

The Impact of Financial Literacy and Payment Gateways on Customer Satisfaction with Service Quality as an Intervening Variable

[Dampak Literasi Keuangan dan Payment Gateway terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Kualitas Pelayanan sebagai Variabel Intervening]

Sitta Rif'atul Musyarofah¹⁾, Sriyono²⁾

¹⁾Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

²⁾Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

³⁾Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

*Email Penulis Korespondensi: sriyono.umsida.ac.id

Abstract. this study aims to analyze the influence of financial literacy and the use of payment gateway on customer satisfaction, with service quality as an intervening variable. The method used was PLS (Partial Least Square) data analysis through SmartPLS, with validity, reliability, and hypothesis testing. The results are expected to provide in-depth insights into the factors that affect service quality and the importance of financial literacy and payment technology in improving customer satisfaction in the digital era. The location of the research conducted by the author to test the hypothesis is on MSMEs in Sidoarjo which have certain criteria. The number of respondents in this study is 400 MSME units.

Keywords - : Financial Literacy, Payment Gateway, Customer Satisfaction, and Service Quality

Abstrak. penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan penggunaan payment gateway terhadap kepuasan pelanggan, dengan kualitas layanan sebagai variabel intervening. Metode yang digunakan adalah analisis data PLS (Partial Least Square) melalui SmartPLS, dengan pengujian validitas, reliabilitas, dan hipotesis. Hasil diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi kualitas pelayanan dan pentingnya literasi keuangan serta teknologi pembayaran dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di era digital. Lokasi penelitian yang dilakukan penulis untuk menguji hipotesis adalah pada UMKM di Sidoarjo yang memiliki kriteria tertentu. Jumlah responden dalam penelitian ini 400 unit UMKM.

Kata Kunci - petunjuk penulis; UMSIDA Preprints Server; template artikel

I. PENDAHULUAN

Di era digitalisasi, pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Indonesia menghadapi tantangan besar untuk bersaing di pasar global. UMKM di Indonesia sering kali menghadapi tantangan yang signifikan, yang berujung pada tingginya angka kebangkrutan. Beberapa faktor penyebabnya meliputi kurangnya pengetahuan dalam pengelolaan keuangan, gangguan dalam rantai pasok, dan kurangnya akses terhadap teknologi dan informasi yang memadai. Berdasarkan survei Otoritas Jasa Keuangan (OJK), tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia pada tahun 2023 masih berada di angka 65,08%, menunjukkan adanya peningkatan namun masih memerlukan penguatan, terutama pada sektor UMKM.

UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, Jawa Timur berkontribusi sekitar 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja (BPS 2023). UMKM juga berperan dalam menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan inovasi, dan memperkuat ketahanan ekonomi suatu negara. Namun demikian, banyak pelaku UMKM yang masih menghadapi masalah dalam kualitas layanannya.

Menurut teori kualitas layanan (*service quality theory*), keberhasilan suatu usaha, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), sangat dipengaruhi oleh persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan. Kualitas layanan merupakan faktor kunci dalam menciptakan kepuasan pelanggan, loyalitas, dan kinerja usaha secara keseluruhan [1]. Penerapan kualitas layanan yang baik dalam konteks UMKM dapat meningkatkan kepercayaan dan

Copyright © Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. This preprint is protected by copyright held by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo and is distributed under the Creative Commons Attribution License (CC BY). Users may share, distribute, or reproduce the work as long as the original author(s) and copyright holder are credited, and the preprint server is cited per academic standards.

Authors retain the right to publish their work in academic journals where copyright remains with them. Any use, distribution, or reproduction that does not comply with these terms is not permitted.

kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya berdampak pada pertumbuhan usaha dan daya saing. Misalnya, kemampuan pelaku UMKM dalam memberikan respons cepat terhadap keluhan konsumen atau menjaga konsistensi kualitas produk akan meningkatkan loyalitas pelanggan dan menciptakan keunggulan kompetitif. Sebaliknya, jika kualitas layanan rendah—misalnya keterlambatan pengiriman, sikap tidak ramah, atau fasilitas usaha yang tidak memadai—maka dapat menyebabkan penurunan kepuasan, yang berdampak langsung pada penurunan performa usaha[2].

Literasi keuangan yang rendah sering kali menyebabkan kesulitan dalam pengambilan keputusan finansial, sedangkan kurangnya pemahaman tentang teknologi pembayaran dapat menghambat akses mereka ke pasar yang lebih luas[3]. Peningkatan literasi keuangan menjadi sangat penting untuk meningkatkan kinerja UMKM, yang pada gilirannya dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang lebih inklusif. Meskipun banyak UMKM yang berusaha beradaptasi, masih ada tantangan besar terkait literasi keuangan yang rendah dan pemahaman yang kurang mengenai teknologi pembayaran digital. Sistem pembayaran digital yang efisien tidak hanya mempercepat proses transaksi tetapi juga meningkatkan pengalaman pelanggan yakni kemudahan dalam melakukan transaksi. Hal ini akan berkontribusi pada kepuasan pelanggan dan menjadi faktor penting dalam keberhasilan UMKM[4].

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap kualitas layanan UMKM, terutama dalam hal administrasi, pelatihan, dan kecepatan pelayanan [5]. Namun, ada temuan yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak selalu berdampak signifikan karena banyak pelaku usaha kesulitan mengimplementasikannya. Dalam kasus tersebut, peran fintech dan inklusi keuangan justru lebih dominan dalam meningkatkan layanan dan efisiensi usaha[6]. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan literasi keuangan dalam mendorong kualitas layanan UMKM sangat bergantung pada dukungan teknologi serta kemampuan pelaku usaha dalam mengimplementasikannya dalam aktivitas bisnis sehari-hari.

Di sisi lain, perkembangan teknologi digital telah memunculkan sistem pembayaran berbasis elektronik seperti payment gateway. Teknologi ini memungkinkan pelaku usaha menerima pembayaran secara cepat, aman, dan efisien. Penggunaan payment gateway juga meningkatkan kenyamanan pelanggan dalam bertransaksi, sehingga berpotensi meningkatkan kepuasan pelanggan.

Merujuk ke skala yang lebih kecil, Di Sidoarjo, UMKM telah menjadi tulang punggung perekonomian daerah. Menurut data dari Dinas Koperasi dan UMKM Sidoarjo, terdapat lebih dari 20.000 UMKM yang terdaftar, UMKM di daerah ini telah menunjukkan perkembangan signifikan, namun belum semua pelaku usaha memahami dan mengoptimalkan pemanfaatan teknologi keuangan secara maksimal. Penerapan *payment gateway* membantu meningkatkan efisiensi transaksi, memperluas jangkauan pasar, dan memberikan pengalaman pelanggan lebih baik, seperti bukti transaksi yang cepat dan transparan, namun adopsinya masih terbatas oleh rendahnya literasi keuangan pelaku UMKM, sehingga potensi peningkatan kualitas layanan belum terealisasi optimal. Studi kualitatif di Kabupaten Buleleng menunjukkan bahwa penggunaan fintech berbasis payment gateway bukan hanya memudahkan transaksi digital, tetapi juga secara otomatis memperbaiki pencatatan keuangan dan pemahaman pelaku usaha terhadap kondisi finansial mereka, yang berdampak positif pada kecepatan respons dan akurasi layanan (*e-Servqual*)[7].

Lebih lanjut, riset di Sampang menemukan bahwa literasi keuangan menjadi faktor penting dalam mendorong minat penggunaan QRIS, karena pemahaman risiko dan kemudahan penggunaan secara langsung memengaruhi kepercayaan pelanggan terhadap layanan non-tunai[8]. Secara keseluruhan, meskipun payment gateway menawarkan efisiensi dan transparansi, keberhasilan peningkatan kualitas layanan UMKM sangat bergantung pada tingginya literasi keuangan dan digital; tanpa itu, adopsi teknologi pembayaran hanya berhenti menjadi pilihan tanpa mengubah persepsi layanan yang dirasakan pelanggan.

Menurut [9] dalam penelitiannya menyatakan bahwa sistem pembayaran elektronik memiliki potensi untuk meningkatkan kualitas layanan apabila dibangun di atas kepercayaan, keamanan, dan keandalan sistem. Payment gateway, dengan elemen-elemen ini dinilai mampu memberikan layanan yang andal, aman, dan responsif, sehingga dapat meningkatkan persepsi kualitas layanan oleh pengguna. Namun, studi oleh [10] menunjukkan meskipun e-payment meningkatkan kunjungan, bahwa penggunaannya tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai bisnis, yang merupakan indikator penting dari kualitas layanan pelanggan.

Hasil penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa payment gateway berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, hal tersebut sejalan dengan hasil salah satu penelitian yang dilakukan oleh [11] yang meneliti tentang pengoptimalan fungsi payment gateway yang menyatakan bahwa penggunaan payment gateway dapat meningkatkan tingkat kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Hal tersebut disebabkan karena dengan penggunaan payment gateway dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Tapi berlawanan dengan penelitian yang dilakukan oleh [12], Penelitian ini mengkaji berbagai variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen, dan menemukan bahwa payment gateway tidak menjadi faktor utama dalam kepuasan pelanggan.

Berdasarkan temuan dari penelitian sebelumnya oleh[13], menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini mengindikasikan bahwa aspek-aspek pelayanan seperti keramahan karyawan, kecepatan dalam melayani, dan perhatian terhadap kebutuhan pelanggan memengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen. Dengan kata lain, semakin baik kualitas layanan yang diberikan, semakin tinggi pula kepuasan pelanggan yang dihasilkan. Namun, penelitian [14] menunjukkan hasil berbeda, dalam

penelitiannya di Universitas Muhammadiyah Jember, menemukan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, karena adanya faktor lain seperti citra institusi yang lebih dominan.

Dalam era digitalisasi UMKM, literasi keuangan dan penggunaan payment gateway menjadi dua elemen strategis yang diyakini mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Namun, dampak keduanya tidak bersifat langsung, melainkan sangat bergantung pada bagaimana pelaku usaha menerjemahkan kemampuan finansial dan teknologi pembayaran ke dalam praktik layanan yang berkualitas. Di sinilah kualitas layanan berperan sebagai variabel intervening yang menjembatani hubungan antara input (literasi keuangan dan payment gateway) dan output (kepuasan pelanggan).

Penelitian oleh [15] menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, yang kemudian berdampak pada loyalitas pelanggan, menegaskan peran mediasi dalam hubungan antar variabel. [16] memperkuat temuan tersebut dengan analisis jalur yang menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan sebagai mediator. Dengan demikian, dalam penelitian ini, kualitas layanan bukan hanya pelengkap, melainkan komponen krusial yang menentukan apakah literasi keuangan dan teknologi pembayaran benar-benar mampu menciptakan pengalaman pelanggan yang memuaskan dan berkelanjutan.

Keterbaruan dalam penelitian ini yaitu mencakup tentang Fokus pada peran kualitas layanan sebagai variabel intervening memberikan perspektif yang belum banyak dieksplorasi dalam konteks UMKM serta mengidentifikasi dan mengisi kekurangan dalam literatur yang ada mengenai hubungan antara literasi keuangan, penggunaan payment gateway, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, yang sebelumnya belum banyak diteliti secara komprehensif. Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk menganalisis fenomena yang sedang terjadi dengan judul **“Dampak Literasi Keuangan dan Payment Gateway terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Kualitas Layanan sebagai Variabel Intervening”**.

Rumusan Masalah:

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana dampak literasi keuangan dan payment gateway terhadap kualitas layanan, bagaimana dampak literasi keuangan dan payment gateway terhadap kepuasan pelanggan UMKM, bagaimana dampak kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, dan bagaimana pengaruh literasi keuangan dan payment gateway terhadap kepuasan pelanggan melalui kualitas layanan sebagai variabel intervening.

Pertanyaan Penelitian:

1. Apakah literasi keuangan berdampak kualitas layanan?
2. Apakah payment gateway berdampak kualitas layanan?
3. Apakah literasi keuangan memiliki dampak terhadap kepuasan pelanggan UMKM?
4. Apakah payment gateway memiliki dampak terhadap kepuasan pelanggan UMKM?
5. Apakah kualitas layanan berdampak terhadap kepuasan pelanggan UMKM?
6. Apakah kualitas layanan memiliki peran sebagai variabel intervening dalam hubungan antara literasi keuangan dengan kepuasan pelanggan UMKM?
7. Apakah kualitas layanan memiliki peran sebagai variabel intervening dalam hubungan antara penggunaan payment gateway dengan kepuasan pelanggan UMKM?

KATEGORI SDGs:

Penelitian ini berada dalam kerangka tujuan SDGs 8, yang berfokus pada pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi. Penelitian ini menekankan bahwa literasi keuangan dan penggunaan payment gateway yang efisien dapat meningkatkan kepuasan pelanggan UMKM, dengan kualitas layanan sebagai variabel intervening. Peningkatan literasi keuangan membantu pelaku UMKM mengelola keuangan lebih baik, sedangkan payment gateway mempermudah transaksi. Ini berkontribusi pada pertumbuhan UMKM, menciptakan ekosistem bisnis yang inklusif, dan mendukung penciptaan lapangan kerja, yang pada akhirnya berdampak positif pada pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.

II. LITERATUR REVIEW

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan memiliki arti sebagai reaksi emosional yang terjadi ketika konsumen mengevaluasi pengalaman mereka dengan suatu produk atau layanan. Proses ini dimulai ketika konsumen memiliki harapan tertentu sebelum menggunakan produk atau layanan tersebut. Setelah mereka mengalaminya, mereka membandingkan hasil yang mereka terima dengan harapan awal mereka. Jika hasil yang diterima melebihi atau sesuai dengan harapan,

konsumen akan merasa puas atau bahkan sangat puas. Sebaliknya, jika hasilnya di bawah harapan, mereka akan merasa kecewa.[17]

Indikator kepuasan pelanggan yaitu[18]:

1. Kepuasan keseluruhan (Overall Satisfaction)

Hasil dari penilaian dan pengalaman konsumen saat menggunakan produk atau layanan, yang dipengaruhi oleh kebiasaan, tantangan yang dihadapi, dan standar yang berlaku untuk produk tersebut.

2. Konfirmasi harapan (Confirmation of Expectation)

Mengacu pada sejauh mana kinerja layanan yang diterima sesuai dengan harapan pelanggan. Ini mencerminkan seberapa baik layanan tersebut memenuhi ekspektasi yang telah ada.

3. Perbandingan yang ideal (Comparison of Ideal)

Evaluasi yang dilakukan oleh pelanggan, di mana mereka membandingkan kinerja produk atau layanan dengan kondisi ideal yang mereka inginkan. Ini mencakup penilaian apakah produk atau layanan tersebut sesuai dengan standar yang dianggap sempurna oleh mereka.

Literasi Keuangan

Menurut OJK, definisi dari Literasi Keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan keuangan masyarakat[19]. Literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat dalam pengambilan keputusan serta pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan. Ketika masyarakat memiliki literasi keuangan yang baik, mereka akan memiliki pemahaman yang lebih baik tentang keuangan, kemampuan yang lebih baik dalam mengelola keuangan, dan kepercayaan terhadap lembaga keuangan.

Indikator literasi keuangan adalah[20]:

1. Pemahaman dasar tentang pengelolaan keuangan

Merujuk pada kemampuan individu untuk mengelola pendapatan dan pengeluaran sehari-hari, termasuk pembuatan anggaran dan perencanaan keuangan jangka pendek.

2. Pengetahuan tentang cara pengelolaan kredit dan utang

Mencakup pemahaman tentang berbagai jenis kredit dan cara kerja bunga. ini memungkinkan individu untuk menggunakan kredit dengan bijak dan menghindari utang yang berlebihan.

3. Pengetahuan tentang pengelolaan tabungan dan investasi

Berfokus pada pentingnya menabung dan berinvestasi untuk masa depan. Individu perlu memahami berbagai instrumen tabungan dan investasi untuk merencanakan keuangan yang lebih baik.

4. Kemampuan untuk mengelola risiko

Mencakup kemampuan untuk mengidentifikasi dan mengelola risiko dalam keuangan, termasuk penggunaan asuransi dan diversifikasi investasi. Kemampuan ini penting untuk melindungi dari kerugian finansial.

Payment Gateaway

Payment Gateway merupakan layanan yang membantu memproses pembayaran di e-commerce antara pelanggan, pedagang, dan bank melalui internet. Layanan ini memberikan kepercayaan kepada bisnis untuk menghasilkan produk dan mengelola sumber daya mereka, serta membuka peluang besar untuk melakukan transaksi secara online. Payment Gateway adalah salah satu solusi fintech yang memfasilitasi transaksi online dengan cara yang fleksibel, mudah, aman, dan efisien, sangat bermanfaat bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan pelayanan dan mengurangi biaya pemasaran. Meskipun ada risiko seperti cybercrime dan kebocoran data, payment gateway melindungi informasi dengan mengenkripsi data pribadi. Teknologi ini juga mendukung transaksi melalui perangkat seluler, memungkinkan pengguna untuk bertransaksi dengan cepat dan nyaman kapan saja[21].

Payment gateway memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas layanan. Secara langsung, sistem ini membantu mempercepat proses transaksi, meminimalkan risiko kesalahan pencatatan keuangan, dan memberikan kemudahan akses ke berbagai metode pembayaran yang akhirnya meningkatkan kepuasan pelanggan[22]. Di sisi lain, penggunaan payment gateway juga memberi dampak tidak langsung yang positif, seperti mendorong pelaku usaha untuk lebih melek finansial, membangun kepercayaan konsumen lewat sistem pembayaran yang aman dan transparan, serta mempercepat proses digitalisasi yang memungkinkan UMKM menjangkau pasar yang lebih luas[23].

Indikator payment gateway adalah [24]:

1. Keamanan Data dan Transaksi

Memastikan bahwa sistem memiliki fitur keamanan yang canggih untuk melindungi transaksi dari penipuan.

2. Kemudahan Penggunaan

Pengujian penerimaan pengguna menunjukkan bahwa sistem harus mudah digunakan dan diterima oleh pelanggan.

3. Efisiensi Proses Pembayaran

Mampu memproses transaksi dengan cepat dan efisien, meningkatkan kepuasan pelanggan.

4. Fleksibilitas Metode Pembayaran

Menyediakan berbagai metode pembayaran untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

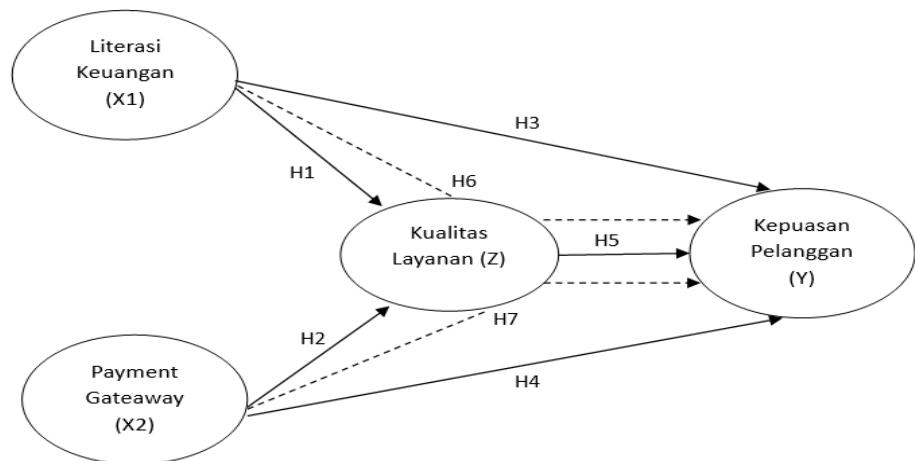
Kualitas layanan

Kualitas layanan adalah penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima dibandingkan dengan harapan mereka[25]. Dalam konteks UMKM, kualitas pelayanan mencerminkan seberapa baik pelaku usaha mampu memberikan pengalaman yang memuaskan kepada pelanggan, baik dari sisi kecepatan, ketepatan, maupun kenyamanan layanan. Kualitas pelayanan tidak hanya berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, tetapi juga menjadi pembeda kompetitif yang sulit ditiru oleh pesaing. Pelayanan yang berkualitas mampu membangun kepercayaan, meningkatkan loyalitas, dan memperkuat citra usaha di mata konsumen. Dengan dukungan literasi keuangan yang baik dan pemanfaatan teknologi seperti payment gateway, UMKM dapat menyajikan layanan yang lebih cepat, aman, dan personal, sehingga memperkuat hubungan dengan pelanggan dan meningkatkan daya saing usaha.

Indikator Kualitas Pelayanan adalah [26]:

1. **Keandalan (Reliability)**
Kemampuan untuk memberikan layanan secara akurat, konsisten, dan sesuai janji kepada pelanggan.
2. **Daya tanggap (Responsiveness)**
Kesediaan dan kecepatan dalam membantu pelanggan serta menangani keluhan atau permintaan dengan sigap.
3. **Jaminan (Assurance)**
Pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan staf dalam menumbuhkan rasa aman dan kepercayaan pelanggan.
4. **Empati (Empathy)**
Kemampuan memahami kebutuhan pelanggan secara individual dan memberikan perhatian yang tulus.
5. **Bukti fisik (Tangibles)**
Penampilan fasilitas, peralatan, dan personel yang mendukung kenyamanan dan profesionalisme layanan.

HIPOTESIS



Berdasarkan kerangka diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

- H1:** Literasi keuangan berpengaruh terhadap kualitas layanan
- H2:** Payment gateway berpengaruh terhadap kualitas layanan
- H3:** Literasi keuangan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan UMKM
- H4:** Payment gateway berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan UMKM
- H5:** kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan UMKM
- H6:** kualitas layanan memiliki peran sebagai variabel intervening dalam hubungan antara literasi keuangan dengan kepuasan pelanggan
- H7:** kualitas layanan memiliki peran sebagai variabel intervening dalam hubungan antara penggunaan payment gateway dengan kepuasan pelanggan.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian ilmiah yang Sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta Kausalitas hubungan-hubungannya. Penelitian kuantitatif

Didefinisikan sebagai investigasi sistematis terhadap Fenomena dengan mengumpulkan data yang dapat Diukur dengan melakukan teknik statistik, matematika Atau komputasi[27]. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian konklusif kausal, yang bertujuan untuk mencari hubungan sebab akibat antara variabel-variabel yang diteliti. Dalam konteks judul "Pengaruh Literasi Keuangan dan Payment Gateway terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Kualitas Layanan sebagai Variabel Intervening," penelitian ini mengidentifikasi bagaimana literasi keuangan dan penggunaan payment gateway memengaruhi kepuasan pelanggan, serta peran kualitas layanan sebagai variabel intervening. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer yang dilakukan secara langsung melalui kuesioner dan data sekunder yang berasal dari buku, artikel, serta website.

Populasi merupakan jumlah keseluruhan, totalitas dari subjek yang mempunyai karakteristik tertentu. Populasi pada penelitian ini adalah UMKM di kecamatan Sidoarjo yang berjumlah 151.043 unit usaha (2023). Dalam penelitian ini menggunakan teknik Purposive Sampling, yang berarti pengambilan sampel dilakukan berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu. Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini belum dapat ditentukan jumlahnya, karena data yang sesuai dengan kriteria untuk pengambilan sampel belum diketahui secara spesifik. Jumlah sampel akan ditentukan setelah mendapatkan hasil dari kuesioner yang akan disebarluaskan. Kriteria untuk pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) UMKM yang menggunakan payment gateway seperti GoPay, OVO, ShopeePay atau yang lainnya.
- 2) telah beroperasi minimal dua tahun

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Sidoarjo. Data primer yang digunakan untuk penelitian ini berasal dari kuesioner yang dibagikan kepada responden. Skala likert digunakan dalam kuesioner untuk mengukur pendapat atau jawaban dari responden, kemudian peneliti akan melakukan tabulasi data hasil kuesioner. Menurut[28] terdapat lima kategori jawaban pada skala likert sebagai berikut:

- 1) {SS} Sangat Setuju, dengan nilai 5
- 2) {S} Setuju, dengan nilai 4
- 3) {N} Netral, dengan nilai 3
- 4) {TS} Tidak Setuju, dengan nilai 2
- 5) {STS} Sangat Tidak Setuju, dengan nilai 1

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampel yang diperlukan, yang merupakan metode yang efektif untuk mendapatkan ukuran sampel yang representatif dari populasi. Rumus Slovin dirumuskan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel yang dicari

N = ukuran populasi = 2.002.830

E = nilai margin of error = 5%

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + N(e^2)} \\ n &= \frac{151.043}{1 + 151.043(0,05^2)} \\ n &= \frac{151.043}{1 + 151.043(0,0025)} \\ n &= \frac{151.043}{378,6075} \\ n &= 398,9 \rightarrow 400 \end{aligned}$$

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (path analysis). Metode ini digunakan untuk melihat pola hubungan antar variabel, baik pengaruh langsung maupun tidak langsung dari variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen)[29]. Analisis ini dibantu dengan menggunakan PLS (*Partial Least Square*).

Variabel Intervening

Variabel intervening (intervening variable) disebut juga sebagai variabel antara, yakni variabel yang menjadi perantara hubungan variabel bebas dan variabel terikat. Dengan demikian variabel intervening adalah merupakan penghubung[30].

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Uji Validitas

Terdapat dua jenis uji validitas, yaitu validitas konvergen dan validitas diskriminan. Uji validitas konvergen dilakukan dengan menggunakan indikator reflektif yang dievaluasi berdasarkan nilai loading factor, yaitu korelasi antara setiap item dengan skor konstruk yang diukurnya. Suatu indikator dianggap valid apabila memiliki nilai korelasi lebih dari 0,70[31].

Tabel 4. 1 Nilai Loading Factor Pertama

Variabel	Indikator	Outer Loading
Literasi Keuangan (X1)	X1.1	0.702
	X1.2	0.752
	X1.3	0.738
	X1.4	0.730
	X1.5	0.735
	X1.6	0.717
Payment Gateaway (X2)	X2.1	0.779
	X2.2	0.759
	X2.3	0.758
	X2.4	0.751
	X2.5	0.721
	X2.6	0.732
	X2.7	0.712
Kualitas Layanan (Z)	Z.1	0.702
	Z.2	0.696
	Z.3	0.743
	Z.4	0.697
	Z.5	0.753
	Z.6	0.748
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1	0.705
	Y.2	0.721
	Y.3	0.749
	Y.4	0.725
	Y.5	0.699
	Y.6	0.718

Sumber: Hasil Olah data SmartPLS, 2025

Hasil analisis data menggunakan SmartPLS yang ditampilkan dalam Tabel 4.1 menunjukkan bahwa mayoritas indikator pada masing-masing variabel memiliki nilai *loading factor* di atas 0,70, yang berarti indikator-indikator tersebut valid. Meskipun demikian, ditemukan 3 indikator dengan nilai *loading factor* di bawah ambang batas 0,70. Secara rinci, satu indikator berasal dari variabel Kualitas Layanan dan satu dari variabel kepuasan pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa hanya indikator-indikator dengan nilai *loading factor* di atas 0,70 yang dapat dikatakan memiliki validitas konvergen yang baik. Adapun indikator dengan nilai di bawah 0,70 dianggap memiliki validitas rendah, sehingga disarankan untuk dieliminasi dari model. Indikator-indikator yang dieliminasi meliputi Z.2 (Kualitas Layanan), serta Y.5 (Kepuasan Pelanggan), sebagaimana tercantum pada Tabel 4.2.

Tabel 4. 2 Nilai Loading Factor Kedua

Variabel	Indikator	Outer Loading
Literasi Keuangan (X1)	X1.1	0.790
	X1.2	0.812
	X1.3	0.830
	X1.4	0.823
	X1.5	0.835
	X1.6	0.822
Payment Gateaway	X2.1	0.862

(X2)	X2.2	0.850
	X2.3	0.848
	X2.4	0.845
	X2.5	0.847
	X2.6	0.851
	X2.7	0.830
Kualitas Layanan (Z)	Z.1	0.841
	Z.3	0.853
	Z.4	0.850
	Z.5	0.873
	Z.6	0.865
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1	0.847
	Y.2	0.853
	Y.3	0.864
	Y.4	0.843
	Y.6	0.853

Sumber: Hasil Olah data SmartPLS, 2025

Berdasarkan Tabel 4.2, terlihat bahwa terjadi peningkatan nilai *loading factor* pada indikator-indikator setelah proses eliminasi terhadap variabel Kualitas Layanan dan kepuasan pelanggan. Setelah indikator-indikator tersebut dihapus, dilakukan perhitungan ulang sehingga proses pengujian data dapat dilanjutkan.

Discriminant Validity

Validitas diskriminan ditentukan melalui analisis *cross-loading factor* setiap indikator. Nilai ini menggambarkan sejauh mana sebuah konstruk dapat dibedakan dari konstruk lain. Sebuah indikator dianggap memiliki diskriminasi yang cukup apabila nilai *cross-loading*-nya pada konstruk yang dituju lebih tinggi dibandingkan dengan nilainya pada konstruk lain. Dengan cara ini, dapat dipastikan bahwa setiap indikator memang mengukur konstruk yang tepat, bukan konstruk yang berbeda[32].

Tabel 4. 3 Uji Diskriminan Validitas

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Literasi Keuangan (X1)	0,05 > 0.726
Payment Gateaway (X2)	0,05 > 0.733
Kualitas Layanan (Z)	0,05 > 0.670
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,05 > 0.718

Sumber: Hasil Olah data SmartPLS, 2025

Dari Tabel 4.2 dan 4.3, dapat dilihat bahwa semua nilai *cross loading* lebih dari 0,70. Ini menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki korelasi yang paling kuat dengan variabel yang sesuai, dibandingkan dengan variabel lainnya. Selain itu, seluruh nilai AVE juga di atas 0,50. Artinya, model penelitian ini sudah memenuhi syarat validitas konvergen dan diskriminan.

Composite Reliabilitas

Selain dianalisis melalui uji validitas konvergen dan validitas diskriminan, *outer model* juga dapat dievaluasi berdasarkan reliabilitas konstruk atau variabel laten. Salah satu cara untuk mengukur reliabilitas ini adalah melalui nilai *composite reliability*. Suatu konstruk dikatakan reliabel apabila nilai *composite reliability*-nya lebih dari 0,70[33] . Adapun hasil pengujian nilai *composite reliability* dan Cronbach's Alpha menggunakan SmartPLS dapat dilihat pada Tabel 4.4.

Tabel 4. 4 NilaiaComposite reliability dan Cronbach'saAlpha

Variabel	Composite Reliability	Cronbach's Alpha
Literasi Keuangan (X1)	0.930	0.906
Payment Gateaway (X2)	0.932	0.909
Kualitas Layanan (Z)	0.924	0.903
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.947	0.935

Sumber: Hasil Olah data SmartPLS, 2025

Berdasarkan Tabel 4.4, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *composite reliability* di atas 0,70. Sementara itu, nilai Cronbach's Alpha untuk masing-masing variabel juga melebihi angka 0,60. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pengukuran pada setiap variabel dinyatakan andal dalam merepresentasikan variabel yang diukur.

Pengujian Inner Model (Model Struktural)

Setelah outer model dinyatakan memenuhi kriteria, langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian terhadap inner model atau model struktural. Evaluasi terhadap inner model dilakukan dengan memperhatikan nilai *R-square* sebagai indikator reliabilitas untuk konstruk dependen, serta nilai *t-statistic* dari pengujian koefisien jalur (*path coefficient*). Semakin besar nilai *R-square*, maka kemampuan model dalam memprediksi konstruk dependen semakin baik. Sementara itu, nilai *path coefficient* digunakan untuk melihat tingkat signifikansi hubungan antar variabel dalam rangka pengujian hipotesis.

1. Uji Determinasi (Analisis Variant (R²))

Uji determinasi atau analisis variant (R^2) bertujuan untuk mengukur sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen dalam suatu model. Besarnya pengaruh tersebut dapat dilihat melalui nilai koefisien determinasi yang disajikan pada Tabel 4.5.

Tabel 4. 5 Koefisien Determinasi (R-Square)

Variabel	R Square	R Square Adjusted
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.678	0.676
Kualitas Layanan (Z)	0.698	0.696

Sumber: Hasil Olah data SmartPLS, 2025

Berdasarkan output R Square pada gambar, nilai R^2 untuk Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar 0,678, yang berarti sebesar 67,8% variasi atau perubahan dalam Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen dalam model. Sementara itu, sisanya sebesar 32,2% dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

Sedangkan untuk variabel Kualitas Layanan (Z), nilai R^2 sebesar 0,698, menunjukkan bahwa 69,8% variasi Kinerja UMKM dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen dalam model, dan 30,2% sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model.

Nilai-nilai R^2 tersebut tergolong kuat (di atas 0,60), yang menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang cukup baik dalam menjelaskan variabel dependen dan mediator.

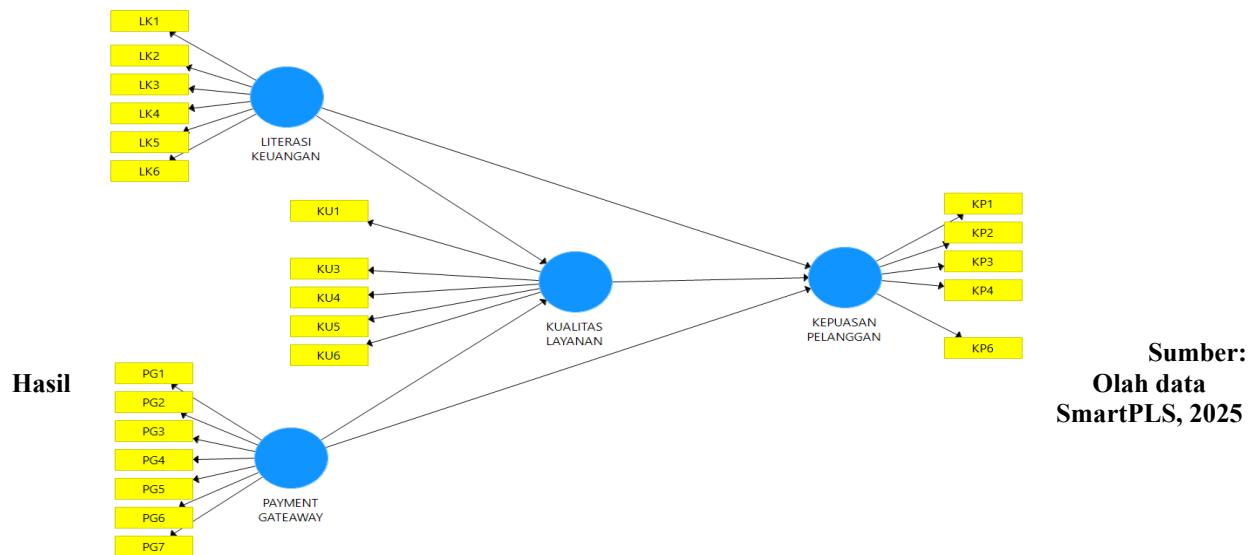
Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antar variabel yang telah ditetapkan dalam model penelitian. Pengujian dilakukan berdasarkan hasil analisis Inner Model (model struktural) dengan menggunakan bantuan software SmartPLS 3.0. Beberapa output penting yang menjadi dasar dalam pengambilan keputusan adalah nilai *R-square* (R^2), koefisien jalur (*path coefficient*), nilai *t-statistik*, serta *p-value*.

Analisis hipotesis ini menggunakan metode bootstrapping, yaitu teknik estimasi yang dilakukan dengan pengambilan sampel ulang dari data asli, guna menguji signifikansi hubungan antar variabel laten. Dalam penelitian ini, kriteria atau *rules of thumb* yang digunakan untuk menyatakan hubungan antar variabel signifikan adalah apabila memenuhi ketentuan:

- Nilai *t-statistik* > 1,96,
- Nilai *p-value* < 0,05 (5%), dan
- Koefisien jalur (beta) bernilai positif.

Gambar 4. 1 Hasil Model Penelitian



1. Pengaruh Langsung

Koefisien Jalur

Tabel 4. 6 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian

Relasi	Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation	T Statistics	P Values
Literasi Keuangan (X1) -> Kualitas Layanan (Z)	0,285	0,283	0,049	5,794	0
Payment Gateway (X2) -> Kualitas Layanan (Z)	0,594	0,595	0,05	11,769	0
Literasi Keuangan (X1) -> Kepuasan Pelanggan (Y)	0,139	0,137	0,052	2,696	0,007
Payment Gateway (X2) -> Kepuasan Pelanggan (Y)	0,455	0,461	0,064	7,084	0
Kualitas Layanan (Z) -> Kepuasan Pelanggan (Y)	0,286	0,282	0,061	4,688	0

Sumber: Output SmartPLS, 2025

Hipotesis 1 Literasi Keuangan (X1) terhadap Kualitas Layanan (Z).

Dari hasil analisa data diatas nilai koefisien sebesar 0.285, t-statistik 5.794, dan p-value 0.000. Artinya, literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Layanan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi pemahaman finansial pelaku usaha, semakin baik pula Kualitas Layanan yang ditunjukkan oleh UMKM.

Hipotesis 2 Payment Gateway (X2) terhadap Kualitas Layanan (Z).

Dari hasil analisa data diatas nilai koefisien tertinggi yaitu 0.594, t-statistik 11.769, dan p-value 0.000. Ini merupakan pengaruh yang paling kuat dan signifikan dalam model. Artinya, keberadaan sistem pembayaran digital sangat penting dalam meningkatkan Kualitas Layanan.

Hipotesis 3 Literasi Keuangan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Dari hasil analisa data diatas nilai Koefisien sebesar 0.139, t-statistik 2.696, dan p-value 0.007. Ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, pemahaman finansial yang baik dari pelaku UMKM turut berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan.

Hipotesis 4 Payment Gateway (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Dari hasil analisa data diatas nilai Koefisien jalur sebesar 0.455, t-statistik 7.084, dan p-value 0.000. Ini menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan dari payment gateway terhadap kepuasan pelanggan. Aksesibilitas dan kemudahan sistem pembayaran elektronik berkontribusi besar dalam meningkatkan pengalaman pelanggan.

Hipotesis 5 pengaruh Kualitas Layanan (Z) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Dari hasil analisa data diatas Koefisien jalur sebesar 0.286 dengan nilai t-statistik 4.688 dan p-value 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik Kualitas Layanan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

2. Pengaruh Tidak Langsung

Tabel 4. 7 Pengujian Variabel Intervening

Relasi	Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation	T Statistics	P Values
Literasi Keuangan (X1) -> Kualitas Layanan (Z) -> Kepuasan Pelanggan (Y)	0,082	0,08	0,024	3,44	0,001
Payment Gateway (X2) -> Kualitas Layanan (Z) -> Kepuasan Pelanggan (Y)	0,17	0,167	0,038	4,435	0

Sumber: Output SmartPLS, 2025

Hipotesis 6 Literasi Keuangan (X1) melalui Kualitas Layanan (Z) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Efek tidak langsung memiliki nilai koefisien sebesar 0.082, dengan nilai t-statistik 3.440 dan p-value 0.001. Hasil ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh secara tidak langsung terhadap kepuasan pelanggan melalui Kualitas Layanan, dan pengaruh tersebut signifikan secara statistik. Artinya, semakin baik literasi keuangan pelaku UMKM, maka Kualitas Layanan yang mereka berikan semakin baik, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan.

Hipotesis 7 Payment Gateway (X2) melalui Kualitas Layanan (Z) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Efek tidak langsung sebesar 0.170, dengan t-statistik 4.435 dan p-value 0.000. Ini menunjukkan bahwa payment gateway juga berpengaruh secara tidak langsung terhadap kepuasan pelanggan melalui peningkatan Kualitas Layanan, dan efek tersebut sangat signifikan. Artinya, sistem pembayaran digital tidak hanya langsung meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga memperkuat Kualitas Layanan yang diberikan pelaku usaha yang kemudian berimbas pada peningkatan kepuasan pelanggan.

PEMBAHASAN

1. Literasi keuangan berpengaruh terhadap Kualitas Layanan

Berdasarkan tanggapan responden UMKM di Sidoarjo, diketahui bahwa secara umum pelaku usaha telah memiliki kinerja yang baik. Namun demikian, peneliti menilai penting untuk menelaah lebih dalam faktor-faktor yang memengaruhi peningkatan maupun penurunan Kualitas Layanan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Layanan. Berdasarkan indikator literasi keuangan (X1) seperti pemahaman pengelolaan keuangan (X1.1), pengelolaan utang (X1.2), tabungan dan investasi (X1.3), serta manajemen risiko (X1.4–X1.6) yang memiliki nilai Koefisien sebesar 0.285, nilai t-statistik: $5.794 > 1.96$, dan p-value: $0.000 < 0.05$. dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM yang memiliki pemahaman dan penerapan yang baik terhadap aspek-aspek tersebut cenderung menjalankan usaha secara lebih terencana dan efisien. Mereka mampu mengalokasikan dana operasional secara tepat, merencanakan anggaran promosi dan pelayanan, serta menyediakan dana cadangan untuk pengembangan sistem pelayanan atau pelatihan karyawan.

Dalam konteks Kecamatan Sidoarjo, pelaku UMKM yang memiliki kemampuan mengelola keuangan secara cermat umumnya lebih siap dalam menghadapi tantangan layanan pelanggan, seperti lonjakan permintaan, keluhan, atau kebutuhan personalisasi produk. Misalnya, pelaku usaha makanan dan minuman di kawasan Ruko Suncity dan Pasar Larangan yang memahami arus kas dan margin keuntungan mampu menyusun strategi pelayanan seperti promo bundling, diskon loyalitas, atau peningkatan kualitas kemasan dan kebersihan. Hal tersebut berdampak langsung pada pengalaman pelanggan yang lebih baik.

Hasil ini sejalan dengan teori resource-based view, yang menekankan bahwa keunggulan kompetitif suatu usaha dapat berasal dari sumber daya internal, termasuk kemampuan finansial pelaku usaha. Dengan literasi keuangan yang baik, pelaku usaha mampu mengalokasikan sumber daya pelayanan secara optimal dan menjamin kesinambungan layanan dalam jangka panjang [34].

Temuan serupa dikemukakan oleh [35], Menyimpulkan bahwa literasi keuangan berdampak signifikan terhadap **keberlanjutan bisnis UMKM**, melalui peningkatan perencanaan dan layanan operasional.

2. Payment gateway berpengaruh terhadap Kualitas Layanan

Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan payment gateway berpengaruh kuat terhadap kualitas layanan. Indikator payment gateway (X2) yang mencakup indikator seperti keamanan transaksi (X2.1), kemudahan penggunaan (X2.2), efisiensi pembayaran (X2.3), dan fleksibilitas metode pembayaran (X2.4-X2.7) terbukti meningkatkan efektivitas transaksi bisnis, dengan nilai Koefisien: 0.594, nilai t-statistik: 11.769, dan nilai p-value: $0.000 < 0.05$. Dapat dikatakan bahwa Adopsi teknologi ini memungkinkan pelaku UMKM untuk menerima pembayaran non-tunai dari berbagai platform (ShopeePay, OVO, GoPay, QRIS, dll) secara aman dan cepat. Selain mempercepat proses transaksi di kasir, penggunaan payment gateway memungkinkan pelaku usaha untuk mencatat dan merekap transaksi dengan akurat, sehingga memudahkan pengelolaan keuangan dan analisis usaha ke depannya.

Kondisi ini sangat sesuai dengan realitas UMKM di **Kecamatan Sidoarjo**, terutama di kawasan kuliner seperti **Alun-Alun, GOR Sidoarjo, dan ruko Jalan KH. Mukmin**, yang telah banyak memanfaatkan sistem pembayaran digital sebagai bagian dari strategi pelayanan. Di era pascapandemi, transaksi non-tunai menjadi pilihan utama masyarakat karena higienis dan efisien. Kecepatan layanan dan kemudahan pembayaran inilah yang memperkuat kualitas layanan dari sisi konsumen.

Temuan ini sejalan dengan penelitian[36], menunjukkan bahwa **integrasi e-payment secara signifikan memperkuat kelancaran operasional dan kualitas layanan UMKM**. Sistem pembayaran digital membantu pelaku usaha memproses transaksi lebih cepat, mengurangi kesalahan, dan meningkatkan efisiensi layanan. Temuan ini relevan dengan kondisi UMKM di Sidoarjo, di mana adopsi QRIS dan e-wallet terbukti mempercepat pelayanan dan meningkatkan kenyamanan pelanggan.

3. Literasi keuangan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan UMKM

Hasil pengujian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan UMKM dengan nilai koefisien sebesar 0.139, t-statistik sebesar 2.696 (> 1.96), dan p-value 0.007 (< 0.05). Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan pelaku usaha dalam mengelola keuangan tidak hanya berdampak pada aspek internal usaha, tetapi juga memberikan dampak eksternal yang nyata terhadap pengalaman pelanggan.

Khususnya di Kecamatan Sidoarjo, yang merupakan pusat pemerintahan dan ekonomi Kabupaten Sidoarjo, mayoritas UMKM berada di wilayah perkotaan seperti Kelurahan Sidokumpul, Sidokare, Lemahputro, dan Sekardangan. Pelaku UMKM di daerah ini memiliki akses yang relatif lebih mudah terhadap pelatihan dan edukasi keuangan yang diselenggarakan oleh Dinas Koperasi dan instansi terkait. Literasi keuangan yang baik membuat pelaku usaha di kecamatan ini tidak hanya sekadar menjalankan usaha secara tradisional, tetapi juga mulai menerapkan prinsip-prinsip pengelolaan usaha yang sehat, seperti pencatatan transaksi, penghitungan margin keuntungan, serta pengendalian biaya operasional. Hal ini berdampak langsung pada kepuasan pelanggan, terutama pada UMKM yang bergerak di sektor jasa dan makanan, yang menuntut transparansi harga dan pelayanan yang efisien. Dengan literasi keuangan yang baik, pelaku usaha di Kecamatan Sidoarjo lebih responsif terhadap kebutuhan konsumen dan mampu memberikan penawaran yang lebih sesuai.

Penelitian ini mendukung teori kepuasan pelanggan dari Oliver (1997) yang ada di penelitian [37], menyatakan bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan sangat dipengaruhi oleh ekspektasi dan hasil aktual. Dalam hal ini, literasi keuangan berperan dalam menjembatani ekspektasi tersebut dengan memberikan pelayanan yang konsisten dan kredibel.

4. Payment gateway berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan UMKM

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa payment gateway memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien sebesar 0.455, t-statistik sebesar 7.084, dan p-value 0.000. Artinya, semakin optimal penggunaan sistem pembayaran digital oleh pelaku UMKM, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan yang mereka terima.

UMKM di Kecamatan Sidoarjo telah mulai mengadopsi sistem pembayaran digital melalui kerjasama dengan perbankan dan penyedia layanan fintech. Di daerah seperti Ruko Suncity, Perumahan Bumi Citra Fajar, dan Pasar Larangan, banyak UMKM yang telah menyediakan pembayaran QRIS karena tuntutan pelanggan yang semakin terbiasa dengan sistem digital. Hal ini memudahkan konsumen dalam bertransaksi dan mempersingkat waktu pelayanan, terutama saat jam sibuk. Konsumen merasa puas karena transaksi menjadi lebih praktis, cepat, dan aman, yang tentunya meningkatkan loyalitas terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

Dukungan ini diperkuat oleh riset dari [38], yang menyatakan bahwa penggunaan payment gateway dalam transaksi UMKM secara signifikan memengaruhi loyalitas dan kepuasan pelanggan karena kecepatan dan kenyamanan yang dirasakan pelanggan. Dengan mengintegrasikan teknologi ke dalam sistem pembayaran, UMKM tidak hanya mempercepat proses transaksi tetapi juga memperkuat kepercayaan konsumen terhadap brand usaha mereka.

5. Kualitas Layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan UMKM

Hasil analisis menunjukkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai koefisien sebesar 0.286, t-statistik 4.688, dan p-value 0.000. Artinya, semakin baik Kualitas Layanan yang diberikan, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan yang dirasakan.

Kualitas layanan dalam konteks ini mencakup beberapa dimensi seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik (tangible). Pelaku UMKM di Kecamatan Sidoarjo yang mampu memberikan pelayanan yang konsisten, cepat tanggap terhadap keluhan pelanggan, sopan, dan memiliki fasilitas penunjang (misalnya sistem antrean, aplikasi pemesanan, atau tempat usaha yang bersih dan nyaman) cenderung mendapatkan respons yang lebih positif dari konsumen.

Temuan ini sejalan dengan model SERVQUAL dari Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, yang menjelaskan bahwa kualitas layanan adalah kunci dalam menciptakan kepuasan pelanggan karena secara langsung memengaruhi persepsi mereka terhadap nilai dari produk atau jasa yang diterima[39].

Penelitian oleh [40] juga mendukung temuan ini. Mereka menemukan bahwa semua dimensi kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan UMKM. Dengan demikian, hasil ini memperkuat pentingnya pelatihan dan evaluasi kualitas layanan secara berkala oleh pelaku UMKM agar dapat mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

6. Kualitas layanan memiliki peran sebagai variabel intervening dalam hubungan antara literasi keuangan dengan kepuasan pelanggan

Hasil pengujian terhadap pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan melalui variabel mediasi kinerja UMKM. Nilai koefisien sebesar 0.082, t-statistik 3.440, dan p-value 0.001 menunjukkan adanya mediasi parsial. Artinya, literasi keuangan tidak hanya memberikan dampak langsung terhadap kepuasan pelanggan, tetapi juga memengaruhi melalui kualitas layanan yang diberikan. Ini menguatkan konsep bahwa pengetahuan tanpa penerapan tidak cukup, dan dampaknya akan terlihat saat kemampuan itu diterjemahkan menjadi aksi nyata dalam pengelolaan usaha.

Dalam konteks UMKM di Kecamatan Sidoarjo, pelaku usaha yang memiliki literasi keuangan yang baik lebih mampu mengelola keuangan secara efisien, menetapkan harga secara tepat, dan mengalokasikan dana untuk meningkatkan aspek layanan seperti pelatihan staf, pembaruan fasilitas, serta peningkatan kenyamanan konsumen. Efektivitas dalam pengelolaan keuangan ini pada akhirnya menciptakan pengalaman pelayanan yang lebih memuaskan bagi pelanggan.

Contohnya dapat dilihat pada UMKM di kecamatan Sidoarjo yang mulai memahami pentingnya pencatatan transaksi dan pengelolaan arus kas cenderung memberikan layanan yang lebih cepat dan transparan, yang berdampak langsung pada kepuasan pelanggan. Mereka mampu menyesuaikan operasional harian dengan data keuangan yang lebih akurat dan memprioritaskan kebutuhan pelanggan berdasarkan perhitungan margin dan arus kas.

"penelitian oleh [41] menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap persepsi kualitas layanan fintech syariah, dan kualitas layanan tersebut selanjutnya secara signifikan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, literasi keuangan diusulkan memiliki efek tidak langsung yang penting terhadap kepuasan nasabah melalui jalur kualitas layanan."

7. Kualitas layanan memiliki peran sebagai variabel intervening dalam hubungan antara penggunaan payment gateway dengan kepuasan pelanggan

Hasil uji hipotesis juga menunjukkan bahwa payment gateway memberikan pengaruh tidak langsung terhadap kepuasan pelanggan melalui kualitas layanan. Nilai koefisien sebesar 0.170, t-statistik 4.435, dan p-value 0.000 menunjukkan bahwa pengaruh ini sangat signifikan. Menunjukkan bahwa payment gateway memengaruhi kepuasan pelanggan melalui kualitas layanan. Artinya, UMKM yang mengadopsi sistem pembayaran digital tidak hanya mempercepat transaksi pelanggan, tetapi juga memperbaiki struktur operasional internal. Kualitas layanan yang meningkat itulah yang menjadi jalur perantara menuju kepuasan pelanggan yang lebih tinggi.

UMKM di Kecamatan Sidoarjo yang menggunakan sistem pembayaran digital mulai menikmati dampak positif dari sisi efisiensi kerja dan pengalaman pelanggan. Sistem seperti QRIS, ShopeePay, dan transfer virtual mempermudah proses transaksi dan pencatatan, mengurangi kesalahan input kas, dan meningkatkan waktu pelayanan. Di lingkungan UMKM kecamatan Sidoarjo, pelaku usaha telah mengintegrasikan payment gateway dengan aplikasi kasir. Hal ini membuat pelaporan penjualan harian lebih akurat dan mempercepat analisis bisnis. Dampak akhirnya adalah peningkatan kualitas layanan kepada pelanggan, seperti pemrosesan transaksi yang cepat dan kemudahan refund atau bukti pembayaran.

Penelitian oleh [42] menyimpulkan bahwa penggunaan payment gateway memberikan pengaruh signifikan secara tidak langsung terhadap kepuasan pelanggan melalui peningkatan efisiensi dan pengelolaan usaha termasuk perbaikan kualitas layanan.

V. PENUTUP

Kesimpulan

1. Literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan. Pemahaman pelaku usaha terhadap pengelolaan keuangan, utang, tabungan/investasi, dan manajemen risiko terbukti meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas pengambilan keputusan, sehingga berdampak pada peningkatan kualitas layanan usaha secara keseluruhan.
2. Penggunaan payment gateway berpengaruh kuat dan signifikan terhadap kualitas layanan. Teknologi pembayaran digital mempermudah proses transaksi, memperluas akses pasar, dan mendukung pencatatan keuangan yang akurat. Hal ini membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan produktivitas dan efektivitas usaha.
3. Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan pengelolaan keuangan yang baik, pelaku usaha dapat memberikan layanan yang lebih profesional, transparan, serta memenuhi ekspektasi konsumen, yang akhirnya meningkatkan kepuasan mereka.
4. Payment gateway memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sistem pembayaran digital yang cepat, aman, dan fleksibel memberikan kemudahan dalam bertransaksi, meningkatkan kenyamanan, dan memperkuat loyalitas pelanggan.
5. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. UMKM yang menunjukkan omset penjualan yang baik, pertumbuhan pelanggan, dan efisiensi kerja yang tinggi cenderung memberikan pengalaman yang lebih memuaskan bagi pelanggan.
6. Kualitas layanan secara signifikan memediasi hubungan antara literasi keuangan dan kepuasan pelanggan. Pemahaman keuangan yang baik akan meningkatkan kualitas layanan yang di berikan, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan pelanggan secara tidak langsung.
7. Kualitas layanan juga memediasi secara signifikan hubungan antara penggunaan payment gateway dan kepuasan pelanggan. Penggunaan sistem pembayaran digital memperkuat struktur operasional, meningkatkan efektivitas layanan, dan memberikan dampak positif terhadap kepuasan pelanggan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar pelaku UMKM meningkatkan literasi keuangan dan mengadopsi payment gateway guna menunjang efisiensi transaksi dan kualitas layanan, yang berdampak pada kepuasan pelanggan. Pemerintah dan instansi terkait diharapkan menyediakan pelatihan terpadu serta dukungan kebijakan untuk percepatan transformasi digital UMKM. Peneliti selanjutnya dapat memperluas cakupan variabel maupun wilayah penelitian agar hasil lebih komprehensif dan generalis. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat dimanfaatkan oleh akademisi sebagai bahan kajian dan pengabdian kepada masyarakat dalam rangka penguatan kapasitas UMKM di era digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah, serta kekuatan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan artikel ini dengan baik. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada dosen pembimbing atas segala bimbingan, arahan, dan ilmu yang telah diberikan selama proses penyusunan artikel ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua tercinta atas doa, dukungan, dan semangat yang tiada henti. Tak lupa, penulis menyampaikan apresiasi kepada sahabat dan teman-teman yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam berbagai bentuk selama proses ini berlangsung. Penulis berharap karya ini dapat memberikan manfaat, menambah wawasan, serta menjadi kontribusi positif bagi semua pihak yang membacanya.

REFERENSI

- [1] Djunaedi et all.“View of Pengaruh Kualitas Layanan sebag...MKM Sektor Kuliner di Kabupaten Kediri.” Jurnal Riset Bisnis dan Ekonomi. 2021.pdf.”
- [2] F. R. Nafisah, E. Yunaidi, and S. Wahyudi, “The Effect of Responsiveness and Perceived Service Quality on Customer Satisfaction in MSMEs Batik in Semarang City,” *Res. Horiz.*, vol. 4, no. 6, pp. 9–16, 2024.

- [3] A. Lusardi and O. S. Mitchell, "The economic importance of financial literacy," *J. Econ. Lit.*, vol. 52, no. 1, p. 65, 2021.
- [4] A. A. Alhammadi and M. U. Tariq, "The Impact of Quality E-payment System on Customer Satisfaction," *J. Crit. Rev.*, vol. 7, no. 15, pp. 5438–5447, 2020.
- [5] B. Bidasari, S. Sahrir, G. Goso, and R. S. Hamid, "Peran Literasi Keuangan dan Literasi Digital dalam Meningkatkan Kinerja UMKM," *Owner*, vol. 7, no. 2, pp. 1635–1645, 2023, doi: 10.33395/owner.v7i2.1404.
- [6] Y. Astini, E. Setiawati, A. K. Fauzi, and I. G. A. W. Putra, "Peningkatan Kinerja UMKM di Kota Mataram Melalui Literasi Keuangan, Financial Technology, dan Inklusi Keuangan," *eCo-Fin*, vol. 6, no. 2, pp. 430–440, 2024, doi: 10.32877/ef.v6i2.1440.
- [7] A. P. Y. K. Wardani and N. A. S. Darmawan, "Peran Financial Technology pada UMKM: Peningkatan Literasi Keuangan Berbasis Payment Gateway," *J. Ilm. Akunt. dan Humanika*, vol. 10, no. 2, p. 170, 2020, doi: 10.23887/jiah.v10i2.25947.
- [8] S. Anisah and E. Amaniyah, "Pengaruh Literasi Keuangan, Risiko Transaksi dan Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan QRIS Pada UMKM di Sampang," *J. Account. Financ. Manag.*, vol. 5, no. 5, pp. 1068–1078, 2024, doi: 10.38035/jafm.v5i5.1056.
- [9] K. AL-Qawasmi, "Proposed E-payment Process Model to Enhance Quality of Service through Maintaining the Trust of Availability," *Int. J. Emerg. Trends Eng. Res.*, vol. 8, no. 6, pp. 2296–2300, 2020, doi: 10.30534/ijeter/2020/16862020.
- [10] A. Novianti and M. Wibisono, "Pengaruh Kualitas Website E-Commerce Dan Penggunaan E-Payment Terhadap Nilai Bisnis Dengan Kunjungan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi," *J. MANAJERIAL*, vol. 19, no. 2, pp. 120–141, 2020, doi: 10.17509/manajerial.v19i2.23579.
- [11] B. Setiawan, B. Selviana, and A. S. Y. Irawan, "Mengoptimalkan Fungsi Payment Gateway Midtrans pada Website Coffee Shop Melalui Penggunaan Metode Prototype pada Proses Pengembangan," *JRST (Jurnal Ris. Sains dan Teknol.)*, vol. 7, no. 2, p. 219, 2023, doi: 10.30595/jrst.v7i2.16964.
- [12] L. P. Sutrisno, "Tingkat Kepuasan Konsumen E-Commerce pada Penggunaan Payment Gateway dengan Pendekatan Metode EUCS," 2022.
- [13] S. W. Rumpa, M. I. W. Haeruddin, S. Hasbiah, A. Tawe, and M. I. Musa, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada UMKM Warung Bakso Iwan di Tana Toraja," *Econ. Digit. Bus.*, vol. 4, no. 2, pp. 334–348, 2023.
- [14] N. Qomariah, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Inst," *Jurnal Aplikasi Manajemen*, vol. 10, no. 1, pp. 177–187, 2012.
- [15] B. Yudhanto, H. D. Waloejo, and N. Farida, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Susuku Café Ungaran)," *J. Ilmu Adm. Bisnis*, vol. 11, no. 2, pp. 142–150, 2022, doi: 10.14710/jiab.2022.34203.
- [16] Hermawan A., *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI APOTEK SALSABILAH*, no. Table 10. 2024.
- [17] E. P. Maulidiah, S. Survival, and B. Budiantono, "Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan," *J. Econ.*, vol. 2, no. 3, pp. 727–737, 2023, doi: 10.55681/economina.v2i3.375.
- [18] I. W. Aprilla and S. Amalia, "Peran Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Online," *J. Ris. Bisnis dan Investasi*, vol. 5, no. 1, p. 1, 2019, doi: 10.35697/jrbi.v5i1.1611.
- [19] M. R. Adiyanto and A. S. D. Purnomo, "Dampak Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Keuangan Syariah," *J. Adm. Kant.*, vol. 9, no. 1, pp. 1–12, 2021.
- [20] D. Latifiana, "Studi Literasi Keuangan Pengelola Usaha kecil Menengah (UKM)," *Semin. Nas. Pendidik. Ekon. dan Bisnis 2017*, pp. 1–7, 2020.
- [21] D. Rika Widianita, "Keberadaan Payment Gateaway Dan Literasi Keuangan Dalam Peningkatan Kinerja Keuangan Pada Umkm Industri Food And Beverages Kota Makasar," *AT-TAWASSUTH J. Ekon. Islam*, vol. VIII, no. I, pp. 1–19, 2023.
- [22] L. Keuangan and U. Terhadap, "Pengaruh Payment Gateway , Digitalisasi UMKM , Pendahuluan," 2024.
- [23] A. Lubis, "Skripsi Ainun Mardiah Lubis.," *Ekon. Kop. Dan Kewirausahaan*, vol. 13, no. 2, 2021.
- [24] E. T. Kepuasan, P. Pada, and B. Solo, "1 , 2 , 3," 2022.
- [25] W. Utami, "Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Pada LoyalitasElektronik (Kepuasan Elektronik Sebagai Variabel Mediasi Dan Kepercayaan Yang Dirasakan Sebagai Variabel Moderasi)," *J. Menara Ekon. Penelit. dan Kaji. Ilm. Bid. Ekon.*, vol. 3, no. 6, pp. 20–32, 2022.
- [26] D. Veronica, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan," *J. Dev.*, vol. 5, no. 1, pp. 55–69, 2017, doi: 10.53978/jd.v5i1.45.

- [27] A. Rustamana, P. Wahyuningsih, M. F. Azka, and P. Wahyu, "Penelitian Metode Kuantitatif," *Sindoro Cendikia Pendidik.*, vol. 5, no. 6, pp. 1–10, 2024.
- [28] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cet. 1. BANDUNG: ALFABETA, 2020.
- [29] D. Firmansyah and Dede, "Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review," *J. Ilm. Pendidik. Holistik*, vol. 1, no. 2, pp. 85–114, 2022, doi: 10.55927/jiph.v1i2.937.
- [30] S. M. Azuar Juliandi, Irfan, *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi*, Ctk 1. Medan: UMSU Press, 2020
- [31] C. S. Raya, D. Sri, W. P. Giningroem, D. P. Sari, and M. Rafly, "Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan (Literature Review Manajemen Sumber Daya Manusia)," *GLORY (Glob. Leadersh. Organ. Res. Manag.)*, vol. 2, no. 1, pp. 32–46, 2024.
- [32] Y. Soelasih, S. Sumani, and J. David Wetik, "Determinants of customer intentions to continue using full-service airlines in Indonesia," *Cogent Bus. Manag.*, vol. 11, no. 1, p., 2024, doi: 10.1080/23311975.2024.2428780.
- [33] W. Li and Y. F. Lay, "Examining the Reliability and Validity of Measuring Scales related to Informatization Instructional Leadership Using PLS-SEM Approach," *Din. J. Ilm. Pendidik. Dasar*, vol. 16, no. 1, p. 12, 2024, doi: 10.30595/dinamika.v16i1.19768.
- [34] Rina Maretasari, Sudarmiatin Sudarmiatin, and Puji Handayati, "Pengaruh Resource-Based View terhadap Innovation Performance pada UMKM Ekspor: Peran Moderasi Government Information Access," *J. Manaj. Bisnis Era Digit.*, vol. 2, no. 2, pp. 62–75, 2025, doi: 10.61132/jumabedi.v2i2.511.
- [35] Mohammad Chadir, Grace Yulianti, and Ruslaini Ruslaini, "Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keberlanjutan Bisnis UMKM di Indonesia," *JUMBIWIRA J. Manaj. Bisnis Kewirausahaan*, vol. 4, no. 1, pp. 218–220, 2025, doi: 10.56910/jumbiwira.v4i1.2079.
- [36] F. Nuraeni, Yanti, and A. Rachpriliani, "Pengaruh Layanan E-Payment dan E-Commerce terhadap Kinerja Supply Chain dalam Digitalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Usaha Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang," *El-Mal J. Kaji. Ekon. Bisnis Islam*, vol. 5, no. 3, pp. 1695–1708, 2024, doi: 10.47467/elmal.v5i3.787.
- [37] N. N. Lailly, S. Sudarno, and S. A. Totalia, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Gopay Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi," *J-KIP (Jurnal Kegur. dan Ilmu Pendidikan)*, vol. 6, no. 1, pp. 255–266, 2025, doi: 10.25157/j-kip.v6i1.16296.
- [38] M. N. Sugiantoro and A. R. J. M, "Analisis Pengaruh Minat Belanja Menggunakan Pembayaran Payment Gateway Pada UMKM," vol. 8, pp. 43242–43250, 2024.
- [39] M. Pakurár, H. Haddad, J. Nagy, J. Popp, and J. Oláh, "The service quality dimensions that affect customer satisfaction in the Jordanian banking sector," *Sustain.*, vol. 11, no. 4, pp. 1–24, 2019, doi: 10.3390/su11041113.
- [40] S. Daud, B. Jakti Wisesa, A. Auralio Joyo, A. Sunjaya, and U. Bandar Lampung, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kewirausahaan UMKM Kuliner (Studi Kasus Restoran 'Miss Mojito' di Labuhan Ratu, Bandar Lampung)," *Pendidik. Tambusai*, vol. 9, no. 1, pp. 961–970, 2025.
- [41] Fauzi et al., "The Influence of Knowledge, Service Quality, Trust, and Perceived Value on Sharia Fintech Customer Satisfaction," *J. Ilmu Ekon. Syariah*, vol. 14 (2), no. 2, pp. 343–356, 2022.
- [42] Rizky Dimas,R.U, "View of PENGARUH PAYMENT GATEWAY (GO-PA...INERJA FINANSIAL UMKM DI KOTA SALATIGA.", jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan. 2022.pdf."

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.