

BAB I

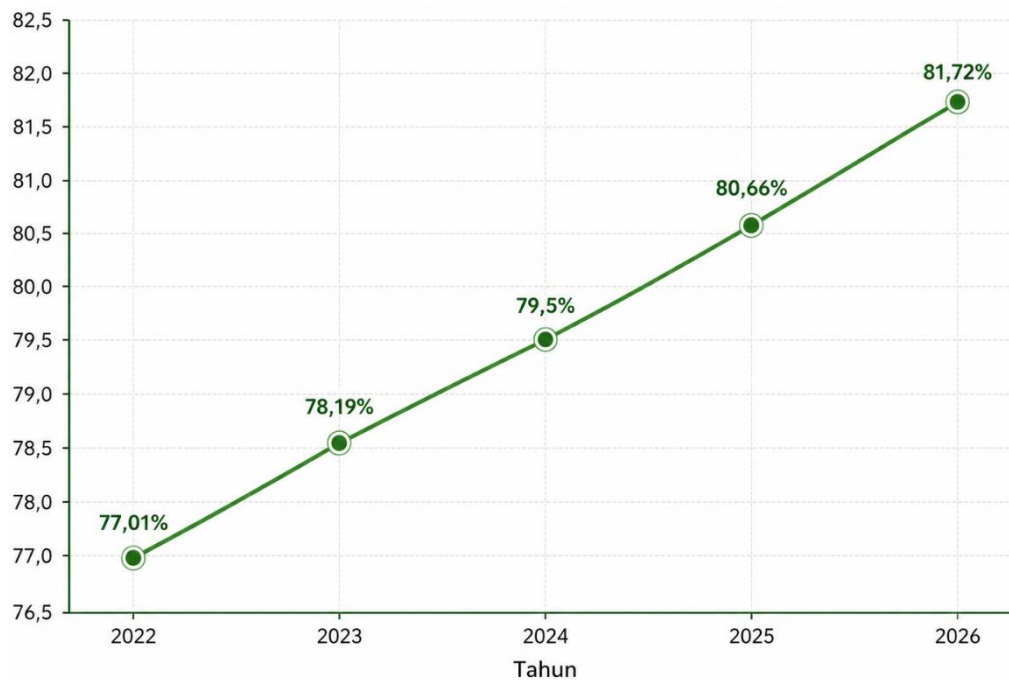
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar terhadap cara bisnis dijalankan. Aktivitas bisnis yang sebelumnya banyak dilakukan secara konvensional kini mulai bergeser ke arah digital melalui pemanfaatan internet, media sosial, *platform* perdagangan elektronik, sistem pembayaran digital, dan aplikasi pendukung operasional usaha. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa teknologi digital tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu, tetapi juga menjadi bagian penting dalam strategi bisnis, penciptaan nilai, dan peningkatan daya saing perusahaan (Verhoef *et al.*, 2021).

Perkembangan era digital juga dapat dilihat dari semakin meningkatnya penggunaan internet oleh masyarakat. Internet menjadi infrastruktur utama yang memungkinkan pelaku usaha untuk melakukan promosi, berkomunikasi dengan pelanggan, menjual produk, menerima pembayaran, serta mengelola aktivitas usaha secara lebih luas. Dengan meningkatnya keterhubungan masyarakat terhadap internet, peluang pelaku usaha untuk memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan bisnis juga semakin besar. Hal ini menunjukkan bahwa internet tidak hanya berperan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi bagian penting dalam mendukung proses digitalisasi usaha. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu

mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi digital agar dapat meningkatkan daya saing dan kinerja usahanya (Matarazzo *et al.*, 2021).



Gambar 1. 1 Penetrasi Internet di Indonesia Tahun 2022 – 2026

Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2026)

Berdasarkan Gambar 1.1, penetrasi internet di Indonesia menunjukkan peningkatan dari 77,01 persen pada tahun 2022 menjadi 81,72 persen pada tahun 2026. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia semakin terhubung dengan teknologi digital. Kondisi ini menjadi peluang bagi pelaku usaha untuk memanfaatkan teknologi digital dalam berbagai aktivitas bisnis, seperti pemasaran digital, penjualan *online*, layanan pelanggan, pembayaran digital, dan pengelolaan operasional usaha (Soomro *et al.*, 2024).

Selain meningkatkan akses informasi dan komunikasi, perkembangan teknologi digital juga mendorong perubahan dalam aktivitas ekonomi. Teknologi

digital memungkinkan pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar, mempercepat proses transaksi, meningkatkan efisiensi, serta menciptakan cara baru dalam memberikan nilai kepada pelanggan. Dalam konteks bisnis, pemanfaatan teknologi digital dapat membantu perusahaan menciptakan inovasi produk, layanan, dan model bisnis yang lebih sesuai dengan perubahan kebutuhan konsumen (Canhoto *et al.*, 2021).

Melihat perubahan tersebut, pelaku UMKM dituntut untuk mampu mengikuti perkembangan teknologi digital agar tetap dapat bersaing. UMKM tidak cukup hanya menjalankan usaha secara konvensional, tetapi perlu mulai mengadopsi teknologi digital sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan usahanya. Adopsi teknologi digital menjadi penting karena dapat membantu UMKM meningkatkan pemasaran, memperluas pasar, mempercepat transaksi, dan mendukung peningkatan kinerja bisnis (Akhmad *et al.*, 2025).

UMKM merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam perekonomian nasional. Keberadaan UMKM tidak hanya menjadi bagian dari kegiatan usaha berskala kecil, tetapi juga berperan dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendukung pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, UMKM sering dipandang sebagai sektor yang mampu memperkuat stabilitas ekonomi karena jumlahnya besar dan tersebar di berbagai wilayah (Widyarti *et al.*, 2021).

Selain memiliki peran dalam menciptakan aktivitas ekonomi, UMKM juga menjadi sektor yang berkontribusi terhadap pemerataan ekonomi masyarakat. UMKM dapat berkembang di berbagai bidang usaha dan mudah ditemukan dalam

kehidupan sehari-hari, baik dalam bentuk perdagangan, jasa, produksi, maupun usaha rumah tangga. Kondisi tersebut menjadikan UMKM sebagai sektor yang dekat dengan masyarakat dan memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih merata (Wahyudi *et al.*, 2024).

Tabel 1. 1 Jumlah UMKM Nasional Tahun 2020 – 2024

Tahun	Jumlah UMKM
2020	50.249.028
2021	50.501.394
2022	53.670.730
2023	56.440.423
2024	56.142.687

Sumber : Kementerian UMKM (2024)

Berdasarkan Tabel 1.1, jumlah UMKM nasional menunjukkan perkembangan yang cenderung meningkat dari tahun 2020 sampai 2023. Pada tahun 2020, jumlah UMKM tercatat sebanyak 50.249.028 unit usaha, kemudian meningkat menjadi 50.501.394 unit usaha pada tahun 2021, 53.670.730 unit usaha pada tahun 2022, dan mencapai 56.440.423 unit usaha pada tahun 2023. Namun, pada tahun 2024 jumlah UMKM sedikit menurun menjadi 56.142.687 unit usaha. Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa UMKM tetap menjadi sektor usaha yang besar dalam perekonomian Indonesia, meskipun jumlahnya mengalami sedikit penurunan pada tahun terakhir.

Besarnya jumlah UMKM juga menunjukkan bahwa sektor ini memiliki hubungan yang dekat dengan kehidupan masyarakat. UMKM tidak hanya berfungsi sebagai unit usaha, tetapi juga menjadi sumber pendapatan bagi banyak keluarga dan masyarakat lokal. Perkembangan UMKM dapat mendorong terbentuknya

rantai ekonomi lokal, menciptakan peluang usaha baru, serta membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat di berbagai daerah (Alie, 2025).

Meskipun memiliki peran besar, UMKM masih menghadapi berbagai keterbatasan dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya. Beberapa kendala yang sering dihadapi UMKM antara lain keterbatasan modal, rendahnya kualitas sumber daya manusia, keterbatasan pemanfaatan teknologi, serta lemahnya kemampuan manajemen usaha. Kondisi tersebut dapat menghambat UMKM dalam meningkatkan daya saing dan kinerja bisnis, terutama di tengah lingkungan usaha yang semakin digital dan kompetitif (Anatan & Nur, 2023).

Selain dilihat dari jumlah unit usaha, peran UMKM dalam perekonomian juga dapat dilihat dari kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto nasional. Kontribusi tersebut menunjukkan bahwa aktivitas UMKM tidak hanya berperan pada tingkat usaha kecil, tetapi juga memberikan nilai ekonomi yang besar bagi perekonomian Indonesia secara keseluruhan. Oleh karena itu, UMKM memiliki posisi strategis dalam mendukung pembangunan ekonomi nasional dan mengurangi permasalahan ekonomi seperti pengangguran dan kemiskinan (Mahfud, 2025).

Produk Domestik Bruto menjadi salah satu indikator yang dapat digunakan untuk melihat besarnya kontribusi suatu sektor terhadap perekonomian. Dalam konteks UMKM, kontribusi terhadap PDB menunjukkan kemampuan sektor ini dalam menciptakan nilai tambah melalui kegiatan produksi, perdagangan, jasa, dan berbagai aktivitas ekonomi lainnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa perkembangan UMKM memiliki hubungan penting dengan pertumbuhan ekonomi,

karena UMKM dapat menjadi salah satu penggerak kegiatan ekonomi nasional (Juminawati *et al.*, 2021)

Tabel 1. 2 PDB UMKM Terhadap PDB Nasional 2020 – 2024

Tahun	ADHB (Atas Dasar Harga Berlaku)	ADHK (Atas Dasar Harga Konstan)	Persentase
2020	Rp9.450,8 Triliun	Rp6.524,4 Triliun	61,20%
2021	Rp10.187,6 Triliun	Rp6.780,2 Triliun	60,01%
2022	Rp11.370,5 Triliun	Rp7.078,6 Triliun	58,05%
2023	Rp12.243,1 Triliun	Rp7.398,5 Triliun	58,60%
2024	Rp13.203,6 Triliun	Rp7.737,6 Triliun	59,64%

Sumber : Kementerian UMKM (2024)

Berdasarkan Tabel 1.2, nilai PDB UMKM atas dasar harga berlaku mengalami peningkatan dari Rp9.450,8 triliun pada tahun 2020 menjadi Rp13.203,6 triliun pada tahun 2024. Nilai PDB UMKM atas dasar harga konstan juga meningkat dari Rp6.524,4 triliun pada tahun 2020 menjadi Rp7.737,6 triliun pada tahun 2024. Namun, persentase kontribusi UMKM terhadap PDB nasional menunjukkan kondisi yang fluktuatif, yaitu 61,20 persen pada tahun 2020, menurun menjadi 60,01 persen pada tahun 2021 dan 58,05 persen pada tahun 2022, kemudian meningkat kembali menjadi 58,60 persen pada tahun 2023 dan 59,64 persen pada tahun 2024. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa meskipun nilai ekonomi UMKM meningkat, kontribusinya terhadap PDB nasional belum sepenuhnya stabil dari tahun ke tahun.

Fluktuasi kontribusi UMKM terhadap PDB nasional menunjukkan bahwa besarnya jumlah UMKM belum selalu diikuti oleh kontribusi ekonomi yang stabil. Kondisi ini perlu diperhatikan karena kontribusi UMKM terhadap perekonomian sangat berkaitan dengan kemampuan pelaku usaha dalam mempertahankan dan meningkatkan kinerja bisnisnya. *Business Performance* menjadi penting untuk

dikaji karena dapat menggambarkan kemampuan UMKM dalam meningkatkan penjualan, keuntungan, pelanggan, efisiensi operasional, dan daya saing usaha (Prihandono *et al.*, 2024).

Peningkatan kontribusi UMKM juga perlu didukung oleh kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan peluang digital dan menghadapi perubahan pasar. UMKM yang mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan ekonomi digital memiliki peluang lebih besar untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi, dan memperbaiki daya saing. Oleh karena itu, kontribusi UMKM terhadap PDB nasional tidak hanya perlu dilihat dari nilai ekonomi yang dihasilkan, tetapi juga dari kemampuan UMKM dalam meningkatkan kinerja bisnis melalui pemanfaatan teknologi dan kemampuan adaptasi usaha (Hersusetiyati & Chandra, 2024).

Dalam penelitian ini, Jawa Barat menjadi wilayah yang relevan untuk dikaji karena termasuk dalam Pulau Jawa yang memiliki peran besar terhadap struktur ekonomi nasional. Kegiatan ekonomi di wilayah dengan kontribusi besar perlu diperhatikan karena dapat menggambarkan dinamika usaha, persaingan, serta peluang pengembangan pelaku usaha di tingkat daerah (Prasetyo & Rivai, 2025).

Salah satu indikator yang dapat digunakan untuk melihat besarnya aktivitas ekonomi suatu daerah adalah Produk Domestik Regional Bruto. PDRB menggambarkan nilai tambah barang dan jasa yang dihasilkan oleh berbagai lapangan usaha dalam suatu wilayah selama periode tertentu. Dengan demikian, PDRB dapat digunakan sebagai dasar untuk menilai kekuatan ekonomi daerah dan

melihat posisi suatu provinsi dalam struktur perekonomian nasional (Fitrahmayudi & Ambya, 2024).

Tabel 1. 3 Produk Domestik Regional Bruto Atas Dasar Harga Berlaku Menurut 5 Provinsi Tertinggi Tahun 2022 – 2025

No	Provinsi	PDRB 2022	PDRB 2023	PDRB 2024	PDRB 2025
1	DKI Jakarta	3.188.541,22	3.443.359,21	3.679.708,72	3.926.153,30
2	Jawa Timur	2.731.423,63	2.953.546,98	3.168.295,58	3.403.166,85
3	Jawa Barat	2.422.782,32	2.625.198,63	2.823.451,79	3.038.667,95
4	Jawa Tengah	1.559.140,36	1.695.427,92	1.817.710,82	1.943.187,66
5	Sumatera Utara	955.193,09	1.050.995,41	1.146.919,76	1.236.193,57

Sumber : Badan Pusat Statistik (2025)

Berdasarkan Tabel 1.3, Jawa Barat berada pada posisi ketiga sebagai provinsi dengan nilai PDRB atas dasar harga berlaku tertinggi di Indonesia selama tahun 2022 sampai 2025. Nilai PDRB Jawa Barat meningkat dari Rp2.422.782,32 miliar pada tahun 2022 menjadi Rp3.038.667,95 miliar pada tahun 2025. Posisi tersebut menunjukkan bahwa Jawa Barat memiliki aktivitas ekonomi yang besar dan menjadi salah satu provinsi penting dalam perekonomian nasional.

Besarnya PDRB Jawa Barat menunjukkan bahwa provinsi ini memiliki potensi ekonomi yang kuat. PDRB yang tinggi dapat menggambarkan tingginya aktivitas produksi, konsumsi, investasi, dan kegiatan usaha di suatu wilayah. Dalam konteks Jawa Barat, kondisi tersebut menunjukkan bahwa provinsi ini memiliki daya tarik ekonomi yang besar serta menjadi wilayah yang potensial bagi perkembangan pelaku usaha, termasuk UMKM (Millah & Yusuf, 2024).

Kondisi ekonomi Jawa Barat yang besar menjadi dasar untuk mengerucutkan pembahasan ke Kota Bandung sebagai lokasi penelitian. Kota Bandung merupakan salah satu kota penting di Jawa Barat yang memiliki aktivitas

ekonomi dan perkembangan pelaku usaha yang cukup besar. Oleh karena itu, pembahasan mengenai *Business Performance* UMKM di Kota Bandung menjadi relevan karena kinerja UMKM tidak dapat dilepaskan dari dinamika ekonomi daerah tempat usaha tersebut berkembang (Wistantri & Bintariningtyas, 2023).

Kota Bandung merupakan salah satu kota penting di Jawa Barat yang memiliki aktivitas ekonomi dan perkembangan usaha yang cukup besar. Sebagai ibu kota Provinsi Jawa Barat, Kota Bandung menjadi pusat kegiatan perdagangan, jasa, pendidikan, pariwisata, dan ekonomi kreatif yang mendorong munculnya berbagai jenis usaha masyarakat. Kondisi tersebut menjadikan Kota Bandung sebagai wilayah yang relevan untuk mengkaji perkembangan UMKM dalam mendukung perekonomian daerah (Hanifah & Gunawansyah, 2024).

UMKM di Kota Bandung memiliki peran penting dalam aktivitas ekonomi daerah karena mampu menciptakan peluang usaha, menyerap tenaga kerja, dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Perkembangan jumlah UMKM di suatu daerah juga dapat menjadi salah satu indikator yang menunjukkan adanya aktivitas ekonomi masyarakat. Oleh karena itu, peningkatan jumlah UMKM di Kota Bandung menjadi hal penting untuk diperhatikan dalam melihat dinamika ekonomi daerah (Agustine & Rahmi, 2024).

Tabel 1. 4 Jumlah UMKM Kota Bandung Tahun 2022 – 2025

Nama Provinsi	Kabupaten/Kota	Jumlah	Satuan	Tahun
Jawa Barat	Kota Bandung	8.684	Unit	2022
Jawa Barat	Kota Bandung	9.686	Unit	2023
Jawa Barat	Kota Bandung	10.916	Unit	2024
Jawa Barat	Kota Bandung	12.124	Unit	2025

Sumber : Open Data Kota Bandung (2025)

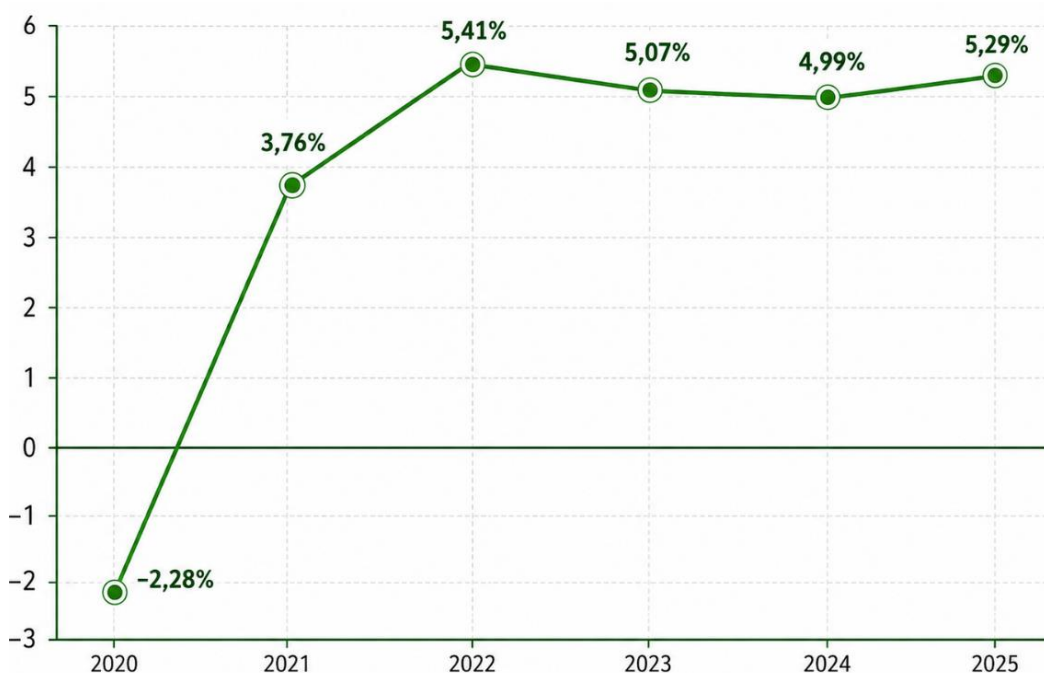
Berdasarkan Tabel 1.4, jumlah UMKM atau usaha mikro di Kota Bandung menunjukkan peningkatan dari tahun 2022 sampai 2025. Pada tahun 2022 jumlahnya tercatat sebanyak 8.684 unit, kemudian meningkat menjadi 9.686 unit pada tahun 2023, 10.916 unit pada tahun 2024, dan mencapai 12.124 unit pada tahun 2025. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa aktivitas usaha masyarakat di Kota Bandung terus berkembang, sehingga Kota Bandung memiliki potensi yang besar dalam pengembangan UMKM (Putri & Putra, 2024).

Peningkatan jumlah UMKM tidak selalu menunjukkan bahwa seluruh pelaku usaha memiliki kinerja bisnis yang optimal. Dalam konteks UMKM, peningkatan jumlah pelaku usaha juga dapat mendorong persaingan yang semakin ketat, sehingga setiap UMKM perlu memiliki strategi yang tepat untuk mempertahankan dan meningkatkan kinerja usahanya. *Business Performance* menjadi penting untuk diperhatikan karena berkaitan dengan kemampuan usaha dalam meningkatkan penjualan, pelanggan, keuntungan, kualitas pelayanan, dan daya saing (Aprilianti *et al.*, 2023).

Kota Bandung menjadi lokasi penelitian yang relevan karena perkembangan jumlah UMKM perlu diikuti dengan peningkatan kemampuan usaha dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Pelaku UMKM tidak hanya dituntut untuk bertahan, tetapi juga perlu memperbaiki aspek pemasaran, operasional, keuangan, penggunaan teknologi, dan kemampuan adaptasi usaha (Debby *et al.*, 2024). Oleh karena itu, penelitian mengenai Pengaruh *Digital Technology Adoption* Dan *Dynamic Capabilities* Terhadap *Business Performance* Dengan *Digital Innovation* Sebagai Variabel Mediasi Pada Umkm Di Kota Bandung penting

dilakukan untuk melihat faktor-faktor yang dapat mendukung peningkatan kinerja UMKM di daerah tersebut.

Kondisi ekonomi Kota Bandung menjadi bagian penting untuk diperhatikan karena perkembangan UMKM tidak dapat dilepaskan dari lingkungan ekonomi daerah tempat usaha tersebut berjalan. Pertumbuhan ekonomi daerah dapat menggambarkan adanya aktivitas produksi, konsumsi, perdagangan, jasa, dan kegiatan usaha yang terjadi dalam suatu wilayah. Dalam konteks Kota Bandung, perkembangan UMKM memiliki hubungan dengan kinerja ekonomi lokal karena UMKM dapat menciptakan aktivitas ekonomi, membuka peluang usaha, serta mendorong perputaran ekonomi masyarakat (Supriyanto, 2024).



Gambar 1. 2 Pertumbuhan Ekonomi Kota Bandung Tahun 2020 – 2025

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Bandung (2025)

Berdasarkan Gambar 1.2, pertumbuhan ekonomi Kota Bandung menunjukkan perubahan yang cukup dinamis. Pada tahun 2020, pertumbuhan ekonomi Kota Bandung berada pada angka negatif sebesar -2,28 persen, kemudian meningkat menjadi 3,76 persen pada tahun 2021 dan mencapai 5,41 persen pada tahun 2022. Namun, pertumbuhan tersebut menurun menjadi 5,07 persen pada tahun 2023 dan 4,99 persen pada tahun 2024, sebelum kembali meningkat menjadi 5,29 persen pada tahun 2025. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa ekonomi Kota Bandung mengalami pemulihan, tetapi pergerakannya masih fluktuatif dari tahun ke tahun.

Fluktuasi pertumbuhan ekonomi tersebut menunjukkan bahwa perkembangan ekonomi daerah tidak selalu berjalan stabil, sehingga pelaku UMKM perlu memiliki kinerja bisnis yang kuat agar mampu bertahan dan berkembang. *Business Performance* UMKM dapat dilihat dari beberapa aspek, seperti pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pelanggan, peningkatan keuntungan, kepuasan pelanggan, serta kemampuan usaha dalam menjalankan aktivitas bisnis secara lebih efektif. Ukuran tersebut penting karena menunjukkan sejauh mana UMKM mampu mencapai tujuan usahanya di tengah perubahan kondisi ekonomi (Nugraheni *et al.*, 2025).

Peningkatan jumlah UMKM dan pertumbuhan ekonomi Kota Bandung perlu diikuti oleh peningkatan *Business Performance* pada tingkat pelaku usaha. Persaingan usaha yang semakin tinggi dapat memengaruhi profitabilitas, pangsa pasar, pertumbuhan usaha, serta keputusan strategis UMKM dalam menjalankan bisnisnya. Oleh karena itu, diperlukan kajian mengenai faktor-faktor yang dapat

mendukung peningkatan *Business Performance* UMKM, termasuk *Digital Technology Adoption* dan *Dynamic Capabilities* sebagai variabel yang diduga berpengaruh terhadap kinerja bisnis UMKM di Kota Bandung (Keelson *et al.*, 2024).

Kondisi tersebut menjadi penting untuk dikaji karena *Digital Technology Adoption* diduga berkaitan dengan peningkatan *Business Performance* UMKM. Penggunaan teknologi digital dapat membantu UMKM meningkatkan penjualan, memperluas pelanggan, mempercepat transaksi, dan memperbaiki pelayanan. Namun, keberhasilan digitalisasi tidak hanya ditentukan oleh penggunaan alat digital, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola teknologi tersebut agar benar-benar memberikan dampak terhadap kinerja bisnis (Naibaho *et al.*, 2025).

Penelitian pendahuluan dilakukan terhadap 30 responden UMKM di Kota Bandung untuk memperoleh gambaran awal mengenai kondisi UMKM. Pra-survei ini dilaksanakan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang sesuai dengan karakteristik penelitian. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi kondisi awal serta mengetahui variabel dependen yang diduga masih mengalami permasalahan pada UMKM di Kota Bandung. Selain itu, hasil pra-survei juga memberikan informasi awal mengenai persepsi pelaku UMKM terhadap kondisi usahanya saat ini. Informasi tersebut menjadi dasar dalam memperkuat identifikasi masalah sekaligus mendukung penyusunan penelitian pada tahap selanjutnya. Adapun hasil penelitian pendahuluan yang telah dilakukan disajikan pada tabel berikut.

No	Pernyataan	Frekuensi					Jumlah Skor	Rata-Rata
		STS	TS	KS	S	SS		
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		
Technological Readiness								
1	Data dalam sistem tersimpan dengan aman	0	1	8	16	5	115	3,83
2	Infrastruktur teknologi mendukung pengembangan bisnis saya	0	1	8	15	6	116	3,87
3	Saya menyadari pentingnya teknologi dalam meningkatkan kinerja usaha	0	0	8	17	5	117	3,90
4	Saya mampu mengoperasikan sistem digital dengan baik	0	0	7	18	5	118	3,93
Jumlah Skor Rata – Rata								3,88
Jumlah Skor = Nilai x Frekuensi								
Rata-Rata = Jumlah Skor: Jumlah Responden (30)								
Skor Rata-Rata = Total Rata-Rata: Jumlah Pernyataan								

Sumber : Diolah Peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 1.5, variabel *Business Performance* memperoleh skor rata-rata sebesar 3,48. Nilai tersebut merupakan skor terendah dibandingkan variabel lainnya, yaitu *Digital Transformation* sebesar 3,78, *Infrastructure Capability* sebesar 3,67, dan *Technological Readiness* sebesar 3,88. Hal ini menunjukkan bahwa *Business Performance* merupakan variabel dependen yang paling bermasalah pada UMKM di Kota Bandung. Rendahnya skor tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat UMKM yang belum sepenuhnya mengalami peningkatan pendapatan, percepatan operasional, peningkatan pengenalan produk atau layanan, serta perkembangan skala usaha.

Setelah diketahui bahwa *Business Performance* menjadi variabel dependen yang diduga bermasalah, selanjutnya dilakukan penelitian pendahuluan terhadap beberapa faktor yang diduga memengaruhi *Business Performance* UMKM di Kota

Bandung. Penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang sama untuk memperoleh gambaran awal mengenai faktor-faktor yang memiliki keterkaitan dengan kinerja usaha. Faktor-faktor tersebut dipilih berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan adanya pengaruh terhadap *Business Performance*. Hasil penelitian pendahuluan ini kemudian digunakan sebagai dasar dalam menentukan variabel independen yang paling relevan untuk dianalisis lebih lanjut pada penelitian ini.

Berdasarkan penelitian terdahulu, terdapat beberapa variabel yang diduga dapat memengaruhi *Business Performance*. *Business Model Innovation* menurut Gautam *et al.*, (2025) memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Selanjutnya, *Dynamic Capability* menurut Shofwani *et al.*, (2023) berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan *Business Performance* pada UMKM batik di Kota Semarang. *Digital Capability* menurut Prakasa & Juman (2024) juga berpengaruh signifikan terhadap *small Business Performance* melalui peran *digital business transformation*. Selain itu, *Digital Maturity* menurut Tan *et al.*, (2026) berperan dalam meningkatkan *Business Performance* pada sektor *SMEs*. *Digital Adoption* menurut Affandi *et al.*, (2024) memiliki korelasi positif dan signifikan terhadap *Business Performance* pada usaha ultra mikro, mikro, dan kecil di Indonesia. *Digital Innovation* menurut Zhe & Abdul Hamid (2021) memiliki hubungan positif yang kuat terhadap *Business Performance*. Adapun *E-Commerce Capability* menurut Priambodo *et al.*, (2021) digunakan untuk menjelaskan *firm performance*, dengan temuan bahwa kemampuan *e-commerce* dapat meningkatkan kinerja perusahaan melalui peran *innovation capabilities*.

Tabel 1. 6 Hasil Penelitian Pendahuluan Mengenai Faktor - Faktor Yang Diduga Mempengaruhi *Business Performance* UMKM di Kota Bandung

No	Pernyataan	Frekuensi					Jumlah Skor	Rata-Rata
		STS	TS	KS	S	SS		
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		
Business Model Innovation								
1	Saya memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan nilai produk/jasa	0	1	8	16	5	115	3,83
2	Saya memanfaatkan teknologi digital untuk mempermudah distribusi produk	0	1	8	15	6	116	3,87
3	Saya memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan nilai produk/jasa	0	0	8	17	5	117	3,90
4	Saya memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan pendapatan	0	1	7	17	5	116	3,87
Jumlah Skor Rata – Rata								3,87
Dynamic Capability								
1	Saya memanfaatkan informasi dari sistem digital untuk meningkatkan kinerja usaha	1	2	11	13	3	105	3,50
2	Saya mengikuti perkembangan tren bisnis digital	1	2	10	14	3	106	3,53
3	Saya mampu mengembangkan ide menjadi peluang usaha	0	3	12	12	3	105	3,50
4	Saya memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung peluang bisnis	1	1	11	14	3	107	3,57
5	Saya melakukan inovasi dalam menjalankan bisnis	0	3	11	13	3	106	3,53
Jumlah Skor Rata – Rata								3,53
Digital Capability								
1	Sistem teknologi yang digunakan dalam bisnis saya berjalan dengan baik	1	1	8	17	3	110	3,67
2	Saya mampu mengoperasikan aplikasi atau sistem digital dengan baik	0	2	7	18	3	112	3,73

No	Pernyataan	Frekuensi					Jumlah Skor	Rata-Rata
		STS	TS	KS	S	SS		
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		
3	Penggunaan teknologi digital mempermudah koordinasi dalam bisnis	0	2	9	14	5	112	3,73
4	Saya memanfaatkan teknologi digital untuk menciptakan inovasi dalam bisnis	0	2	8	15	5	113	3,77
Jumlah Skor Rata – Rata								3,73
Digital Maturity								
1	Saya menyadari bahwa teknologi digital dapat meningkatkan kinerja usaha	0	2	8	15	5	113	3,77
2	Saya menggunakan lebih dari satu jenis teknologi digital dalam operasional usaha	0	1	8	16	5	115	3,83
3	Saya menggunakan lebih dari satu jenis teknologi digital dalam operasional usaha	0	1	10	13	6	114	3,80
4	Saya mengevaluasi penggunaan teknologi digital untuk meningkatkan kinerja	0	1	8	15	6	116	3,87
Jumlah Skor Rata – Rata								3,82
Digital Adoption								
1	Bisnis saya memanfaatkan aplikasi atau software untuk mendukung kegiatan usaha	1	3	10	14	2	103	3,43
2	Teknologi digital telah terintegrasi dalam proses bisnis saya	0	3	12	12	3	105	3,50
3	Aktivitas bisnis saya bergantung pada penggunaan teknologi digital	1	2	12	12	3	104	3,47
4	Saya melakukan transaksi bisnis secara online	1	2	10	14	3	106	3,53
Jumlah Skor Rata – Rata								3,48
Digital Innovation								
1	Teknologi digital membuat proses bisnis menjadi lebih efisien	0	0	7	18	5	118	3,93
2	Saya mencoba teknologi digital baru untuk mendukung bisnis	0	1	7	17	5	116	3,87

No	Pernyataan	Frekuensi					Jumlah Skor	Rata-Rata
		STS	TS	KS	S	SS		
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		
3	Saya mengevaluasi penggunaan teknologi digital untuk meningkatkan kinerja	0	1	6	18	5	117	3,90
Jumlah Skor Rata – Rata								3,90
<i>E-Commerce Capability</i>								
1	Saya mampu mengelola platform e-commerce yang digunakan dalam bisnis	0	0	7	18	5	118	3,93
2	Sistem pembayaran digital dalam bisnis saya berjalan dengan lancar	0	0	6	19	5	119	3,97
3	Saya dapat memastikan pesanan sampai ke pelanggan tepat waktu	0	1	5	17	7	120	4,00
4	Teknologi digital membantu menghubungkan proses penjualan dan operasional	0	1	6	17	6	118	3,93
Jumlah Skor Rata – Rata								3,96
Jumlah Skor = Nilai x Frekuensi								
Rata-Rata = Jumlah Skor: Jumlah Responden (30)								
Skor Rata-Rata = Total Rata-Rata: Jumlah Pernyataan								

Sumber : Diolah Oleh Penulis, 2026

Berdasarkan Tabel 1.6, *Digital Adoption* memperoleh skor rata-rata sebesar 3,48 dan *Dynamic Capability* memperoleh skor rata-rata sebesar 3,53. Kedua variabel tersebut memiliki skor rata-rata paling rendah dibandingkan faktor lainnya, seperti *Digital Capability* sebesar 3,73, *Digital Maturity* sebesar 3,82, *Business Model Innovation* sebesar 3,87, *Digital Innovation* sebesar 3,90, dan *E-Commerce Capability* sebesar 3,96. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *Digital Adoption* dan *Dynamic Capability* menjadi faktor yang paling perlu diperhatikan karena diduga memiliki pengaruh terhadap *Business Performance* UMKM di Kota Bandung.

Tabel 1. 7 Inkonsistensi Penelitian

Peneliti	Variabel dan Teori	Temuan Positif	Temuan Negatif / Keterbatasan	Keterangan
Nguyen et al., (2023)	<i>Digital Transformation</i> → <i>Innovation Capability</i> → <i>Business Performance</i>	Transformasi digital berpengaruh positif terhadap kemampuan inovasi dan kinerja bisnis UMKM. Pemanfaatan data, konektivitas, perubahan model bisnis, dan perubahan proses bisnis dapat membantu meningkatkan hasil operasional dan nilai pelanggan.	Penelitian ini dilakukan pada SMEs di Vietnam, sehingga konteks wilayah, karakteristik usaha, dan lingkungan bisnis berbeda dengan UMKM di Kota Bandung.	Perlu pengujian kembali pada konteks UMKM di Kota Bandung untuk melihat apakah pemanfaatan teknologi digital juga dapat meningkatkan <i>Business Performance</i> pada lingkungan usaha lokal.
Alifudin et al., (2024)	<i>Digital Technology Adoption</i> → <i>Industry 4.0 Readiness</i> → <i>Business Performance</i>	Adopsi teknologi digital berpengaruh terhadap kesiapan UMKM dalam menghadapi Industri 4.0, dan kesiapan tersebut berpengaruh terhadap kinerja bisnis.	Pengaruh langsung <i>Digital Technology Adoption</i> terhadap <i>Business Performance</i> tidak signifikan dan hanya memberikan pengaruh kecil tanpa adanya kesiapan organisasi.	Terdapat perbedaan temuan mengenai pengaruh langsung <i>Digital Technology Adoption</i> terhadap <i>Business Performance</i> , sehingga perlu diuji kembali pada UMKM Kota Bandung.
Agus et al., (2023)	<i>Dynamic Capabilities</i> →	<i>Dynamic Capabilities</i> dapat	Pengaruh <i>Dynamic Capabilities</i>	Perlu penelitian yang menguji

Peneliti	Variabel dan Teori	Temuan Positif	Temuan Negatif / Keterbatasan	Keterangan
	<i>Competitive Advantage</i> → <i>Business Performance</i>	meningkatkan kinerja bisnis UMKM melalui penciptaan keunggulan kompetitif. UMKM yang memiliki kemampuan adaptasi lebih baik dapat memperkuat posisi usaha dan meningkatkan kinerja.	terhadap <i>Business Performance</i> dalam penelitian tersebut dikaji melalui peran keunggulan kompetitif, sehingga belum sepenuhnya menunjukkan pengaruh langsung pada kinerja bisnis.	<i>Dynamic Capabilities</i> secara langsung terhadap <i>Business Performance</i> UMKM, khususnya pada UMKM di Kota Bandung.
Nurachmad et al., (2025)	<i>Digital-Based Management Information System Adoption</i> → <i>MSME Performance</i>	Adopsi sistem informasi manajemen berbasis digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM, termasuk kinerja keuangan, operasional, pasar, dan inovasi.	Efektivitas sistem digital sangat bergantung pada kemampuan UMKM dalam mengelola sistem, kesiapan sumber daya, dan penggunaan teknologi secara konsisten.	Walaupun adopsi sistem digital dapat meningkatkan kinerja, masih perlu dikaji apakah adopsi teknologi digital secara umum juga berpengaruh terhadap <i>Business Performance</i> UMKM Kota Bandung.
Affandi et al., (2024)	<i>Digital Adoption</i> → <i>Business Performance</i> → <i>Financial Literacy</i>	Adopsi digital pada usaha ultra mikro, mikro, dan kecil dapat dilihat melalui penggunaan e-procurement, POS, e-marketing, e-	Hasil adopsi digital dapat berbeda-beda tergantung proses bisnis, literasi keuangan, kapasitas pelaku usaha, dan	Masih terdapat kebutuhan untuk melihat apakah adopsi digital pada proses bisnis UMKM mampu memberikan pengaruh

Peneliti	Variabel dan Teori	Temuan Positif	Temuan Negatif / Keterbatasan	Keterangan
		commerce, dan pembayaran digital.	karakteristik UMKM.	terhadap <i>Business Performance</i> di tingkat daerah.
Kallmuenzer et al., (2025)	<i>Digitalization Adoption</i> → <i>Performance Outcome</i>	Digitalisasi dapat memberikan dampak terhadap kinerja UKM apabila didukung oleh pemilihan teknologi yang sesuai, kemampuan karyawan, dan kesiapan organisasi.	Tidak semua UKM langsung memperoleh hasil positif dari digitalisasi karena proses adopsi masih dipengaruhi oleh hambatan internal dan eksternal.	Pengaruh digitalisasi terhadap kinerja belum bersifat otomatis, sehingga perlu diuji pada UMKM Kota Bandung yang memiliki tingkat kesiapan dan kemampuan digital yang beragam.
Naibaho et al., (2025)	<i>Digital Technology Adoption</i> → <i>Customer Satisfaction</i> → <i>Sales Performance</i>	Adopsi teknologi digital dan literasi digital berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan berperan sebagai mediator dalam meningkatkan kinerja penjualan UMKM.	Penelitian tersebut lebih menekankan pada <i>sales performance</i> dan peran mediasi kepuasan pelanggan, sehingga belum sepenuhnya menggambarkan <i>Business Performance</i> secara menyeluruh.	Perlu penelitian yang menguji pengaruh <i>Digital Technology Adoption</i> terhadap <i>Business Performance</i> secara lebih luas, seperti pendapatan, operasional, pengenalan produk, dan perkembangan skala usaha.
Canhoto et al., (2021)	<i>Dynamic Capabilities</i> → <i>Digital</i>	<i>Dynamic Capabilities</i> membantu	Penelitian ini lebih menekankan	Perlu penelitian yang menghubungkan

Peneliti	Variabel dan Teori	Temuan Positif	Temuan Negatif / Keterbatasan	Keterangan
	<i>Strategy Alignment</i> pada SMEs	SMEs menyelaraskan strategi digital melalui kemampuan sensing, seizing, dan reconfiguring dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis.	pada penyelarasan strategi digital, bukan secara langsung pada pengaruhnya terhadap <i>Business Performance</i> .	n <i>Dynamic Capabilities</i> secara langsung dengan <i>Business Performance</i> , terutama pada UMKM di Kota Bandung yang menghadapi perubahan digital dan persaingan usaha.

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 1.8, dapat diketahui bahwa penelitian terdahulu mengenai pengaruh *Digital Technology Adoption* dan *Dynamic Capabilities* terhadap *Business Performance* masih menunjukkan hasil yang beragam. Beberapa penelitian menyatakan bahwa adopsi teknologi digital mampu memberikan pengaruh positif terhadap kinerja usaha melalui peningkatan efisiensi operasional, perluasan pasar, peningkatan penjualan, kepuasan pelanggan, dan inovasi bisnis. Namun, beberapa penelitian lain menunjukkan bahwa pengaruh *Digital Technology Adoption* terhadap *Business Performance* tidak selalu bersifat langsung atau signifikan, karena masih bergantung pada kesiapan organisasi, kemampuan sumber daya manusia, literasi digital, keterampilan teknologi, dan kapasitas internal UMKM.

Selain itu, perbedaan hasil penelitian juga terlihat pada variabel *Dynamic Capabilities*. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa *Dynamic Capabilities* dapat membantu UMKM dalam membaca perubahan pasar, memanfaatkan peluang, menyesuaikan strategi, dan menciptakan keunggulan kompetitif sehingga berdampak pada peningkatan kinerja usaha. Akan tetapi, dalam konteks tertentu, pengaruh *Dynamic Capabilities* terhadap *Business Performance* belum sepenuhnya terlihat secara langsung karena kemampuan adaptasi perlu diterjemahkan ke dalam tindakan bisnis yang nyata, seperti inovasi, perubahan proses usaha, strategi pemasaran, dan pemanfaatan teknologi digital.

Perbedaan hasil penelitian terdahulu tersebut menunjukkan adanya celah penelitian atau *research gap* yang perlu dikaji lebih lanjut. Sebagian penelitian menunjukkan bahwa *Digital Technology Adoption* dan *Dynamic Capabilities* berpengaruh terhadap *Business Performance*, sedangkan sebagian lainnya menunjukkan bahwa pengaruh tersebut belum tentu signifikan apabila tidak didukung oleh kesiapan organisasi dan kemampuan internal UMKM. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menguji kembali pengaruh *Digital Technology Adoption* dan *Dynamic Capabilities* terhadap *Business Performance* pada UMKM di Kota Bandung.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, yang memuat berbagai argumen yang didukung oleh teori, data, fenomena yang terjadi di lapangan, *research gap* dari penelitian terdahulu, serta hasil penelitian pendahuluan, maka penting untuk dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang memengaruhi *Business Performance* UMKM. Oleh karena itu, peneliti tertarik

untuk melakukan penelitian dengan judul “**PENGARUH *DIGITAL TECHNOLOGY ADOPTION* DAN *DYNAMIC CAPABILITIES* TERHADAP *BUSINESS PERFORMANCE* DENGAN *DIGITAL INNOVATION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA UMKM DI KOTA BANDUNG**”.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah Penelitian

Merujuk pada uraian permasalahan yang berkaitan dengan latar belakang penelitian yang telah disampaikan di atas, maka peneliti melakukan identifikasi terhadap masalah-masalah yang muncul serta merumuskannya ke dalam beberapa pokok permasalahan penelitian sebagai berikut:

1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian

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

1. *Business Performance* UMKM di Kota Bandung masih belum optimal, terutama dalam hal peningkatan pendapatan, kecepatan kegiatan operasional, pengenalan produk atau layanan, serta perkembangan skala usaha.
2. Adopsi teknologi digital atau *Digital Technology Adoption* pada UMKM di Kota Bandung masih belum berjalan secara maksimal.
3. Kemampuan dinamis atau *Dynamic Capabilities* pelaku UMKM di Kota Bandung masih perlu ditingkatkan
4. Pemanfaatan teknologi digital oleh UMKM belum sepenuhnya mampu mendorong peningkatan kinerja bisnis

5. Terdapat inkonsistensi hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh *Digital Technology Adoption* dan *Dynamic Capabilities* terhadap *Business Performance*, sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut pada UMKM di Kota Bandung.

1.2.2 Rumusan Masalah Penelitian

Dengan memperhatikan identifikasi masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini disusun sebagai pokok pembahasan yang akan diteliti secara lebih terarah. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi *Digital Technology Adoption*, *Dynamic Capabilities*, *Digital Innovation*, dan *Business Performance* pada UMKM di Kota Bandung?
2. Bagaimana hubungan antara *Digital Technology Adoption* dan *Dynamic Capabilities* pada UMKM di Kota Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh *Digital Technology Adoption* dan *Dynamic Capabilities* secara simultan dan parsial terhadap *Digital Innovation* pada UMKM di Kota Bandung?
4. Seberapa besar pengaruh *Digital Technology Adoption*, *Dynamic Capabilities*, dan *Digital Innovation* secara simultan dan parsial terhadap *Business Performance* pada UMKM di Kota Bandung?
5. Seberapa besar pengaruh *Digital Technology Adoption* dan *Dynamic Capabilities* terhadap *Business Performance* melalui *Digital Innovation* pada UMKM di Kota Bandung.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis, serta memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai hal-hal yang menjadi fokus dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. *Digital Technology Adoption, Dynamic Capabilities, Digital Innovation, dan Business Performance* pada UMKM di Kota Bandung.
2. Hubungan antara *Digital Technology Adoption* dan *Dynamic Capabilities* pada UMKM di Kota Bandung.
3. Pengaruh *Digital Technology Adoption* dan *Dynamic Capabilities* secara simultan dan parsial terhadap *Digital Innovation* pada UMKM di Kota Bandung.
4. Pengaruh *Digital Technology Adoption, Dynamic Capabilities, dan Digital Innovation* secara simultan dan parsial terhadap *Business Performance* pada UMKM di Kota Bandung.
5. Pengaruh *Digital Technology Adoption* dan *Dynamic Capabilities* terhadap *Business Performance* melalui *Digital Innovation* pada UMKM di Kota Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat serta kontribusi yang positif, baik bagi peneliti sendiri, pembaca, maupun pihak-pihak yang berkepentingan. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kegunaan yang berarti, baik secara teoritis maupun praktis, serta dapat menjadi

bahan pertimbangan, sumber informasi, dan referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas permasalahan serupa.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang Manajemen, terutama yang berkaitan dengan *Digital Technology Adoption*, *Dynamic Capabilities*, *Digital Innovation*, dan *Business Performance* pada UMKM. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai hubungan antarvariabel tersebut serta menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan penelitian dengan topik atau objek yang sejenis.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran bagi pelaku usaha mengenai pentingnya pemanfaatan teknologi digital dan kemampuan adaptasi dalam meningkatkan kinerja bisnis di tengah persaingan usaha yang semakin dinamis. Adapun kegunaan praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku UMKM

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku UMKM di Kota Bandung dalam meningkatkan adopsi teknologi digital dan kemampuan dinamis usaha. Dengan demikian, pelaku UMKM dapat lebih mampu memanfaatkan teknologi, menyesuaikan strategi bisnis, serta meningkatkan kinerja usaha.

2. Bagi Responden

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

3. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat tidak langsung bagi konsumen, karena peningkatan adopsi teknologi digital dan kemampuan adaptasi UMKM dapat mendorong pelayanan yang lebih baik.

4. 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 *Digital Technology Adoption*, *Dynamic Capabilities*, dan *Business Performance* UMKM.