akan infrastruktur pendukung seperti jaringan internet yang stabil. Hal ini menimbulkan pertanyaan tentang sejauh mana penggunaan OVO benar-benar berkontribusi terhadap kemudahan transaksi jual beli yang dirasakan langsung oleh pelaku UMKM.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh layanan fintech OVO terhadap kemudahan transaksi jual beli bagi UMKM di era digital. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan literatur terkait peran teknologi keuangan dalam sektor UMKM, serta memberikan masukan praktis bagi pelaku usaha, penyedia layanan fintech, dan pembuat kebijakan dalam mendorong adopsi teknologi yang inklusif dan memberdayakan.

TINJAUAN PUSTAKA

Financial technology (fintech) telah menjadi salah satu pendorong utama transformasi dalam sektor keuangan dan perdagangan, khususnya bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Fintech tidak hanya menghadirkan alternatif pembiayaan, tetapi juga memainkan peran penting dalam meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, serta mempermudah proses transaksi bisnis (Ningsih, 2020). Dalam konteks ini, salah satu inovasi fintech yang relevan adalah layanan pembayaran digital seperti yang disediakan oleh OVO, yang memungkinkan transaksi jual beli dilakukan secara cepat, aman, dan tanpa uang tunai.

Beberapa studi menunjukkan bahwa adopsi fintech oleh UMKM memberikan dampak positif terhadap kinerja usaha. Layanan seperti payment gateway, sistem QRIS, dan dompet digital mempercepat proses transaksi sekaligus meningkatkan kenyamanan konsumen (Adella Octaviana & Rio Rita, 2021). Di sisi lain, integrasi dengan platform digital juga membantu UMKM mencatat transaksi secara otomatis dan mengelola arus kas dengan lebih baik. Menurut Abbasi dkk. (2021), penggunaan teknologi keuangan oleh UMKM terbukti meningkatkan efisiensi operasional serta memperkuat daya tahan bisnis, terutama dalam menghadapi disrupsi ekonomi seperti pandemi COVID-19.

Dalam era Industri 4.0, penggunaan fintech tidak hanya menjadi pelengkap, tetapi juga bagian penting dalam strategi digitalisasi UMKM. Teknologi seperti dompet digital mendukung peralihan ke sistem pembayaran yang lebih modern dan relevan dengan preferensi konsumen masa kini. Hal ini juga sejalan dengan tren ekonomi digital dan praktik bisnis yang berkelanjutan (Pizza dkk., 2021). Penelitian oleh Lontchi et al. (2023) menambahkan bahwa penggunaan aplikasi keuangan berbasis teknologi, termasuk OVO, mampu meningkatkan transparansi, efisiensi, serta memberikan pelaku UMKM data dan wawasan yang dibutuhkan untuk mengambil keputusan bisnis secara lebih akurat.

Namun demikian, Bollaert dkk. (2021) mengingatkan bahwa meskipun perkembangan fintech sangat signifikan, layanan ini belum sepenuhnya menggantikan sistem keuangan konvensional. Fintech seperti OVO justru bersifat melengkapi dan memperluas ekosistem keuangan, terutama dalam hal mempermudah transaksi jual beli secara digital. Kemudahan ini mencakup kecepatan proses pembayaran, pengurangan penggunaan uang tunai, serta peningkatan kenyamanan bagi konsumen dan pelaku UMKM. Dengan demikian, tinjauan literatur menunjukkan bahwa layanan pembayaran digital seperti OVO memiliki potensi besar dalam mendukung kemudahan transaksi jual beli bagi UMKM di era digital. Adopsi OVO memungkinkan pelaku UMKM untuk menerima pembayaran secara cepat, efisien, dan aman, sekaligus memberikan citra modern dan profesional kepada pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini akan memperkuat pemahaman empiris mengenai pengaruh konkret penggunaan OVO terhadap dimensi kecepatan, efisiensi, dan kenyamanan dalam transaksi sehari-hari UMKM.

Meski memberikan banyak keuntungan, perkembangan fintech termasuk layanan dompet digital tetap menghadirkan sejumlah tantangan. Di satu sisi, teknologi ini mendorong efisiensi, meningkatkan inklusi keuangan, dan memberikan berbagai pilihan layanan yang mendukung persaingan usaha. Di sisi lain, masih terdapat isu-isu penting seperti rendahnya literasi digital di kalangan UMKM, keterbatasan akses infrastruktur digital, serta kekhawatiran atas keamanan data konsumen dan perlindungan privasi (Sangwan et al., 2020).

Dalam konteks ini, layanan seperti OVO memerlukan dukungan dari sisi edukasi pengguna dan perlindungan sistem yang kuat agar mampu mendorong digitalisasi transaksi secara berkelanjutan. *Studi ini mengungkapkan bahwa implementasi teknologi pada UMKM tidak terbatas pada aksesibilitas layanan, melainkan juga bergantung pada tingkat adopsi dan kemudahan integrasi teknologi tersebut ke dalam aktivitas operasional harian.*

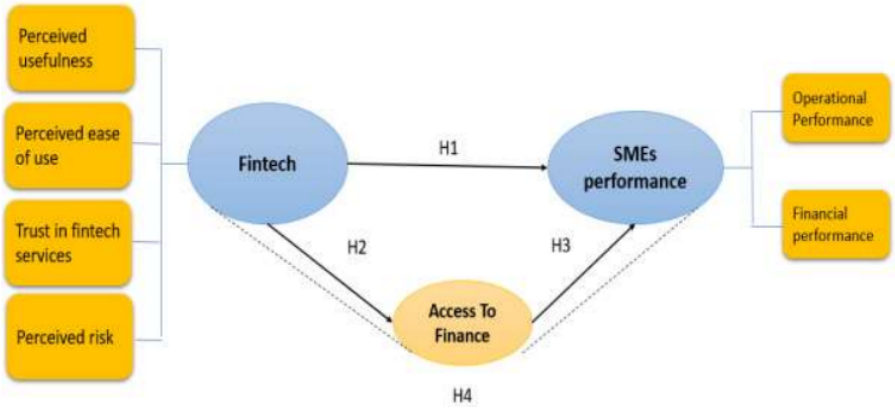
Dengan semakin meluasnya penggunaan smartphone dan internet di Indonesia, dompet digital seperti OVO dapat menjadi salah satu kunci strategis dalam mempercepat transformasi digital UMKM. Kemudahan akses terhadap transaksi digital menjadi faktor penting yang dapat mendorong peningkatan pendapatan, loyalitas pelanggan, serta efisiensi operasional. Oleh sebab itu, penting untuk memahami sejauh mana penggunaan OVO benar-benar memberi dampak positif dalam praktik transaksi jual beli UMKM di era digital.

Bagi pelaku UMKM, kemudahan akses terhadap layanan keuangan digital seperti OVO dapat secara langsung mendorong peningkatan kinerja usaha mereka. OVO, sebagai salah satu platform fintech berbasis dompet digital, menyediakan berbagai layanan yang mendukung kelancaran transaksi jual beli, baik bagi UMKM maupun konsumen. Dengan menyediakan solusi pembayaran yang cepat dan aman, OVO memungkinkan pelaku usaha kecil untuk lebih efektif dalam mengelola transaksi mereka, meningkatkan efisiensi operasional, dan mengurangi ketergantungan pada metode pembayaran konvensional yang lebih lambat dan kurang fleksibel.

Akses terhadap layanan fintech seperti OVO dapat berperan sebagai mediator penting dalam meningkatkan kinerja dan keberlangsungan UMKM, terutama di era digital yang semakin berkembang. Platform digital yang mudah digunakan memudahkan UMKM dalam mengelola arus kas dan melakukan transaksi secara lebih efisien. Selain itu, dengan memanfaatkan teknologi canggih seperti analitik data dan kecerdasan buatan, OVO dapat memberikan rekomendasi dan panduan yang lebih personal dan sesuai dengan kebutuhan transaksi setiap UMKM, *Hal ini memfasilitasi pelaku UMKM untuk membuat keputusan berbasis data dan analitis yang lebih efektif (Alkhawaldeh et al., 2023).*

Lebih jauh lagi, fintech, khususnya dompet digital seperti OVO, memiliki potensi besar dalam memperluas inklusi keuangan, terutama bagi pelaku UMKM yang sebelumnya kesulitan mengakses layanan dari institusi keuangan konvensional. Revolusi Industri 4.0 membawa perubahan besar dalam cara operasional dan strategi bisnis UMKM, dan OVO menjadi salah satu bagian penting dari transformasi digital ini. Melalui solusi pembayaran digital yang terjamin keamanannya, efisien, dan user-friendly, OVO mendorong UMKM untuk memanfaatkan teknologi guna memperkuat daya saing bisnis dan ekspansi penetrasi pasar (Chang et al., 2020; Lu, 2018; Rosavina et al., 2019).

Dalam konteks transaksi, dompet digital seperti OVO lebih mengutamakan kemudahan dan kenyamanan dalam proses jual beli. Sebagai solusi pembayaran yang efisien, OVO mengurangi waktu transaksi dan mempermudah proses pembayaran, yang pada gilirannya meningkatkan pengalaman berbelanja bagi konsumen dan mempermudah UMKM dalam mengelola penerimaan dana mereka. Dengan demikian, OVO tidak hanya berfungsi sebagai alat pembayaran, tetapi juga sebagai penghubung yang memfasilitasi transaksi yang lebih inklusif dan efisien dalam mendukung kinerja usaha UMKM.



Berdasarkan kerangka konseptual di atas, secara umum hubungan antara variabel independen, dependen dan mediasi digambarkan sebagai berikut:

H1 : Terdapat pengaruh Fintech terhadap kinerja UMKM.

H2 : Terdapat pengaruh Fintech terhadap kinerja UMKM.

H3 : Terdapat pengaruh akses terhadap keuangan terhadap kinerja UKM.

H4: Terdapat pengaruh tidak langsung Fintech terhadap kinerja UKM melalui akses terhadap pembiayaan.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran fintech OVO dalam mendukung kemudahan transaksi jual beli bagi UMKM di era digital. Fokus penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana penggunaan OVO dalam transaksi jual beli dapat mempengaruhi kinerja UMKM, baik dari sisi operasional maupun keuangan. *Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan secara langsung melalui teknik survei lapangan.*Survei dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada para pelaku UMKM yang menggunakan teknologi finansial seperti OVO dalam kegiatan transaksi jual beli mereka.

Kuesioner terdiri dari dua bagian. Bagian pertama mengandung pertanyaan umum yang mengidentifikasi karakteristik responden, yaitu UMKM yang memanfaatkan OVO untuk transaksi jual beli. Bagian kedua berisi pernyataan yang terkait dengan penggunaan OVO, termasuk kemudahan transaksi, persepsi terhadap kenyamanan dan manfaat, serta pengaruhnya terhadap kinerja UMKM.

*Objek penelitian mencakup pelaku UMKM yang menggunakan platform OVO dalam aktivitas perdagangan mereka.*Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode stratified random sampling untuk mengelompokkan karakteristik responden dan mengambil sampel secara proporsional, *Teknik penarikan sampel dilakukan secara purposif dengan parameter spesifik, yakni UMKM di Jawa Tengah yang beroperasi di sektor kreatif dan memenuhi klasifikasi usaha mikro, kecil, atau menengah.*Jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Slovin.

Konstruksi penelitian mengenai penggunaan fintech OVO diadaptasi dari penelitian Mainardes et al. (2022), yang terdiri dari empat dimensi, yaitu: (a) persepsi manfaat, (b) persepsi kenyamanan, (c) kepercayaan terhadap layanan fintech, dan (d) persepsi risiko. Kinerja UMKM dalam penelitian ini diukur melalui dua dimensi: (a) kinerja operasional, dan (b) kinerja keuangan (Lontchi et al., 2023).

Akses terhadap layanan keuangan digital seperti OVO merupakan salah satu dimensi penting dalam penelitian ini, yang diadaptasi dari studi sebelumnya (Buchdadi et al., 2020; Okello Candiya Bongomin et al., 2017). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana OVO mempengaruhi kemudahan transaksi jual beli bagi UMKM di era digital. Skala Likert lima poin digunakan untuk mengukur persepsi responden, dengan rentang jawaban mulai dari Sangat Setuju (1) hingga Sangat Tidak Setuju (5). Hal ini bertujuan untuk memahami bagaimana UMKM menilai kemudahan transaksi yang disediakan oleh OVO, serta bagaimana pengaruhnya terhadap kinerja dan keberlanjutan usaha mereka.

Untuk pengelolaan data, penelitian ini akan menggunakan software smartPLS 4.0.9.9, yang merupakan alat analisis yang efektif untuk menguji hubungan antar variabel dalam Structural Equation Modeling (SEM). Metode Partial Least Square (PLS) dipilih karena tidak memerlukan banyak asumsi dan dapat menangani berbagai jenis data (nominal, kategorikal, ordinal, interval, dan rasio). Salah satu keunggulan utama PLS adalah penggunaan metode bootstrapping atau penggandaan acak, yang memungkinkan peneliti untuk mengatasi masalah asumsi normalitas yang sering kali menjadi kendala dalam metode analisis tradisional.

Dengan pendekatan ini, penelitian ini akan menggali pengaruh OVO dalam memfasilitasi transaksi jual beli yang lebih cepat, mudah, dan aman, serta dampaknya terhadap kinerja operasional dan keuangan UMKM yang memanfaatkan teknologi finansial untuk mengelola usaha mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jenis kelamin	**Frekuensi**	**Persentase**
Pria	59	59 %
Wanita	41	41 %
Total	100	100%
Latar belakang pendidikan	**Frekuensi**	**Persentase**
Sekolah dasar-menengah	12	12 %
SMA	33	33 %
Diploma	10	10 %
S1	39	39 %
S2	6	6 %
Total	100	100%
Usia	**Frekuensi**	**Persentase**
≤30 tahun	29	29 %
31 – 40 tahun	22	22 %
41 – 50 tahun	36	36 %
>50 tahun	13	13 %
Total	100	100%
Panjang Usaha	**Frekuensi**	**Persentase**
≤ 5 tahun	29	29 %
6 – 10 tahun	32	32 %
>10 tahun	39	3 9 %
Total	100	100%
Sumber Modal	**Frekuensi**	**Persentase**
Pribadi	66	6 6 %
Pihak pribadi dan eksternal (bank)	34	3 4 %
Total	100	100%

Penelitian ini difokuskan pada pelaku UMKM yang bergerak dalam salah satu dari 15 subsektor industri kreatif dan memanfaatkan fintech OVO untuk kemudahan transaksi jual beli. Sebanyak 100 responden UMKM kreatif dipilih untuk mewakili subsektor-sektor tersebut. Semua responden merupakan pemilik usaha yang dipilih karena diyakini mampu memberikan wawasan terkait strategi bisnis yang mereka jalankan, terutama yang melibatkan penggunaan OVO dalam kegiatan transaksi mereka.

Dari segi jenis kelamin, proporsi responden pria lebih besar dibandingkan wanita, yaitu sebesar 59%, yang menunjukkan bahwa sebagian besar pemilik UMKM kreatif adalah laki-laki. Dilihat dari latar belakang pendidikan, sebanyak 55% responden memiliki pendidikan tinggi, menunjukkan bahwa mayoritas

pemilik usaha memiliki pengetahuan dasar terkait pengelolaan keuangan, yang tentu relevan dalam memanfaatkan fintech seperti OVO dalam transaksi jual beli.

Dalam hal usia, sebanyak 87% responden berusia di bawah 50 tahun, menunjukkan bahwa pelaku UMKM dalam penelitian ini umumnya masih produktif dan relatif adaptif terhadap perkembangan teknologi digital, termasuk pemanfaatan perangkat smartphone dan aplikasi pembayaran digital seperti OVO.

Dari sisi usia bisnis, sebanyak 29% dari usaha yang diteliti telah berdiri selama lima tahun atau kurang, sementara 39% telah menjalankan usahanya lebih dari satu dekade. Variasi pengalaman usaha ini menunjukkan beragamnya tingkat adopsi dan penggunaan OVO dalam kemudahan transaksi jual beli bagi UMKM di era digital.

Dari sisi sumber permodalan, mayoritas responden (66%) menjalankan usahanya dengan dana pribadi, sementara sisanya (34%) memperoleh pembiayaan dari kombinasi modal pribadi dan sumber eksternal seperti lembaga keuangan atau perbankan. Keputusan untuk menggunakan OVO dalam transaksi jual beli kemungkinan dipengaruhi oleh ketersediaan modal pribadi dan kemudahan yang ditawarkan oleh aplikasi OVO dalam transaksi harian UMKM.

Evaluasi Model Luar

Validitas konvergen dalam konteks penelitian ini mengacu pada prinsip bahwa setiap indikator pengukuran (variabel manifes) dari suatu konstruk harus memiliki korelasi yang tinggi satu sama lain. Dalam hal ini, indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur kemudahan transaksi jual beli dengan OVO pada UMKM di era digital seharusnya memiliki keterkaitan yang kuat. Sebagai contoh, indikator yang mengukur kenyamanan penggunaan OVO, kecepatan transaksi, dan kepercayaan terhadap sistem OVO diharapkan memiliki hubungan yang signifikan.

Menurut Ghozali (2015), untuk menilai validitas konvergen, umumnya digunakan pedoman bahwa nilai loading factor harus melebihi angka 0,7 dalam penelitian yang bersifat konfirmatori. Namun, dalam penelitian eksplanatori seperti ini, yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara fintech OVO dan kemudahan transaksi jual beli, nilai loading factor antara 0,6 hingga 0,7 masih dianggap dapat diterima. Oleh karena itu, nilai loading factor dari indikator-indikator yang mengukur pengaruh OVO terhadap kemudahan transaksi jual beli bagi UMKM harus menunjukkan angka yang cukup tinggi, yang mencerminkan korelasi yang baik antara konstruk yang diukur.

Nilai loading factor dari masing-masing indikator terkait dengan penggunaan OVO dalam transaksi jual beli bagi UMKM dapat dilihat pada tabel berikut.

	Akses terhadap Keuangan (Z)	Fintech (X)	Kinerja UKM (Y)
A1	0,791		
A2	0,852		
A3	0,801		
A4	0,809		
A5	0,848		
A6	0,879		
F1		0,709	
F11		0,833	
F12		0,819	
F13		0,804	
F14		0,794	
F3		0,799	
F4		0,719	
F5		0,872	
F6		0,767	
F7		0,752	
F8		0,722	
K1			0,870
K2			0,862
K3			0,870
K4			0,868
K5			0,867
K6			0,806
K7			0,871
K8			0,841
K9			0,804

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa loading faktor masing-masing variabel mempunyai nilai di atas 0,7 dan dapat digunakan untuk menilai validitas konvergen.

Fintech (X)	0,725
Kinerja UKM (Y)	0,612
Akses terhadap Keuangan (Z)	0,690

Pada tabel tersebut, tercatat bahwa nilai AVE untuk variabel Teknologi Finansial (X) mencapai 0,725, variabel Kinerja UKM (Y) sebesar 0,612, dan variabel Akses Keuangan (Z) sebesar 0,690. Seluruh nilai tersebut berada di atas angka 0,5, yang menandakan bahwa masing-masing variabel telah memenuhi kriteria validitas konvergen.

Validitas Diskriminan

a. Kriteria Fornell-Larcker

Pengujian validitas diskriminan dapat dilakukan melalui kriteria Fornell-Larcker, yaitu dengan membandingkan nilai akar kuadrat AVE dari masing-masing konstruk dengan nilai korelasi antar konstruk dalam model (Ghozali, 2015). Validitas diskriminan suatu konstruk terpenuhi apabila nilai akar dari AVE (Average Variance Extracted) konstruk tersebut lebih tinggi daripada nilai korelasi antar konstruk lain dalam model yang sama.

	Akses terhadap Keuangan	Fintech	Kinerja UKM
Akses terhadap Keuangan	0,830		
Fintech	0,913	0,783	
Kinerja UKM	0,924	0,932	0,851

Berdasarkan data dalam tabel, setiap variabel memiliki nilai tertinggi pada posisi diagonal jika dibandingkan dengan variabel lainnya.

Cross-Loading

Untuk menguji validitas diskriminan, dapat dilihat melalui nilai cross-loading antara indikator dan konstruk yang diukur. Suatu indikator dinyatakan valid jika nilai muatan faktor (factor loading) pada konstruk target lebih dominan dibandingkan muatan pada konstruk lain dalam model.Artinya, konstruk laten lebih mampu memprediksi indikator-indikator dalam kelompoknya sendiri daripada indikator dari kelompok konstruk lain.

	Keandalan Komposit	Alfa Cronbach
Akses terhadap Keuangan	0,910	0,913
Fintech	0,936	0,941
Kinerja UKM	0,952	0,953

Merujuk pada tabel tersebut, setiap indikator menunjukkan nilai loading factor tertinggi pada konstruk yang dituju jika dibandingkan dengan nilai loading factor terhadap konstruk lainnya.

	Akses terhadap Keuangan (Z)	Fintech (X)	Kinerja UKM (Y)
A1	0,791	0,736	0,708
A2	0,852	0,779	0,821
A3	0,801	0,723	0,694
A4	0,809	0,676	0,711
A5	0,848	0,782	0,804
A6	0,879	0,842	0,849
F1	0,605	0,709	0,540
F11	0,794	0,833	0,842
F12	0,808	0,819	0,786
F13	0,733	0,804	0,818
F14	0,801	0,794	0,777
F3	0,703	0,799	0,727
F4	0,552	0,719	0,610
F5	0,799	0,872	0,818
F6	0,736	0,767	0,733
F7	0,653	0,752	0,673
F8	0,604	0,722	0,609
K1	0,782	0,794	0,870
K2	0,765	0,778	0,862
K3	0,782	0,812	0,870
K4	0,810	0,785	0,868
K5	0,783	0,819	0,867
K6	0,774	0,751	0,806
K7	0,823	0,838	0,871
K8	0,756	0,794	0,841
K9	0,802	0,762	0,804

Reliabilitas Komposit dan Cronbach's Alpha

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Composite Reliability dan Cronbach's Alpha. Jika seluruh konstruk laten memiliki nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha ≥ 0,7, maka konstruk tersebut dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang baik, sehingga kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dinilai andal dan konsisten sebagai alat pengukur.

Berdasarkan tabel 5, nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha yang lebih besar dari 0,7 menunjukkan bahwa konstruk memiliki reliabilitas yang baik.

Evaluasi Model Struktural

R-Square

Koefisien determinasi (R^2) mengukur proporsi pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen sekaligus menguji signifikansi statistik dari hubungan tersebut.

	R persegi
Fintech (X)	
Akses terhadap Keuangan (Z)	0,834
Kinerja UKM (Y)	0,901

Pada tabel 7, dapat dilihat hubungan antar konstruk berdasarkan nilai R Square sebagai berikut: Nilai R Square untuk variabel kinerja UKM adalah 0,901, yang berarti 90,1% dari variabel kinerja UMKM dipengaruhi secara signifikan oleh variabel fintech, sementara sisanya, yaitu 9,9%, dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Nilai R Square untuk variabel akses terhadap keuangan adalah 0,834, yang menunjukkan bahwa 83,4% dari variabel akses keuangan dipengaruhi dengan moderat oleh variabel fintech, sementara sisanya sebesar 16,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Koefisien Jalur

Koefisien jalur digunakan untuk mengukur hubungan yang dihipotesiskan antar konstruk. Menurut Helm dkk. (2009) dalam Rambut dkk. (2014), nilai koefisien jalur berkisar antara -1 hingga +1, di mana nilai koefisien jalur yang mendekati +1 menunjukkan hubungan positif yang kuat, sementara nilai -1 menunjukkan hubungan negatif yang kuat.

Berdasarkan tabel di atas, koefisien jalur yang menunjukkan hubungan antara variabel teknologi finansial dengan variabel akses keuangan adalah sebesar 0,913, sementara hubungan antara variabel

Fintech -> Akses terhadap Keuangan	0,913	0,915	0,016	56.897	0,000
Fintech -> Kinerja UKM	0,513	0,527	0,097	5.281	0,000
Akses ke Keuangan -> Kinerja UKM	0,427	0,408	0,099	4.295	0,000

	Akses terhadap Keuangan	Fintech	Kinerja UKM
Akses terhadap Keuangan			0,427
Fintech	0,913		0,513
Kinerja UKM			

teknologi finansial dengan variabel kinerja UKM memiliki koefisien jalur sebesar 0,513, yang menunjukkan adanya hubungan positif yang kuat. Selain itu, koefisien jalur antara variabel akses keuangan

dan variabel kinerja UKM tercatat sebesar 0,427, yang juga menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan.

Berdasarkan tabel di atas, penjelasan hasil uji hipotesis adalah sebagai berikut:

a. Teknologi finansial berpengaruh positif terhadap akses keuangan dengan koefisien sebesar 0,913 dan nilai T statistik 56,897, yang melebihi ambang batas 1,96, sehingga hipotesis H1 dinyatakan diterima.
b. Teknologi finansial juga memberikan pengaruh positif terhadap kinerja UMKM dengan nilai koefisien 0,513 dan T statistik sebesar 5,281, yang menunjukkan bahwa hipotesis H2 dapat diterima.
c. Akses keuangan menunjukkan pengaruh positif terhadap kinerja UMKM, dengan nilai koefisien sebesar 0,427 dan T statistik 4,295, lebih besar dari 1,96, sehingga hipotesis H4 dinyatakan diterima.

	Sampel	Berarti	STADEV	Statistik T	Nilai P
Akses terhadap Keuangan Fintech -> Kinerja UKM	0.8 26	0,8 03	0,028	20.911	0.000

Berdasarkan tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa akses terhadap keuangan memediasi hubungan antara teknologi finansial dan kinerja UMKM dengan pengaruh positif sebesar 0,826, serta nilai T statistik sebesar 20,911, yang melebihi batas minimum 1,96. Oleh karena itu, hipotesis H6 dapat diterima. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa baik hubungan langsung maupun tidak langsung melalui variabel mediasi sama-sama signifikan, sehingga akses terhadap keuangan berperan sebagai mediator parsial dalam hubungan tersebut.

Pengaruh Fintech OVO terhadap Kemudahan Transaksi Jual Beli bagi UMKM di Era Digital

Berdasarkan hasil penelitian yang ada, diketahui bahwa financial technology (fintech) secara umum memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dalam konteks ini, penggunaan layanan fintech seperti OVO berperan penting dalam mempermudah proses transaksi jual beli di era digital. Kemudahan ini meliputi kecepatan pembayaran, efisiensi pencatatan transaksi, serta aksesibilitas layanan keuangan yang lebih luas bagi pelaku UMKM. Penelitian ini mendukung hipotesis bahwa penggunaan fintech, termasuk OVO, dapat memberikan kontribusi positif terhadap kemudahan bertransaksi yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan produktivitas dan efisiensi usaha. *Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan yang dilaporkan dalam studi terdahulu oleh Abbasi dan kolega.* (2021), Lontchi dkk. (2023), dan Pizzi dkk. (2021), yang menyatakan bahwa layanan fintech seperti dompet digital, aplikasi investasi, dan perbankan online mampu mendorong UMKM untuk bertransformasi menuju model bisnis yang lebih efisien dan berkelanjutan. Hal ini juga membuka peluang

bagi UMKM untuk lebih mudah terintegrasi dengan praktik ekonomi digital yang mendukung pertumbuhan usaha di tengah perkembangan teknologi keuangan.

Pengaruh Fintech OVO terhadap Akses Keuangan bagi UMKM di Era Digital

Hasil penelitian menunjukkan bahwa financial technology (fintech) memiliki pengaruh positif terhadap akses pembiayaan, termasuk bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dalam konteks penggunaan OVO sebagai salah satu layanan fintech terkemuka di Indonesia, kemudahan akses keuangan ini menjadi semakin nyata, terutama melalui fitur-fitur seperti OVO PayLater dan integrasi OVO dengan platform e-commerce serta layanan keuangan lainnya. Dengan tersedianya layanan pembiayaan digital yang cepat dan mudah dijangkau, UMKM dapat memperoleh tambahan modal kerja tanpa harus melalui prosedur perbankan konvensional yang rumit.

Penelitian ini menguatkan hipotesis bahwa penggunaan fintech seperti OVO mampu meningkatkan akses pembiayaan bagi UMKM, yang berdampak pada meningkatnya kapasitas usaha dan volume penjualan. *Temuan ini menunjukkan kesesuaian dengan hasil riset yang dilakukan Sangwan dan tim peneliti.* (2020), yang menyatakan bahwa fintech dapat meningkatkan efisiensi pengambilan keputusan keuangan, memberikan pinjaman dengan bunga lebih rendah, serta menyediakan opsi pendanaan yang lebih beragam bagi pelaku usaha kecil. Dukungan ini juga mengatasi kesenjangan pembiayaan yang selama ini dihadapi UMKM, terutama untuk proyek-proyek kecil atau usaha tahap awal.

Lebih lanjut, sebagaimana dikemukakan oleh Bollaert et al. (2021), kemunculan fintech sebagai sumber pembiayaan alternatif memberikan peluang baru bagi UMKM untuk berkembang melalui peningkatan kapasitas produksi dan efisiensi operasional. Dengan begitu, OVO sebagai platform fintech tidak hanya mempermudah transaksi jual beli, tetapi juga berperan dalam memperluas akses ke sumber pendanaan yang mendukung pertumbuhan UMKM di era digital.

Pengaruh Akses Pembiayaan melalui Fintech OVO terhadap Kinerja UMKM

Studi mengungkapkan bahwa aksesibilitas pembiayaan memberikan dampak konstruktif pada produktivitas bisnis pelaku UMKM. Dalam konteks ini, penggunaan fintech seperti OVO yang menyediakan layanan pembiayaan digital, seperti OVO PayLater dan kemitraan dengan platform marketplace, turut memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah. Kemudahan akses ke modal kerja memungkinkan pelaku UMKM untuk meningkatkan kapasitas produksi, memperluas cakupan pasar, serta mempercepat siklus penjualan dan pengadaan barang.

Hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh positif antara akses keuangan dan kinerja UMKM terbukti diterima, sebagaimana didukung oleh berbagai penelitian sebelumnya. Beck et al. (2008) serta Okello Candiya Bongomin et al. (2017) menyatakan bahwa akses pendanaan memungkinkan UMKM

untuk mencapai pertumbuhan dalam output, menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan profitabilitas, efisiensi operasional, serta memperluas jangkauan ekspor dan produktivitas. Penelitian lain juga menemukan bahwa hubungan antara akses pembiayaan dan kinerja UMKM bersifat signifikan dan positif (Adomako et al., 2016; Amadasun & Mutezo, 2022; Buchdadi et al., 2020; Hussain et al., 2018).

Dengan demikian, kehadiran OVO sebagai penyedia layanan fintech di Indonesia tidak hanya mempercepat dan mempermudah transaksi jual beli, tetapi juga memainkan peran penting dalam menyediakan akses pembiayaan yang berdampak langsung pada peningkatan kinerja UMKM di era digital yang kompetitif.

Peran Akses Pembiayaan dalam Memediasi Pengaruh Fintech OVO terhadap Kinerja UMKM

Penelitian menunjukkan bahwa akses terhadap pembiayaan menjadi variabel mediasi yang signifikan dalam hubungan antara penggunaan fintech dan peningkatan kinerja UMKM. Dalam konteks pemanfaatan fintech OVO, kemudahan akses pembiayaan yang ditawarkan melalui fitur seperti OVO PayLater atau kolaborasi dengan platform digital lainnya secara tidak langsung meningkatkan kinerja UMKM dengan menyediakan dana tambahan yang dibutuhkan untuk kegiatan usaha. Oleh karena itu, hipotesis yang menyatakan bahwa akses pembiayaan memediasi hubungan antara fintech dan kinerja UMKM dinyatakan diterima.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Rosavina et al. (2019) dan Sangwan et al. (2020), yang menyimpulkan bahwa fintech dapat membantu UMKM memperoleh dana dengan lebih cepat dan efisien dibandingkan jalur konvensional. Lebih jauh lagi, menurut Alkhawaldeh et al. (2023), fintech berperan dalam mendorong inklusi keuangan, terutama bagi individu atau pelaku usaha yang sebelumnya sulit mengakses layanan perbankan tradisional. Fintech, termasuk OVO, menjadi bagian penting dalam mendukung revolusi industri 4.0 yang berdampak luas pada operasional UMKM (Chang et al., 2020; Lu, 2018).

Selain itu, fintech memungkinkan UMKM memperoleh pembiayaan dengan bunga yang lebih rendah (Baber, 2020; Odinet, 2018), memperluas kemungkinan memperoleh investor baru, serta mendukung pertumbuhan profitabilitas dan keberlanjutan usaha. Dengan demikian, OVO sebagai platform fintech tidak hanya mempermudah transaksi jual beli, tetapi juga menjadi penghubung penting antara kebutuhan dana UMKM dan peningkatan kinerja usaha secara menyeluruh.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan fintech OVO berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemudahan transaksi jual beli dan peningkatan kinerja UMKM di era digital. Semakin tinggi pemanfaatan OVO oleh pelaku UMKM, maka semakin baik pula efisiensi, kecepatan, dan kenyamanan dalam bertransaksi yang secara langsung mendukung peningkatan

produktivitas dan daya saing usaha. OVO sebagai layanan keuangan digital menyediakan fitur-fitur yang mempercepat proses pembayaran dan memperluas akses pasar, sehingga membantu UMKM dalam mengembangkan bisnis mereka secara lebih efektif.

Lebih jauh, studi ini mengungkap bahwa kemudahan akses pendanaan memberikan dampak konstruktif yang signifikan terhadap produktivitas usaha mikro, kecil, dan menengah.*Fitur pembiayaan yang ditawarkan oleh OVO, seperti OVO* PayLater, memberikan kemudahan bagi UMKM dalam memperoleh dana tambahan yang dibutuhkan untuk operasional, produksi, maupun ekspansi usaha. Peningkatan akses terhadap pendanaan ini tidak hanya mendukung pertumbuhan bisnis, tetapi juga berdampak pada stabilitas ekonomi daerah melalui peningkatan inovasi, penciptaan lapangan kerja, dan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi.

Lebih lanjut, ditemukan bahwa fintech OVO juga berpengaruh secara signifikan terhadap akses pembiayaan. Artinya, penggunaan OVO dapat mempermudah UMKM dalam mengakses sumber pendanaan yang lebih cepat, mudah, dan terjangkau dibandingkan layanan keuangan konvensional. Informasi pembiayaan yang jelas, persyaratan ringan, serta suku bunga yang kompetitif menjadikan OVO sebagai salah satu solusi inklusi keuangan bagi pelaku usaha kecil.

Terakhir, hasil analisis menunjukkan bahwa akses pembiayaan memediasi hubungan antara fintech OVO dan kinerja UMKM. Hal ini berarti bahwa kemudahan akses ke dana yang difasilitasi oleh OVO merupakan jalur penting yang menghubungkan penggunaan fintech dengan peningkatan kinerja UMKM. Dengan demikian, pemanfaatan OVO tidak hanya mendukung transaksi yang lebih praktis, tetapi juga menjadi instrumen strategis dalam memperkuat fondasi keuangan dan keberlanjutan UMKM di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

Wahjono, Sentot Imam, Marina, Anna, & Kurniawati, Tri. (2021). *Crowdfunding untuk danai UKM dan bisnis start-up*. Banda Aceh: Syiah Kuala University Press.

Abbasi, K., Alam, A., Du, M. (Anna), & Huynh, T. L. D. (2021). Teknologi keuangan, efisiensi usaha kecil menengah, dan budaya nasional: Studi pada negara-negara OECD. *Technology Forecasting and Social Change, 163*, 1–35.

Adella Octaviana, L., & Rio Rita, M. (2021). Transformasi digital UMKM, pemahaman keuangan, dan performa keuangan: Penelitian selama pandemi Covid-19. *Jurnal Bisnis dan Perbankan, 11*(1), 73–92.

Adomako, S., Danso, A., & Ofori Damoah, J. (2016). Peran literasi keuangan sebagai moderator dalam hubungan antara akses keuangan dan pertumbuhan perusahaan di Ghana. *Venture Capital, 18*(1), 43–61.

Alkhawaldeh, B. Y., Alhawamdeh, H., Al-Afeef, M. A. M., Al-Smadi, A. W., Almarshad, M., Fraihat, B. A. M., Soumadi, M. M., Nawasra, M., & Alaa, A. A. (2023). *Handbook Fintech: Keuangan UMKM 2021*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia.

Birdieni, B. (2021). OVO sebagai alat pembayaran utama bagi UMKM di Indonesia. *Gatra.com*.

Crisnata, H. F., & Anisah, N. (2021). Tingkat literasi keuangan pengguna layanan pembayaran fintech OVO. *JAD: Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan Dewantara, 4*(1).

Darman, A. (2019). Kemajuan teknologi keuangan dalam mendukung transaksi digital UMKM. *Jurnal Digital Banking and Retail, 2*(1), 45–60.

Dharmasaputra, K. (2021). OVO: Inovasi pembayaran digital di Indonesia. *Gizmologi Insight*.

Gainau, C., Paskanova, E., Engko, C., & Gaspersz, T. Y. (2023). Adopsi QRIS untuk transaksi jual beli di kalangan UMKM Ketintang Surabaya. *Jurnal Ilmu Sosial, 10*(7), 3330–3337.

Hanum, S., & Sinarasri, R. (2017). Peran e-commerce dalam transaksi jual beli digital. *Jurnal Teknologi dan Bisnis, 5*(2), 101–115.

Harumi, S. (2021). OVO mendorong UMKM memanfaatkan ekosistem digital. *Media Indonesia*.

Irfan, M. (2020). Penggunaan teknologi keuangan oleh UMKM di Sidoarjo. *Dewantara, 2*(3), 50–65.

Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2021). *Handbook Fintech - Keuangan UMKM 2021*.

Kristianti, L. (2021). Laporan Fintech 2021: OVO mencatat pangsa pengguna 58,9 persen. *ANTARA News*.

Nurdin, M., Sari, D., & Putra, A. (2020). Dampak manfaat dan kemudahan terhadap minat penggunaan teknologi keuangan pada UMKM. *Akuntabilitas, 8*(1), 22–35.

Puspitaningrum, F., Cintya, R., Rimbawati, A., & Anik. (2023). Pemanfaatan QRIS dalam transaksi jual beli di komunitas UMKM Ketintang Surabaya. *Jurnal Ilmu Sosial*, 603–614.

Rahardyan, A. (2021). Survei CORE: Transaksi digital meningkatkan pendapatan UMKM. *Bisnis.com*.

Saputra, E. (2019). Evaluasi kendala inklusi keuangan melalui sistem teknologi keuangan pada UMKM di Makassar. *Skripsi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*.

Saparini, H. (2021). Kontribusi positif OVO terhadap UMKM di Indonesia. *Investor.id*.

Sari, J. P. I. (2021). OVO sebagai platform pembayaran digital utama bagi UMKM Indonesia. *ANTARA News Riau*.

Setyowati, D. (2021). Strategi 'bakar uang' OVO dan manfaatnya bagi UMKM. *Katadata.co.id*.

Silalahi, D., & Irama, S. (2023). Pengaruh penggunaan teknologi keuangan terhadap performa UMKM. *MSEJ, 4*(4), 3613–3619.

Ulfiana, A. D., & Rita, M. R. (2021). Digitalisasi UMKM, literasi keuangan, dan performa keuangan selama pandemi Covid-19. *Jurnal Bisnis dan Perbankan, 11*(1), 73–92.

Wantoro, R. Y. (2021). Kontribusi fintech OVO terhadap efisiensi transaksi UMKM di era digital. *Skripsi, Universitas Islam Negeri Metro*.