

**PENGARUH DIGITALISASI PEMASARAN DAN DIGITALISASI
OPERASIONAL USAHA TERHADAP DAYA SAING UMKM
DI KOTA BANDUNG
(Survei Pada Pelaku UMKM Sektor Kuliner di Kecamatan Panyileukan dan
Bandung Wetan)**

Oleh,
Nova Julianti Savitri
225020016

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital mendorong perubahan signifikan dalam dunia usaha, termasuk bagi UMKM. Namun, banyak pelaku UMKM sektor kuliner di Kota Bandung belum memanfaatkan digitalisasi secara optimal sehingga berdampak pada rendahnya daya saing. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh digitalisasi pemasaran dan digitalisasi operasional terhadap daya saing UMKM sektor kuliner di Kecamatan Panyileukan dan Bandung Wetan, baik secara parsial maupun simultan. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan desain survei cross-sectional. Populasi berjumlah 1.113 pelaku UMKM kuliner dengan sampel 294 responden menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing (t hitung = 22,400, sig. 0,000). Digitalisasi operasional juga berpengaruh positif dan signifikan (t hitung = 10,841, sig. 0,000). Secara simultan, keduanya berpengaruh signifikan terhadap daya saing (F hitung = 1.445,082, sig. 0,000) dengan kontribusi sebesar 87,9%. Disimpulkan bahwa penerapan digitalisasi pemasaran dan operasional secara bersama-sama mampu meningkatkan daya saing UMKM secara signifikan, sehingga pelaku UMKM perlu didorong untuk mengadopsi teknologi digital secara lebih aktif.

Kata Kunci: Digitalisasi Pemasaran, Digitalisasi Operasional, Daya Saing UMKM

**THE IMPACT OF MARKETING AND OPERATIONAL DIGITALIZATION
ON THE COMPETITIVENESS OF MSMEs
IN BANDUNG CITY
(A Survey of MSME Operators in the Culinary Sector in Panyileukan and
Bandung Wetan Districts)**

**By,
Nova Juliani Savitri
225020016**

ABSTRACT

The development of digital technology has driven significant changes in the business world, including for MSMEs. However, many culinary MSMEs in Bandung City have not utilized digitalization optimally, resulting in low competitiveness. This study aims to determine the effect of marketing digitalization and operational digitalization on the competitiveness of culinary MSMEs in Panyileukan and Bandung Wetan Districts, both partially and simultaneously. The method used is a quantitative approach with a cross-sectional survey design. The population was 1,113 culinary MSMEs with a sample of 294 respondents using a purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression with SPSS version 25. The results showed that marketing digitalization had a positive and significant effect on competitiveness (t count = 22.400, sig. 0.000). Operational digitalization also had a positive and significant effect (t count = 10.841, sig. 0.000). Simultaneously, both factors significantly influenced competitiveness (F-test = 1,445.082, significant 0.000), contributing 87.9%. It was concluded that the joint implementation of marketing and operational digitalization significantly increased the competitiveness of MSMEs, thus encouraging MSMEs to adopt digital technology more actively.

Keywords: *Marketing Digitalization, Operational Digitalization, MSME Competitiveness*

**PANGARUH DIGITALISASI PEMASARAN SARENG DIGITALISASI
OPERASIONAL USAHA KANA DAYA SAING UMKM DI KOTA
BANDUNG**

**(Survéi Kana Palaku UMKM Séktor Kuliner di Kacamatan Panyileukan
sareng Bandung Wetan)**

Ku,
Nova Juliani Savitri
225020016

RINGKÈSAN

Kamekaran téknologi digital nyababkeun ayana parobahan anu kacida pentingna dina dunya usaha, kaasup dina widang Usaha Mikro, Leutik, jeung Menengah (UMKM). Sanajan kitu, masih kénéh réa palaku UMKM dina séktor kuliner di Kota Bandung anu can ngamangpaatkeun digitalisasi sacara optimal, anu antukna mangaruhan kana handapna daya saing usaha. Ieu panalungtikan miboga tujuan pikeun mikanyaho pangaruh digitalisasi pamasaran jeung digitalisasi operasional usaha kana daya saing UMKM séktor kuliner di Kacamatan Panyileukan jeung Bandung Wetan, boh sacara parsial boh sacara simultan. Méthode anu digunakeun dina ieu panalungtikan nyaéta pamarekan kuantitatif kalawan desain survéy cross-sectional. Populasi dina ieu panalungtikan jumlahna 1.113 palaku UMKM kuliner, kalawan sampel saloba 294 réspondén anu ditangtukeun ngaliwatan téhnik purposive sampling. Data dikumpulkeun ngaliwatan kuesionér sarta dianalisis ngagunakeun téhnik analisis régresi linear berganda kalawan bantuan program SPSS vérsi 25.

Hasil panalungtikan nuduhkeun yén digitalisasi pamasaran miboga pangaruh anu positif jeung signifikan kana daya saing (t hitung = 22,400; sig. 0,000). Digitalisasi operasional usaha ogé miboga pangaruh anu positif jeung signifikan kana daya saing (t hitung = 10,841; sig. 0,000). Sacara simultan, duanana variabel miboga pangaruh anu signifikan kana daya saing (F hitung = 1.445,082; sig. 0,000) kalawan kontribusi sagedé 87,9%. Dumasar kana hasil panalungtikan, bisa dicindekkeun yén palaksanaan digitalisasi pamasaran jeung digitalisasi operasional usaha sacara babarengan mampu ngaronjatkeun daya saing UMKM sacara signifikan. Ku kituna, palaku UMKM perlu didorong sangkan leuwih aktif dina ngalarapkeun sarta ngamangpaatkeun téknologi digital dina kagiatan usahana.

Kecap Galeuh: Digitalisasi Pamasaran, Digitalisasi Operasional, Daya Saing UMKM