ANALISIS PENGARUH PEMANFAATAN E-COMMERCE DAN FINTECH TERHADAP PREFERENSI KONSUMEN MELALUI TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA UMKM DI KOTA PONTIANAK

TUGAS AKHIR

Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar

NADEA RAHMADANI

NIM. B1011211194

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TANJUNGPURA

PONTIANAK

2026

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini;

Nama	:	Nadea Rahmadani
NIM	:	B1011211194
Jurusan	:	Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Program Studi	:	Ekonomi Pembangunan
Judul Proposal / TA	:	Analisis Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce Dan Fintech Terhadap Preferensi Konsumen Melalui Trust Sebagai Variabel Mediasi Pada UMKM Di Kota Pontianak

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa ~~Proposal~~ / Tugas Akhir (TA)* dengan judul tersebut di atas, secara keseluruhan adalah murni karya penulis sendiri dan bukan plagiat dari karya orang lain, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sebagai sumber pustaka sesuai dengan panduan penulisan yang berlaku (lembar hasil pemeriksaan plagiat terlampir).

Apabila di dalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis yang dapat berakibat pada pembatalan ~~Proposal~~ / Tugas Akhir (TA)* dengan judul tersebut di atas.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.



Pontianak, 27 Juli 2026

Nadea Rahmadani
NIM. B1011211194

*pilih salah satu

PERTANGGUNG JAWABAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan dibawah ini ;

Nama	: Nadea Rahmadani
NIM	: B1011211194
Jurusan	: Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Program Studi	: Ekonomi Pembangunan
Judul Proposal/TA	: Analisis Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce Dan Fintech Terhadap Preferensi Konsumen Melalui Trust Sebagai Variabel Mediasi Pada UMKM Di Kota Pontianak

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir (TA) ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Pontianak , 27 Juli 2026



Nadea Rahmadani

NIM B1011211194

LEMBAR YURIDIS

Analisis Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce
Dan Fintech Terhadap Preferensi Konsumen
Melalui Trust Sebagai Variabel Mediasi
Pada Umkm Di Kota Pontianak

Penanggung Jawab Yuridis

Nadea Rahmadani
B1011211194

Jurusan : Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Tgl Ujian Tugas Akhir (TA) : 25 Juni 2026

Majelis Penguji

No.	Majelis Penguji	Nama/NIP	Tgl/bln/thn	Tanda Tangan
1.	Pembimbing Utama	Dr. Windhu Putra, S.E., M.Si.	20/6/26	
		NIP 196404281989031004		
2.	Ketua Penguji	Dr. Rosyadi, S.E., M.Si.	20/6/26	
		NIP 196509211993031001		
3.	Anggota Penguji	Hasanah,SE, ME	20/6/26	
		NIP 199412182024062001		

Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus
Dalam Ujian Tugas Akhir (TA)

Pontianak, 13 AUG 2026
Koordinator Program Studi Ekonomi Pembangunan

Yanto, S.E., M.Sc.
NIP 197706152003121004

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. atas segala rahmat, karunia, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"ANALISIS PENGARUH PEMANFAATAN E-COMMERE DAN FINTECH TERHADAP PREFERENSI KONSUMEN MELALUI TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA UMKM DI KOTA PONTIANAK"** dengan baik. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, doa, motivasi, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Juanda Astarani, S.E., M.Sc., CSRS., ACPA., CfrA., CMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
2. Ibu Nurul Bariyah, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak
3. Bapak Yanto, S.E., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
4. Bapak Dr Windhu Putra, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir, yang telah meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, dan saran sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
5. Bapak Dr. Rosyadi, S.E., M.Si. selaku dosen penguji pertama yang juga telah memberikan saran, perbaikan serta kritik dalam penulisan tugas akhir.
6. Ibu Hasanah, S.E., M.E selaku dosen penguji kedua yang telah memberikan nasihat, arahan, bimbingan, serta semangat kepada penulis dalam penulisan tugas akhir.
7. Seluruh Staf Akademik, Perpustakaan, dan Tata Usaha serta seluruh karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis universitas Tanjungpura yang telah memberikan bantuan, pelayanan, serta kemudahan kepada penulis selama menjalani proses perkuliahan hingga selesainya penyusunan tugas akhir ini.
8. Terkhusus untuk cinta pertama penulis Kepada Almarhum Bapak Nispuriansyah. Skripsi ini saya persembahkan untuk Almarhum. Kehilangan bapak di tengah perjalanan menempuh pendidikan adalah luka yang tidak pernah benar-benar hilang. Terima kasih atas pengorbanan, kerja keras, kasih sayang, serta segala bentuk tanggung jawab bapak atas kehidupan layak yang telah diberikan semasa hidup. Terima kasih telah menjadi alasanku untuk tetap semangat berjuang meraih gelar sarjana yang bapak impikan. Walaupun berat sekali harus melewatkan kerasnya kehidupan tanpa didampingi sosok bapak, rasa iri dan rindu sering sekali buat terjatuh. Semoga bapak bangga atas semua perjuangan anak tunggal perempuanmu ini.
9. Untuk ibuku tercinta, Terima kasih atas cinta, doa, kasih sayang, dan pengorbanan yang tidak pernah berhenti mengiringi setiap langkah penulis. Sejak kepergian almarhum Ayah, Ibu dengan penuh ketegaran menjalani peran sebagai seorang ibu sekaligus menjadi sosok ayah bagi penulis. Tidak pernah lelah memberikan kekuatan, semangat, nasihat, dan dukungan, bahkan ketika keadaan terasa begitu berat. Penulis menyadari bahwa setiap pencapaian ini.

tidak lepas dari perjuangan Ibu yang telah mengorbankan banyak hal demi masa depan penulis. Di balik senyum yang selalu Ibu tunjukkan, ada begitu banyak lelah, air mata, dan doa yang mungkin tidak pernah Ibu ceritakan. Semua itu menjadi alasan bagi penulis untuk terus berjuang dan menyelesaikan pendidikan ini. Terima kasih yang tak terhingga kepada Ibu.

10. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Webi Heris Pratama. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Terima kasih telah hadir di setiap proses, baik dalam suka maupun duka. Terima kasih karena tidak pernah lelah menjadi tempat penulis bercerita, memberikan semangat ketika rasa lelah datang, menjadi pelindung untuk penulis. Sejak kepergian almarhum Ayah, ada ruang kosong dalam hidup penulis yang tidak mudah dihadapi. Kehadiranmu menjadi salah satu alasan penulis mampu bangkit dan terus melangkah. Terima kasih telah memberikan perhatian, kepedulian, dan dukungan yang begitu tulus, sehingga penulis tidak merasa harus menghadapi semuanya seorang diri. Meskipun tidak ada seorang pun yang dapat menggantikan sosok Ayah, kehadiranmu telah menjadi penyemangat, tempat bersandar, dan sumber kekuatan bagi penulis di masamasa yang paling sulit. Semoga segala kebaikan, kesabaran, dan ketulusanmu dibalas dengan kebahagiaan dan keberkahan oleh Allah Swt. Semoga kita selalu diberikan kekuatan untuk terus tumbuh, saling mendukung, dan meraih impian masingmasing.
11. Terima kasih kepada keluarga besar Muiran Family yang sudah memberikan dukungan, do'a dan semangat kepada penulis selama menempuh pendidikan hingga menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih atas perhatian, motivasi, serta berbagai bentuk dukungan yang telah diberikan. Kehadiran dan doa dari keluarga besar menjadi salah satu sumber kekuatan bagi penulis untuk terus berusaha dan menyelesaikan setiap proses yang dilalui. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapat balasan yang terbaik dan senantiasa diberikan kesehatan, kebahagiaan, serta keberkahan.
12. Terima kasih kepada sepupuku tersayang Putri Dwi Marsa yang telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis sejak kecil hingga saat ini. Terima kasih telah tumbuh bersama, berbagi cerita, melewati berbagai fase kehidupan, hingga akhirnya menjadi teman seperjuangan dalam menyelesaikan pendidikan ini. Di setiap proses yang penuh tantangan, kehadiranmu menjadi penguat dan pengingat bahwa penulis tidak berjalan sendirian. Terima kasih atas waktu, dukungan, semangat, dan kebersamaan yang telah diberikan selama masa perkuliahan. Semoga ikatan persaudaraan yang telah terjalin sejak kecil ini selalu terjaga, dan semoga kita dapat terus melangkah menuju kesuksesan dengan membawa cerita perjuangan yang pernah kita lalui bersama.
13. Kepada ibu Yuniarti, Asya, Nenek, Faiza, Safa, Aufa, Makngah, Tante dan semua keluarganya. Terima kasih atas doa dan dukungannya untuk penulis.

    Terima kasih sudah menerima penulis dengan baik dan penuh kasih sayang. Penulis sangat bersyukur karna Allah pertemukan dengan keluarga ini. Hanya Allah yang bisa balas semua kebaikannya.
14. Terima kasih kepada teman kecil penulis Vanessa, Astrid, Fellen, yang telah menjadi bagian dari cerita indah dalam perjalanan hidup penulis. Terima kasih atas doa, dukungan, serta tegas mengingatkan penulis dalam pendidikan untuk tidak malas-malasann. Terima kasih atas kebersamaan, tawa, dan kenangan yang pernah kita ciptakan bersama sejak masa kecil. Meskipun waktu membawa kita pada jalan masing-masing dan membuat

jarak di antara kita, penulis tetap menghargai setiap momen yang pernah hadir dan menjadi bagian dari perjalanan hidup ini.

15. Terima kasih kepada teman dekat penulis Fadila dan Fantika. Terima kasih selalu memberikan semangat, dukungan serta doa kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih sudah menjadi teman seperjuangan selama perkuliahan. Terima kasih atas moment suka, duka, cerita, tawa, dukungan, bantuan, dan kebersamaan yang telah diberikan selama menjalani proses perkuliahan.
16. Terima kasih kepada Teman-teman kelas D Program Studi Ekonomi Pembangunan angkatan 2021 yang telah menjadi bagian dari perjalanan perkuliahan penulis. Terima kasih atas kebersamaan, kerja sama, dukungan, serta berbagai pengalaman yang telah dibagikan selama menempuh pendidikan di bangku kuliah.
17. Dan yang terakhir untuk diriku sendiri anak tunggal harapan satu-satunya dikeluarga, Nadea Rahmadani. Terima kasih telah bekerja keras dan bertahan sejauh ini. Ada banyak air mata, keraguan, dan rasa takut yang mungkin tidak pernah diketahui oleh orang lain, tetapi penulis tetap memilih untuk bertahan dan percaya bahwa setiap perjuangan pasti ada hasil yang baik. Penulis sangat bangga kepada dirinya sendiri, mari bekerja sama untuk lebih berkembang dan menjadi pribadi yang lebih baik lagi untuk hari ini, lusa, dan selamanya.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menambah wawasan bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan, serta dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Pontianak, 27 Juli 2026

Nadea Rahmadani

B1011211194

ANALISIS PENGARUH PEMANFAATAN E-COMMERCE DAN FINTECH TERHADAP PREFERENSI KONSUMEN MELALUI TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA UMKM DI KOTA PONTIANAK

[1]Nadea Rahmadani

Universitas Tanjungpura, Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini menyelidiki pengaruh *e-commerce* dan teknologi keuangan (*fintech*) terhadap preferensi pembelian konsumen di UKM di kota Pontianak, dengan menggunakan kepercayaan sebagai variabel mediasi. Metode kuantitatif diterapkan menggunakan kuesioner dengan 100 responden yang dipilih melalui pengambilan sampel bertarget, dan data dianalisis menggunakan PLS-SEM dengan *SmartPLS*. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa *e-commerce* dan *fintech* tidak berpengaruh langsung secara signifikan terhadap preferensi konsumen. Namun keduanya terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust*, yang selanjutnya turut mendorong preferensi konsumen secara bermakna. Pengujian *indirect effect* memperkuat temuan ini dengan membuktikan trust sebagai mediator penuh (*full mediation*), artinya teknologi digital hanya mampu membentuk preferensi konsumen melalui mekanisme kepercayaan, bukan secara langsung. Temuan ini membawa implikasi praktis yang cukup krusial bagi pelaku UMKM Pontianak, yakni prioritas utama seharusnya diarahkan pada penguatan kepercayaan konsumen, mencakup keamanan transaksi, keterbukaan informasi, mutu layanan, serta konsistensi pengalaman pengguna dalam ekosistem *e-commerce* dan *fintech*.

Kata kunci: *ecommerce*, *fintech, trust*, preferensi konsumen, UMKM

ANALISIS PENGARUH PEMANFAATAN E-COMMERCE DAN FINTECH TERHADAP PREFERENSI KONSUMEN MELALUI TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA UMKM DI KOTA PONTIANAK

Oleh : Nadea Rahmadani

Fakultas Ekonomi Pembangunan, Universitas Tanjungpura

RINGKASAN

Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian Indonesia karena mampu memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), membuka lapangan pekerjaan, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Seiring perkembangan teknologi digital, UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perubahan pola transaksi masyarakat dari sistem konvensional menuju sistem digital. Pemanfaatan e-commerce dan financial technology (fintech) menjadi salah satu strategi penting bagi UMKM untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi transaksi, serta mempermudah konsumen dalam melakukan pembelian. Perkembangan internet dan penggunaan transaksi digital di Indonesia yang terus meningkat juga menunjukkan bahwa masyarakat semakin terbiasa menggunakan platform digital dalam aktivitas ekonomi sehari-hari. Kota Pontianak dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki tingkat digitalisasi ekonomi yang cukup tinggi, ditunjukkan oleh tingginya penggunaan internet, e-commerce, serta penggunaan QRIS pada sektor UMKM. Kondisi tersebut menjadikan Kota Pontianak relevan untuk meneliti pengaruh penggunaan teknologi digital terhadap perilaku konsumen pada UMKM.

Meskipun e-commerce dan fintech menawarkan kemudahan serta efisiensi transaksi, penggunaan teknologi digital tidak selalu secara langsung memengaruhi preferensi konsumen dalam berbelanja. Dalam transaksi online terdapat berbagai risiko seperti keamanan transaksi, keandalan platform, dan perlindungan data pribadi sehingga konsumen membutuhkan rasa aman dan keyakinan sebelum melakukan pembelian. Oleh karena itu, trust atau kepercayaan konsumen menjadi faktor penting dalam membangun preferensi konsumen terhadap UMKM berbasis digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan Transaction Cost Economics (TCE) yang menjelaskan bahwa teknologi digital mampu menurunkan biaya transaksi dan meningkatkan efisiensi pertukaran ekonomi. Selain itu, konsep E-commerce Trust Model menjelaskan bahwa kepercayaan konsumen berperan penting dalam mengurangi risiko transaksi digital. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh pemanfaatan e-commerce dan

fintech terhadap preferensi konsumen melalui trust sebagai variabel mediasi pada UMKM di Kota Pontianak.

Rumusan Masalah

1. Apakah pemanfaatan e-commerce berpengaruh terhadap trust/kepercayaan konsumen?
2. Apakah pemanfaatan fintech berpengaruh terhadap trust/kepercayaan konsumen?
3. Apakah e-commerce berpengaruh terhadap preferensi konsumen?
4. Apakah fintech berpengaruh terhadap preferensi konsumen?
5. Apakah trust mampu memediasi pengaruh e-commerce dan fintech terhadap preferensi konsumen pada UMKM di Kota Pontianak?

Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh e-commerce terhadap trust/kepercayaan konsumen.
2. Menganalisis pengaruh fintech terhadap trust/kepercayaan konsumen.
3. Menganalisis pengaruh e-commerce terhadap preferensi konsumen.
4. Menganalisis pengaruh fintech terhadap preferensi konsumen.
5. Menganalisis peran trust sebagai variabel mediasi antara e-commerce dan fintech terhadap preferensi konsumen pada UMKM di Kota Pontianak.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen UMKM di Kota Pontianak. Penelitian dilakukan pada masyarakat yang pernah menggunakan e-commerce dan fintech dalam aktivitas berbelanja di UMKM. Populasi penelitian adalah pengguna e-commerce di Kota Pontianak, sedangkan sampel penelitian berjumlah 100 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan teknik purposive sampling. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner berbasis skala Likert 1–5. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan metode Structural Equation Modeling–Partial Least Square (SEM-PLS) dengan bantuan aplikasi SmartPLS. Analisis dilakukan melalui pengujian outer model yang meliputi validitas dan reliabilitas, serta inner model untuk menguji hubungan antar variabel dan peran trust sebagai variabel mediasi.

Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan e-commerce dan fintech belum memberikan pengaruh langsung yang signifikan terhadap preferensi konsumen dalam berbelanja pada UMKM di Kota Pontianak. Hal ini terlihat dari hasil pengujian path coefficient yang menunjukkan nilai t-statistics pada hubungan e-commerce terhadap preferensi konsumen maupun fintech terhadap preferensi konsumen masih berada di bawah nilai signifikansi yang ditentukan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan teknologi digital saja belum cukup untuk membentuk preferensi konsumen

secara langsung. Konsumen tidak hanya mempertimbangkan aspek kemudahan transaksi, tetapi juga memperhatikan faktor keamanan, kenyamanan, serta keyakinan terhadap sistem digital yang digunakan dalam proses transaksi online.

Di sisi lain, hasil penelitian membuktikan bahwa e-commerce dan fintech berpengaruh positif dan signifikan terhadap trust atau kepercayaan konsumen. Semakin baik kualitas layanan e-commerce dan fintech yang digunakan, maka tingkat kepercayaan konsumen juga akan semakin meningkat. Selain itu, trust terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen. Hasil pengujian indirect effect juga menunjukkan bahwa trust berperan sebagai variabel mediasi penuh (full mediation) dalam hubungan antara e-commerce dan fintech terhadap preferensi konsumen. Artinya, teknologi digital baru dapat memengaruhi preferensi konsumen apabila mampu membangun rasa percaya konsumen terhadap keamanan transaksi, keandalan platform, serta perlindungan data pribadi. Dengan demikian, kepercayaan konsumen menjadi faktor utama yang menentukan keberhasilan pemanfaatan teknologi digital pada UMKM di Kota Pontianak.

Simpulan dan Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan e-commerce dan fintech tidak berpengaruh secara langsung terhadap preferensi konsumen dalam berbelanja pada UMKM di Kota Pontianak. Namun, kedua variabel tersebut terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap trust atau kepercayaan konsumen. Selanjutnya, trust juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen, sehingga trust berperan sebagai variabel mediasi penuh (full mediation) dalam hubungan antara ecommerce dan fintech terhadap preferensi konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan penggunaan teknologi digital pada UMKM tidak hanya ditentukan oleh kemudahan penggunaan teknologi, tetapi juga oleh tingkat kepercayaan konsumen terhadap keamanan transaksi, keandalan platform, serta perlindungan data pribadi. Oleh karena itu, pelaku UMKM di Kota Pontianak disarankan untuk lebih meningkatkan kualitas layanan digital, menjaga keamanan sistem transaksi, memberikan informasi produk yang jelas dan transparan, serta meningkatkan kenyamanan penggunaan fintech agar kepercayaan konsumen semakin meningkat. Selain itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain seperti harga, kualitas produk, promosi, kepuasan konsumen, atau loyalitas pelanggan sehingga hasil penelitian dapat dikembangkan secara lebih luas dan mendalam.

DAFTAR ISI

ABSTRAK iv

RINGKASAN v

Latar Belakang v
Rumusan Masalah vi
Metode Penelitian vi
Hasil dan Pembahasan vi
Simpulan dan Rekomendasi vii

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR GAMBAR xii

DAFTAR GRAFIK xiii

BAB 1 PENDAHULUAN 1

Data UMKM Kalimantan Barat Triwulan I 1

BAB 2 KAJIAN LITERATUR 8

2.1. Tinjauan Teori 7
2.2. Tinjauan Empiris 10
2.3. Kerangka Konseptual dan Hipotesis Penelitian 13

BAB 3 METODE PENELITIAN 12

3.1. Bentuk, Tempat dan Waktu Penelitian 13
3.2. Jenis dan Sumber Data 13
3.3. Populasi dan Sampel 13
3.4. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional 14
3.5. Metode Pengumpulan Data 17
3.6. Metode Analisis Data 17

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN 21

4.1. HASIL PENELITIAN 21

4.3. PEMBAHASAN 31

BAB 5 SIMPULAN DAN REKOMENDASI 38

5.1. SIMPULAN 38
5.2. REKOMENDASI 39

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Hasil Kuisoner 20
Tabel 4. 1 Loading Factor 23
Tabel 4. 2 Hasil Average Variance Extracted 24
Tabel 4. 3 Hasil Cross Loading 25
Tabel 4. 4 Hasil Cronbach's Alpha 27
Tabel 4. 5 Hasil Composite Reabilitas 28
Tabel 4. 6 Hasil R-square 29
Tabel 4. 7 Path Coefficient dan Hasil Uji T 30
Tabel 4. 8 Indirect Effect 32

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Partial Leas Square..... 18

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. 1 Data UMKM Kalimantan Barat Triwulan I 1

ANALISIS PENGARUH PEMANFAATAN E-COMMERCE DAN FINTECH TERHADAP PREFERENSI KONSUMEN MELALUI TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA UMKM DI KOTA PONTIANAK

[1]Nadea Rahmadani

Universitas Tanjungpura, Indonesia

ABSTRACT

This study examines the influence of e-commerce and financial technology (fintech) on consumer shopping preferences among MSMEs in Pontianak City, with trust as a mediating variable. Quantitative methods were applied through questionnaires to 100 respondents selected through purposive sampling, and data were analyzed using PLS-SEM assisted by SmartPLS. The results showed that e-commerce and fintech did not have a significant direct effect on consumer preferences. However, both were proven to have a positive and significant effect on trust, which in turn significantly contributed to consumer preferences. The indirect effect test strengthened this finding by proving trust as a full mediator, meaning that digital technology is only able to shape consumer preferences through trust mechanisms, not directly. This finding has quite crucial practical implications for MSMEs in Pontianak, namely that the main priority should be directed at strengthening consumer trust, including transaction security, information transparency, service quality, and consistency of user experience in the e-commerce and fintech ecosystem.

Keywords: e-commerce, fintech, trust, consumer preferences, MSMEs

ABSTRAK

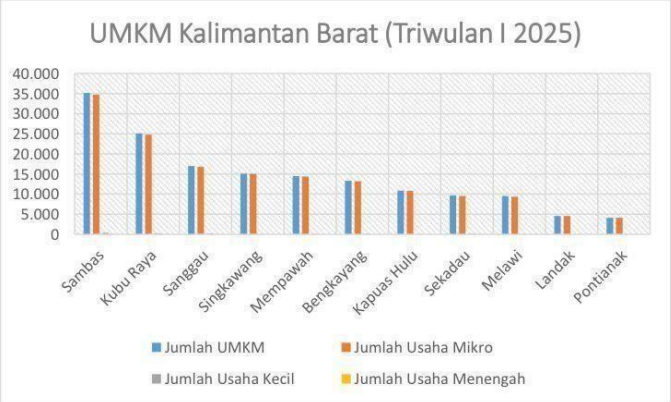
Penelitian ini menyelidiki pengaruh e-commerce dan teknologi keuangan (fintech) terhadap preferensi pembelian konsumen di UKM di kota Pontianak, dengan menggunakan kepercayaan sebagai variabel mediasi. Metode kuantitatif diterapkan menggunakan kuesioner dengan 100 responden yang dipilih melalui pengambilan sampel bertarget, dan data dianalisis menggunakan PLS-SEM dengan SmartPLS. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa e-commerce dan fintech tidak berpengaruh langsung secara signifikan terhadap preferensi konsumen. Namun keduanya terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap trust, yang selanjutnya turut mendorong preferensi konsumen secara bermakna. Pengujian indirect effect memperkuat temuan ini dengan membuktikan trust sebagai mediator penuh (full mediation), artinya teknologi digital hanya mampu membentuk preferensi konsumen melalui mekanisme kepercayaan, bukan secara langsung. Temuan ini membawa implikasi praktis yang cukup krusial bagi pelaku UMKM Pontianak, yakni prioritas utama seharusnya diarahkan pada penguatan kepercayaan konsumen, mencakup keamanan transaksi, keterbukaan informasi, mutu layanan, serta konsistensi pengalaman pengguna dalam ekosistem ecommerce dan fintech.

Kata kunci: e-commerce, fintech, trust, preferensi konsumen, UMKM

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dan strategis dalam mendorong pertumbuhan perekonomian Indonesia karena sektor ini berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan kesempatan kerja, serta peningkatan PDB. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari kementrian koperasi dan UMKM, jumlah pelaku usaha di sektor ini mencapai 64 juta hingga tahun 2023, dengan sumbangan terhadap PDB sebesar 61% dan kemampuan menyerap 97% tenaga kerja nasional. Angka tersebut menunjukkan bahwa UMKM sangat efektif dalam membuka lapangan pekerjaan. Selain itu, keberadaan usahausaha skala mikro, kecil, dan menengah ini turut mendorong pertumbuhan ekonomi daerah maupun nasional melalui terciptanya peluang kerja baru serta pemasukan bagi pemerintah dari sektor pajak (Santoso et al., 2025). **Grafik 1. 1**

Data UMKM Kalimantan Barat Triwulan I



Sumber: Badan Pusat Statistik, Laporan Triwulan I Jumlah UMKM Kalimantan Barat 2025

Berdasarkan Grafik 1.1 dapat diketahui bahwa data UMKM Kalimantan Barat Triwulan I Tahun 2025 menunjukkan bahwa jumlah UMKM di Kota Pontianak hanya sebanyak 4.131 unit. Angka ini berbeda signifikan dengan data yang dikeluarkan oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Pontianak, yang pada tahun 2023 mencatat terdapat sekitar 22.113 unit mikro yang telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), dengan mayoritas bergerak di bidang makanan dan minuman. Perbedaan tersebut menunjukkan adanya gap antara data statistik formal dan realitas di lapangan (Badan Pusat Statistik, 2025).

UMKM sanggup bertahan dan terus berkembang pada krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia, karena pada umumnya sektor ini masih dapat memanfaatkan berbagai sumber daya lokal, seperti tenaga kerja, modal, bahan baku, hingga peralatan. Hal tersebut menunjukkan bahwa UMKM tidak selalu bergantung pada barang impor, sehingga mampu membantu mengurangi beban ekonomi yang

dihadapi Indonesia. UMKM berdiri dengan masyarakat yang kreatif dan inovasi yang bermanfaat. Berdirinya UMKM bisa dibangun oleh perorangan maupun kelompok dengan modal yang tidak cukup besar. Kriteria pengusaha mikro ini diatur dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 yaitu kriteria UMKM dibedakan berdasarakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Usaha yang termasuk termasuk kedalam skala kecil ini sudah terlindungi oleh negara dan dicegah dari persaingan (Kristianti, 2020).

Mempertahankan persaingan dan eksistensi UMKM harus mendapat tempat pasar dan giat dalam menjalankan aktivitas pemasaran. UMKM perlu mengenali berbagai kelemahan yang dimilikinya, terutama terkait kesiapan dalam menghadapi proses digitalisasi ke depan, seperti aspek organisasi, lingkungan, teknologi, kepemimpinan, serta manajerial (Bappenas.go.id, 2024). Di samping itu, tantangan lain yang dihadapi UMKM adalah masih digunakannya metode pemasaran konvensional yang memerlukan biaya besar, seperti membuka cabang baru, mengikuti pameran, dan menyebarkan brosur. Oleh karena itu, sumber daya yang dimiliki UMKM harus dimanfaatkan secara optimal agar tetap mampu bertahan. Di sisi lain, pemerintah perlu menetapkan kebijakan yang tepat sebagai kekuatan negara dalam mendukung penguatan UMKM. Kebijakan tersebut berupaya meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui peningkatan pendapatan, yang berdampak positif terhadap pemabngunan ekonomi (Haryati et al., 2024).

Pertumbuhan ekonomi memiliki pengaruh besar terhadap perkembangan bisnis di Indonesia yang kini semakin bergantung pada teknologi internet. Dalam era globalisasi, pemanfaatan teknologi telah diakui perannya secara luas. Saat ini, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221,56 juta orang berdasarkan data Internetworldstats per 14 Oktober 2024. Penggunaan internet memberikan manfaat signifikan bagi dunia usaha, khususnya bisnis yang sedang berkembang menuju tahap yang lebih maju. Transaksi berbasis internet menjadi fenomena baru dalam dunia bisnis, di mana salah satu keunggulan utamanya adalah sebagai sarana pemasaran produk atau jasa. Pemasaran secara online juga dinilai mampu meningkatkan keuntungan usaha (Suwantono & Hartono, 2025).

Pemasaran produk merupakan salah satu bentuk implementasi yang digunakan untuk menawarkan barang atau jasa, baik digital maupun fisik, melalui electronic commerce (e-commerce). E-commerce adalah aktivitas ekonomi yang dilakukan melalui internet, mencakup proses jual beli barang dan jasa (Patrisia, 2023). Selain itu, e-commerce juga diartikan sebagai perdagangan elektronik yang melibatkan transaksi, pertukaran produk, hingga transfer dana melalui jaringan komputer berbasis internet (Sisfor, 2013). Dengan demikian, e-commerce dapat

dipahami sebagai media transaksi online yang memungkinkan Proses transaksi jual beli dapat dilakukan kapan pun dan di mana pun, sehingga memudahkan para penggunanya. Saat ini, e-commerce telah berkembang pesat dengan ribuan perusahaan yang menawarkan produknya melalui situs web dan media sosial, seperti Lazada, Bukalapak, Shopee, dan lainnya. Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi pemasaran berbasis e-commerce menjadi salah satu strategi bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar hingga menembus pasar ekspor (Hakim & Hapsari, 2022). Diperoleh data sekitar 34,10% penduduk Indonesia atau sekitar 94 juta orang telah menggunakan e-commerce dalam aktivitas belanja. Dengan jumlah penduduk Kota Pontianak sekitar 664 ribu jiwa, maka diperkirakan terdapat sekitar 226 ribu pengguna e-commerce. Angka ini menunjukkan bahwa konsumen digital pada UMKM di Kota Pontianak tergolong besar sehingga penelitian mengenai preferensi konsumen berbasis transaksi digital menjadi relevan untuk dilakukan. (Badan Pusat Statistik, 2024

Sebagai ibu kota provinsi, Pontianak memiliki tingkat penetrasi internet yang lebih besar dibandingkan dengan kabupaten lainnya Di Kalimantan Barat, jumlah pengguna internet pada tahun 2024 mencapai 4.990.509 orang atau sekitar 78,38% dari total penduduk sebanyak 5.598.190 jiwa. Selain itu, hingga 15 Mei 2024, pengguna Quick Response Indonesian Standard (QRIS) sebagai upaya percepatan digitalisasi UMKM di Kalimantan Barat tercatat sebanyak 74.123 merchant yang tersebar di 14 kabupaten/kota, dan hampir setengahnya berasal dari Kota Pontianak dengan jumlah 31.964 merchant (Putri, 2025). Oleh karena itu, Kota Pontianak dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki tingkat digitalisasi ekonomi yang relatif tinggi di Kalimantan Barat. Hal ini ditunjukkan oleh penetrasi internet yang besar, dominasi penggunaan QRIS sebanyak 31.964 merchant (hampir separuh dari total provinsi), serta jumlah UMKM terbanyak dibandingkan kabupaten/kota lain. Kondisi tersebut menjadikan Kota Pontianak representatif untuk meneliti penggunaan e-commerce dan fintech terhadap perilaku konsumen.

Teknologi di bidang keuangan menuntut upaya yang cukup besar untuk memahami berbagai aturan sistemnya, namun menawarkan potensi keuntungan yang signifikan bagi perkembangan di masa depan. Inovasi dalam sektor ini dikenal sebagai *financial technology* atau fintech. Fintech berfungsi sebagai sarana atau teknologi yang mempermudah proses transaksi antara penjual dan pembeli, sekaligus membantu meminimalkan risiko penipuan dalam transaksi tersebut.. Indonesia telah muncul sebagai pemain utama di bidang fintech dalam beberapa tahun terakhir, secara strategis mengembangkan ekonomi digitalnya untuk meningkatkan inklusi keuangan dan inovasi. Negara ini diuntungkan oleh tingkat penetrasi smartphone

yang tinggi , yang menyediakan fondasi penting untuk adopsi oleh populasi muda yang melek teknologi. Pemerintah Indonesia mendukung pertumbuhan pasar fintech dengan kerangka peraturan yang progresif, mendorong inovasi sekaligus memastikan perlindungan konsumen melalui Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Menurut *National Digital Research Centre* di Dublin, Irlandia dalam Srisusilawati et al., (2023) mendefinikan *financial technology* atau *fintech* sebagai: "Teknologi keuangan ("*FinTech*"), yang mengacu pada penggunaan teknologi untuk menyediakan layanan atau produk keuangan, *FinTech* mencakup berbagai layanan, produk, atau aplikasi teknologi. Pembayaran online dan layanan terkait seperti pemrakarsa pembayaran online dan integrator online data keuangan konsumen". Menurut Bank Indonesia, financial technology (fintech) merupakan integrasi antara teknologi dan layanan keuangan yang mendorong perubahan model bisnis dari cara konvensional menjadi sistem yang lebih modern dan berbasis digital. Jika sebelumnya transaksi pembayaran harus dilakukan secara langsung dengan menggunakan uang tunai, kini proses tersebut dapat dilakukan secara digital jarak jauh hanya dalam hitungan detik (Duryadi, 2021).

Kehadiran *financial technology* juga membantu pelaku usaha dalam menyusun pencatatan keuangan yang lebih rapi dan terstruktur. Sebelumnya, pencatatan sering dilakukan secara manual atau hanya berdasarkan ingatan, yang berisiko menimbulkan kesalahan jika berlangsung dalam jangka panjang, sehingga dapat berdampak negatif dan menimbulkan kerugian. Dengan demikian, *financial technology* berfungsi sebagai sarana yang memudahkan proses transaksi antara penjual dan pembeli sekaligus meminimalkan potensi kecurangan dalam setiap transaksi yang terjadi (Hanafi, 2021).

Salah satu faktor utama di balik keberhasilan fintech di Indonesia adalah adopsi cepat platform pembayaran digital . Platform-platform ini telah menyederhanakan transaksi seperti dompet elektronik, perbankan online, dan Kode Respon Cepat (QRI) Indonesia, sehingga memudahkan transisi dari aktivitas keuangan tradisional offline ke online. Platform-platform tersebut sangat mudah diakses karena tidak memerlukan rekening bank atau kartu kredit, sehingga penggunaan uang elektronik dan dompet elektronik melebihi metode pembayaran digital lainnya yang memerlukan rekening bank. Indonesia memiliki lebih dari 48 sistem dompet elektronik berlisensi, yang dioperasikan oleh sektor publik dan swasta, dengan dompet elektronik yang paling banyak digunakan antara lain Gopay, Dana, dan OVO. Gopay terintegrasi dengan Gojek, platform multiservice terbesar di Indonesia, sementara pertumbuhan OVO didukung oleh kemitraan dengan Grab dan

Tokopedia. Pemanfaatan financial technology pada sektor UMKM di Indonesia mengalami peningkatan signifikan. Bank Indonesia mencatat hingga Semester I 2025 terdapat 39,3 juta merchant QRIS dan 93,16% di antaranya merupakan pelaku UMKM. Selain itu, sekitar 30,2 juta UMKM telah menggunakan sistem pembayaran digital QRIS sebagai sarana transaksi non-tunai. Hal ini menunjukkan bahwa fintech menjadi pintu masuk UMKM menuju ekosistem ekonomi digital serta mendukung inklusi keuangan nasional (Bank Indonesia, 2024).

Dalam konteks ekonomi digital, preferensi konsumen tidak semata-mata dipengaruhi oleh atribut produk konvensional, melainkan juga oleh efisiensi dan reliabilitas proses transaksi yang ditawarkan oleh teknologi. Konsumen cenderung memilih alternatif yang memaksimalkan manfaat dengan seminimal mungkin pengorbanan. Pendekatan ini sejalan dengan kerangka kerja *Transaction Cost Economics* (TCE), yang menjadi landasan teoritis utama dalam penelitian ini. TCE menjelaskan bahwa keputusan ekonomi, termasuk keputusan pembelian, dipengaruhi oleh upaya meminimalkan biaya transaksi (seperti biaya pencarian informasi, negosiasi, dan pengawasan risiko). Pemanfaatan *Financial Technology* (Fintech) dan *E-commerce* memiliki peran fundamental sebagai instrumen yang mampu mereduksi biaya transaksi secara signifikan, sehingga meningkatkan daya tarik dan efisiensi pertukaran bagi konsumen UMKM.

Meskipun teknologi menawarkan efisiensi, lingkungan transaksi daring yang ditandai oleh asimetri informasi memerlukan adanya faktor mitigasi risiko. Oleh karena itu, Kepercayaan Konsumen (Trust) menjadi variabel esensial. Sejalan dengan E-commerce Trust Model (Gefen, 2000; McKnight, 2002), kepercayaan merupakan pilar kritis yang memediasi hubungan antara kapabilitas teknologis (Ecommerce dan Fintech) dengan keputusan dan preferensi pembelian konsumen. Kepercayaan memastikan bahwa risiko yang dipersepsikan oleh konsumen (terkait keamanan transaksi dan keandalan platform) dapat dikelola, yang pada akhirnya mendorong terbentuknya preferensi yang positif. Tingkat kepercayaan masyarakat terhadap layanan keuangan digital di Indonesia tergolong tinggi. Berdasarkan SNLIK OJK 2024, kepercayaan terhadap layanan keuangan digital mencapai 81,4%. Selain itu, penguatan perlindungan konsumen melalui Indonesia Anti-Scam Centre dan penyelesaian mayoritas pengaduan konsumen turut meningkatkan keyakinan masyarakat dalam melakukan transaksi digital, termasuk pembayaran pada platform e-commerce (OJK, 2024).

Proses pengambilan keputusan konsumen dalam berbelanja tidak terjadi secara spontan, melainkan melalui tahapan yang kompleks sebagaimana dijelaskan dalam Model Perilaku Konsumen Engel, Kollat, dan Blackwell (EKB). dijelaskan

bahwa Proses keputusan pembelian terjadi melalui lima tahap, yakni identifikasi kebutuhan, pencarian informasi, penilaian berbagai alternatif, penentuan keputusan membeli, dan evaluasi setelah pembelian (Basmar et al., 2024).

Perilaku konsumen terdiri dari keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti teknologi, budaya, politik, produk, harga, lokasi, iklan, dan bukti fisik dan sumber daya manusia (Yanti et al., 2024). Proses ini mencakup apa yang dilakukan konsumen ketika mereka memilih barang atau jasa, termasuk membuat keputusan sebelum dan setelah pembelian. Studi menunjukkan bahwa promosi dan kualitas produk sangat memengaruhi keputusan pembelian, sedangkan desain produk tidak memberikan pengaruh secara langsung. Namun, secara bersamasama seluruh variabel tersebut tetap memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian. Selain itu, terdapat hubungan positif antara pemanfaatan ecommerce dan fintech dengan preferensi konsumen pada platform jual beli online. Sementara itu, kepuasan pelanggan adalah Ketika konsumen membandingkan kinerja suatu produk dengan harapan mereka, mereka merasakan kesenangan atau kekecewaan. Jika kinerja produk tidak memenuhi ekspektasi, mereka merasa tidak puas; jika kinerja produk memenuhi ekspektasi, mereka merasa puas; dan jika kinerja produk melebihi ekspektasi, mereka merasa puas, mereka merasa sangat puas (Nur et al., 2024)

Penelitian ini merujuk pada studi Widodo Wibisono (2023) yang membahas pengaruh pemanfaatan e-commerce dan fintech terhadap keputusan konsumen dalam berbelanja pada UMKM di Jawa Tengah. Perbedaanya terdapat pada penambahan variabel, di mana dalam penelitian ini kepuasan konsumen digunakan sebagai variabel mediasi parsial. Artinya, kepuasan konsumen hanya sebagian memediasi hubungan antara variabel independ en dan dependen, sehingga tidak sepenuhnya membatasi pengaruh e-commerce, marketing digital, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Ini menunjukkan bahwa faktor lain, seperti harga, merek, dan promosi, juga memengaruhi keputusan pembelian.

Perkembangan *e-commerce* dan *financial technology* (fintech) telah mengubah pola transaksi masyarakat dari konvensional menjadi digital. Kota Pontianak dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki tingkat digitalisasi ekonomi yang tinggi, ditunjukkan oleh tingginya penetrasi internet, dominasi penggunaan QRIS, serta jumlah UMKM terbesar di Kalimantan Barat. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa aktivitas transaksi digital pada UMKM berlangsung cukup intensif. Namun, pemanfaatan teknologi tidak secara otomatis membentuk preferensi konsumen. Dalam transaksi daring terdapat risiko dan asimetri informasi sehingga konsumen