

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pada aktivitas bisnis dan organisasi. Kemajuan teknologi seperti internet, komputasi awan (*cloud computing*), kecerdasan buatan (*artificial intelligence*), big data, dan *Internet of Things* (IoT) mendorong organisasi untuk melakukan perubahan dalam cara mereka beroperasi, berinteraksi dengan pelanggan, dan menciptakan nilai bisnis. Transformasi digital tidak lagi dipandang sebatas adopsi teknologi, melainkan sebagai proses perubahan organisasi secara menyeluruh yang melibatkan strategi, proses bisnis, budaya organisasi, serta model bisnis yang dijalankan (Nadkarni & Prügl, 2021).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Nadkarni dan Prügl (2021), digitalisasi adalah langkah untuk menyatukan teknologi digital ke dalam berbagai elemen organisasi dengan tujuan untuk menghasilkan perubahan signifikan dalam cara organisasi berfungsi dan memberikan manfaat kepada pelanggan. Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa kemajuan dalam digitalisasi telah menjadi salah satu bidang penelitian yang berkembang sangat cepat dalam beberapa tahun terakhir karena dipandang dapat meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan daya saing organisasi di era digitalisasi saat ini.

Transformasi digital telah mempengaruhi cara konsumen berperilaku, meningkatkan harapan pelanggan terhadap layanan digital, dan mendorong perusahaan untuk menciptakan model bisnis yang lebih kreatif. Perusahaan yang

berhasil menjalankan transformasi digital dengan baik akan mendapatkan berbagai keuntungan, seperti peningkatan efisiensi, pengambilan keputusan yang didorong oleh data, efektivitas operasional, serta kemampuan untuk merespons pergeseran pasar dengan lebih cepat dibandingkan perusahaan yang masih menggunakan metode tradisional (Verhoef et al., 2021).

Namun transformasi digital juga menghadirkan tantangan bagi organisasi. Keberhasilan transformasi digital tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan teknologi, tetapi juga dipengaruhi oleh kesiapan sumber daya manusia, budaya organisasi, kemampuan inovasi, serta penerimaan pengguna terhadap teknologi yang diterapkan. Oleh karena itu, organisasi perlu memahami berbagai faktor yang dapat mendukung keberhasilan transformasi digital agar manfaat yang diharapkan dapat tercapai secara optimal (Reis & Melão, 2023).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong terjadinya perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat. Internet saat ini tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi media utama dalam memperoleh informasi, melakukan transaksi, bekerja, belajar, hingga menjalankan aktivitas bisnis. Kemudahan akses terhadap internet menyebabkan masyarakat semakin bergantung pada teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari. Kondisi tersebut mendorong organisasi dan pelaku usaha untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar tetap mampu memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin digital.

Peningkatan penggunaan internet juga menjadi indikator penting dalam melihat kesiapan suatu negara menuju transformasi digital. Semakin tinggi tingkat penggunaan internet, semakin besar pula peluang pemanfaatan teknologi digital

dalam berbagai sektor, termasuk sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Oleh sebab itu, pertumbuhan jumlah pengguna internet di Indonesia menjadi salah satu fenomena yang menunjukkan meningkatnya kebutuhan akan transformasi digital dalam kegiatan bisnis.

Tabel 1. 1
Perkembangan Penetrasi Internet Indonesia

NO	Tahun	Penetrasi Internet %
1	2018	64,8%
2	2020	73,7%
3	2022	77,0%
4	2023	78,2%
5	2024	79,5%
6	2025	80,6%

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.

Berdasarkan Tabel 1.1 bahwa tingkat penetrasi internet di Indonesia mengalami peningkatan yang konsisten tahun ke tahun. Pada tahun 2018 tingkat penetrasi internet tercatat sebesar 64,8%, kemudian meningkat menjadi 73,7% pada tahun 2020 dan terus bertambah hingga mencapai 80,66% pada tahun 2025. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia semakin dekat dengan teknologi digital serta layanan yang bergantung pada internet. Perubahan dalam perilaku masyarakat ini mendorong para pelaku usaha untuk memanfaatkan teknologi digital dalam melaksanakan kegiatan bisnis mereka, seperti pemasaran secara digital, transaksi secara elektronik, pemanfaatan media sosial, sistem pembayaran digital, hingga pengelolaan operasional yang berbasis aplikasi. Dengan itu, transformasi digital menjadi hal penting yang harus dihadapi oleh organisasi dan UMKM agar dapat meningkatkan daya saing serta menjaga keberlangsungan usaha di era digital.

Kemajuan dalam teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara orang berbelanja, perilaku di dunia bisnis, dan cara interaksi antara pengusaha dengan konsumen. Situasi ini menjadikan transformasi digital sebagai suatu keharusan bagi berbagai sektor usaha, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dengan transformasi digital, para pelaku usaha dapat meningkatkan efisiensi dalam operasional, memperluas pasar yang dijangkau, serta menciptakan nilai tambah dengan memanfaatkan teknologi digital (Sitompul et al., 2025).

Indonesia merupakan salah satu negara yang mengalami kemajuan ekonomi digital terpesat di Asia Tenggara. Lonjakan jumlah pengguna internet, transaksi secara digital, dan adopsi beragam platform digital telah menciptakan peluang besar bagi UMKM untuk memperluas usaha mereka dengan memanfaatkan teknologi digital. Dalam hal ini, digitalisasi tidak hanya berperan sebagai alat pemasaran, tetapi juga sebagai aspek penting untuk meningkatkan produktivitas, daya saing, dan kesinambungan bisnis di zaman ekonomi digital (Galib, 2024).

Pemerintah Indonesia juga secara aktif meningkatkan transformasi digital untuk UMKM dengan berbagai program digitalisasi, pelatihan keterampilan digital, pengembangan sistem pembayaran digital, serta memperluas akses ke platform digital. Langkah-langkah ini diambil karena UMKM memegang peran yang sangat penting dalam ekonomi negara (Rohmat Sarman, 2023). Dalam konteks Indonesia, pergeseran ke arah digital menjadi lebih penting mengingat pentingnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam ekonomi nasional. UMKM tidak hanya memberikan sumbangan terhadap perkembangan ekonomi, tetapi juga berfungsi dalam menciptakan kesempatan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Besarnya kontribusi UMKM terhadap ekonomi Indonesia dapat dilihat pada Tabel 1.2 sebagai berikut:

Tabel 1. 2
Kontribusi UMKM terhadap Perkonomian Indonesia

NO	Indikator	Nilai
1	Jumlah UMKM	64,2 Juta Unit
2	Kontribusi Terhadap PDB	61,07%
3	Penyerapan Tenaga Kerja	97%
4	Kontribusi Investasi Nasional	60,4%

Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM

Berdasarkan Tabel 1.2 menunjukkan bahwa UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Jumlah UMKM yang mencapai 64,2 juta unit usaha membuktikan bahwa sektor ini adalah fondasi utama bagi ekonomi negara. Di samping itu, sumbangan UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 61,07%. Kemudian UMKM menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja nasional dan memberikan kontribusi investasi sebesar 60,4%. Angka-angka ini menunjukkan bahwa kelangsungan dan perkembangan UMKM memiliki dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Meskipun memberikan dampak besar terhadap ekonomi negara, tingkat adopsi digital oleh UMKM di Indonesia masih menghadapi banyak hambatan. Minimnya pengetahuan digital, keterbatasan dana, kurangnya pemahaman tentang teknologi, serta belum meratanya infrastruktur digital adalah beberapa faktor yang menghalangi proses digitalisasi UMKM, masih banyak pelaku UMKM yang belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital secara optimal dalam menjalankan usaha mereka.

Menurut, Galib, (2024) menunjukkan bahwa UMKM yang berhasil mengadopsi teknologi digital cenderung memiliki akses pasar yang lebih luas, peningkatan pendapatan, efisiensi operasional yang lebih baik, serta kemampuan

yang lebih tinggi dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Oleh karena itu, transformasi digital menjadi faktor penting yang dapat menentukan keberlangsungan dan daya saing UMKM di era ekonomi digital.

Perkembangan dalam transformasi digital juga membawa pengaruh besar pada sektor usaha makanan dan minuman, termasuk cafe. Persaingan di dunia bisnis cafe yang semakin ketat serta perubahan pola perilaku konsumen memaksa para pelaku usaha untuk menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi digital. Saat ini, konsumen tidak hanya mencari produk yang berkualitas, tetapi juga lebih memprioritaskan kemudahan dalam mendapatkan informasi, melakukan pemesanan, bertransaksi, dan berinteraksi dengan pelaku usaha secara online. Hal ini menjadikan digitalisasi sebagai salah satu strategi yang penting untuk meningkatkan daya saing dan menjaga kelangsungan usaha.

Penerapan perubahan digital dalam sektor usaha mikro, kecil, dan menengah di bidang kuliner dapat dilaksanakan dengan berbagai teknologi, seperti memanfaatkan media sosial untuk promosi, sistem pembayaran elektronik melalui QRIS dan dompet digital, penggunaan platform jual beli makanan, penerapan sistem Pembayaran *Point of Sale* (POS), serta aplikasi untuk manajemen pelanggan. Berbagai studi menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital dapat memperbaiki efisiensi operasional, memperluas pasar, serta meningkatkan pelayanan kepada konsumen (Rachmat Adiaz Arrofi et al., 2023). Seiring dengan meningkatnya penggunaan pembayaran digital di Indonesia, Bank Indonesia mencatat bahwa ekosistem QRIS mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dapat dilihat pada tabel 1.3 sebagai berikut:

Tabel 1. 3
Data Ekosistem QRIS Indonesia Tahun 2025

NO	Indikator	Jumlah
1	Penggunaan QRIS	57 juta
2	Merchant QRIS	39,3 juta
3	Merchant UMKM	93,16%

Sumber: Bank Indonesia (2025)

Berdasarkan Tabel 1.3 menunjukkan bahwa penggunaan sistem pembayaran digital di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat. Pada tahun 2025 QRIS telah digunakan sekitar 57 juta pengguna dan didukung oleh 39,3 juta merchant, di mana sekitar 93,16% di antaranya merupakan pelaku UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi pembayaran telah menjadi bagian penting dalam aktivitas UMKM di Indonesia.

Peningkatan penggunaan pembayaran secara digital menunjukkan bahwa masyarakat semakin nyaman untuk melakukan transaksi tanpa menggunakan uang tunai. Hal ini mendorong pelaku UMKM terutama yang bergerak di bidang cafe, untuk mengadopsi teknologi digital dalam operasional bisnis mereka. Pelaku usaha yang dapat memanfaatkan teknologi digital biasanya memiliki keuntungan dalam memberikan layanan yang lebih cepat, meningkatkan efisiensi operasional, memperluas cakupan pasar, serta menjalin hubungan yang lebih baik dengan konsumen, pelaku usaha yang belum dapat beradaptasi dengan kemajuan teknologi mungkin akan menghadapi tantangan dalam bersaing di pasar yang semakin ketat (Kuswanto et al., 2024).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam ekonomi Indonesia. UMKM tidak hanya mendukung pertumbuhan ekonomi negara, tetapi juga menjadi penyedia lapangan pekerjaan dan pendorong kegiatan

ekonomi masyarakat. Dalam zaman digital saat ini, pelaku UMKM harus dapat beradaptasi dengan kemajuan teknologi agar bisnis mereka tetap kompetitif. Sehingga, banyaknya UMKM di Indonesia menjadi salah satu alasan utama untuk terus mendorong dan meningkatkan transformasi digital. Pertumbuhan jumlah UMKM di Indonesia selama beberapa tahun terakhir dapat dilihat pada Tabel 1.4 sebagai berikut:

Tabel 1. 4
Perkembangan Jumlah UMKM Indonesia Tahun 2021 - 2024

NO	Tahun	Jumlah UMKM (Juta)
1	2021	64,2
2	2022	65,0
3	2023	65,3
4	2024	65,3

Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM RI dan Kementerian UMKM RI.

Berdasarkan Tabel 1.4, menunjukkan bahwa jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir. Di tahun 2021, berjumlah sekitar 64,2 juta unit usaha dan jumlah tersebut terus bertambah hingga mencapai sekitar 65,5 juta unit usaha pada tahun 2024. Pada tahun 2025, Kementerian UMKM kembali menggunakan angka 65,5 juta UMKM sebagai data nasional yang memberikan kontribusi sebesar 61,9% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta menyerap sekitar 119 juta tenaga kerja, yang mencakup sekitar 97% dari total tenaga kerja nasional.

Percepatan perubahan digital di Indonesia mendorong pihak pemerintah untuk meningkatkan digitalisasi di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Digitalisasi dalam UMKM menjadi salah satu strategi yang di butuhkan untuk memperkuat daya saing, memperluas akses pasar, serta meningkatkan

produktivitas usaha. Penggunaan teknologi digital memberikan peluang bagi pelaku UMKM untuk memasarkan produk dengan lebih luas, melakukan transaksi secara online, mengelola operasi usaha dengan lebih efisien, dan membangun hubungan yang lebih baik dengan konsumen. Pemerintah Indonesia terus menerus mendorong pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah untuk bergabung dengan ekosistem digital melalui berbagai program pendampingan, pelatihan, serta bantuan dalam proses awal digital. Pertumbuhan jumlah UMKM yang sudah terhubung dengan ekosistem digital dapat dilihat pada Tabel 1.5 di bawah ini.

Tabel 1. 5
Perkembangan UMKM Go Digital di Indonesia

NO	Tahun	Jumlah UMKM Go Digital
1	2021	19 juta
2	2022	20,76 juta
3	2023	24,5 juta
4	2024	27 juta

Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM RI.

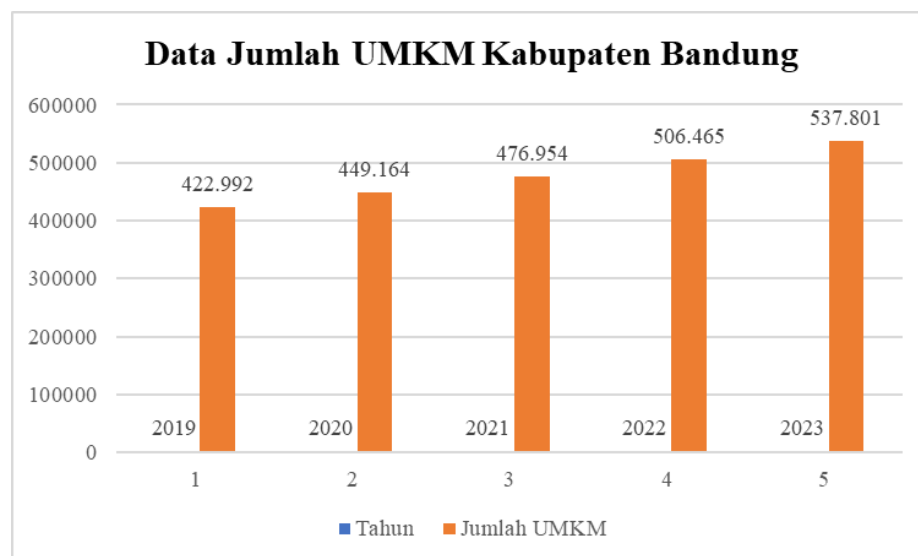
Berdasarkan Tabel 1.5, jumlah UMKM yang telah terintegrasi ke dalam ekosistem digital di Indonesia terus meningkat setiap tahun. Pada tahun 2021, jumlah UMKM yang beralih ke digital mencapai sekitar 19 juta unit usaha, lalu bertambah menjadi 20,76 juta pada tahun 2022 dan mencapai 24,5 juta UMKM pada tahun 2023. Pada tahun 2024, angka tersebut kembali naik menjadi sekitar 27 juta UMKM. Kenaikan ini menunjukkan bahwa pengusaha UMKM di Indonesia semakin menyadari betapa pentingnya menggunakan teknologi digital dalam menjalankan bisnis mereka.

Jika dibandingkan dengan total UMKM di Indonesia yang diperkirakan mencapai sekitar 65,5 juta usaha pada tahun 2025, masih ada banyak pelaku

UMKM yang belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital dalam operasional mereka. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi di sektor UMKM masih menghadapi berbagai kendala, seperti rendahnya pemahaman digital, kurangnya sumber daya, dan kemampuan pelaku usaha yang belum optimal dalam mengadopsi serta mengembangkan inovasi yang berbasis teknologi digital.

Perkembangan ekonomi Indonesia saat ini sedang berkembang pesat, yang bisa kita lihat dari tren positif pada angka Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) serta meningkatnya produktivitas di berbagai wilayah.

Pertumbuhan ekonomi yang kuat ini, terutama di daerah-daerah dengan pusat bisnis yang besar seperti di Kabupaten Bandung, otomatis memancing munculnya banyak pelaku usaha baru sehingga persaingan di dunia bisnis menjadi semakin sengit. Para pengusaha harus terus menerus berkembang dan menanamkan kreativitas agar dapat mendapatkan konsumen di pasar yang semakin kompetitif (Setiawan et al., 2025).



Gambar 1. 1

Jumlah UMKM Kabupaten Bandung Tahun 2019-2023

Sumber : opendata.jabarprov.go.id

Berdasarkan Gambar 1.1 menunjukkan bahwa pertumbuhan UMKM di Kabupaten Bandung mengalami tren pertumbuhan yang konsisten selama periode 2019 hingga 2023, di mana jumlah unit usaha meningkat secara signifikan dari 422.992 menjadi 537.801 unit. Pertumbuhan yang berkelanjutan ini secara langsung didorong oleh percepatan transformasi digital yang menurunkan hambatan masuk pasar dan meningkatkan efisiensi operasional, serta didukung oleh kondisi ekonomi nasional yang terus berkembang sehingga menciptakan peluang bisnis baru bagi masyarakat. Di tengah perubahan pasar, ketatnya persaingan justru menjadi dorongan bagi para pelaku usaha untuk terus melakukan perbaikan dan inovasi kreatif, yang diperkuat oleh kebijakan pemerintah dalam mempermudah legalitas usaha. Hal ini membuktikan bahwa secara keseluruhan sektor UMKM berhasil menjadi faktor utama dalam menjaga stabilitas daya produksi dan ekonomi di Kabupaten Bandung.

Penerapan teknologi digital dalam berbagai bisnis telah menjadi mesin pertumbuhan baru yang mampu meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar pelaku usaha hingga ke kancah global. Pertumbuhan signifikan ini tercermin pada sektor-sektor strategis seperti industri kecantikan yang mencatatkan kenaikan dua digit berkat inovasi entrepreneur muda, serta sektor agritech yang berhasil mengoptimalkan pendapatan melalui efisiensi rantai pasok berbasis teknologi. Melalui penguatan ekosistem digital yang kolaboratif, transformasi ini diharapkan tidak hanya mendorong kenaikan pendapatan tetapi juga memastikan keberlanjutan ekonomi rakyat yang tangguh di tengah tantangan ekonomi global (Ananda et al., 2025). Berikut adalah rincian data mengenai proyeksi kontribusi dan pertumbuhan berbagai sektor UMKM melalui transformasi digital pada tahun 2025:

Tabel 1. 6
Kontribusi Transformasi Digital 2025

NO	Sektor UMKM	Kontribusi PDB%	Pertumbuhan Sektor
1	Fashion Lokal	17%	14%
2	Kecantikan Herbal	13%	12%
3	Kuliner & F&B	20%	14%
4	Layanan Digital	15%	15%
5	Argtech	10%	10%

Sumber : Kemenkop dan UKM 2025

Berdasarkan data pada Tabel 1.3 menunjukkan bahwa sektor Kuliner & (*Food & Baverage*) menjadi penggerak utama dengan kontribusi PDB terbesar hingga mencapai 20% dan tingkat pertumbuhan yang kuat sebesar 14%. Sementara itu, sektor Layanan Digital mencatatkan angka pertumbuhan tertinggi dibandingkan sektor lainnya, yaitu sebesar 15%, yang menggambarkan pergeseran perilaku pasar ke arah digitalisasi yang semakin intensif. Performa sektor lain seperti Fashion Lokal, Kecantikan Herbal, dan *Agritech* yang secara konsisten tumbuh dua digit juga mempertegas bahwa transformasi digital telah menyentuh berbagai lini kebutuhan masyarakat secara merata. Sehingga tingginya angka kontribusi dan pertumbuhan di seluruh sektor ini membuktikan bahwa adaptasi teknologi menjadi kunci strategis bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing dan memberikan dampak ekonomi yang signifikan secara nasional.

Adopsi teknologi digital merupakan proses penerimaan dan pemanfaatan teknologi digital oleh pelaku usaha untuk mendukung kegiatan bisnis mereka. Dalam konteks cafe usaha kecil dan menengah (UMKM), adopsi teknologi digital dapat direalisasikan melalui penggunaan media sosial sebagai alat promosi, penggunaan aplikasi pembayaran digital, *sistem Point of Sale* (POS), layanan

pemesanan online, dan pemanfaatan pasar makanan untuk memperluas jangkauan pasar. Penggunaan teknologi semacam itu menjadi penting karena dapat meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat layanan, dan memperkuat daya saing bisnis di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat (Putri & Najib, 2024)

Menurut penelitian Putri & Najib, (2024) menyatakan bahwa adopsi teknologi digital memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan kinerja pada UMKM cafe di kota bandung. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital mampu menciptakan nilai ekonomi dan sosial bagi para pelaku usaha. Semakin tinggi tingkat pemanfaatan teknologi digital, semakin besar peluang pelaku usaha untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi operasional dan daya saing bisnisnya.

Meskipun begitu, penerapan teknologi digital pada UMKM masih menghadapi berbagai kendala. Menurut penelitian Purnomo & Suci Purwandari, (2024). Menyatakan bahwa berhasilnya adopsi teknologi digital dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan, dukungan fasilitas, tekanan dari pesaing, dan dukungan dari partner usaha. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pelaku UMKM untuk menggunakan teknologi digital tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan usaha, tetapi juga oleh faktor internal dan eksternal yang mendukung proses digitalisasi. Namun rendahnya literasi digital tetap menjadi tantangan besar dalam penerapan teknologi digital di UMKM. Menurut Tamyiz et al., (2025) menyatakan bahwa penguasaan literasi digital adalah faktor yang sangat penting untuk keberlanjutan dan daya saing UMKM di era digital. Pelaku bisnis dengan literasi digital yang rendah cenderung mengalami kesulitan dalam mengoperasikan

teknologi, mengelola platform digital, dan memanfaatkan data untuk mendukung pengambilan keputusan bisnis. Kondisi ini dapat menyebabkan penggunaan teknologi digital yang kurang maksimal.

Selain adopsi teknologi digital, faktor lain yang dapat mempengaruhi keberhasilan transformasi digital pada UMKM adalah persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Menurut Fred Davis (1989), kemudahan penggunaan yang dipersepsikan adalah tingkat kepercayaan seseorang bahwa menggunakan teknologi tidak memerlukan usaha yang berat, sehingga teknologi tersebut mudah dipahami, dipelajari, dan dioperasikan. Semakin tinggi tingkat kemudahan yang dirasakan oleh pengguna, semakin besar kemungkinan seseorang akan menerima dan menggunakan teknologi tersebut dalam aktivitas sehari-harinya.

Dalam konteks UMKM, persepsi kemudahan penggunaan menjadi faktor yang sangat penting karena pelaku usaha memiliki tingkat literasi digital yang bervariasi. Teknologi yang dianggap rumit, sulit dipahami, dan membutuhkan kemampuan teknis yang tinggi cenderung menghambat proses penerimaan teknologi tersebut. Sebaliknya, teknologi yang sederhana dan mudah digunakan akan meningkatkan kepercayaan diri pelaku usaha dalam mengintegrasikan teknologi ke dalam proses bisnisnya. Dengan itu, persepsi kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor yang dapat mendorong keberhasilan transformasi digital pada UMKM. Konsep ini sejalan dengan teori Technology Acceptance Model (TAM) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan penentu utama dalam penerimaan teknologi oleh pengguna.

Menurut Penelitian yang dilakukan oleh Sholihah dan Nurhapsari (2023) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap niat untuk menggunakan *Quick Response Code* Indonesian Standard (QRIS) di kalangan pelaku UMKM di pasar tradisional Kota Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin mudah sistem pembayaran digital dipahami dan dioperasikan, semakin tinggi kecenderungan pelaku UMKM untuk memanfaatkannya dalam transaksi bisnis. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan teknologi adalah faktor penting dalam mempercepat proses digitalisasi UMKM.

Hasil penelitian tersebut didukung oleh penelitian Aryanto & Farida (2021) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki dampak pada adopsi aplikasi pencatatan keuangan digital di kalangan UMKM. Para pelaku bisnis akan lebih mudah mengadopsi teknologi jika aplikasi yang digunakan memiliki desain yang simpel, mudah dipahami, dan dapat mendukung aktivitas sehari-hari.

Penelitian Tresnawaty (2023) juga menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap ketertarikan pelaku UMKM untuk memanfaatkan layanan teknologi finansial (*fintech*). Semakin sederhana teknologi tersebut untuk digunakan, semakin tinggi ketertarikan pengusaha untuk menggunakannya dalam aktivitas bisnis. Berbeda halnya dengan Solikhatin (2024) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berkontribusi pada penerapan sistem informasi akuntansi di UMKM di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan tidak hanya memengaruhi keputusan awal dalam adopsi teknologi, tetapi juga berdampak pada keberlangsungan penggunaan teknologi tersebut dalam jangka waktu yang lebih lama.

Perkembangan teknologi digital mendorong pelaku usaha kecil dan menengah untuk tidak hanya menggunakan teknologi sebagai alat untuk operasional sehari-hari, tetapi juga sebagai cara untuk menghadirkan inovasi dalam menjalankan bisnis mereka. Inovasi dalam dunia digital menjadi aspek penting yang dapat mendukung pengusaha untuk menyesuaikan diri dengan perubahan kebiasaan konsumen yang semakin bergantung pada teknologi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dalam konteks UMKM cafe, inovasi digital dapat diwujudkan melalui pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran, sistem pemesanan online, pembayaran secara digital, aplikasi program loyalitas pelanggan, serta penggunaan sistem kasir digital (*Point of Sale/POS*) untuk meningkatkan kualitas layanan.

Pentingnya inovasi digital semakin terlihat seiring dengan meningkatnya persaingan usaha di era digital. Pelaku UMKM tidak cukup hanya menggunakan teknologi, tetapi juga perlu menciptakan cara-cara baru yang dapat memberikan nilai tambah bagi pelanggan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zaki et al., (2024) yang menunjukkan bahwa penggunaan *platform* digital saja belum tentu mampu meningkatkan inovasi model bisnis UMKM. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa UMKM perlu mengembangkan strategi dan kemampuan berinovasi agar teknologi yang digunakan dapat memberikan manfaat yang optimal bagi perkembangan usaha. Dengan kata lain, keberadaan teknologi harus disertai dengan kemampuan pelaku usaha dalam menciptakan ide dan strategi baru yang sesuai dengan kebutuhan pasar.

Berbeda halnya dengan penelitian Kusufa Fendiyatmi et al., (2025) menjelaskan bahwa inovasi digital merupakan salah satu strategi yang dapat membantu UMKM meningkatkan daya saing di era ekonomi digital. Namun masih

banyak pelaku usaha yang mengalami kesulitan dalam menerapkan inovasi digital karena keterbatasan kemampuan teknologi, sumber daya manusia, dan kesiapan usaha dalam menghadapi perubahan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa inovasi digital bukan hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi, tetapi juga berkaitan dengan kemampuan pelaku usaha dalam beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis. Penelitian Febrianita et al., (2023) juga menyatakan bahwa inovasi digital dapat membantu UMKM dalam memperkuat ketahanan usaha di zaman digitalisasi. Dengan memanfaatkan inovasi digital, para pelaku usaha mampu mengimplementasikan strategi bisnis yang lebih adaptif, memperluas akses ke pasar, serta memperbaiki interaksi dengan konsumen. Dengan demikian, inovasi digital menjadi salah satu elemen penting yang dapat mendukung kelangsungan bisnis di tengah persaingan yang semakin sengit.

Akan tetapi pelaku UMKM masih menghadapi beberapa kendala dalam mengembangkan inovasi digital. Menurut Penelitian Agustin et al., (2024) menunjukkan bahwa keterbatasan sumber daya, rendahnya keterampilan digital, dan kurangnya pemahaman terhadap teknologi masih menjadi hambatan dalam menciptakan inovasi bisnis berbasis digital. Padahal, kemampuan untuk berinovasi sangat diperlukan agar UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu, faktor-faktor yang berkontribusi terhadap transformasi digital pada UMKM meliputi adopsi teknologi digital, persepsi kemudahan penggunaan, dan inovasi digital. Namun, temuan dari beberapa peneliti menunjukkan ketimpangan dalam fokus penelitian, subjek penelitian, dan variabel yang dipelajari. Sebagian besar studi berfokus pada

hubungan adopsi teknologi digital terhadap kinerja UMKM, penggunaan platform digital untuk inovasi bisnis, atau transformasi digital terhadap daya saing bisnis.

Penelitian sebelumnya menemukan bahwa adopsi teknologi digital di UMKM, persepsi kemudahan penggunaan teknologi digital, dan inovasi digital mendorong transformasi digital. Namun, karena perbedaan subjek penelitian, fokus, dan variabel, temuan penelitian tersebut tidak konsisten. Sebagian besar penelitian menilai adopsi teknologi digital dan kinerja UMKM, penggunaan teknologi digital dan platform digital dalam inovasi bisnis, serta transformasi digital dalam konteks daya saing bisnis. Ladian dan Fauzi, (2025) menyatakan bahwa kapabilitas digital berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM melalui transformasi bisnis digital sebagai variabel mediasi. Sebaliknya, pernyataan Sitompul et al. (2025) mengemukakan beberapa hambatan terhadap transformasi digital UMKM di Indonesia, termasuk kurangnya literasi digital, kekurangan dana, dan distribusi infrastruktur digital yang tidak merata. Kemudian Hamzah et al. (2024) juga berpendapat bahwa keberhasilan transformasi digital bergantung pada kemampuan inovasi dan ketersediaan teknologi.

Akan tetapi, penelitian yang secara khusus menguji pengaruh adopsi teknologi digital, persepsi kemudahan penggunaan, dan inovasi digital terhadap transformasi digital secara simultan pada UMKM cafe di Kabupaten Bandung masih sangat terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya menggunakan objek UMKM secara umum, UMKM industri kreatif, UMKM perdagangan, atau UMKM di daerah lain. Padahal, UMKM cafe memiliki karakteristik yang berbeda karena sangat bergantung pada pemanfaatan teknologi digital, seperti media sosial, layanan

pemesanan daring, pembayaran digital, dan sistem manajemen operasional berbasis aplikasi. Dengan itu, penelitian ini perlu dilakukan untuk memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai faktor-faktor yang memengaruhi transformasi digital pada UMKM cafe di Kabupaten Bandung.

Urgensi penelitian ini didasari oleh kenyataan bahwa transformasi digital pada UMKM cafe merupakan kebutuhan yang tidak dapat dihindari di tengah perubahan perilaku konsumen yang semakin mengarah pada layanan berbasis digital. Sebagaimana telah diuraikan, berbagai indikator makro seperti tingkat penetrasi internet, perkembangan ekosistem QRIS, serta kontribusi sektor kuliner terhadap PDB UMKM menunjukkan bahwa digitalisasi telah menjadi arus utama dalam aktivitas bisnis, termasuk pada sektor cafe yang sangat bergantung pada media sosial, sistem pemesanan daring, pembayaran digital, dan aplikasi kasir digital (*Point of Sale*).

Pemilihan Kabupaten Bandung sebagai lokasi penelitian didasarkan pada pertumbuhan sektor kuliner dan cafe yang signifikan di wilayah tersebut, sebagaimana ditunjukkan oleh data peningkatan jumlah UMKM dari 422.992 unit pada tahun 2019 menjadi 537.801 unit pada tahun 2023. Pertumbuhan ini sejalan dengan semakin ketatnya persaingan usaha, sehingga pelaku UMKM cafe dituntut untuk dapat memanfaatkan teknologi digital secara optimal agar tetap mampu bertahan dan berkembang. Atas dasar tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa pemahaman empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi transformasi digital pada UMKM cafe, sehingga dapat menjadi rujukan bagi pelaku usaha maupun pemerintah daerah dalam merumuskan strategi pengembangan digitalisasi UMKM yang lebih tepat sasaran.

Tabel 1.7 Research Gap

Aspek Perbandingan	Penelitian Terdahulu	Penelitian yang akan dilakukan
Judul Utama	Umumnya befokus pada kinerja UMKM, penciptaan nilai (<i>value creation</i>), atau Hambatan digitalisasi	Pengaruh Adopsi Teknologi Digital, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Inovasi Digital Terhadap Transformasi Digital pada UMKM Cafe di Kabupaten Bandung.
Variabel Independen (X)	Sering menguji variabel tunggal atau kombinasi berbeda, seperti kapabilitas digital, dukungan eksternal, atau karakteristik wirausaha	Menggabungkan tiga variabel utama: Adopsi Teknologi Digital (X_1), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_2), dan Inovasi Digital (X_3).
Variabel Dependen (Y)	Mayoritas mengukur Kinerja UMKM (SME Performance), Minat Penggunaan, atau Kinerja Finansial.	Berfokus langsung pada Transformasi Digital (Y) sebagai proses perubahan organisasi menyeluruh.
Objek Penelitian	Kota Bandung, Pekanbaru, Malang, Palopo, Kota Semarang, dan Kota Denpasar.	Berlokasi di kabupaten bandung.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan di atas, penulis merasa perlu melakukan penelitian mengenai topik tersebut, yang akan dituangkan dalam wujud skripsi dengan judul **“PENGARUH ADOPSI TEKNOLOGI DIGITAL, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN INOVASI DIGITAL TERHADAP TRANSFORMASI DIGITAL PADA UMKM CAFE DI KABUPATEN BANDUNG”**

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka penulis akan mengidentifikasi dan merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berikut adalah identifikasi masalah dalam penelitian ini:

1. Transformasi digital pada UMKM cafe di Kabupaten Bandung belum berjalan secara optimal dan merata.
2. Adopsi teknologi digital pelaku UMKM cafe belum sepenuhnya berkembang, sehingga pemanfaatan teknologi digital belum menjadi bagian dari strategi bisnis secara menyeluruh.
3. Persepsi kemudahan penggunaan teknologi digital pada sebagian pelaku UMKM cafe masih rendah, sehingga menghambat proses penerimaan dan penggunaan teknologi tersebut.
4. Inovasi digital pada UMKM cafe masih terbatas dalam menciptakan nilai tambah dan strategi bisnis baru berbasis teknologi digital.
5. Kajian yang secara spesifik membahas pengaruh adopsi teknologi digital, persepsi kemudahan penggunaan, dan inovasi digital terhadap transformasi digital pada UMKM cafe di Kabupaten Bandung masih terbatas.

1.2.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian dan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka permasalahan yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat adopsi teknologi digital pada UMKM Cafe di kabupaten bandung?
2. Bagaimana tingkat presepsi kemudahan penggunaan digital pada UMKM Cafe di kabupaten bandung?
3. Bagaimana tingkat inovasi digital pada UMKM Cafe di kabupaten bandung?

4. Bagaimana tingkat transformasi digital pada UMKM Cafe di Kabupaten Bandung?
5. Seberapa besar pengaruh adopsi teknologi digital terhadap transformasi digital pada UMKM cafe di Kabupaten Bandung?
6. Seberapa besar pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap transformasi digital pada UMKM cafe di Kabupaten Bandung?
7. Seberapa besar pengaruh inovasi digital terhadap transformasi digital pada UMKM cafe di Kabupaten Bandung?
8. Seberapa besar pengaruh adopsi digital teknologi, persepsi kemudahan penggunaan dan inovasi digital terhadap transformasi digital pada UMKM cafe di Kabupaten Bandung, baik secara parsial dan simultan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diajukan maka penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengkaji:

1. Adopsi teknologi digital yang diterapkan pada UMKM Café.
2. Persepsi kemudahan penggunaan teknologi digital pada UMKM Café.
3. Inovasi digital yang dilakukan pada UMKM Cafe.
4. Transformasi digital yang terjadi pada UMKM Cafe.
5. Besarnya pengaruh adopsi teknologi digital terhadap transformasi digital pada UMKM Cafe.
6. Besarnya pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap transformasi digital pada UMKM Cafe.
7. Besarnya inovasi digital terhadap transformasi digital pada UMKM Café.

8. Besarnya pengaruh adopsi teknologi digital, persepsi kemudahan penggunaan, dan inovasi digital secara simultan terhadap transformasi digital pada UMKM Café.