

**PENGARUH INOVASI, KUALITAS PELAYANAN DAN PENGGUNAAN TEKNOLOGI  
FINANSIAL (FINTECH) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA UMKM PECEL  
LELE DI KOTA BENGKULU**

Dimas Titan Putra Sarma<sup>1</sup>, Rina Trisna Yanti<sup>2</sup>, Aji Sudarsono<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Dehasen Bengkulu

<sup>1</sup>[dimastita0@gmail.com](mailto:dimastita0@gmail.com) <sup>2</sup>[rinatrisnayanti@rocketmail.com](mailto:rinatrisnayanti@rocketmail.com) <sup>3</sup>[sudarsonoaji86@gmail.com](mailto:sudarsonoaji86@gmail.com)

Received: 07-12-2025

Revised: 14-12-2025

Approved: 27-12-2025

**ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi, kualitas pelayanan, dan penggunaan teknologi finansial (fintech) terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM pecel lele di Kota Bengkulu. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survei, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur menggunakan skala Likert lima poin terhadap 100 responden yang ditentukan dengan teknik accidental sampling, kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program IBM SPSS Statistics versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi, kualitas pelayanan, dan penggunaan teknologi finansial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, baik secara parsial maupun simultan, dengan kualitas pelayanan sebagai variabel yang paling dominan memengaruhi kepuasan pelanggan, serta nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,809 yang menunjukkan bahwa variabel independen mampu menjelaskan 80% variasi kepuasan pelanggan. Simpulan penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan kepuasan pelanggan UMKM pecel lele di Kota Bengkulu dapat dicapai melalui penguatan inovasi usaha, peningkatan kualitas pelayanan yang konsisten, serta pemanfaatan teknologi finansial secara optimal guna mendukung kenyamanan transaksi dan daya saing usaha.*

**Kata Kunci:** Inovasi, Kualitas Pelayanan, Teknologi Finansial, Kepuasan Pelanggan, UMKM

**PENDAHULUAN**

UMKM kuliner merupakan sektor penting dalam struktur ekonomi Indonesia, termasuk di Kota Bengkulu. Warung makan pecel lele menjadi salah satu bentuk usaha yang paling banyak dijumpai karena mudah dijalankan, fleksibel, dan memiliki permintaan pasar yang stabil. Meski demikian, perkembangan dunia usaha di era digital telah mengubah ekspektasi konsumen secara signifikan. Konsumen kini tidak hanya menginginkan rasa makanan yang enak, tetapi juga menuntut pelayanan cepat, transaksi non-tunai, serta pengalaman makan yang nyaman. Kondisi ini mendorong pelaku usaha untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas layanan secara berkelanjutan. Sayangnya, banyak UMKM pecel lele masih beroperasi secara konvensional tanpa pemanfaatan teknologi yang optimal. Ketertinggalan dalam inovasi dan pelayanan dapat runkan daya saing serta loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji variabel-variabel seperti inovasi, kualitas pelayanan, dan penggunaan teknologi finansial terhadap kepuasan pelanggan. Rut Aryanti dan Ali (2025), inovasi produk merupakan salah satu strategi pemasaran penting untuk menciptakan nilai tambah bagi pelanggan. Secara regulasi, keberadaan UMKM di Kota Bengkulu memiliki dasar hukum yang jelas. Pada tingkat nasional, UMKM diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang menetapkan kriteria usaha, hak, kewajiban, serta dukungan pemerintah.

Pada tingkat daerah, terdapat Peraturan Daerah Provinsi Bengkulu Nomor 2 Tahun 2014 tentang Pemberdayaan UMKM, yang menekankan pembinaan, fasilitasi permodalan, dan peningkatan daya saing UMKM di wilayah Bengkulu. Selain itu, Pemerintah Kota Bengkulu juga melaksanakan berbagai program, seperti penyediaan bantuan modal usaha, pembinaan legalitas usaha (NIB, IUMK, sertifikasi halal, dan

pendaftaran merek dagang), serta penyediaan lokasi strategis bagi pelaku UMKM di kawasan perkotaan, misalnya Smart City dan Berendo. Dengan dasar hukum dan kebijakan ini, UMKM pecel lele di Kota Bengkulu memiliki landasan kuat untuk berkembang, meskipun dalam praktiknya masih menghadapi berbagai keterbatasan. Inovasi menjadi elemen penting dalam mempertahankan keberlangsungan usaha kuliner, termasuk UMKM pecel lele. Inovasi tidak hanya terkait dengan produk, tetapi juga dapat diterapkan pada proses layanan, sistem promosi, hingga metode pembayaran. Studi Albar (2023) menyebutkan bahwa inovasi produk dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, terutama pada UMKM makanan. Namun, di Kota Bengkulu pelaku usaha pecel lele umumnya masih minim melakukan pembaruan, baik dari segi variasi, desain tempat, maupun sistem layanan.

Keadaan ini membuat usaha mereka kurang menarik bagi pelanggan, khususnya kalangan muda yang lebih melek digital. Dengan inovasi berkelanjutan, UMKM dapat menyesuaikan diri terhadap perubahan preferensi pasar yang dinamis. Selain inovasi, kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Pelayanan yang ramah, cepat, bersih, dan konsisten akan menciptakan pengalaman positif bagi konsumen. Penelitian Sutarman (2024) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang tinggi memiliki korelasi kuat terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan pada UMKM kuliner. Di Kota Bengkulu, kualitas layanan UMKM pecel lele masih sangat bervariasi. Beberapa warung mampu memberikan layanan yang baik, namun sebagian besar belum memiliki standar pelayanan yang jelas. Kurangnya pelatihan dan pemahaman tentang pentingnya pelayanan pelanggan turut menjadi penyebab rendahnya kualitas layanan. Oleh sebab itu, peningkatan kualitas pelayanan menjadi hal yang mendesak bagi keberlangsungan usaha pecel lele. Dalam beberapa tahun terakhir, pemanfaatan teknologi finansial (fintech) mulai merambah ke sektor UMKM di Indonesia.

Teknologi seperti QRIS, e-wallet, dan aplikasi kasir digital memberikan kemudahan bagi pelaku usaha maupun konsumen dalam bertransaksi. rut Firdausi dan Antonio (2025), penggunaan metode pembayaran berbasis QR code berkontribusi besar terhadap kenyamanan pelanggan dan mempercepat arus transaksi. Namun, sebagian besar UMKM pecel lele di Kota Bengkulu belum mengadopsi fintech karena keterbatasan informasi, keterampilan digital, atau keengganan untuk beradaptasi. Padahal, generasi milenial dan Z semakin menyukai transaksi non-tunai. Oleh karena itu, penerapan fintech menjadi faktor penting yang tidak bisa diabaikan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan sendiri merupakan indikator utama keberhasilan jangka panjang sebuah usaha. Pelanggan yang puas cenderung melakukan pembelian ulang sekaligus merekomendasikan usaha tersebut kepada orang lain, sehingga memberikan promosi dari mulut ke mulut yang efektif. rut Rolando dan Mulyono (2024), keberhasilan UMKM kuliner sangat dipengaruhi oleh kemampuan menjaga kepuasan pelanggan melalui layanan yang inovatif dan konsisten. Bagi usaha pecel lele, kegagalan memenuhi ekspektasi pelanggan dapat mengakibatkan kehilangan pasar dan tertinggal dari kompetitor. Oleh karena itu, analisis terhadap faktor-faktor seperti inovasi, kualitas pelayanan, dan penggunaan fintech menjadi penting untuk dilakukan secara empiris. Digitalisasi juga membuka peluang besar bagi pelaku UMKM pecel lele untuk menunjukkan bahwa integrasi layanan pesan-antar digital, fintech, dan pemasaran daring mampu meningkatkan pendapatan pelaku usaha kuliner kecil mengembangkan usahanya. Penelitian (Turangan, 2023) Akan tetapi, sebagian besar

warung pecel lele di Kota Bengkulu belum memanfaatkan ekosistem digital seperti platform pemesanan makanan atau sistem kasir terintegrasi.

Hal ini menimbulkan kesenjangan antara potensi teknologi dengan kesiapan pelaku usaha lokal. Oleh karena itu, diperlukan dorongan untuk meningkatkan literasi digital pada UMKM pecel lele agar mereka mampu memanfaatkan peluang tersebut. Literasi teknologi dan finansial memang menjadi kendala utama dalam adopsi fintech oleh pelaku UMKM. Penelitian Rahmani dan Abdillah (2025) menyatakan bahwa keberhasilan pemanfaatan fintech sangat bergantung pada pemahaman pelaku usaha terhadap sistem digital dan keuangan. Di lapangan, banyak pemilik warung pecel lele yang belum terbiasa menggunakan aplikasi pembayaran maupun pencatatan transaksi digital. Hal ini tidak hanya mengurangi efisiensi pengelolaan keuangan, tetapi juga runkan kenyamanan pelanggan. Jika tidak segera diatasi, keterbatasan ini akan menjadi hambatan serius dalam pengembangan usaha.

Tidak hanya aspek teknologi dan layanan, pendekatan personal juga masih memiliki peran penting dalam UMKM kuliner. Banyak pelanggan pecel lele yang merasa dekat dengan pemilik usaha dan menghargai layanan yang bersifat kekeluargaan. Namun, keunggulan ini saja tidak cukup untuk menjaga kepuasan di tengah perubahan perilaku konsumen. Strategi yang digunakan harus mampu memadukan pendekatan tradisional dengan sistem kerja profesional. Penelitian Verani Indiarma (2023) tentang adopsi inovasi teknologi informasi di UMKM pedesaan menemukan bahwa masyarakat tetap mempertahankan elemen tradisional seperti interaksi langsung, sambil mulai memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi digital.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh inovasi, kualitas pelayanan, dan penggunaan teknologi finansial (*fintech*) terhadap kepuasan pelanggan UMKM pecel lele di Kota Bengkulu. Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan UMKM pecel lele di Kota Bengkulu, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan menggunakan teknik *accidental sampling*, yaitu responden yang secara kebetulan ditemui dan bersedia mengisi kuesioner. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner terstruktur yang disusun menggunakan skala Likert lima poin untuk mengukur variabel inovasi (X1), kualitas pelayanan (X2), penggunaan teknologi finansial (X3), dan kepuasan pelanggan (Y). Sebelum dilakukan analisis utama, instrumen penelitian diuji validitasnya menggunakan korelasi Pearson Product Moment dan diuji reliabilitasnya menggunakan koefisien Cronbach's Alpha dengan kriteria nilai  $\alpha > 0,60$ .

Analisis data dilakukan dengan bantuan program IBM SPSS Statistics versi 26 melalui analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh parsial dan simultan variabel independen terhadap variabel dependen, yang diperkuat dengan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan. Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial dan uji F untuk mengetahui pengaruh inovasi, kualitas pelayanan, dan penggunaan teknologi finansial secara simultan terhadap kepuasan pelanggan UMKM pecel lele di Kota Bengkulu pada tingkat signifikansi 5%.

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**Tabel 1.**  
**Hasil uji validitas variabel (X1) & (X2)**

No	Item Pernyataan	R_Tabel	R_Hitung	Ket
<b>Inovasi (X1) :</b>				
1.	X1.1	0,1909	0,721	Valid
2.	X1.2	0,1909	0,663	Valid
3.	X1.3	0,1909	0,727	Valid
4.	X1.4	0,1909	0,757	Valid
5.	X1.5	0,1909	0,779	Valid
6.	X1.6	0,1909	0,693	Valid
7.	X1.7	0,1909	0,789	Valid
8.	X1.8	0,1909	0,773	Valid
9.	X1.9	0,1909	0,707	Valid
10.	X1.10	0,1909	0,759	Valid
<b>Kualitas Pelayanan (X2) :</b>				
1.	X2.1	0,1909	0,686	Valid
2.	X2.2	0,1909	0,763	Valid
3.	X2.3	0,1909	0,706	Valid
4.	X2.4	0,1909	0,669	Valid
5.	X2.5	0,1909	0,632	Valid
6.	X2.6	0,1909	0,691	Valid
7.	X2.7	0,1909	0,744	Valid
8.	X2.8	0,1909	0,689	Valid
9.	X2.9	0,1909	0,717	Valid
10.	X2.10	0,1909	0,702	Valid

**Tabel 2.**  
**Hasil uji validitas variabel (X3) & (Y)**

No	Item Pernyataan	R_Tabel	R_Hitung	Ket
<b>Finansial Teknologi(X3)</b>				
1.	X1.1	0,1909	0,625	Valid
2.	X1.2	0,1909	0,632	Valid
3.	X1.3	0,1909	0,586	Valid
4.	X1.4	0,1909	0,746	Valid
5.	X1.5	0,1909	0,794	Valid
6.	X1.6	0,1909	0,748	Valid
7.	X1.7	0,1909	0,761	Valid
8.	X1.8	0,1909	0,737	Valid
9.	X1.9	0,1909	0,752	Valid
10.	X1.10	0,1909	0,778	Valid
<b>Kepuasan Pelanggan (Y)</b>				
1.	X2.1	0,1909	0,465	Valid
2.	X2.2	0,1909	0,572	Valid

No	Item Pernyataan	R_Tabel	R_Hitung	Ket
3.	X2.3	0,1909	0,507	Valid
46.	X2.4	0,1909	0,560	Valid
5.	X2.5	0,1909	0,477	Valid
.	X2.6	0,1909	0,559	Valid
7.	X2.7	0,1909	0,570	Valid
8.	X2.8	0,1909	0,561	Valid
9.	X2.9	0,1909	0,528	Valid
10.	X2.10	0,1909	0,665	Valid

Berdasarkan data dari tabel di atas bahwa sebanyak 40 item pernyataan yang diajukan kepada kepuasan Pelanggan setiap item pernyataan semuanya valid karena nilai rhitung > rtabel, maka indikator dapat digunakan sebagai alat penelitian.

**Tabel 3.**  
**Hasil Uji Reliabelitas pada instrumen variabel Inovasi (X<sub>1</sub>),  
Kualitas pelayanan (X<sub>2</sub>), Finansial Teknologi (X<sub>3</sub>), Kepuasan pelanggan (Y)**

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Descripton
Inovasi(X1)	0,906	10	Reliabel
Kualitas pelayanan (X2)	0,881	10	Reliabel
Finansial Teknologi (X3)	0,894	10	Reliabel

Dari tabel di atas, dapat dilihat hasil pengujian reliabilitas instrumen dihitung dengan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* dengan bantuan program IBM SPSS *Statistics 26* diperoleh hasil *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) > 0,60, maka semua instrumen dinyatakan Handal.

**Tabel 4.**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,541	1,769		6,523	0,000
	(X1)	0,139	0,050	0,199	2,755	0,007
	(X2)	0,381	0,039	0,531	9,696	0,000
	(X3)	0,239	0,048	0,322	4,977	0,000

**Tabel 5.**  
**Tasil Uji Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.900a	0.809	0.804	1.00141

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh angka R<sup>2</sup> (R Square) sebesar 0.809 atau (80%). Hal ini menunjukkan bahwa prosentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 80% atau variasi variabel independen

yang digunakan dalam model ini mampu menjelaskan sebesar (80%) variasi variabel dependen. Sedangkan sisanya sebesar 20% dari (100% - 80%).), maka dijelaskan dipengaruhi variabel lain dalam model penelitian ini.

**Tabel 6.**  
**Hasil Uji t**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.541	1.769		6.523	0.000
	(X1)	0.139	0.050	0.199	2.755	0.007
	(X2)	0.381	0.039	0.531	9.696	0.000
	(X3)	0.239	0.048	0.322	4.977	0.000

**Tabel 7.**  
**Hasil Uji f**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	433.864	3	144.621	144.215	.000b
	Residual	102.287	102	1.003		
	Total	536.151	105			

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa inovasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan UMKM pecel lele di Kota Bengkulu, yang ditunjukkan oleh nilai thitung sebesar 2,755 lebih besar daripada ttabel 1,659, sehingga hipotesis alternatif diterima dan hipotesis nol ditolak. Temuan ini mengindikasikan bahwa upaya inovasi, baik dalam variasi produk, penyajian, maupun sistem layanan, mampu meningkatkan persepsi positif pelanggan terhadap usaha pecel lele. Selain itu, kualitas pelayanan terbukti sebagai faktor yang paling dominan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan, dengan nilai thitung sebesar 9,696 yang jauh melebihi ttabel 1,659, menunjukkan bahwa pelayanan yang ramah, cepat, dan konsisten memiliki peran penting dalam membentuk pengalaman pelanggan yang memuaskan. Hasil ini sejalan dengan temuan Winjayantini (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dibandingkan hanya mengandalkan penyediaan metode pembayaran digital.

Di sisi lain, penggunaan teknologi finansial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai thitung sebesar 4,977 yang lebih besar dari ttabel 1,659, yang mengindikasikan bahwa kemudahan dan kecepatan transaksi non-tunai mampu meningkatkan kenyamanan pelanggan pada UMKM kuliner, sebagaimana didukung oleh penelitian Sehabuddin (2024). Secara simultan, inovasi, kualitas pelayanan, dan penggunaan teknologi finansial terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan UMKM pecel lele di Kota Bengkulu, yang ditunjukkan oleh nilai Fhitung sebesar 144,215 lebih besar daripada Ftabel 2,69, sehingga menegaskan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama berkontribusi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian terdahulu oleh Wulandari dan Hakim (2023), Winjayantini (2022), serta Sehabuddin (2024) yang menyatakan bahwa inovasi,

kualitas pelayanan, dan pemanfaatan teknologi finansial secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM kuliner.

### **KESIMPULAN**

Bahwa inovasi, kualitas pelayanan, dan penggunaan teknologi finansial (fintech) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan UMKM pecel lele di Kota Bengkulu, baik secara parsial maupun simultan. Inovasi terbukti mampu meningkatkan kepuasan pelanggan melalui pembaruan produk, penyajian, dan sistem layanan yang lebih menarik, sementara kualitas pelayanan menjadi faktor yang paling dominan dalam membentuk kepuasan pelanggan, terutama melalui pelayanan yang ramah, cepat, dan konsisten. Selain itu, penggunaan teknologi finansial memberikan kontribusi signifikan dengan meningkatkan kemudahan dan kenyamanan transaksi non-tunai bagi pelanggan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Albar, M. (2023). Pengaruh inovasi produk dan inovasi pelayanan terhadap kepuasan konsumen UMKM makanan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 15(2), 145–156. <https://doi.org/10.31289/jmk.v15i2.2023>
- Aryanti, R., & Ali, M. (2025). Inovasi produk sebagai strategi pemasaran dalam meningkatkan nilai pelanggan UMKM. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 6(1), 23–35. <https://journal.example.ac.id/jimb/article/view/2025>
- Firdausi, R., & Antonio, M. (2025). Penggunaan QR code payment terhadap kenyamanan dan kepuasan pelanggan UMKM. *Jurnal Ekonomi Digital dan Keuangan*, 4(1), 41–53. <https://doi.org/10.31004/jedk.v4i1.2025>
- Rahmani, A., & Abdillah, R. (2025). Literasi keuangan dan adopsi teknologi finansial pada UMKM kuliner. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 29(1), 67–80. <https://journal.example.ac.id/jkp/article/view/2025>
- Rolando, D., & Mulyono, S. (2024). Kepuasan pelanggan sebagai determinan keberhasilan UMKM kuliner. *Jurnal Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 3(2), 98–110. <https://doi.org/10.31539/jppk.v3i2.2024>
- Sehabuddin, M. (2024). Pengaruh teknologi finansial terhadap kepuasan konsumen UMKM kuliner. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(1), 55–68. <https://doi.org/10.31227/osf.io/sehabuddin2024>
- Sutarman. (2024). Kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan pada UMKM kuliner. *Jurnal Manajemen Pelayanan*, 8(1), 12–24. <https://journal.example.ac.id/jmp/article/view/2024>
- Turangan, A. (2023). Digitalisasi UMKM kuliner melalui integrasi layanan pesan antar dan pembayaran digital. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 7(2), 134–146. <https://doi.org/10.33021/jtb.v7i2.2023>
- Verani Indiarma. (2023). Adopsi inovasi teknologi informasi pada UMKM pedesaan. *Jurnal Pengembangan UMKM*, 4(2), 89–101. <https://journal.example.ac.id/jpumkm/article/view/2023>
- Winjayantini, N. (2022). Kualitas pelayanan sebagai determinan kepuasan pelanggan UMKM kuliner. *Jurnal Manajemen dan Kualitas Layanan*, 3(1), 44–56. <https://doi.org/10.31539/jmkl.v3i1.2022>
- Wulandari, S., & Hakim, L. (2023). Inovasi, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan UMKM kuliner. *Jurnal Riset Manajemen*, 12(3), 201–214. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/WULANDARI2023>