

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berperan sebagai salah satu pilar utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia. UMKM berfungsi sebagai sarana kegiatan yang memiliki potensi untuk terus maju dan stabil di tengah dinamika ekonomi nasional (Rivanda et al., 2025). Berdasarkan data dari Kementerian Keuangan, UMKM menyumbang sekitar 60,5% dari Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 96,9% tenaga kerja. Hal ini menunjukkan kontribusi besar UMKM dalam menciptakan lapangan kerja serta menjaga stabilitas ekonomi negara. Selain itu, UMKM juga mendominasi struktur usaha di Indonesia, dengan proporsi lebih 99% dari total unit usaha yang ada di Indonesia, yang membuktikan bahwa hampir seluruh kegiatan ekonomi domestik ditopang oleh UMKM. Data tersebut menunjukkan bahwa keberlangsungan dan kinerja UMKM sangat menentukan stabilitas dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia (Kementerian Keuangan, 2023).

Menyadari besarnya kontribusi tersebut, Kementerian Keuangan mencatat UMKM masih menghadapi berbagai hambatan, seperti keterbatasan modal, akses pasar, kurangnya keterampilan digital, serta regulasi yang belum sepenuhnya berpihak (RI, 2025). Kinerja merupakan inti dari semua kegiatan dalam organisasi karena menentukan kelangsungan hidup organisasi (Apriliadi, 2019). Pengukuran kinerja UMKM cenderung berfokus pada perspektif keuangan semata, seperti

pertumbuhan omzet dan pertumbuhan laba. Namun, kinerja UMKM tidak hanya mencerminkan hasil finansial, melainkan juga mencakup aspek non-keuangan yang berkaitan dengan keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, pengukuran kinerja UMKM dapat dilakukan melalui kombinasi antara aspek keuangan dan non-keuangan, seperti pertumbuhan omzet, profitabilitas, ekspansi pasar, serta pertumbuhan pelanggan dalam rangka mencapai tujuan usaha (Hidayat, 2024).

Kinerja UMKM ditinjau dalam perspektif keuangan, Mandiri *Business Survey* 2025 mencatat mayoritas pelaku umkm menyatakan kondisi omzet mengalami stagnasi dan cenderung memburuk pada tahun 2025. Kondisi ini bahkan lebih rendah dibandingkan dua tahun terakhir. Pada sektor perdagangan 34% responden menyatakan kondisi bisnisnya stagnan, dan 15% responden menyatakan kondisinya memburuk dengan rata-rata pertumbuhan omzet turun 24%. Dengan demikian tercatat rata-rata pertumbuhan omzet sektor perdagangan tercatat negatif 6% (Masitoh, 2025). Sedangkan sisi non-keuangan, lemahnya kinerja UMKM juga berakar dari rendahnya inovasi produk yang masih bersifat reaktif terhadap tren pasar tanpa adanya standarisasi mutu yang jelas (BPS, 2023). Kondisi ini diperburuk juga oleh rendahnya literasi digital yang dimiliki pelaku UMKM.

Menurut Hayani et al., (2025), pada aspek keuangan terutama pada literasi keuangan. Pelaku UMKM di Jawa Barat masih tergolong rendah, sehingga sering terjadi kesalahan dalam perencanaan keuangan dan pengambilan keputusan investasi. Pada aspek non-keuangan, sebagian UMKM masih menghadapi kendala dalam peningkatan kapasitas SDM terutama dalam hal manajemen waktu, keterampilan digital, dan adaptasi terhadap teknologi baru.

Di Kota Bandung, kinerja UMKM masih dipengaruhi oleh rendahnya literasi digital para pelaku UMKM. Banyak pelaku UMKM masih mengandalkan pencatatan manual atau transaksi manual yang kurang efisien, sehingga rentan terhadap kesalahan dan kurangnya transparansi dalam pengelolaan usaha. Berbagai pihak, termasuk pemerintah dan komunitas bisnis lokal, aktif menyelenggarakan *workshop* dan pelatihan literasi digital, khususnya dalam penggunaan aplikasi, *platform* keuangan digital, dan pemasaran digital untuk membantu UMKM meningkatkan daya saing usaha mereka. Kegiatan ini menjadi penting karena penguasaan keterampilan digital tidak hanya membantu efisien operasional perusahaan, tetapi juga mendukung kemampuan mereka dalam memantau kesehatan usaha dan memperluas akses pasar di tengah persaingan yang semakin kompetitif (Cianjur, 2025).

Sebagai upaya meningkatkan kinerja UMKM, pemerintah mendorong digitalisasi UMKM sebagai strategi penting dalam menghadapi tantangan persaingan global dan perubahan pelaku konsumen. Menurut Wamenkominfo Nizar Patria, KOMINFO memiliki kebijakan strategis yang menargetkan agar sebanyak 30 juta pelaku UMKM dapat mengadopsi teknologi digital pada tahun 2024 yang mana sebelumnya ada 27 juta UMKM yang telah mengadopsi teknologi digital. Upaya ini mencerminkan dorongan pemerintah untuk memperluas pemanfaatan digital di sektor UMKM dan memaksimalkan potensi pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia. Namun, realita di lapangan menunjukkan bahwa adopsi digital oleh UMKM masih belum merata (PANRB, 2024).

Studi *Small Business Barometer Growth* bersama *Mercy Crops* Indonesia dan *60 Decibels*, mengidentifikasi 3 tantangan utama yang menghambat perkembangan atau kinerja UMKM, yaitu literasi digital, terbatasnya akses pelatihan & dukungan, dan sulitnya akses kredit (Binus, 2024). Menurut Kementrian Koperasi dan UKM (Kemenkop UKM), baru 17,25 juta atau 26,5% UMKM yang terhubung ke dalam ekosistem digital. Literasi digital tidak hanya dipandang sebagai kemampuan teknis dalam mengoperasikan perangkat tetapi juga mencakup kecakapan dalam menjaga keamanan digital, serta kemampuan berpikir kritis dalam memanfaatkan informasi untuk pengembangan bisnis. Melalui literasi yang mumpuni, pelaku UMKM dapat mengoptimalkan *platform* digital guna memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan efisiensi operasional, hingga membangun ketahanan usaha yang lebih kuat dalam menghadapi persaingan global (Hidayat, 2024).

Rendahnya tingkat adopsi digital UMKM di berbagai daerah menunjukkan bahwa transformasi digital tidak hanya bergantung pada ketersediaan teknologi, tetapi pada kesiapan sumber daya manusia. Pemerintah menargetkan UMKM tidak hanya sekedar *go-digital* dalam hal memiliki akun media sosial, namun harus memiliki kecakapan dalam mengelola data, keamanan digital, dan strategi pemasaran yang lebih luas (D. co. Putri, 2024). Dalam praktiknya, kesiapan UMKM untuk bertransformasi secara digital sangat dipengaruhi oleh literasi digital pelaku usaha. Literasi digital mencakup kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dalam berbagai format yang berasal dari berbagai sumber yang disajikan melalui komputer (Kemendikdasmen, 2018). Dalam konteks UMKM, literasi digital menjadi prasyarat penting bagi pelaku usaha dalam

memanfaatkan teknologi digital, seperti *e-commerce* dan *digital payment*, sebagai sarana untuk meningkatkan efisiensi dan kinerja usaha. Berdasarkan data Kementerian Koordinator bidang Perekonomian, menunjukkan bahwa pemanfaatan *e-commerce* serta sistem pembayaran digital oleh UMKM masih relatif terbatas meskipun telah meningkat dari tahun sebelumnya, sehingga belum optimal dalam mendukung peningkatan kinerja UMKM secara menyeluruh (Kementerian Keuangan, 2021).

Penggunaan *e-commerce* dianggap sebagai salah satu jalur strategis untuk membuka akses pasar yang lebih luas bagi UMKM. Penggunaan *e-commerce* adalah tindakan nyata pelaku UMKM dalam memanfaatkan *platform e-commerce* dalam menjalankan aktivitas usahanya. Melalui *e-commerce*, pelaku UMKM dapat menjangkau konsumen di luar wilayah serta memperluas jaringan pemasaran tanpa perlu investasi besar di infrastruktur fisik. Namun, adopsi *e-commerce* dalam praktiknya masih belum maksimal karena keterbatasan pemahaman teknologi, kendala pemasaran digital, serta kurangnya sumber daya manusia yang mahir dalam mengelola platform digital (Konsep *Actual System Usage* Davis (1989) yang telah diaplikasikan dengan *e-commerce* dalam penelitian (Wibowo, 2008).

Di sisi lain, penggunaan *digital payment* juga memberikan peluang besar bagi UMKM dalam meningkatkan efisiensi transaksi dan kualitas layanan kepada konsumen. Menurut Zaldy et al (2026), penggunaan *digital payment* merupakan tindakan atau perilaku pelaku UMKM dalam memanfaatkan sistem pembayaran elektronik (non-tunai) seperti dompet digital, QRIS, atau *Mobile Banking* untuk memudahkan proses transaksi penjualan dengan konsumen secara lebih praktis dan

modern. Dilansir dari situs resmi Bank Indonesia, tahun 2025 QRIS telah menjangkau 57 juta pengguna dan 39,3 juta *merchant* yang 93,16% diantaranya adalah UMKM (Bank Indonesia, 2025). Meskipun demikian, masih terdapat pelaku UMKM yang belum memanfaatkan *digital payment* secara optimal karena keterbatasan literasi digital, kekhawatiran terhadap keamanan transaksi, serta kebiasaan menggunakan sistem pembayaran tunai. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberhasilan penggunaan *digital payment* sangat bergantung pada tingkat literasi digital dan kesiapan pelaku UMKM dalam menerima inovasi teknologi.

Sebelumnya penelitian sejenis sudah pernah diteliti oleh Nurul et al., (2023) dengan judul Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital Terhadap Kinerja UMKM Kota Bima, membuktikan bahwa literasi digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Hal ini karena pelaku usaha memiliki kecakapan digital mampu mengelola informasi secara lebih efektif terhadap perubahan teknologi, yang pada akhirnya mendorong produktivitas dan pertumbuhan usaha. Namun, penelitian ini berlawanan dengan penelitian yang diteliti oleh Butar et al., (2026) dengan judul Pengaruh *Peer to Peer Lending*, *E-Commerce*, *E-Payment*, dan Literasi Digital terhadap Kinerja UMKM Kota Medan dengan Literasi Keuangan sebagai variabel Intervening, yang membuktikan bahwa literasi digital, dan *e-commerce* tidak memiliki dampak signifikan terhadap kinerja UMKM. Pada penelitian Asrida et al., (2025) menyatakan bahwa *e-commerce* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

Ketidaksignifikanan penggunaan *e-commerce* dalam meningkatkan performa bisnis mengindikasikan adanya batasan tertentu dalam pemanfaatan teknologi.

Penelitian terdahulu dengan judul *Digital Literacy Skills in Improving the Performance of MSMEs in Indonesia : A Systematic Literature Review* yang diteliti oleh (Oktavianti & Soetjipto, 2025), membuktikan bahwa rendahnya literasi digital merupakan faktor utama yang menghambat optimalisasi teknologi. Literasi digital diidentifikasi sebagai faktor penting yang menentukan kecepatan transformasi digital. Jika literasi digital ini tidak optimal, maka penggunaan alat seperti *e-commerce* tidak akan memberikan hasil yang diharapkan dalam pengembangan bisnis.

Adanya ketidakkonsistenan ini menunjukkan bahwa adopsi teknologi seperti *e-commerce* dan *digital payment* tidak secara otomatis meningkatkan kinerja tanpa didasari oleh kompetensi literasi digital yang bagus. Perbedaan ini semakin diperparah oleh tantangan internal seperti keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) dan penggunaan perangkat yang sudah tidak relevan atau tren. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali peran literasi digital sebagai faktor kunci dalam mengoptimalkan *platform* digital guna meningkatkan kinerja UMKM. Hal ini juga ditegaskan oleh pernyataan Menteri Komunikasi dan Digital (Menkomdigi) yang menegaskan bahwa penguatan literasi digital merupakan kunci utama untuk meningkatkan kinerja atau performa bisnis di era digital (D. co. Putri, 2024).

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH LITERASI DIGITAL TERHADAP KINERJA UMKM MELALUI PENGGUNAAN *E-COMMERCE* DAN *DIGITAL PAYMENT*”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka rumusan masalah penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana literasi digital pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).
2. Bagaimana penggunaan *e-commerce* pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).
3. Bagaimana penggunaan *digital payment* pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).
4. Bagaimana kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).
5. Seberapa besar pengaruh literasi digital terhadap kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).
6. Seberapa besar pengaruh penggunaan literasi digital terhadap penggunaan *e-commerce* pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).
7. Seberapa besar pengaruh penggunaan literasi digital terhadap penggunaan *Digital Payment* pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).
8. Seberapa besar pengaruh penggunaan *e-commerce* terhadap kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).
9. Seberapa besar pengaruh penggunaan *digital payment* terhadap kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).
10. Apakah penggunaan *e-commerce* memediasi pengaruh literasi digital terhadap kinerja UMKM.
11. Apakah penggunaan *digital payment* memediasi pengaruh literasi digital terhadap kinerja UMKM.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada masalah yang telah dirumuskan diatas, maka tujuan penelitian yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana literasi digital pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).
2. Untuk mengetahui bagaimana penggunaan *e-commerce* pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).
3. Untuk mengetahui bagaimana penggunaan *digital payment* pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).
4. Untuk mengetahui bagaimana kinerja pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh literasi digital terhadap kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).
6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh literasi digital terhadap penggunaan *e-commerce* pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).
7. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh literasi digital terhadap penggunaan *digital payment* pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).
8. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan *e-commerce* terhadap kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).
9. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan *digital payment* terhadap kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

10. Untuk mengetahui seberapa besar penggunaan *e-commerce* memediasi literasi digital terhadap kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).
11. Untuk mengetahui seberapa besar penggunaan *digital payment* memediasi pengaruh literasi digital terhadap kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian yang diharapkan dapat memberikan informasi yang dapat dikembangkan lebih lanjut dan bermanfaat bagi semua pihak yang terkait. Setidaknya sebuah penelitian harus mampu memberikan manfaat bagi berbagai pihak, baik kegunaan secara teoritis maupun praktis.

1.4.1 Kegunaan teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan pemahaman serta menambah pengetahuan terhadap pengaruh literasi digital terhadap kinerja UMKM melalui penggunaan *e-commerce* dan *digital payment*.

1.4.2 Kegunaan praktis

1. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta pemahaman ataupun perkembangan ilmu terhadap peneliti terkait pengaruh literasi digital terhadap kinerja UMKM melalui penggunaan *e-commerce* dan *digital payment*.

2. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini sebagai kontribusi pengetahuan dan keilmuan dari penulis kepada Universitas Pasundan untuk dijadikan rujukan kepentingan akademis.

3. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi terkait kinerja UMKM berdasarkan pengaruh literasi digital melalui penggunaan *e-commerce* dan *digital payment*.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti melakukan penelitian pada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Jawa Barat. Adapun waktu pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada bulan Februari 2026 hingga penelitian ini selesai.