

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian bangsa, baik dalam aspek ekonomi maupun sosial. Oleh karena itu, UMKM perlu menjadi prioritas pengembangan setiap negara (Novitasari, 2022). Peran UMKM sangat penting terutama dalam menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi. Teknologi informasi terbukti mampu membantu mempersingkat proses bisnis UMKM sekaligus meningkatkan akurasi data, memudahkan pelaporan keuangan, dan memperluas jangkauan pasar sehingga efisiensi dan efektivitas operasional usaha dapat tercapai secara optimal (Hasan dkk., 2025)

Pertumbuhan ekonomi digital Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan, ditunjukkan melalui Gross Merchandise Value (GMV) yang meningkat setiap tahunnya. Hal ini memberikan peluang yang besar bagi UMKM untuk berkembang. Selain itu, peningkatan GMV juga menunjukkan adanya peningkatan transaksi digital serta perubahan perilaku konsumen pada sistem online. Oleh karena itu, data perkembangan GMV ekonomi digital di Indonesia dari tahun ke tahun disajikan dalam bentuk tabel berikut:

Tabel 1. 1
Perkembangan GMV Ekonomi Digital di Indonesia

Tahun	GMV (US\$ Miliar)
2021	\$ 70
2022	\$ 77
2023	\$ 80
2024	\$ 99–100

Sumber: Google, Temasek & Bain (2024)

Berdasarkan Tabel 1.1, nilai Gross Merchandise Value ekonomi digital Indonesia menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2021, nilai GMV tercatat sebesar 70 miliar USD dan meningkat hingga mencapai 99–100 miliar USD pada tahun 2024. Peningkatan pesat ini menunjukkan perkembangan ekonomi digital di Indonesia yang sangat signifikan. Sektor *e-commerce* menjadi kontributor utama dalam pencapaian tersebut, hal ini dipicu oleh perubahan perilaku konsumen dalam berbelanja yang beralih ke platform digital dalam melakukan aktivitas pembelian barang dan jasa.

Perkembangan teknologi digital dari tahun ke tahun menunjukkan peningkatan yang signifikan. Transformasi digital telah mendorong perubahan dalam berbagai aspek proses bisnis, khususnya pada sektor UMKM konveksi. Digitalisasi tidak hanya tentang pemasaran dan penjualan melalui *e-commerce*, tetapi mencakup produksi, distribusi, dan pelayanan pelanggan. Meskipun demikian, masih banyak UMKM konveksi yang belum menggunakan proses bisnis secara digital, hal ini menyebabkan kurang optimalnya keberlanjutan usaha (Sitompul et al., 2024).

Peran teknologi dan inovasi digital mampu mendorong pertumbuhan

ekonomi melalui peningkatan efisiensi, produktivitas, dan pengembangan proses bisnis di era digital (Afriyadi et al., 2024). Era digital saat ini, UMKM menghadapi peluang sekaligus tantangan dalam menjaga keberlanjutan usahanya. Digitalisasi menawarkan berbagai keuntungan seperti meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, serta meningkatkan daya saing.

Namun demikian, UMKM menghadapi berbagai hambatan yang menghalangi perkembangan usaha, antara lain keterbatasan akses modal serta persaingan dengan perusahaan yang lebih besar. Dalam kondisi tersebut, keberlanjutan UMKM sangat bergantung pada kemampuan pelaku usaha untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Selain itu, dukungan kebijakan pemerintah, ekosistem bisnis, serta kesiapan sumber daya manusia menjadi faktor penting dalam keberhasilan UMKM.

Lebih lanjut lagi, teori Triple Bottom Line yang dikembangkan oleh John Elkington menekankan bahwa keberlangsungan usaha tidak hanya bergantung pada aspek ekonomi, tetapi juga mencakup aspek sosial dan lingkungan. Konsep ini mencakup tiga dimensi utama, yaitu profit, people, dan planet, yang secara simultan memengaruhi keberlanjutan usaha (Elkington, 1997). Dalam konteks UMKM konveksi, aspek profit (ekonomi) tercermin dari peningkatan penjualan serta efisiensi biaya produksi, aspek people berkaitan dengan hubungan antara pelaku usaha dengan pelanggan maupun tenaga kerja sementara aspek planet berkaitan dengan pengelolaan sumber daya dan dampak pada lingkungan dari proses produksi. Pemanfaatan teknologi dapat mendukung efisiensi dan keberlanjutan tersebut melalui aspek internal dan eksternal.

Namun, peningkatan pemanfaatan teknologi tersebut masih terfokus dan terpusat pada aspek pemasaran dan penjualan, sementara integrasi proses bisnis digital secara internal belum di terapkan secara optimal. Padahal inovasi secara bisnis digital berperan penting dalam efisiensi dan daya saing UMKM. Oleh karena itu, integrasi proses bisnis digital pada aspek pemasaran, penjualan, produksi, serta distribusi menjadi krusial untuk meningkatkan kinerja usaha dan keberlanjutan usaha (Eller et al., 2020). Saat ini, banyak UMKM terdorong oleh tekanan ekonomi global dan perubahan perilaku konsumen. Perubahan ini menuntut para pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan proses bisnis digital agar mampu bersaing. Digitalisasi terbukti mampu meningkatkan efisiensi proses dalam bisnis dan keberlanjutan usaha, hal ini menunjukkan bahwa proses bisnis digital pada UMKM mendukung keberlangsungan usaha jangka panjang di tengah persaingan bisnis (Wilestari et al., 2025).

Meskipun demikian, dalam mengintegrasikan proses bisnis digital. Pengelolaan keuangan yang lemah seperti pengendalian intern dan pencatatan akuntansi yang belum terstruktur, serta keterbatasan sumber daya manusia dalam keahlian digital dapat menghambat keberlanjutan usaha serta memperlambat pengambilan keputusan yang cepat (Saputri dkk., 2024). Di sisi lain, manfaat digitalisasi belum dapat dirasakan secara optimal karena baru 12% UMKM yang berhasil mengintegrasikan teknologi digital dalam operasional usahanya (Istamaria dkk., 2025).

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut berpengaruh terhadap keberlanjutan serta daya saing UMKM konveksi. Oleh karena itu,

diperlukan identifikasi mengenai faktor yang memengaruhi keberlanjutan usaha konveksi. Berdasarkan hasil peneliti terdahulu, faktor-faktor tersebut kemudian disajikan dalam bentuk tabel untuk memberikan gambaran yang lebih jelas:

Tabel 1. 2

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberlanjutan Usaha UMKM Konveksi

No	Faktor	Aspek	Kondisi Umum Konveksi	Dampak dalam Keberlanjutan
1	Digitalisasi	Penggunaan marketplace & media sosial	Masih terbatas UMKM konveksi yang memakai media sosial dan marketplace	Jangkauan pasar belum luas dan maksimal
2	Manajemen Keuangan	Pencatatan dan pelaporan keuangan	Belum terstruktur, pencatatan masih manual	Risiko kesalahan menghitung laba dan pendapatan
3	Kualitas Produk	Bahan dan hasil jahitan	Bervariasi, terkadang hasil jahitan tidak konsisten	Mempengaruhi kepuasan pelanggan
4	Inovasi Produk	Desain dan nilai produk	Desain masih manual, tidak menggunakan tools digital	Daya saing dengan pelaku usaha lainnya rendah
5	SDM	Keterampilan dalam pekerjaan	Masih terbatas dalam penggunaan teknologi digital	Produksi belum maksimal
6	Integrasi Proses Bisnis	Penghubung antar proses produksi	Tidak semua terintegrasi teknologi digital	Efisiensi rendah, pengambilan keputusan lambat
7	Supply Chain	Pengelolaan bahan baku dan distribusi	Waktu produksi menjadi lebih lama	Produksi menjadi terhambat

Sumber: Diolah Dari Beberapa Peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 1.2, keberlanjutan usaha pada UMKM konveksi dipengaruhi oleh aspek internal dan aspek eksternal. Merujuk pada tabel tersebut,

faktor digitalisasi memiliki peran penting dalam keberlanjutan usaha karena mampu memperluas pasar serta meningkatkan efisiensi operasional. Selain itu, kualitas produk dan inovasi produksi menjadi salah satu faktor kunci dalam meningkatkan daya saing pelaku UMKM konveksi. Di sisi lain, faktor manajemen keuangan dan sumber daya manusia memiliki peran penting dalam memengaruhi stabilitas produksi usaha. Selain itu, integrasi proses bisnis berperan dalam pengelolaan rantai pemasok sehingga dapat mendukung peningkatan kinerja. Dengan integrasi tersebut, faktor-faktor keberlanjutan usaha dapat berjalan secara optimal.

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mengalami pertumbuhan pesat di Indonesia, khususnya di Kota Bandung. Salah satu sektor yang menunjukkan tren positif dari tahun ke tahun adalah industri konveksi. UMKM konveksi dapat didefinisikan sebagai industri kecil skala rumah tangga yang bergerak di bidang produksi pakaian jadi serta produk tekstil lainnya, seperti baju, celana, dan seragam. Pada umumnya, UMKM konveksi memiliki skala produksi relatif kecil dengan jumlah tenaga kerja terbatas serta penggunaan teknologi produksi yang masih sederhana. Meskipun demikian, sektor ini memiliki peran penting dalam perekonomian nasional, terutama dalam membuka lapangan kerja, mendorong pertumbuhan industri kreatif, serta memenuhi kebutuhan sandang masyarakat Indonesia (Nuryanti et al., 2023).

Perekonomian lokal dan nasional sangat dipengaruhi oleh peran UMKM, khususnya pada industri konveksi. UMKM konveksi mampu menyediakan berbagai produk dengan harga bersaing di tengah meningkatnya permintaan pakaian untuk kebutuhan seragam maupun *Fashion*. Kemampuan adaptasi dan

keaktivitas yang dimiliki UMKM konveksi memungkinkan pelaku usaha untuk memenuhi kebutuhan pasar domestik serta memiliki potensi untuk berkembang ke pasar internasional. Oleh karena itu, UMKM dituntut untuk terus mengamati tren serta meningkatkan kualitas produk dan layanan agar tetap relevan dengan permintaan pasar.

Namun demikian, terdapat beberapa faktor yang menyebabkan UMKM konveksi belum mampu bersaing secara kompetitif, antara lain tingginya biaya pengadaan alat produksi, rendahnya pengetahuan manajerial, serta keterbatasan keterampilan tenaga kerja (Ihsan et al., 2025). Selain itu, kualitas produk yang belum konsisten dan keterbatasan akses pasar menjadi hambatan dalam memanfaatkan peluang yang ada.

Saat ini, usaha konveksi sebagai salah satu subsektor industri kreatif mengalami pertumbuhan pesat seiring dengan meningkatnya permintaan produk sandang. UMKM konveksi tidak hanya berkontribusi pada perekonomian lokal, tetapi juga berpotensi menembus pasar nasional bahkan global. Namun demikian, banyak pelaku usaha konveksi yang masih menghadapi tantangan dalam beradaptasi terhadap teknologi digital dan pemasaran daring (Ardissa dkk., 2025). Di Indonesia, meskipun UMKM konveksi memiliki peran penting bagi perekonomian, pemanfaatan digitalnya masih tertinggal dibandingkan dengan perusahaan besar. Digitalisasi berdampak signifikan pada peningkatan daya saing usaha manufaktur skala kecil dan menengah. Penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang mengadopsi digital mampu meningkatkan produktivitas tenaga kerja dibandingkan dengan yang masih semi-manual, hal ini menunjukkan bahwa

teknologi digital dapat meningkatkan efisiensi operasional (Verhoef et al., 2021).

Guna memperjelas penerapan integrasi proses bisnis, diperlukan gambaran aktivitas usaha konveksi secara menyeluruh, baik yang bersifat semi-manual maupun yang telah menggunakan teknologi digital. Oleh karena itu, berikut disajikan aktivitas pada usaha konveksi dalam bentuk tabel:

Tabel 1. 3
Aktivitas Integrasi Proses Bisnis pada Konveksi

N o	Aktivitas Proses Bisnis	Aktivitas Utama	Integrasi Proses Bisnis	Sistem yang Digunakan	Permasalahan
1	Penerimaan Pesanan	Menerima dan mencatat order pelanggan	Terhubung ke desain dan produksi	WhatsApp, Marketplace	Data tidak otomatis masuk ke sistem produksi
2	Desain Produk	Membuat desain sesuai pesanan	Terhubung ke produksi	CorelDraw AI	Desain tidak langsung terhubung ke bagian produksi
3	Manajemen Pesanan	Mengelola data order	Terhubung ke produksi	Excel, Google Sheets	Data tidak real-time
4	Pengadaan Bahan Baku	Membeli bahan baku	Terhubung ke produksi dan inventory	Marketplace bahan	Tidak sinkron dengan kebutuhan produksi
5	Distribusi	Mengirim barang ke pelanggan	Terhubung ke QC dan inventory	Jasa ekspedisi	Tidak ada monitoring terintegrasi
6	Pembayaran	Mengelola transaksi pembayaran	Terhubung ke pembelian	Transfer bank, e-wallet	Tidak otomatis tercatat

N o	Aktivitas Proses Bisnis	Aktivitas Utama	Integrasi Proses Bisnis	Sistem yang Digunakan	Permasalahan
7	<i>Quality Control</i>	Mengecek kualitas produk	Terhubung ke finishing	Checklist manual/digital	Tidak terdokumentasi
8	Persediaan	Mengelola stok bahan & barang	Terhubung ke produksi & pembelian	Aplikasi inventory sederhana	Selisih stok sering terjadi
9	Pengemasan	Menyiapkan produk untuk pengiriman	Terhubung ke keuangan dan produksi	Jasa ekspedisi	Sistem tidak terhubung dengan pencatatan pembayaran
10	Keuangan	Menerima dan mencatat transaksi	Terhubung ke semua proses	Excel, aplikasi akuntansi	Data tidak terintegrasi penuh

Sumber: Diolah Dari Beberapa Oleh Peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 1.3, permasalahan seperti data yang tidak *real-time* dan terjadinya redundansi data sebagaimana ditunjukkan dapat diatasi melalui penerapan integrasi proses bisnis digital. Secara teknis, penggunaan sistem ERP (*Enterprise Resource Planning*) sederhana memungkinkan seluruh data pesanan, produksi, dan keuangan terpusat dalam satu sistem sehingga pembaruan data dapat dilakukan secara otomatis dan *real-time*. Selain itu, integrasi API (*Application Programming Interface*) dengan marketplace memungkinkan data pesanan dari platform penjualan langsung masuk ke sistem internal tanpa perlu input ulang, sehingga dapat mengurangi duplikasi data dan meningkatkan akurasi informasi. Integrasi proses bisnis menunjukkan bahwa setiap aktivitas usaha, mulai dari pemesanan dan desain produk hingga proses produksi, saling terhubung dalam

suatu sistem. Namun, pada praktik usaha konveksi masih menggunakan sistem terpisah sehingga setiap bagian belum terintegrasi secara optimal. Selain itu, bagian produksi tidak menerima data secara otomatis dari proses sebelumnya. Kondisi ini menyebabkan terjadinya keterlambatan serta kesalahan informasi dalam proses produksi.

Pada proses produksi, integrasi dengan aktivitas distribusi dan transaksi keuangan masih belum berjalan secara efektif. Kondisi ini menyebabkan alur pencatatan keuangan sering kali tidak sinkron sehingga terjadi ketidaksesuaian data antara stok barang hasil produksi dengan laporan keuangan. Selain itu, penggunaan sistem manual dan semi digital pada proses *quality control* serta pengelolaan persediaan membuat kegiatan monitoring dan evaluasi kinerja menjadi kurang efektif dan tidak terdokumentasi dengan baik. Permasalahan lainnya adalah belum adanya sistem integrasi proses yang mampu menghubungkan seluruh aktivitas proses bisnis secara real-time, akibatnya pelaku usaha sulit dalam pengambilan keputusan yang cepat dan akurat. Kondisi ini menunjukkan bahwa integrasi proses bisnis berbasis digital sangat diperlukan agar seluruh aktivitas operasional dapat berjalan secara efisien, terkoordinasi, dan mampu meningkatkan kinerja usaha secara keseluruhan.

Salah satu strategi yang diterapkan adalah mengintegrasikan proses bisnis pada konveksi melalui pendampingan produktif, penguatan kapasitas produksi, serta pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan efisiensi usaha. Dalam beberapa tahun terakhir, usaha konveksi menunjukkan perkembangan yang konsisten. Oleh karena itu, integrasi proses bisnis pada usaha konveksi perlu dilakukan guna dapat

menjamin keberlanjutan usaha di masa depan. Sebagai gambaran yang lebih jelas, berikut disajikan data perkembangan proses bisnis UMKM konveksi di Indonesia dalam lima tahun terakhir:

Tabel 1. 4
Perkembangan Proses Bisnis UMKM Konveksi 5 Tahun Terakhir di
Indonesia

Tahun	Proses Bisnis	Sistem yang Digunakan	Perubahan/Tren
2021	Produksi manual dan pencatatan sederhana	Manual – buku catatan	Adaptasi pandemi: produksi masker dan APD
2022	Pemodelan bisnis mulai terstruktur (BMC)	Semi digital	Mulai ada penataan pesanan produksi
2023	Produksi dan quality control	Manual + SPC sederhana	Fokus pada pemetaan alur pemesanan dan produksi
2024	Perbaikan proses bisnis (BPI)	Sistem pencatatan produksi	Mengurangi overproduction dan pemborosan
2025	Integrasi dan optimalisasi proses	Digital optimalisasi	Integrasi proses (Eliminate, Simplify, Automate)

Sumber: Diolah Berbagai Peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 1.4, Tren proses bisnis dan keberlanjutan usaha pada UMKM konveksi menunjukkan peningkatan signifikan dalam lima tahun terakhir, yang didorong oleh adopsi teknologi digital secara menyeluruh mulai dari

manajemen rantai pasok hingga sistem pemasaran *on-demand*. Perkembangan tersebut mencerminkan adanya perubahan ke arah pengelolaan proses bisnis yang lebih terarah. Pada tahun 2021, proses bisnis UMKM konveksi masih menggunakan sistem manual dan berfokus pada produksi masker serta alat pelindung diri (APD) sebagai respons terhadap pandemi Covid-19. Memasuki tahun 2022, pelaku usaha mulai menerapkan pemodelan yang lebih terstruktur seperti penggunaan model Business Model Canvas, meskipun proses produksi dan pencatatan keuangan masih berada pada tahap semi-manual. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan kesadaran para pelaku usaha konveksi mengenai pentingnya pengelolaan bisnis yang sistematis demi menjaga keberlanjutan usaha.

Selanjutnya, pada tahun 2023, fokus proses bisnis UMKM konveksi mulai bergeser pada peningkatan kualitas produk serta penerapan quality control, meskipun sistem yang digunakan masih sederhana. Pada tahun 2024, pelaku usaha mulai melakukan upaya perbaikan proses bisnis melalui pendekatan *Business Process Improvement* (BPI) untuk meningkatkan efisiensi produksi serta mengurangi pemborosan seperti *overproduction*. Memasuki tahun 2025, perkembangan proses bisnis UMKM konveksi mengarah ke tahap yang lebih maju, yaitu tahap integrasi dan optimalisasi berbasis digital. Namun demikian, implementasi teknologi tersebut masih belum merata pada seluruh UMKM konveksi.

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai kondisi persebaran UMKM di Kota Bandung, data jumlah UMKM disajikan dalam bentuk tabel. Penyajian data ini bertujuan untuk menunjukkan jumlah unit usaha pada masing-

masing sektor serta karakteristik umumnya, sehingga diharapkan dapat membantu dalam memahami tingkat perkembangan dan pola adopsi teknologi digital pada setiap jenis UMKM di Kota Bandung:

Tabel 1. 5
Jumlah UMKM Berdasarkan Jenis Usaha di Kota Bandung

Jenis UMKM	Jumlah Unit	Karakteristik Umum
Konveksi	25.944 unit	Produksi manual – semi digital; pencatatan keuangan masih manual
Pedagang Kuliner	+120.000 unit	Lebih cepat adopsi digital
Jasa	+85.000 unit	Digital marketing relatif tinggi
Lain-lainnya	+60.000 unit	Beragam

Sumber: <https://opendata.jabarprov.go.id/> (2024)Diolah Peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 1.5, jumlah UMKM Kota Bandung pada tahun 2023 menunjukkan bahwa sektor konveksi memiliki sebanyak 25.944 unit usaha. UMKM konveksi umumnya memiliki karakteristik proses produksi padat karya dan semi-manual dalam kegiatan operasionalnya. Pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual, sedangkan pengelolaan produksi lebih banyak mengandalkan pengalaman. Selain itu, pemanfaatan sistem digital yang terintegrasi masih terbatas. Kondisi tersebut menyebabkan rendahnya efisiensi operasional dibandingkan dengan sektor UMKM lainnya, terutama dalam hal pengendalian waktu produksi, pengelolaan bahan baku.

Dibandingkan dengan sektor lainnya seperti perdagangan dan jasa yang memiliki jumlah unit besar serta menunjukkan adaptasi digital lebih cepat, UMKM di bidang perdagangan dan ritel telah banyak memanfaatkan sistem digital seperti

Point of Sale (POS), aplikasi pembayaran digital, dan *marketplace*. Dengan sistem tersebut, pencatatan penjualan dan pengambilan keputusan dapat dilakukan secara *real-time*. Sementara itu, UMKM jasa menunjukkan pemanfaatan digital yang relatif tinggi terutama pada aspek pemasaran melalui media sosial dan platform lainnya. Di sisi lain, adopsi digital pada sektor UMKM lainnya tidak merata sebagian besar masih berada pada tahap mencoba atau bahkan tetap menjalankan proses bisnis secara tradisional.

Sementara itu, transformasi digital telah menjadi urgensi global bagi sektor bisnis, termasuk UMKM. Transformasi digital menjadi faktor krusial bagi keberlangsungan dan kemajuan, di mana UMKM yang memanfaatkan teknologi digital terbukti mengalami peningkatan produktivitas, perluasan jangkauan pasar, serta akses yang lebih luas terhadap sumber daya keuangan sehingga organisasi yang mampu beradaptasi dengan teknologi digital cenderung memiliki keunggulan kompetitif dalam meningkatkan efisiensi operasional serta kualitas pengambilan keputusan (Astuti dkk., 2025). Namun demikian, implementasi digitalisasi pada UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, terutama terkait keterbatasan sumber daya operasional.

Dalam konteks UMKM konveksi, integrasi proses bisnis digital seperti pencatatan keuangan, manajemen produksi, pengelolaan persediaan, hingga pengelolaan pesanan pelanggan masih belum terstruktur dan terintegrasi sepenuhnya. Padahal, pendekatan berbasis data dapat membantu pelaku usaha dalam mengidentifikasi hambatan operasional, mengurangi kesalahan manual, serta meningkatkan efisiensi produksi (Bindeeba et al., 2025). Selain itu, keterbatasan

sumber daya manusia yang memiliki kompetensi digital turut memengaruhi rendahnya integrasi sistem digital pada UMKM konveksi. Padahal, dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, efisiensi operasional menjadi faktor kunci dalam menjaga keberlanjutan usaha. Pengelolaan produksi yang tidak terintegrasi sering kali menimbulkan berbagai masalah, seperti keterlambatan penyelesaian pesanan, ketidaksesuaian stok bahan baku, serta kurang akuratnya perhitungan biaya produksi.

Lebih lanjut, penelitian terbaru menekankan bahwa integrasi teknologi dalam UMKM harus didukung oleh kesiapan organisasi, kapabilitas digital, serta strategi adaptif. Hal ini bertujuan agar penerapan teknologi dapat memberikan dampak optimal terhadap peningkatan daya saing dan inovasi bisnis. Transformasi digital bagi UMKM bukan sekadar digitalisasi alat atau kanal distribusi, melainkan menyangkut perubahan pola pikir, model bisnis, serta struktur organisasi untuk menjadi lebih fleksibel dan berbasis data. Proses ini membutuhkan kesiapan budaya, pelatihan sumber daya manusia, dan adopsi teknologi yang relevan (Djaini dkk., 2025). Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang mengkaji integrasi proses bisnis digital secara komprehensif pada UMKM konveksi untuk meningkatkan efisiensi operasional dan keberlanjutan usaha.

Berdasarkan fenomena tersebut dapat disimpulkan bahwa UMKM konveksi masih menghadapi berbagai kendala dalam integrasi bisnis digital serta pemanfaatan teknologi yang belum optimal. Oleh karena itu, pelaku usaha konveksi memerlukan suatu pendekatan yang mampu mengintegrasikan proses bisnis secara digital dan menyeluruh. Pendekatan ini diharapkan dapat meningkatkan proses

produksi serta kinerja usaha secara keseluruhan. Kondisi ini menunjukkan adanya kebutuhan untuk memahami bagaimana integrasi proses bisnis digital dapat berperan dalam meningkatkan efisiensi operasional UMKM konveksi, khususnya di Kota Bandung sebagai salah satu pusat industri *Fashion*.

Sementara itu, untuk mengetahui penerapan aspek-aspek proses bisnis digital di konveksi, dilakukan prasurevei guna mengetahui sejauh mana konveksi tersebut menggunakan aspek proses bisnis secara digital. Prasurevei dilakukan dengan observasi dan wawancara pada Konveksi Bahira, bertujuan untuk memetakan kesenjangan (*gap*) antara kondisi operasional saat ini dengan standar integrasi digital yang ideal. Observasi dilakukan secara langsung terhadap proses produksi, mulai dari penerimaan bahan baku hingga pengemasan produk jadi, guna mengidentifikasi titik inefisiensi yang bersifat manual.

Selain itu, peneliti melakukan wawancara dengan pemilik Konveksi Bahira untuk mengidentifikasi kendala internal terkait sumber daya serta infrastruktur teknologi yang tersedia. Data yang diperoleh dari hasil wawancara dijadikan landasan primer dalam menentukan parameter integrasi proses bisnis yang paling mendesak untuk diperbaiki. Langkah tersebut sejalan dengan identifikasi masalah yang akurat agar solusi digital yang diusulkan tepat sasaran dan mampu meningkatkan daya saing usaha secara signifikan. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memastikan bahwa model integrasi digital yang dikembangkan nantinya benar-benar menjawab kebutuhan spesifik Bahira dalam menghadapi tantangan pasar yang dinamis.

Dalam upaya mengidentifikasi masalah yang dihadapi secara lebih jelas dan

objektif, peneliti melakukan prasurvei pada tanggal 22 April 2026. Prasurvei dilakukan dengan observasi partisipatif serta wawancara dengan Bapak Daeng selaku pemilik langsung Konveksi Bahira Bandung. Hasil observasi awal menunjukkan bahwa Konveksi Bahira memiliki reputasi yang baik serta pengalaman operasional selama 26 tahun, transisi ke digital masih mengalami beberapa kendala praktis. Terdapat kesenjangan yang cukup signifikan antara potensi digital yang sudah dimasuki melalui marketplace dan TikTok dengan kesiapan sistem internal di bagian produksi dan administrasi. Secara ringkas, temuan masalah utama yang berhasil diidentifikasi selama proses prasurvei tersebut disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1. 6
Hasil Pra-survei Konveksi Bahira *Fashion*

Aspek Proses Bisnis	Kondisi Saat Prasurvei	Permasalahan (Gap/Kesenjangan)
Manajemen Pemesanan	Pesanan melalui marketplace (Shopee, Tokopedia, TikTok Shop) dicatat melalui buku bon atau sebagian Excel	Redudansi Data: Terjadi input data berulang yang tidak efisien serta rawan kesalahan (human error)
Aliran Informasi	Instruksi dari pemilik ke tim produksi hanya sebatas lisan dan WhatsApp	Informasi Terisolasi: Data tidak terpusat, berisiko informasi hilang atau tertumpuk oleh pesanan lain
Manajemen Stok	Pemantauan stok kain dan benang menunggu laporan manual dari tim produksi saat bahan sudah habis	Manajemen Reaktif: Belum ada sistem pemantauan stok secara real-time (proaktif)
Sinkronisasi Keuangan	Data penjualan dari invoice harus ditulis ulang secara manual ke laporan keuangan	Data Tidak Terintegrasi: Laporan keuangan tidak tersinkronisasi otomatis dengan transaksi penjualan
Teknologi	Mesin jahit masih konvensional	Hambatan Stabilitas:

Aspek Proses Bisnis	Kondisi Saat Prasurvei	Permasalahan (Gap/Kesenjangan)
Produksi	dan pola baju masih digambar di atas kertas	Keterbatasan teknologi fisik menghambat percepatan produksi untuk pesanan dengan volume besar

Sumber: Data Prasurvei Peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 1.6, terlihat bahwa Konveksi Bahira masih terjebak dalam proses operasionalnya yang terfragmentasi. Meskipun memiliki pengalaman 26 tahun, ketergantungan pada input manual dan peralatan yang konvensional menghambat efisiensi usaha. Hal ini sejalan dengan penelitian (Eller et al., 2020). Menyatakan bahwa digitalisasi pada UMKM sering terhambat oleh infrastruktur teknologi yang masih dasar, sehingga sulit untuk mencapai efisiensi sumber daya yang maksimal.

Namun demikian, penerapan integrasi proses bisnis digital pada usaha konveksi Bahira Bandung masih belum optimal. Beberapa aktivitas bisnis masih dilakukan secara terpisah dan belum sepenuhnya terhubung dalam satu sistem terintegrasi, sehingga menyebabkan aliran informasi belum berjalan secara real-time dan masih berpotensi terjadi redundansi data.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa meskipun pemanfaatan teknologi digital telah dilakukan, namun belum didukung oleh sistem integrasi yang menyeluruh, seperti penggunaan ERP atau integrasi API antar platform. Akibatnya, proses operasional seperti pencatatan pesanan, koordinasi produksi, dan pengelolaan keuangan masih belum efisien dan berisiko menimbulkan kesalahan informasi. Oleh karena itu, diperlukan upaya pengembangan integrasi proses bisnis

digital yang lebih terstruktur agar seluruh aktivitas usaha dapat saling terhubung secara efektif dan mendukung keberlanjutan bisnis.

Selain itu, Fenomena input data yang berulang dan koordinasi lisan yang terjadi pada Konveksi Bahira memperkuat argumen bahwa tanpa sistem integrasi yang matang, perusahaan akan kehilangan kendali atas akurasi data seiring bertambahnya saluran penjualan melalui marketplace. Hal ini sejalan dengan konsep omnichannel yang menekankan bahwa pemilik usaha harus mengombinasikan sistem informasi yang dimiliki agar setiap saluran komunikasi dan sumber daya pendukung dapat bekerja secara terintegrasi dan diperbarui secara real-time (Razak, 2023).

Ketidakselarasan antara teknologi informasi dan kapabilitas mesin produksi di Konveksi Bahira mengakibatkan beban kerja administratif yang tinggi, memungkinkan terjadinya risiko kesalahan manusia (human error) yang dapat muncul sewaktu-waktu. Jika dibiarkan tanpa adanya pemodelan ulang proses bisnis yang terintegrasi, Bahira akan menghadapi kesulitan dalam mempertahankan daya saing di pasar digital yang menuntut kecepatan dan ketepatan tinggi. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk memberikan solusi berupa rancangan model komprehensif, sehingga keahlian manual yang telah dipertahankan selama puluhan tahun dapat didukung oleh sistem digital yang efisien, transparan, dan siap menghadapi skalabilitas usaha di masa depan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti tertarik melanjutkan penelitian ini karena keunikan objek penelitian yang mampu bertahan dengan metode konvensional jika usaha yang sudah stabil selama 26 tahun saja

mulai goyah karena tantangan digital, maka integrasi proses bisnis adalah hal yang krusial (urgent) untuk diteliti agar menjadi model bagi UMKM konveksi lainnya, namun kini menghadapi tantangan skalabilitas di pasar digital. Peneliti ingin mengeksplorasi bagaimana integrasi proses bisnis dapat menjadi jembatan bagi UMKM tradisional untuk bertransformasi menjadi usaha yang lebih lincah (*agile*) dan kompetitif melalui sinkronisasi antara sistem informasi dan kapabilitas produksi, dengan judul: **"INTEGRASI PROSES BISNIS DIGITAL UNTUK KEBERLANJUTAN BISNIS KONVEKSI BAHIRA BANDUNG"**

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

Perkembangan usaha konveksi di Indonesia sebagai sektor UMKM menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun dan memiliki potensi yang cukup besar dalam mendukung perekonomian masyarakat. Namun demikian, dalam pengembangannya, usaha konveksi masih menghadapi berbagai tantangan, terutama akibat perubahan lingkungan bisnis yang semakin dinamis serta meningkatnya persaingan usaha di era digital. Perkembangan teknologi digital menuntut pelaku usaha untuk mampu beradaptasi dengan mengintegrasikan teknologi dalam proses bisnisnya.

Meskipun digitalisasi memberikan berbagai peluang dalam meningkatkan operasional usaha, pada kenyataannya masih banyak pelaku usaha konveksi yang belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital dalam aktivitas bisnisnya. Sebagian usaha konveksi masih menjalankan proses bisnis secara semi-manual, baik dalam pengelolaan produksi, pemasaran, penjualan, maupun pencatatan keuangan.

Kondisi tersebut mempengaruhi tingkat operasional serta menghambat keberlanjutan usaha di masa akan datang. Selain itu, integrasi proses bisnis digital pada UMKM konveksi belum sepenuhnya diimplementasikan secara menyeluruh dan optimal, hal ini disebabkan oleh keterbatasan sumber daya, kurangnya pemahaman teknologi, serta minimnya pemanfaatan teknologi bagi para pelaku usaha konveksi. Berdasarkan kondisi tersebut, dapat diidentifikasi beberapa masalah yang berkaitan dengan integrasi proses bisnis digital untuk keberlanjutan bisnis pada usaha Konveksi Bahira *Fashion* Bandung.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah merupakan cakupan ruang lingkup permasalahan yang menjadi fokus penelitian. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti merumuskan ke dalam bentuk pernyataan-pernyataan sebagai berikut:

1. Belum optimalnya integrasi proses bisnis digital pada UMKM Konveksi Bahira sehingga pelaksanaan aktivitas bisnis belum berjalan secara efisien.
2. Masih adanya hambatan dalam integrasi proses bisnis digital pada setiap tahapan, mulai dari produksi, distribusi, hingga pemasaran, termasuk pemanfaatan media sosial yang belum optimal.
3. Kurangnya pemanfaatan sistem digital dalam mendukung pengambilan keputusan bisnis yang cepat dan akurat.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, untuk memperjelas arah penelitian dan menyederhanakan permasalahan sesuai dengan judul yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah pada penelitian ini

digunakan untuk menganalisis:

1. Bagaimana integrasi proses bisnis digital pada usaha Konveksi Bahira Bandung
2. Bagaimana peran integrasi proses bisnis digital dalam mendukung keberlanjutan bisnis usaha Konveksi Bahira Bandung
3. Apa saja kendala dan upaya dalam penerapan integrasi proses bisnis digital untuk mencapai keberlanjutan usaha Konveksi Bahira Bandung

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi dan rumusan masalah di atas, adapun tujuan peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui bagaimana integrasi proses bisnis digital pada Konveksi Bahira Bandung.
2. Memahami peran integrasi proses bisnis digital dalam mendukung keberlanjutan bisnis pada Konveksi Bahira Bandung.
3. Menjelaskan kendala dan upaya dalam penerapan integrasi proses bisnis digital untuk mencapai keberlanjutan usaha Konveksi Bahira Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai, maka kegunaan penelitian dapat dilihat dari dua sisi, yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis. Penjelasan lebih rinci mengenai masing-masing kegunaan disajikan sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Adapun kegunaan teoritis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam hal pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen bisnis

dan kewirausahaan yang berkaitan dengan integrasi proses bisnis digital, operasional, serta keberlanjutan usaha pada usaha konveksi.

2. Penelitian ini ditujukan dan diharapkan dapat menjadi referensi akademik bagi para peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji lebih mengenai penerapan teknologi digitalisasi dalam proses bisnis pada UMKM serta pengaruhnya terhadap efisiensi operasional dan keberlanjutan usaha.
3. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan kajian ilmiah mengenai pentingnya integrasi teknologi digital dalam pengembangan usaha konveksi dalam keberlanjutan usaha di era industri 4.0 dan era digital.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan bagi berbagai pihak yang berkepentingan, adapun pihak-pihak yang dapat merasakan kegunaan dari penelitian ini antara lain sebagai berikut:

a. Bagi Penulis

Penelitian ini menjadi sarana bagi peneliti untuk menambah wawasan dan pemahaman dalam manajemen bisnis, khususnya yang berkaitan dengan integrasi proses bisnis digital serta keberlanjutan usaha pada konveksi. Selain itu, penelitian ini juga memberikan pengalaman bagi peneliti dalam menerapkan teori yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam kondisi nyata yang terjadi pada pelaku usaha konveksi.

b. Bagi Para Pelaku Usaha Konveksi

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi dan gambaran bagi pelaku usaha konveksi mengenai pentingnya penerapan integrasi proses bisnis digital

dalam mendukung operasional serta meningkatkan keberlanjutan usaha bisnis di tengah perkembangan teknologi digital yang semakin pesat dengan persaingan usaha yang semakin meningkat.

c. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan kajian bagi para peneliti yang tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai integrasi proses bisnis digital serta keberlanjutan usaha.

1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Masalah

Untuk menghindari pembahasan yang terlalu luas dan agar penelitian lebih terarah, maka diperlukan ruang lingkup dan batasan masalah yang jelas. Penelitian ini difokuskan pada penerapan integrasi proses bisnis digital dan keberlanjutan usaha Bahira *Fashion* Bandung:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada konveksi yang berlokasi di Kota Bandung dan khusus kepada Konveksi Bahira *Fashion*.
2. Penelitian difokuskan pada implementasi penerapan teknologi digital pada Konveksi Bahira *Fashion*.
3. Penelitian membahas keberlanjutan usaha Konveksi Bahira *Fashion*, seperti produksi, distribusi, dan pelayanan kepada konsumen.