

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara organisasi dan pelaku usaha menjalankan kegiatan bisnis. Transformasi digital tidak hanya dipahami sebagai perubahan dari proses manual menuju penggunaan aplikasi atau perangkat digital, tetapi juga mencakup perubahan dalam proses bisnis, model usaha, penciptaan nilai, serta cara organisasi merespons perkembangan lingkungan. Verhoef et al., (2021) menjelaskan bahwa transformasi digital berkembang melalui tahapan *digitization*, *digitalization*, hingga *digital transformation*, sehingga pemanfaatan teknologi pada tahap yang lebih lanjut dapat memengaruhi cara perusahaan menjalankan dan mengembangkan kegiatan bisnisnya.

Perubahan tersebut menjadi semakin penting bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) karena kelompok usaha ini harus menghadapi perubahan perilaku konsumen, perkembangan teknologi, dan persaingan yang semakin dinamis dengan sumber daya yang relatif terbatas. Ramdani et al., (2022) menjelaskan bahwa inovasi digital pada UMKM dipengaruhi oleh berbagai faktor internal maupun eksternal dan dapat berhubungan dengan perubahan proses bisnis serta kinerja organisasi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital tidak cukup hanya dilihat dari kepemilikan atau penggunaan perangkat, tetapi juga dari kemampuan pelaku usaha dalam memahami, mengelola, dan mengintegrasikannya ke dalam kegiatan bisnis.

Percepatan pemanfaatan teknologi juga semakin terlihat setelah pandemi Covid-19. Perubahan pola konsumsi dan transaksi mendorong pelaku usaha untuk menggunakan berbagai saluran digital dalam mempertahankan kegiatan bisnis dan menjangkau konsumen. Papadopoulos et al., (2020) menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital berkaitan dengan kemampuan UMKM dalam menjaga keberlangsungan usaha ketika menghadapi kondisi krisis. Perubahan tersebut memperkuat posisi teknologi digital sebagai bagian yang semakin penting dalam pengelolaan UMKM.

Di Indonesia, perkembangan digital didukung oleh jumlah pengguna internet yang terus meningkat. Peningkatan akses internet memberikan peluang yang semakin besar bagi masyarakat dan pelaku usaha untuk memanfaatkan berbagai layanan digital dalam aktivitas ekonomi. Perkembangan jumlah pengguna internet Indonesia selama periode 2022–2025 disajikan pada Tabel 1.1 berikut.

Tabel 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2022 – 2025

Tahun	Jumlah
2022	210.026.796
2023	215.262.156
2024	221.563.479
2025	229.428.417

Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia

Berdasarkan Tabel 1.1, jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat dari 210.026.796 pengguna pada tahun 2022 menjadi 229.428.417 pengguna pada tahun 2025. Penetrasi internet pada tahun 2025 telah mencapai sekitar 80,66 persen dari total populasi nasional. Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa internet semakin menjadi bagian dari aktivitas masyarakat, termasuk dalam mencari

informasi, berkomunikasi, melakukan pembayaran, dan menjalankan transaksi bisnis.

Besarnya penggunaan internet membuka peluang yang semakin luas bagi UMKM untuk mengembangkan kegiatan usaha melalui teknologi digital. Purnomo et al., (2024) menunjukkan bahwa transformasi digital pada UMKM di Indonesia dapat memberikan manfaat berupa perluasan jangkauan pasar dan peningkatan efisiensi operasional. Kesempatan tersebut belum sepenuhnya dapat dimanfaatkan secara merata karena pelaku UMKM masih menghadapi keterbatasan sumber daya dan keterampilan digital. Anatan & Nur (2023) juga menjelaskan bahwa proses transformasi digital UMKM masih menghadapi kendala pada aspek keuangan, sumber daya manusia, pemasaran, operasional, administrasi, dan pengelolaan organisasi.

Pentingnya UMKM dalam proses digitalisasi juga dapat dilihat dari besarnya jumlah usaha pada berbagai sektor ekonomi di Indonesia. Salah satu kelompok yang memiliki jumlah cukup besar adalah sektor penyediaan akomodasi, makanan, dan minuman sebagaimana disajikan pada Tabel 1.2.

Tabel 1. 2 Jumlah UMKM Indonesia Per Sektor Usaha Tahun 2024

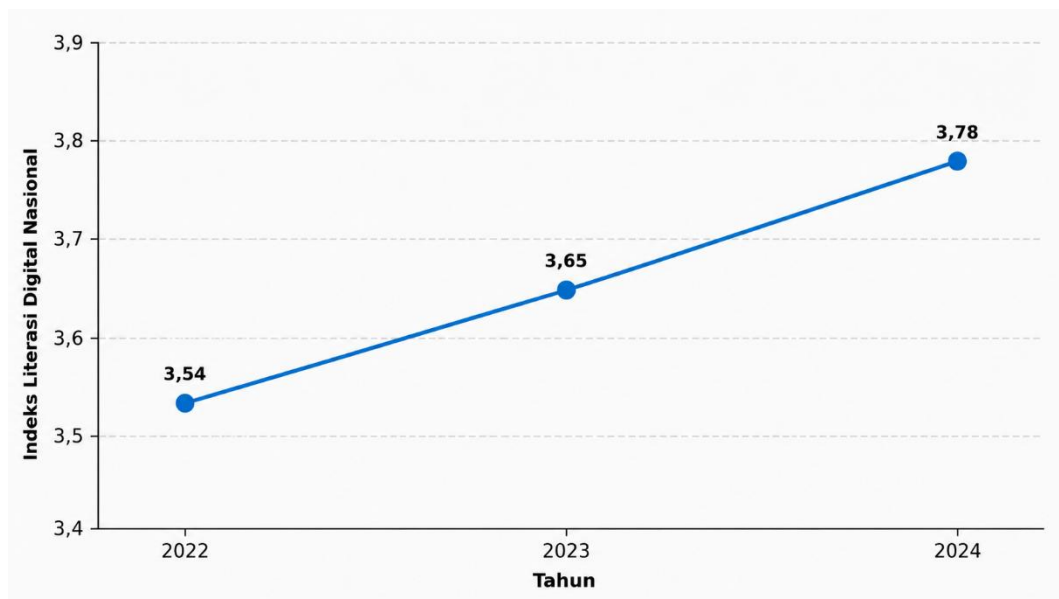
No	Sektor Usaha	Jumlah UMKM (Unit)
1	Perdagangan besar & eceran, reparasi mobil & sepeda motor	14.433.048
2	Penyediaan akomodasi, makanan, minuman	6.400.667
3	Industri pengolahan	4.164.542
4	Jasa lainnya	1.906.799
5	Pengangkutan & pergudangan	1.169.310
6	Konstruksi	307.519
7	Penyewaan & jasa penunjang usaha	289.650
8	Pertambangan & penggalan	196.841

No	Sektor Usaha	Jumlah UMKM (Unit)
9	Pengelolaan air, limbah & remediasi	164.111
10	Pendidikan	162.659

Sumber : Kementerian UMKM

Berdasarkan Tabel 1.2, sektor penyediaan akomodasi, makanan, dan minuman tercatat sebanyak 6.400.667 unit usaha dan menjadi salah satu kelompok UMKM dengan jumlah terbesar di Indonesia. Besarnya jumlah usaha tersebut menunjukkan tingginya aktivitas bisnis pada sektor yang berkaitan dengan makanan dan minuman. Kondisi ini juga menunjukkan besarnya tingkat persaingan sehingga pelaku usaha perlu memiliki kemampuan untuk menyesuaikan strategi dan proses bisnis dengan perubahan perilaku konsumen, termasuk melalui pemanfaatan teknologi digital.

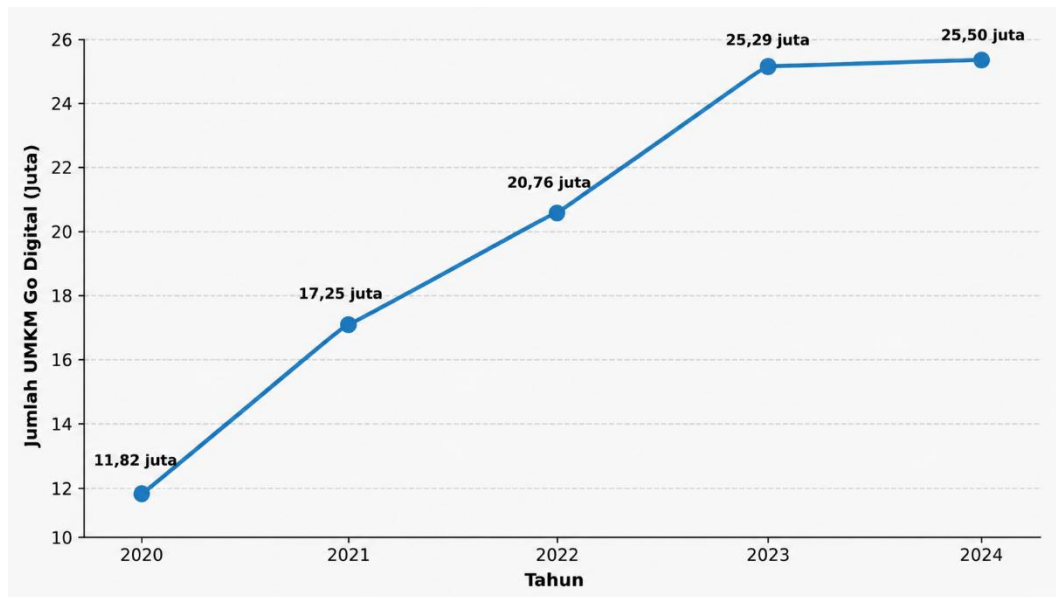
Peningkatan akses internet belum tentu diikuti oleh tingkat kemampuan digital yang sama. Pelaku usaha tidak hanya membutuhkan akses terhadap teknologi, tetapi juga kemampuan dalam memahami informasi, menggunakan perangkat, mengelola komunikasi, serta memanfaatkan teknologi sesuai kebutuhan bisnis. Perkembangan kemampuan tersebut dapat dilihat melalui Indeks Literasi Digital Indonesia sebagaimana disajikan pada Gambar 1.1.



Gambar 1. 1 Indeks Literasi Digital Indonesia Tahun 2022 – 2024

Sumber : Kementerian Komunikasi dan Digital

Berdasarkan Gambar 1.1, Indeks Literasi Digital Indonesia meningkat dari 3,54 pada tahun 2022 menjadi 3,65 pada tahun 2023 dan 3,78 pada tahun 2024. Peningkatan tersebut menunjukkan adanya perkembangan kemampuan masyarakat dalam menggunakan teknologi digital. Meskipun mengalami peningkatan, literasi digital tetap perlu diperkuat agar penggunaan teknologi tidak hanya terbatas pada kemampuan mengakses, tetapi juga mencakup kemampuan memahami, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi digital secara produktif. Harisanty et al., (2021) menjelaskan bahwa literasi digital memiliki peran dalam membantu masyarakat memahami informasi yang diperoleh melalui media digital. Perkembangan digitalisasi UMKM juga terlihat dari meningkatnya jumlah UMKM yang masuk ke dalam ekosistem digital. Perkembangan tersebut disajikan pada Gambar 1.2 berikut.



Gambar 1. 2 Jumlah UMKM *Go Digital* Tahun 2020 – 2024

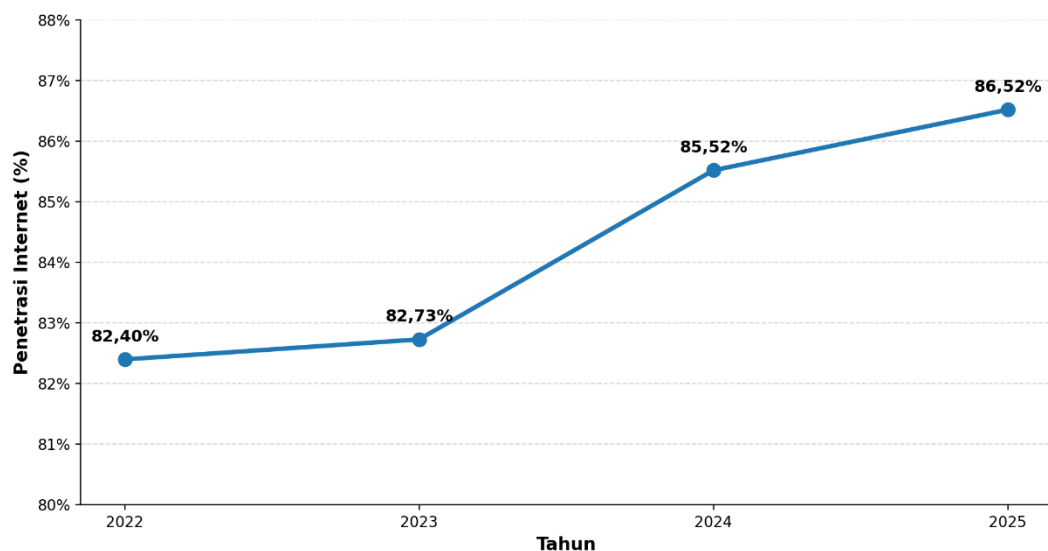
Sumber : Kementerian Koperasi dan UKM

Berdasarkan Gambar 1.2, jumlah UMKM yang masuk ke ekosistem digital meningkat dari 11,82 juta UMKM pada tahun 2020 menjadi 17,25 juta pada tahun 2021 dan 20,76 juta pada tahun 2022. Jumlah tersebut kembali meningkat menjadi 25.292.701 UMKM pada tahun 2023 dan mencapai sekitar 25,5 juta UMKM pada tahun 2024. Perkembangan tersebut menunjukkan semakin banyak pelaku UMKM yang mulai menggunakan teknologi dalam aktivitas usahanya.

Peningkatan jumlah UMKM *go digital* belum menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi telah berjalan secara optimal. Pelaku UMKM tidak hanya perlu menggunakan platform digital, tetapi juga perlu mampu memahami, mengelola, dan menyesuaikan teknologi dengan kebutuhan usaha. Purnomo et al., (2024) menunjukkan bahwa proses transformasi digital masih menghadapi keterbatasan sumber daya, keterampilan teknis, dan keamanan data. Ausat & Peirisal (2021) juga menjelaskan bahwa pemanfaatan teknologi pada UMKM

berkaitan dengan faktor teknologi, organisasi, dan individu. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penggunaan teknologi perlu didukung oleh kemampuan yang memadai agar dapat memberikan manfaat bagi kegiatan usaha.

Perkembangan digitalisasi juga perlu dilihat pada tingkat regional karena akses terhadap teknologi berbeda pada setiap wilayah. Jawa Barat sebagai salah satu wilayah dengan aktivitas ekonomi yang besar mengalami perkembangan penetrasi internet yang dapat menjadi pendukung aktivitas digital masyarakat dan pelaku usaha. Perkembangan tersebut disajikan pada Gambar 1.3.



Gambar 1. 3 Jumlah Penetrasi Internet di Jawa Barat Tahun 2022 – 2025

Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia

Peningkatan penetrasi internet di Jawa Barat menunjukkan semakin terbukanya akses masyarakat dan pelaku usaha terhadap layanan digital. Akses tersebut dapat dimanfaatkan untuk memperoleh informasi pasar, melakukan pemasaran, berkomunikasi dengan konsumen, dan menjalankan transaksi. Affandi et al., (2024) menunjukkan bahwa adopsi digital pada UMKM di berbagai wilayah

Indonesia memiliki hubungan positif dengan kinerja usaha. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa infrastruktur digital dapat memberikan peluang bagi aktivitas ekonomi apabila didukung oleh kemampuan dalam memanfaatkannya.

Perbedaan perkembangan ekonomi antardaerah di Jawa Barat juga dapat memberikan gambaran mengenai kondisi lingkungan tempat UMKM berkembang. Data PDRB atas dasar harga konstan berdasarkan kabupaten/kota di Jawa Barat tahun 2022–2024 disajikan pada Tabel 1.3 berikut.

Tabel 1. 3 PDRB Atas Dasar Harga Konstan Berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat Tahun 2022 - 2024

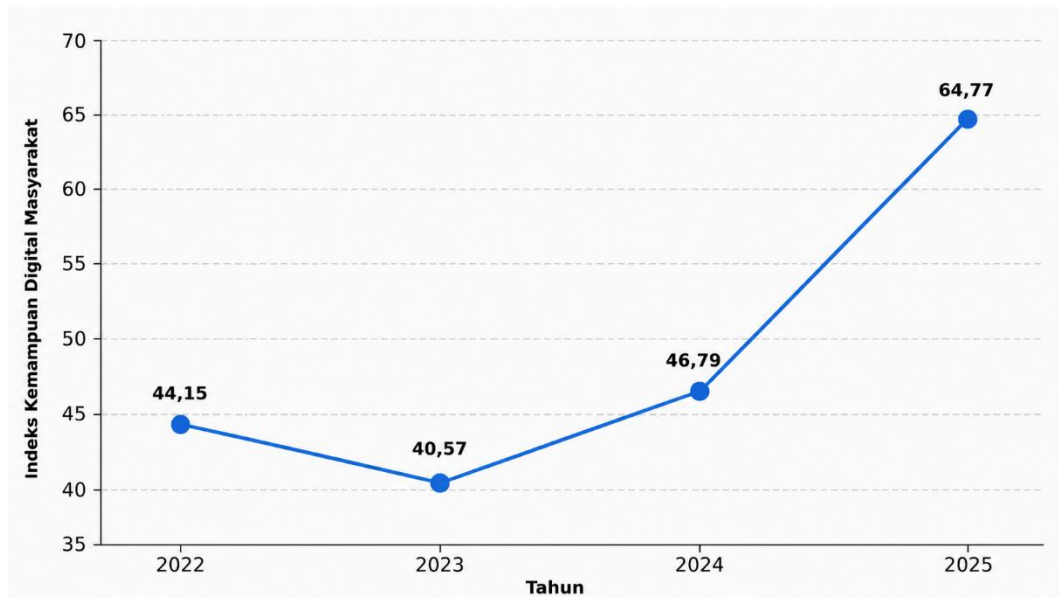
KABUPATEN/KOTA	2022	2023	2024
KABUPATEN BANDUNG	88.438	92.830	97.510
KABUPATEN BANDUNG BARAT	33.393	35.062	36.794
KABUPATEN BEKASI	265.120	279.225	293.665
KABUPATEN BOGOR	167.966	176.684	185.882
KABUPATEN CIAMIS	23.919	25.112	26.361
KABUPATEN CIANJUR	34.556	36.340	38.208
KABUPATEN CIREBON	35.524	37.247	39.418
KABUPATEN GARUT	42.013	44.087	46.271
KABUPATEN INDRAMAYU	61.260	67.238	68.702
KABUPATEN KARAWANG	177.471	187.052	194.903
KABUPATEN KUNINGAN	18.450	19.419	20.507
KABUPATEN MAJALENGKA	24.298	25.793	27.439
KABUPATEN PANGANDARAN	8.426	8.870	9.324
KABUPATEN PURWAKARTA	49.293	51.741	54.142
KABUPATEN SUBANG	30.203	31.605	33.126
KABUPATEN SUKABUMI	50.389	52.994	55.724
KABUPATEN SUMEDANG	25.595	26.877	27.966
KABUPATEN TASIKMALAYA	26.362	27.599	28.880
KOTA BANDUNG	211.251	221.969	233.054
KOTA BANJAR	3.517	3.682	3.884
KOTA BEKASI	73.261	77.242	81.252
KOTA BOGOR	35.259	37.055	38.965
KOTA CIMAHI	24.653	25.932	27.297
KOTA CIREBON	18.030	18.934	19.884

KABUPATEN/KOTA	2022	2023	2024
KOTA DEPOK	52.565	55.222	58.242
KOTA SUKABUMI	9.324	9.802	10.303
KOTA TASIKMALAYA	16.781	17.782	18.710

Sumber : Open Data Jawa Barat

Berdasarkan Tabel 1.3, capaian PDRB antarkabupaten/kota di Jawa Barat menunjukkan perbedaan. Salah satu wilayah dengan aktivitas ekonomi yang tinggi adalah Kota Bandung. PDRB Kota Bandung meningkat dari 211.251 pada tahun 2022 menjadi 221.969 pada tahun 2023 dan 233.054 pada tahun 2024. Perkembangan tersebut menunjukkan adanya peningkatan aktivitas ekonomi riil di Kota Bandung yang dapat memberikan ruang bagi perkembangan berbagai sektor usaha.

Aktivitas ekonomi perkotaan memiliki keterkaitan dengan perkembangan UMKM karena kota memiliki pasar, jaringan distribusi, infrastruktur, dan konektivitas yang relatif lebih luas. Widita et al., (2024) menjelaskan bahwa perkembangan UMKM di kota-kota Indonesia dipengaruhi oleh aksesibilitas, infrastruktur, lokasi, dan konektivitas digital. Kondisi tersebut menjadikan Kota Bandung relevan untuk dikaji sebagai lingkungan usaha yang memiliki aktivitas ekonomi sekaligus perkembangan digital yang cukup tinggi. Kondisi digital Kota Bandung dapat dilihat lebih spesifik melalui Indeks Kemampuan Digital Masyarakat. Perkembangan indeks tersebut pada periode 2022–2025 disajikan pada Gambar 1.4.



Gambar 1. 4 Data Indeks Kemampuan Digital Masyarakat Kota Bandung Tahun 2022 – 2025

Sumber : Indeks Masyarakat Digital Indonesia

Berdasarkan Gambar 1.4, Indeks Kemampuan Digital Masyarakat Kota Bandung menunjukkan perkembangan yang berfluktuasi. Nilai indeks sebesar 44,15 pada tahun 2022 mengalami penurunan menjadi 40,57 pada tahun 2023. Nilainya kemudian meningkat menjadi 46,79 pada tahun 2024 dan 64,77 pada tahun 2025. Kondisi tersebut menunjukkan adanya perkembangan kemampuan digital masyarakat Kota Bandung, meskipun peningkatannya belum berlangsung secara konsisten pada seluruh periode.

Jayanthi & Dinaseviani (2022) menjelaskan bahwa kesenjangan digital tidak hanya berkaitan dengan akses dan infrastruktur, tetapi juga kemampuan masyarakat dalam menggunakan internet secara produktif. Wahyudi et al., (2022) juga menjelaskan bahwa penerapan *smart city* di Kota Bandung masih menghadapi kendala pada aspek sosialisasi, manusia, dan kelembagaan. Hal ini menunjukkan

bahwa kesiapan digital suatu wilayah tidak cukup hanya didukung oleh teknologi, tetapi juga memerlukan kemampuan pengguna dalam memanfaatkannya.

Kondisi tersebut menjadi semakin relevan ketika dilihat dari perkembangan jumlah UMKM di Kota Bandung. Jumlah UMKM berdasarkan jenis usaha tahun 2022–2025 disajikan pada Tabel 1.4 berikut.

Tabel 1. 4 Jumlah UMKM di Kota Bandung Berdasarkan Jenis Usaha Tahun 2022 - 2025

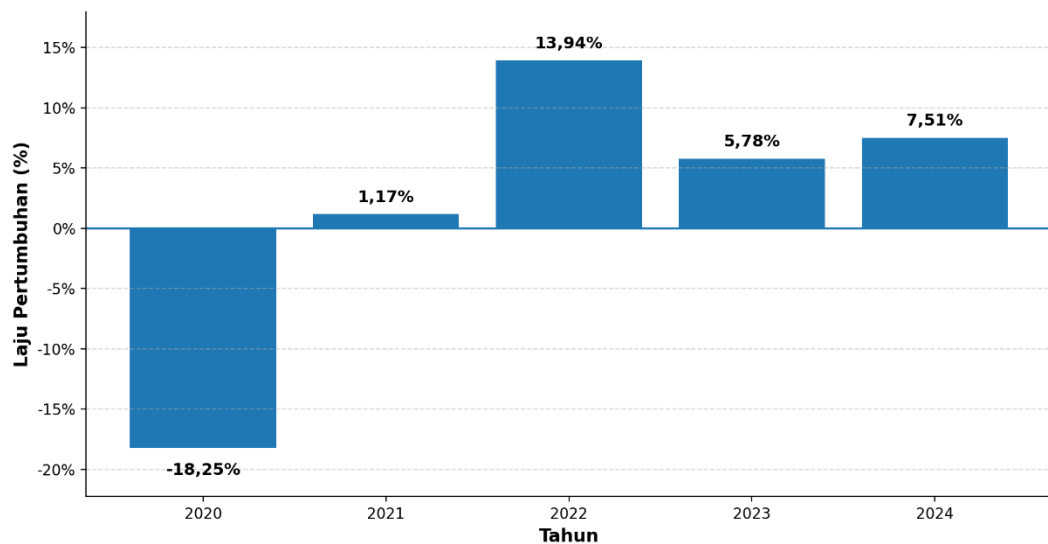
Jenis Usaha	2022	2023	2024	2025
Fashion	1.352	1.516	1.670	1.815
Handicraft	601	664	702	779
Jasa	925	991	1.063	1.124
Kuliner	3.464	4.024	4.763	5.535
Lainnya	744	806	857	911
Perdagangan	1.598	1.685	1.861	1.960

Sumber : Open Data Kota Bandung

Berdasarkan Tabel 1.4, sektor kuliner memiliki jumlah usaha terbesar dibandingkan jenis usaha lainnya yang disajikan. Jumlah UMKM kuliner meningkat dari 3.464 unit pada tahun 2022 menjadi 4.024 unit pada tahun 2023, 4.763 unit pada tahun 2024, dan 5.535 unit pada tahun 2025. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa sektor kuliner memiliki aktivitas usaha yang tinggi di Kota Bandung. Bertambahnya jumlah pelaku usaha juga meningkatkan persaingan sehingga setiap UMKM perlu memiliki kemampuan untuk mempertahankan pelanggan, meningkatkan produktivitas, dan menyesuaikan usaha dengan perubahan pasar.

Sektor kuliner memiliki keterkaitan yang erat dengan perkembangan teknologi digital. Konsumen dapat mencari informasi melalui media sosial, melakukan pemesanan melalui aplikasi pesan antar, memberikan ulasan secara

daring, dan menggunakan pembayaran digital. Pelaku usaha juga dapat memanfaatkan teknologi untuk promosi, komunikasi pelanggan, pengelolaan transaksi, pencatatan, serta pengambilan keputusan. Perubahan tersebut menjadikan kemampuan digital sebagai salah satu aspek yang relevan bagi UMKM kuliner. Perkembangan sektor kuliner Kota Bandung juga dapat dilihat melalui laju pertumbuhan PDRB sektor penyediaan akomodasi dan makan minum yang disajikan pada Gambar 1.5.



Gambar 1. 5 Laju Pertumbuhan PDRB Penyedia Akomodasi dan Makan Minum di Kota Bandung

Sumber : Open Data Kota Bandung

Berdasarkan Gambar 1.5, laju pertumbuhan PDRB sektor penyediaan akomodasi dan makan minum di Kota Bandung mengalami perubahan yang cukup besar selama periode 2020–2024. Pada tahun 2020 sektor ini mengalami kontraksi sebesar -18,25 persen. Pertumbuhan mulai membaik menjadi 1,17 persen pada tahun 2021 dan meningkat menjadi 13,94 persen pada tahun 2022, kemudian bergerak lebih stabil pada tahun 2023 dan 2024. Pola tersebut menunjukkan bahwa

sektor makanan dan minuman memiliki dinamika yang tinggi serta sensitif terhadap perubahan mobilitas dan kondisi pasar.

Perkembangan jumlah UMKM kuliner yang terus meningkat belum secara langsung menunjukkan bahwa seluruh pelaku usaha memiliki kinerja yang optimal. Tingginya persaingan dan perubahan perilaku konsumen menuntut pelaku usaha untuk meningkatkan kemampuan pengelolaan bisnis serta menyesuaikan penggunaan teknologi dengan kebutuhan usahanya. Untuk melihat kondisi tersebut secara lebih spesifik, peneliti melakukan penelitian pendahuluan atau prasurvei kepada 30 responden UMKM kuliner di Kota Bandung yang terdiri atas pemilik, pengelola, maupun karyawan yang memahami aktivitas operasional usaha.

Penelitian pendahuluan pertama dilakukan untuk mengidentifikasi variabel dependen yang diduga mengalami permasalahan. Variabel yang dianalisis terdiri atas pertumbuhan UMKM, keberlanjutan UMKM, Kinerja UMKM, keunggulan kompetitif, dan ketahanan UMKM. Hasil penelitian pendahuluan disajikan pada Tabel 1.5 berikut.

Tabel 1. 5 Hasil Penelitian Pendahuluan Mengenai Variabel Dependen yang Diduga Bermasalah di UMKM Kuliner Kota Bandung

Bidang Pemasaran di UMKM Kuliner Kota Bandung								
No	Pernyataan	Frekuensi					Jumlah Skor	Rata-Rata
		STS	TS	KS	S	SS		
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		
Pertumbuhan UMKM								
1	Penggunaan media digital membantu usaha ini menjangkau lebih banyak pelanggan	1	2	4	14	9	118	3,93
2	Teknologi digital membantu usaha ini memperluas pemasaran produk	1	2	3	13	11	121	4,03
3	Platform digital membantu usaha ini mengembangkan usaha secara bertahap	1	3	3	15	8	116	3,87

No	Pernyataan	Frekuensi					Jumlah Skor	Rata-Rata
		STS	TS	KS	S	SS		
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		
4	Media sosial membantu usaha ini memperkenalkan produk kepada lebih banyak orang	1	2	3	15	9	119	3,97
Skor Rata – Rata Pertumbuhan UMKM								3,95
Keberlanjutan UMKM								
1	Penggunaan teknologi digital membantu usaha ini tetap berjalan hingga saat ini	1	2	3	14	10	120	4,00
2	Usaha ini mulai memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan bisnis	1	3	4	12	10	117	3,90
3	Teknologi digital membantu usaha ini menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman	1	1	3	14	11	123	4,10
4	Penggunaan media sosial membantu usaha ini tetap dikenal oleh pelanggan	1	3	4	14	8	115	3,83
Skor Rata – Rata Keberlanjutan UMKM								3,96
Kinerja UMKM								
1	Pemanfaatan teknologi digital secara signifikan meningkatkan pendapatan usaha ini dalam beberapa tahun terakhir	2	5	8	12	3	99	3,30
2	Penggunaan platform digital membuat penjualan usaha ini meningkat secara konsisten	2	4	7	14	3	102	3,40
3	Teknologi digital yang digunakan dalam usaha ini mampu meningkatkan produktivitas usaha secara optimal	1	6	7	13	3	101	3,37
4	Pemanfaatan teknologi digital membuat kinerja usaha ini lebih baik dibandingkan sebelum menggunakan teknologi digital	2	5	6	14	3	101	3,37
Skor Rata – Rata Kinerja UMKM								3,36
Keunggulan Kompetitif								
1	Penggunaan platform digital membantu usaha ini mempromosikan produk dengan lebih mudah	1	2	4	14	9	118	3,93

No	Pernyataan	Frekuensi					Jumlah Skor	Rata-Rata
		STS	TS	KS	S	SS		
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		
2	Media digital membantu usaha ini menarik perhatian pelanggan	1	2	3	15	9	119	3,97
3	Media sosial membantu usaha ini lebih dikenal oleh pelanggan	1	2	3	13	11	121	4,03
4	Teknologi digital membantu usaha ini bersaing dengan usaha lain	1	3	3	15	8	116	3,87
Skor Rata – Rata Keunggulan Kompetitif								3,95
Ketahanan UMKM								
1	Teknologi digital membantu usaha ini tetap beroperasi ketika kondisi pasar berubah	1	3	4	12	10	117	3,90
2	Usaha ini dapat menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi digital	1	2	3	14	10	120	4,00
3	Platform digital membantu usaha ini tetap menjalankan kegiatan usaha di tengah persaingan	1	2	4	14	9	118	3,93
4	Teknologi digital membantu usaha ini menghadapi perubahan dalam dunia bisnis	1	2	2	14	11	122	4,07
Skor Rata – Rata Ketahanan UMKM								3,98
Jumlah Skor = Nilai x Frekuensi								
Rata-Rata = Jumlah Skor: Jumlah Responden (30)								
Skor Rata-Rata = Total Rata-Rata: Jumlah Pernyataan								

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 1.5, pertumbuhan UMKM memperoleh skor rata-rata sebesar 3,95, keberlanjutan UMKM sebesar 3,96, keunggulan kompetitif sebesar 3,95, dan ketahanan UMKM sebesar 3,98. Kinerja UMKM memperoleh skor rata-rata paling rendah, yaitu sebesar 3,36. Nilai tersebut menunjukkan adanya indikasi bahwa Kinerja UMKM menjadi aspek yang lebih bermasalah dibandingkan variabel lainnya.

Permasalahan Kinerja UMKM terlihat pada tanggapan mengenai peningkatan pendapatan, konsistensi penjualan, produktivitas, dan perubahan kinerja setelah menggunakan teknologi digital. Kondisi tersebut menjadi dasar peneliti memilih Kinerja UMKM sebagai variabel dependen karena hasil yang dicapai pelaku UMKM belum menunjukkan kondisi yang sama baiknya dengan aspek pertumbuhan, keberlanjutan, keunggulan kompetitif, maupun ketahanan usaha.

Setelah menentukan Kinerja UMKM sebagai variabel dependen, peneliti melakukan penelitian pendahuluan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang diduga berkaitan dengan kondisi tersebut. Faktor yang diuji meliputi *Digital Orientation*, *Digital Technology Adoption*, *Digital Capability*, *Digital Literacy*, *Digital Innovation*, *Information Quality*, *Social Media Usage*, dan *Digital Transformation*. Hasil penelitian pendahuluan tersebut disajikan pada Tabel 1.6.

Tabel 1. 6 Hasil Penelitian Pendahuluan Mengenai Faktor - Faktor Yang Diduga Mempengaruhi Kinerja UMKM Pada UMKM Kuliner Kota Bandung

No	Pernyataan	Frekuensi					Jumlah Skor	Rata- Rata
		STS	TS	KS	S	SS		
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		
Digital Orientation (Antenozio et al., 2026)								
1	Usaha ini memiliki komitmen untuk memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan bisnis	1	4	4	13	9	118	3,81
2	Teknologi digital dipandang penting bagi perkembangan usaha ini	1	6	2	10	12	119	3,84
3	Usaha ini berusaha mengikuti perkembangan teknologi digital dalam menjalankan usaha	2	3	5	7	14	121	3,90
4	Usaha ini bersedia memanfaatkan teknologi digital	2	5	2	13	9	115	3,71

No	Pernyataan	Frekuensi					Jumlah Skor	Rata-Rata
		STS	TS	KS	S	SS		
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		
	untuk meningkatkan kinerja usaha							
Skor Rata – Rata <i>Digital Orientation</i>								3,81
<i>Digital Technology Adoption</i> (Naibaho <i>et al.</i> , 2025)								
1	Usaha ini menggunakan teknologi digital dalam kegiatan operasional sehari-hari	2	5	0	13	11	119	3,84
2	Usaha ini memanfaatkan platform digital untuk menjalankan kegiatan usaha	1	6	0	13	11	120	3,87
3	Usaha ini menggunakan sistem pembayaran digital dalam transaksi usaha	1	4	2	14	10	121	3,90
4	Teknologi digital membantu mempercepat kegiatan operasional usaha ini	2	2	7	14	6	113	3,65
Skor Rata – Rata <i>Digital Technology Adoption</i>								3,82
<i>Digital Capability</i> (Hutama <i>et al.</i> , 2023)								
1	Usaha ini memiliki kemampuan yang baik dalam mengelola teknologi digital untuk kegiatan operasional	1	4	3	17	6	116	3,74
2	Teknologi digital digunakan secara efektif untuk mendukung berbagai aktivitas bisnis dalam usaha ini	2	4	5	15	5	110	3,55
3	Usaha ini memiliki kemampuan untuk mengintegrasikan teknologi digital dalam proses bisnis	2	3	5	16	5	112	3,61
4	Usaha ini memanfaatkan data digital untuk membantu pengambilan keputusan usaha	1	3	4	18	5	116	3,74
Skor Rata – Rata <i>Digital Capability</i>								3,66
<i>Digital Literacy</i> (Novela <i>et al.</i> , 2024)								
1	Saya memiliki kemampuan yang baik dalam menggunakan berbagai teknologi digital dalam pekerjaan	2	3	3	17	6	115	3,71

No	Pernyataan	Frekuensi					Jumlah Skor	Rata-Rata
		STS	TS	KS	S	SS		
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		
2	Saya mampu memahami informasi yang diperoleh melalui media digital	4	1	5	14	7	112	3,61
3	Saya mampu menggunakan teknologi digital untuk menyelesaikan pekerjaan secara efektif	1	4	3	17	6	116	3,74
4	Saya memahami cara menggunakan teknologi digital dengan aman dalam kegiatan usaha	1	1	4	16	9	124	4,00
Skor Rata – Rata <i>Digital Literacy</i>								3,77
<i>Digital Innovation</i> (Rini <i>et al.</i> , 2025)								
1	Usaha ini menggunakan teknologi digital untuk mengembangkan cara baru dalam menjalankan usaha	2	2	3	19	5	116	3,74
2	Usaha ini melakukan inovasi dalam proses bisnis dengan memanfaatkan teknologi digital	1	3	3	16	8	120	3,87
3	Usaha ini mencoba teknologi baru untuk meningkatkan kegiatan usaha	2	3	1	17	8	119	3,84
4	Usaha ini mengembangkan layanan berbasis digital dalam kegiatan usaha	2	1	2	17	9	123	3,97
Skor Rata – Rata <i>Digital Inovation</i>								3,85
<i>Information Quality</i>								
1	Informasi yang diperoleh dari platform digital membantu usaha ini memahami kebutuhan pelanggan	2	4	2	12	11	119	3,84
2	Informasi yang diperoleh dari platform digital cukup jelas dan mudah dipahami	1	2	4	16	8	121	3,90
3	Informasi yang diperoleh dari platform digital membantu usaha ini dalam menjalankan kegiatan bisnis	1	0	7	15	8	122	3,94

No	Pernyataan	Frekuensi					Jumlah Skor	Rata-Rata
		STS	TS	KS	S	SS		
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		
4	Informasi yang tersedia dari platform digital cukup bermanfaat bagi usaha ini	1	1	1	19	9	127	4,10
Skor Rata – Rata <i>Information Quality</i>								3,94
<i>Social Media Usage</i> (Apidana & Rusvinasari, 2024)								
1	Usaha ini menggunakan media sosial untuk mendukung kegiatan usaha	2	2	2	18	7	119	3,84
2	Usaha ini berinteraksi dengan pelanggan melalui media sosial	2	2	2	19	6	118	3,81
3	Media sosial digunakan untuk menyampaikan informasi produk kepada pelanggan	3	1	4	10	13	122	3,94
4	Usaha ini memanfaatkan media sosial secara aktif dalam kegiatan bisnis	2	2	2	15	10	122	3,94
Skor Rata – Rata <i>Social Media Usage</i>								3,88
<i>Digital Transformation</i> (Prihandono <i>et al.</i> , 2024)								
1	Proses bisnis dalam usaha ini telah mengalami perubahan menuju sistem yang lebih digital	2	2	4	17	6	116	3,74
2	Teknologi digital digunakan secara luas dalam berbagai aktivitas operasional usaha ini	2	3	5	12	9	116	3,74
3	Usaha ini mengembangkan cara kerja baru berbasis teknologi digital	3	2	3	13	10	118	3,81
4	Teknologi digital telah menjadi bagian penting dalam pengelolaan usaha ini	3	3	2	12	11	118	3,81
Skor Rata – Rata <i>Digital Transformation</i>								3,78
Jumlah Skor = Nilai x Frekuensi								
Rata-Rata = Jumlah Skor: Jumlah Responden (30)								
Skor Rata-Rata = Total Rata-Rata: Jumlah Pernyataan								

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 1.6, skor rata-rata faktor digital berada pada kisaran 3,66 sampai dengan 3,94. *Information Quality* memperoleh nilai tertinggi sebesar 3,94,

diikuti *Social Media Usage* sebesar 3,88 dan *Digital Innovation* sebesar 3,85. *Digital Technology Adoption* memperoleh rata-rata 3,82 dan *Digital Orientation* sebesar 3,81. Hasil tersebut menunjukkan bahwa beberapa bentuk penggunaan teknologi, informasi, media sosial, dan orientasi digital relatif telah diterapkan oleh pelaku UMKM.

Digital Capability memperoleh skor rata-rata terendah sebesar 3,66. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kemampuan usaha dalam mengelola, mengintegrasikan, dan memanfaatkan teknologi digital masih menjadi aspek yang perlu diperhatikan. *Digital Literacy* memperoleh rata-rata sebesar 3,77, sedangkan *Digital Transformation* memperoleh rata-rata sebesar 3,78. Kondisi tersebut memberikan indikasi bahwa penggunaan teknologi oleh UMKM belum sepenuhnya diikuti oleh kemampuan digital individu dan perubahan proses bisnis yang terarah.

Pemilihan *Digital Capability*, *Digital Literacy*, dan *Digital Transformation* juga didasarkan pada perbedaan fokus ketiga konstruk tersebut. *Digital Capability* menggambarkan kemampuan usaha dalam mengelola dan mengintegrasikan sumber daya digital, *Digital Literacy* berkaitan dengan kompetensi individu dalam memahami dan menggunakan teknologi serta informasi digital, sedangkan *Digital Transformation* menggambarkan proses perubahan kegiatan usaha melalui penerapan teknologi digital. Ketiga aspek tersebut memberikan sudut pandang yang berbeda dalam memahami kesiapan UMKM menghadapi perkembangan bisnis digital.

Hasil prasurvei memberikan dasar empiris awal untuk memilih ketiga variabel tersebut sebagai faktor yang perlu dianalisis lebih lanjut terhadap Kinerja

UMKM. Pemilihan tersebut semakin relevan karena hasil penelitian sebelumnya mengenai hubungan *Digital Capability*, *Digital Literacy*, dan *Digital Transformation* dengan Kinerja UMKM masih menunjukkan temuan yang berbeda. Inkonsistensi penelitian terdahulu disajikan pada Tabel 1.7.

Tabel 1. 7 Inkonsistensi Hasil Penelitian

No	Variabel	Peneliti	Positif	Negatif	Tidak Signifikan
1	<i>Digital Capability</i> terhadap Kinerja UMKM	Hutama <i>et al.</i> , (2023)	✓		
		Prakasa & Jumani (2024)	✓		
		Zhu <i>et al.</i> , (2025)	✓		
		Wiesenthal <i>et al.</i> , (2023)		✓	
		Heredia <i>et al.</i> , (2022)			✓
2	<i>Digital Literacy</i> terhadap Kinerja UMKM	Novela <i>et al.</i> , (2024)	✓		
		Diptyana <i>et al.</i> , (2022)	✓		
		Khwatenge & Yusuf (2023)		✓	
		Athia <i>et al.</i> , (2023)			✓
		Fattah <i>et al.</i> , (2025)			✓
3	<i>Digital Transformation</i> terhadap Kinerja UMKM	Teng <i>et al.</i> , (2022)	✓		
		Merín-Rodrigáñez <i>et al.</i> , (2024)	✓		
		Sonkar <i>et al.</i> , (2025)	✓		
		Escoz Barragan & Becker (2025)		✓	
		Guo <i>et al.</i> , (2023)		✓	

Sumber : Data Diolah Peneliti 2026

Berdasarkan Tabel 1.7, penelitian mengenai *Digital Capability* menunjukkan hasil yang belum konsisten. Hutama et al., (2023), Prakasa & Jumani, (2024), serta Zhu et al., (2024) menunjukkan hasil positif terhadap kinerja usaha, sedangkan Wiesenthal et al., (2023) menunjukkan hasil negatif dan Heredia et al., (2022) menunjukkan hasil tidak signifikan. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara kemampuan digital dan kinerja usaha dapat berbeda berdasarkan kondisi serta karakteristik objek penelitian.

Inkonsistensi juga ditemukan pada *Digital Literacy*. Novela et al. (2024) dan Diptyana et al., (2022) menunjukkan hasil positif, sedangkan Khwatenge & Yusuf (2023) menunjukkan hasil negatif. Athia et al., (2023) dan Fattah et al., (2025) menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kemampuan memahami dan menggunakan teknologi digital belum selalu memiliki hubungan yang sama dengan kinerja pada setiap konteks UMKM.

Pada *Digital Transformation*, Teng et al., (2022), Merín-Rodrigáñez et al., (2024), dan Sonkar et al., (2025) menunjukkan hasil positif terhadap kinerja usaha. Escoz Barragan & Becker (2025) serta Guo et al., (2023) menunjukkan hasil negatif. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital dapat memberikan hasil yang berbeda bergantung pada kesiapan sumber daya, kemampuan pelaku usaha, strategi, dan karakteristik bisnis yang diteliti.

Perbedaan hasil penelitian tersebut membentuk research gap mengenai hubungan *Digital Capability*, *Digital Literacy*, dan *Digital Transformation* dengan Kinerja UMKM. Penelitian lebih lanjut diperlukan karena hasil empiris sebelumnya belum menunjukkan kesimpulan yang sepenuhnya konsisten. Konteks penelitian

juga menjadi penting karena karakteristik setiap sektor dan wilayah dapat membentuk kondisi pemanfaatan teknologi yang berbeda.

UMKM kuliner di Kota Bandung menjadi konteks yang relevan karena jumlah usahanya terus meningkat dan kegiatan bisnisnya memiliki keterkaitan yang tinggi dengan penggunaan teknologi digital. Media sosial, aplikasi pesan antar, pembayaran digital, komunikasi pelanggan, dan pengelolaan informasi semakin menjadi bagian dari aktivitas usaha kuliner. Pada saat yang sama, hasil prasurvei menunjukkan bahwa Kinerja UMKM masih menjadi aspek yang perlu mendapat perhatian, sedangkan *Digital Capability*, *Digital Literacy*, dan *Digital Transformation* belum menunjukkan kondisi yang sepenuhnya optimal.

Berdasarkan uraian tersebut, terdapat keterkaitan antara fenomena perkembangan digital dengan permasalahan yang ditemukan pada UMKM kuliner di Kota Bandung. Peningkatan akses internet dan jumlah UMKM *go digital* menunjukkan bahwa penggunaan teknologi semakin luas, tetapi kondisi tersebut belum selalu diikuti oleh kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi serta melakukan perubahan proses bisnis secara optimal. Hasil penelitian pendahuluan juga menunjukkan adanya indikasi masalah pada Kinerja UMKM dan aspek *Digital Capability*, *Digital Literacy*, serta *Digital Transformation*.

Selain fenomena tersebut, adanya inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya memperkuat kebutuhan untuk menguji kembali hubungan ketiga variabel digital dengan Kinerja UMKM pada konteks yang lebih spesifik. Penelitian ini menempatkan *Digital Capability*, *Digital Literacy*, dan *Digital Transformation*

sebagai variabel independen serta Kinerja UMKM sebagai variabel dependen pada UMKM kuliner di Kota Bandung.

Berdasarkan fenomena, hasil penelitian pendahuluan, dan research gap yang telah diuraikan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH *DIGITAL CAPABILITY*, *DIGITAL LITERACY*, DAN *DIGITAL TRANSFORMATION* TERHADAP KINERJA UMKM PADA UMKM KULINER DI KOTA BANDUNG”**.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah Penelitian

Merujuk pada uraian masalah yang terkait dengan latar belakang penelitian yang telah disampaikan diatas maka peneliti mengidentifikasi dan merumuskan masalah sebagai berikut

1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan fenomena yang terdapat pada latar belakang penelitian, maka penulis menetapkan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kinerja UMKM kuliner di Kota Bandung masih belum optimal, khususnya dalam hal peningkatan pendapatan, konsistensi penjualan, dan produktivitas usaha.
2. Kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola dan memanfaatkan teknologi digital (*digital capability*) dalam kegiatan operasional usaha masih relatif rendah.

3. Tingkat literasi digital (*digital literacy*) pelaku UMKM kuliner masih terbatas sehingga pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan usaha belum berjalan secara maksimal.
4. Transformasi digital (*digital transformation*) pada UMKM kuliner di Kota Bandung belum berjalan secara optimal, terutama dalam hal perubahan proses bisnis menuju sistem yang lebih berbasis teknologi digital.
5. Terdapat inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya mengenai pengaruh *digital capability*, *digital literacy*, dan *digital transformation* terhadap kinerja UMKM.

1.2.2 Rumusan Masalah Penelitian

Dengan memperhatikan identifikasi masalah yang telah ditemukan, maka rumusan masalah yang akan menjadi pokok pembahasan yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi *digital capability*, *digital literacy*, *digital transformation*, dan kinerja UMKM pada UMKM kuliner di Kota Bandung.
2. Seberapa besar pengaruh *digital capability*, *digital literacy*, dan *digital transformation* secara simultan terhadap kinerja UMKM pada UMKM kuliner di Kota Bandung.
3. Seberapa besar pengaruh *digital capability*, *digital literacy*, dan *digital transformation* secara parsial terhadap kinerja UMKM pada UMKM kuliner di Kota Bandung.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis *digital capability*, *digital literacy*, *digital transformation*, dan kinerja UMKM pada UMKM kuliner di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *digital capability*, *digital literacy*, dan *digital transformation* secara simultan terhadap kinerja UMKM pada UMKM kuliner di Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *digital capability*, *digital literacy*, dan *digital transformation* secara parsial terhadap kinerja UMKM pada UMKM kuliner di Kota Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat yang baik dan berguna bukan hanya untuk peneliti melainkan dapat memberikan dampak yang positif untuk pembacanya. Serta penelitian ini juga tentunya diharapkan dapat berguna baik secara teoritis maupun praktis

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen, khususnya manajemen bisnis digital yang berkaitan dengan *Digital Capability*, *Digital Literacy*, *Digital Transformation*, dan Kinerja UMKM. Hasil penelitian ini

diharapkan dapat memperkaya pemahaman mengenai peran kemampuan digital, literasi digital, dan transformasi digital dalam mendukung peningkatan kinerja usaha, khususnya pada UMKM kuliner.

Penelitian ini juga diharapkan dapat memperkuat kajian mengenai pemanfaatan sumber daya dan kemampuan digital dalam kegiatan usaha melalui perspektif *Resource Based View* dan *Dynamic Capability Theory*. Kedua perspektif tersebut dapat digunakan untuk menjelaskan pentingnya kemampuan pelaku usaha dalam mengelola, mengembangkan, dan menyesuaikan sumber daya digital dengan perubahan lingkungan bisnis.

Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas topik serupa serta menjadi dasar untuk mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel lain yang berkaitan dengan Kinerja UMKM, seperti inovasi, strategi pemasaran digital, kompetensi sumber daya manusia, keunggulan bersaing, maupun faktor lainnya.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan informasi mengenai pengaruh *digital capability*, *digital literacy*, dan *digital transformation* terhadap kinerja UMKM, khususnya pada UMKM kuliner di Kota Bandung. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan gambaran bagi pelaku usaha mengenai pentingnya pemanfaatan teknologi digital dalam meningkatkan kinerja usaha serta daya saing di era digital. Adapun kegunaan praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai pengaruh *digital capability*, *digital literacy*, dan *digital transformation* terhadap kinerja UMKM, serta sebagai sarana untuk mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama menempuh pendidikan di bidang manajemen.

2. Bagi Pelaku UMKM

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku UMKM, khususnya pada sektor kuliner di Kota Bandung, dalam meningkatkan kemampuan digital, literasi digital, serta melakukan transformasi digital guna meningkatkan kinerja usaha.

3. Bagi Responden

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran bagi responden mengenai kondisi usaha yang dijalankan, terutama dalam hal pemanfaatan teknologi digital. Melalui keterlibatan dalam penelitian ini, responden dapat mengevaluasi sejauh mana kemampuan digital, pemahaman digital, dan perubahan proses bisnis digital telah diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari.

4. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat tidak langsung bagi konsumen, karena peningkatan kemampuan digital dan transformasi digital pada UMKM kuliner dapat mendorong pelayanan yang lebih baik, kemudahan dalam memperoleh informasi produk, kemudahan transaksi,

serta peningkatan kualitas pengalaman konsumen dalam berinteraksi dengan UMKM kuliner.

5. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan acuan bagi pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut dengan topik yang berkaitan dengan pemanfaatan teknologi digital dan kinerja UMKM