

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1. Kajian Pustaka

Kajian pustaka akan mengemukakan teori-teori atau bahasan yang berhubungan dengan masalah yang dihadapi. Kajian pustaka merupakan bagian yang penting pada sebuah penelitian yang akan dilakukan. Permasalahan yang akan diangkat pada penelitian ini adalah hal-hal yang berhubungan dengan adopsi teknologi digital, persepsi kemudahan penggunaan, inovasi digital, serta transformasi digital pada UMKM cafe di Kabupaten Bandung. Dalam bab ini akan dibahas pengertian secara umum dan berfokus pada teori yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

2.1.1 Manajemen

Secara etimologis, kata manajemen berasal dari bahasa latin, yaitu dari kata *manus* yang berarti tangan, yang kemudian berkembang menjadi kata kerja *maneggiare* dalam bahasa Italia yang berarti melatih kuda atau mengendalikan dengan tangan. Dari kata tersebut, muncullah istilah dalam bahasa Inggris *to manage* yang berarti mengatur, mengendalikan, atau menangani, serta *management* yang bermakna "tindakan mengatur dan mengendalikan. Oleh karena itu, secara harfiah, manajemen mengandung makna dasar proses pengaturan dan pengendalian secara aktif menggunakan tangan terhadap berbagai sumber daya untuk mencapai tujuan tertentu.

2.1.1.1 Pengertian Manajemen

Menurut Robbins & Coulter (2020:37), manajemen merupakan suatu proses yang melibatkan pengaturan, pengorganisasian, serta pemantauan terhadap berbagai kegiatan yang dilakukan oleh orang lain di dalam suatu organisasi. Proses ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap tugas dan pekerjaan yang dijalankan dapat diselesaikan secara efisien, yakni dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara optimal tanpa adanya pemborosan, sekaligus secara efektif, dalam arti pencapaian hasil kerja tersebut benar-benar sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Pendapat lain dari Pendapat lain dikemukakan oleh George R. Terry (2018:2), yang menyatakan bahwa manajemen merupakan sebuah proses khas yang terdiri atas serangkaian tindakan yang saling berkaitan, yaitu perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian. Keempat tindakan tersebut dilakukan secara sistematis dan berkesinambungan dengan tujuan untuk menentukan sasaran yang hendak dicapai sekaligus mewujudkan pencapaian sasaran tersebut melalui pemanfaatan sumber daya manusia serta sumber daya lain yang dimiliki oleh organisasi.

Lebih lanjut, menurut James A.F Stoner (2021:8) manajemen merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan para usahaanggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi yang lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.

Dari penjelasan di atas, manajemen dapat diartikan sebagai kemampuan manajer dan seluruh pelaku usaha dalam suatu perusahaan untuk merancang, merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan, serta mengawasi kegiatan di

berbagai aspek perusahaan. Tujuannya adalah meningkatkan kinerja perusahaan demi tercapainya visi yang telah ditetapkan.

2.1.2 Fungsi Manajemen

Fungsi manajemen didefinisikan sebagai inti dari seluruh kegiatan yang dilakukan oleh manajer dalam rangka mencapai tujuan organisasi atau perusahaan fungsi-fungsi ini saling terkait dan melengkapi satu sama lain, sehingga membentuk kerangka kerja yang kokoh untuk mencapai tujuan perusahaan. Menurut (Mersa Anggraeni et al., 2024). Fungsi dalam manajemen dikenal dengan *Planning*, *organizing*, *actuating*, dan *controlling* (POAC). Fungsi manajemen sebagai berikut:

1. Perencanaan (*Planning*)

Fungsi Perencanaan Merupakan fungsi dasar dan langkah kunci yang berfungsi sebagai titik awal dalam menetapkan arah dan visi organisasi. Proses ini melibatkan perumusan tujuan yang jelas, terukur, dan relevan, serta identifikasi strategi melalui analisis lingkungan untuk mengoptimalkan sumber daya. Secara definitif, perencanaan juga mencakup penentuan langkah-langkah, pembagian tanggung jawab, dan jadwal waktu guna meminimalkan risiko serta memastikan efisiensi dalam mencapai sasaran masa depan.

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Fungsi pengorganisasian adalah elemen manajemen yang berfokus pada perancangan struktur organisasi yang sesuai untuk mengelola sumber daya secara efektif. Fungsi ini melibatkan pengaturan tenaga kerja, keuangan, teknologi, dan fasilitas agar seluruh aspek organisasi berjalan selaras. Secara lebih spesifik, pengorganisasian memastikan adanya pembagian tugas yang jelas

dan pembentukan hierarki agar setiap anggota memahami peran mereka dalam mencapai tujuan bersama secara terstruktur.

3. Pengarahan (*Actuating*)

Pengarahan berperan dalam menggerakkan dan memandu karyawan melalui kemampuan kepemimpinan manajer. Fungsi ini melibatkan pemberian visi, motivasi, dan dukungan kepada tim kerja agar mereka memiliki semangat berprestasi yang tinggi. Selain itu, pengarahan mencakup komunikasi yang efektif untuk memperjelas harapan organisasi dan pengembangan potensi anggota tim melalui umpan balik yang konstruktif.

4. Pengendalian (*Controlling*)

Pengendalian merupakan langkah kritis untuk memantau dan mengevaluasi kinerja organisasi guna menjamin kesesuaian dengan standar yang telah ditetapkan dalam rencana. Fungsi ini melibatkan pengukuran hasil aktual, identifikasi masalah atau penyimpangan, serta pengambilan tindakan korektif untuk mengembalikan organisasi ke jalur yang benar. Pengawasan yang efektif memastikan organisasi tetap fokus pada tujuan strategis dan mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan.

2.1.3 Diffusion of Innovation (DOI)

Teori Diffusion of Innovation (DOI) merupakan teori yang menjelaskan bagaimana suatu inovasi diperkenalkan, disebarluaskan, dan akhirnya diadopsi oleh individu maupun organisasi. Teori ini pertama kali dikembangkan oleh Everett M. Rogers dan hingga saat ini masih menjadi landasan utama dalam berbagai penelitian mengenai adopsi teknologi, termasuk transformasi digital pada organisasi dan UMKM.

Menurut Rogers (2003:5), "*Diffusion is the process by which an innovation is communicated through certain channels over time among the members of a social system.*" Definisi tersebut menjelaskan bahwa difusi adalah proses penyebaran suatu inovasi melalui saluran komunikasi tertentu, dalam kurun waktu tertentu, kepada anggota suatu sistem sosial hingga inovasi tersebut diterima dan diadopsi. Dengan itu, keberhasilan suatu inovasi tidak hanya bergantung pada kualitas teknologi, tetapi juga pada proses penyampaian informasi, interaksi antarindividu, dan kesiediaan pengguna untuk menerima perubahan.

Berbeda halnya dengan García Avilés (2020) menjelaskan bahwa *Diffusion of Innovation* proses penyebaran dan penerimaan inovasi dalam berbagai bidang, termasuk teknologi informasi, komunikasi, dan transformasi digital. Teori ini membantu menjelaskan mengapa suatu inovasi dapat diadopsi dengan cepat oleh sebagian individu atau organisasi, sementara yang lain membutuhkan waktu lebih lama atau bahkan menolak untuk mengadopsinya.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa Teori Difusi Inovasi (*Diffusion of Innovation Theory*) merupakan teori yang menjelaskan proses penyebaran dan penerimaan suatu inovasi melalui saluran komunikasi tertentu dalam kurun waktu tertentu di dalam suatu sistem sosial hingga inovasi tersebut diadopsi oleh individu atau organisasi. Keberhasilan adopsi suatu inovasi tidak hanya ditentukan oleh keunggulan inovasi itu sendiri, tetapi juga dipengaruhi oleh efektivitas komunikasi, karakteristik inovasi, interaksi antaranggota dalam sistem sosial, serta kesiapan individu atau organisasi dalam menerima perubahan.

2.1.4 Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) adalah salah satu teori yang paling sering dipakai untuk menjelaskan cara individu menerima dan memanfaatkan suatu teknologi. Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Fred D. Davis pada tahun 1989 dan hingga saat ini tetap menjadi dasar teoritis dalam berbagai studi mengenai adopsi teknologi informasi, sistem informasi, serta transformasi digital. TAM menyatakan bahwa penerimaan individu terhadap teknologi dipengaruhi oleh keyakinan bahwa teknologi tersebut memberikan manfaat (*perceived usefulness*) dan mudah untuk digunakan (*perceived ease of use*), yang kemudian berdampak pada sikap, niat, serta tindakan penggunaan teknologi.

Menurut Davis dan Granić (2024:18) menyatakan bahwa TAM telah berevolusi menjadi salah satu kerangka kerja yang paling umum digunakan untuk menganalisis perilaku pengguna dalam menerima teknologi. Kerangka kerja ini tidak hanya diterapkan pada penggunaan sistem informasi dalam perusahaan, tetapi juga pada berbagai inovasi digital seperti layanan internet, *e-commerce*, aplikasi ponsel, komputasi awan, kecerdasan buatan, serta transformasi digital dalam organisasi. Ini menunjukkan bahwa TAM tetap memiliki kemampuan yang kuat dalam menjelaskan berbagai faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi di berbagai bidang.

Lebih lanjut menurut Silva (2015:205) menjelaskan bahwa *Technology Acceptance Model* merupakan model yang dikembangkan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) untuk menjelaskan perilaku individu dalam menerima teknologi. Menurut model ini, keputusan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi dipengaruhi oleh persepsi terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan teknologi

tersebut. Ketika pengguna meyakini bahwa suatu teknologi mudah dipelajari, mudah dioperasikan, dan memberikan manfaat dalam menyelesaikan pekerjaan, maka tingkat penerimaan terhadap teknologi akan semakin tinggi.

Berbeda halnya menurut Wicaksono (2022:1) menyatakan bahwa *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan suatu pola yang digunakan untuk menganalisis cara pengguna menerima serta mengadopsi teknologi. Awalnya, model ini dibuat untuk menguraikan cara pengguna menerima sistem informasi, tetapi seiring dengan kemajuan teknologi, telah digunakan di berbagai sektor, seperti *e-commerce*, layanan digital, sistem informasi organisasi, dan transformasi digital.

Berdasarkan beberapa definisi dari para ahli di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah sebuah teori sistem informasi yang berfungsi untuk memahami dan memprediksi apakah seseorang akan menerima atau menolak suatu teknologi. TAM menjelaskan bahwa keputusan seseorang untuk menggunakan teknologi ditentukan oleh dua faktor utama, yaitu persepsi tentang manfaat teknologi tersebut (*perceived usefulness*) dan persepsi tentang kemudahan penggunaannya (*perceived ease of use*). Semakin tinggi manfaat dan kemudahan yang dirasakan, semakin besar kemungkinan seseorang akan menggunakan teknologi tersebut.

2.1.5 Pengertian Bisnis Digital

Bisnis digital mengacu pada penggunaan teknologi digital untuk menciptakan berbagai inovasi, mulai dari model bisnis hingga pengalaman pelanggan. Bisnis digital juga menilai bagaimana perusahaan menggunakan

teknologi untuk memperkuat kemampuan bisnis mereka demi mendukung operasi yang sedang berlangsung. Suatu bisnis dianggap tengah melakukan transformasi digital jika menerapkan pendekatan digital dalam operasionalnya (Adirineksa Gidion et al., 2024)

Menurut Annabeth Aagaard (2012:225) bisnis digital merupakan cara perusahaan menjembatani bisnis mereka ke era digital dengan menggunakan data untuk memandu upaya bisnis mereka yang sudah ada maupun yang benar-benar baru. Berbeda halnya pula menurut pendapat yang dikemukakan oleh Chaffey.D, (2021:3) Bisnis digital merupakan aktivitas bisnis yang memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung proses operasional dan interaksi dengan pelanggan. Konsep ini tidak hanya berfokus pada pemasaran, tetapi juga mencakup pengelolaan internal perusahaan secara lebih efisien. Pemanfaatan teknologi memungkinkan perusahaan mengolah data dan memahami kebutuhan konsumen secara lebih akurat. Selain itu, bisnis digital membantu menciptakan nilai tambah melalui layanan yang lebih cepat dan relevan. Dengan demikian, bisnis digital menjadi strategi penting dalam meningkatkan daya saing organisasi di era digital.

Berdasarkan pengertian bisnis digital menurut para ahli sebelumnya maka peneliti sampai pada pemahamannya bisnis digital merupakan suatu model bisnis yang memanfaatkan teknologi digital sebagai elemen utama dalam proses penciptaan, penyampaian, dan pengembangan nilai kepada pelanggan. Bisnis digital tidak hanya berfokus pada penggunaan teknologi untuk kegiatan pemasaran, tetapi juga mencakup pengelolaan operasional internal, pengolahan data, serta pengambilan keputusan yang lebih efektif.

2.1.7 Adopsi Teknologi Digital

Adopsi teknologi merupakan proses penerapan dan pemanfaatan teknologi dalam kegiatan bisnis, yang dalam konteks saat ini lebih banyak merujuk pada penggunaan teknologi digital. Proses ini tidak hanya sebatas penggunaan alat atau sistem, tetapi juga melibatkan tahapan yang sistematis, mulai dari pemilihan teknologi yang sesuai dengan kebutuhan bisnis, proses implementasi, hingga integrasi dengan sistem yang telah ada. Selain itu, adopsi teknologi juga mencakup kesiapan sumber daya manusia melalui pelatihan agar teknologi dapat digunakan secara efektif. Pemanfaatan teknologi secara optimal menjadi kunci agar organisasi mampu meningkatkan efisiensi dan kinerja.

Menurut Emmanuel, (2023) menjelaskan bahwa adopsi digital terjadi ketika individu atau organisasi "menerima dan menggunakan alat dan layanan digital. Berbeda hal nya dengan Andrews & Timiliotis (2018) adopsi teknologi digital merupakan langkah yang diambil oleh perusahaan untuk menerapkan dan menggunakan teknologi digital, seperti komputasi awan dan sistem digital yang terhubung, yang dipengaruhi oleh kemampuan organisasi, keterampilan sumber daya manusia, kualitas pengelolaan, dan dorongan dari pasar.

Lebih lanjut menurut Sholihin, (2024) menyatakan bahwa adopsi teknologi digital merupakan pemanfaatan teknologi digital dalam seluruh proses bisnis, mulai dari pembuatan produk atau jasa hingga pemasarannya secara daring melalui internet, dengan tujuan meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar tanpa batasan lokasi, serta memberikan pengalaman yang lebih cepat, mudah, dan personal bagi pelanggan, misalnya melalui media sosial, *marketplace*, aplikasi, atau sistem otomatisasi lainnya.

Dapat disimpulkan bahwa adopsi teknolog digital merupakan proses di mana organisasi secara sadar menerima dan memanfaatkan secara efektif berbagai instrumen serta layanan digital untuk mendukung tujuan bisnisnya. Integrasi teknologi cerdas, seperti platform *e-commerce* dan sistem *cloud*, bertindak sebagai mesin penggerak yang mengoptimalkan efisiensi operasional sekaligus meningkatkan pendapatan serta kinerja perusahaan secara keseluruhan.

2.1.7.1 Dimensi Adopsi Teknologi Digital

Menurut Sholihin, (2024) dimensi Adopsi Teknologi Digital disusun berdasarkan komponen manajemen teknologi dan aplikasi bisnis:

1. *Technoware* (Fasilitas Fisik)

Dimensi ini berkaitan dengan kecanggihan alat, mesin, dan perangkat keras digital yang digunakan UMKM Cafe untuk mempercepat proses operasional harian.

2. *Humanware* (Kapasitas SDM)

Dimensi ini ini berfokus pada tingkat keahlian, keterampilan, dan literasi digital pemilik serta karyawan cafe dalam mengoperasikan teknologi digital secara optimal.

3. *Infoware* (Data dan Informasi)

Dimensi ini mencakup kemampuan UMKM dalam mengelola dan memanfaatkan data digital seperti laporan penjualan atau ulasan pelanggan sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis yang akurat.

4. *Orgaware* (Struktur Organisasi)

Dimensi ini berkaitan dengan kesiapan kerangka kerja dan metode operasional cafe dalam mengintegrasikan sistem digital ke dalam strategi bisnis untuk menghadapi persaingan global.

5. *Aplikasi E-Business* (Transaksional)

Dimensi ini mengukur sejauh mana penggunaan platform spesifik seperti *e-commerce* (ShopeeFood/GoFood) dan sistem pembayaran elektronik (QRIS/GoPay) yang memudahkan transaksi tanpa kontak fisik.

2.1.8 Persepsi Kemudahan Penggunaan

Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan secara definitif sebagai suatu tingkatan di mana seseorang meyakini bahwa penggunaan suatu teknologi atau sistem informasi akan membebaskannya dari usaha yang berat atau sering disebut dengan istilah "bebas dari usaha" (*free of effort*). Menurut (loo Mei Kay et al., 2023) menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan konteks utama yang mendeskripsikan motivasi pengguna dalam model penerimaan teknologi (TAM), di mana kemudahan ini menjadi pilar penentu niat perilaku individu untuk menggunakan sebuah sistem informasi.

Dilain pemahaman, menurut mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan adalah faktor krusial yang mengukur kesiapan pelaku usaha untuk beralih ke sistem pencatatan berbasis teknologi, meskipun dalam studinya ditemukan bahwa pengalaman teknis terkadang lebih dominan daripada sekadar persepsi kemudahan. berbebda halnya dengan Davis & Granic (2024:320) mendefinisikan kemudahan penggunaan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan bebas dari usaha mental dan fisik

Berdasarkan beberapa definisi dari para ahli di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa persepsi kemudahaan penggunaan adalah keyakinan seseorang bahwa sebuah teknologi bisa dioperasikan tanpa memerlukan tenaga dan

pikiran yang berat. Kemudahan ini mencakup aspek pemahaman terhadap sistem serta kelancaran interaksi sehari-hari tanpa beban psikologis yang mengganggu. Ketika pengguna merasakan bahwa suatu teknologi mudah digunakan, maka akan timbul dorongan positif untuk terus memanfaatkannya secara berkelanjutan.

2.1.8.1 Dimensi Persepsi Kemudahan Penggunaan

Persepsi kemudahan penggunaan adalah tingkat di mana seseorang merasa bahwa menggunakan suatu teknologi atau sistem tertentu tidak akan memerlukan upaya fisik atau mental yang berlebihan, dan akan mudah dipahami. Menurut Davis & Granic (2024:45) membagi dimensi persepsi kemudahan penggunaan menjadi berikut:

1. *Easyness* (Kemudahan)

Semudah apa sebuah sistem atau website dapat dijalankan oleh individu.

2. *Clear and understandable* (Jelas dan mudah dimengerti)

Tingkat kejelasan sistem, di mana konten yang tersedia mudah dipahami.

3. *Easy to learn* (Mudah dipelajari)

Tingkat sejauh mana sebuah sistem mudah dipelajari untuk kemudian digunakan sebagai media yang diakses sehari-hari.

4. *Overall easiness* (Kemudahan secara keseluruhan)

Tingkatan kemudahan secara menyeluruh yang dirasakan dalam menggunakan sistem tersebut.

2.1.9 Inovasi Digital

Inovasi digital didefinisikan sebagai proses penciptaan atau adopsi, serta eksploitasi dari suatu kebaruan yang memberikan nilai tambah baik dalam bentuk produk, layanan, proses, maupun model bisnis melalui pengintegrasian teknologi

digital. Menurut Yudi Limbar Yasik, (2026:1) inovasi digital merupakan proses transformasi yang melibatkan pemanfaatan teknologi digital untuk menciptakan nilai tambah dalam berbagai aspek organisasi, seperti produk, layanan, model bisnis, hingga proses operasional. Inovasi ini tidak terbatas pada penciptaan teknologi baru semata, tetapi juga mencakup pendekatan kreatif dan strategis dalam penggunaan teknologi yang telah tersedia untuk menyelesaikan permasalahan, meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan pasar, serta memberikan pengalaman yang lebih unggul bagi pelanggan.

Sejalan dengan perspektif tersebut, Akbar et al., (2024:295) menjelaskan bahwa inovasi digital merupakan kekuatan pendorong utama dalam transformasi ekonomi modern yang melibatkan pengembangan teknologi dan model bisnis inovatif dengan potensi pertumbuhan tinggi. Inovasi ini berperan dalam mengubah lanskap pasar melalui ide-ide dan solusi berbasis teknologi yang mampu mengatasi berbagai permasalahan yang sebelumnya tidak terselesaikan oleh model bisnis konvensional.

2.1.9.1 Karakteristik Utama Inovasi Digital

Sebelum membahas karakteristik utama inovasi digital, perlu dipahami bahwa inovasi digital tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi, tetapi juga mencerminkan perubahan cara organisasi menciptakan nilai dan beradaptasi dalam era transformasi digital. Pendapat (Yudi Limbar Yasik, 2026:1) ada 5 karakteristik utama inovasi digital diantaranya:

1. Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi

Inovasi digital sangat bergantung pada kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, yang mencakup internet, cloud computing, artificial intelligence

(AI), dan Internet of Things (IoT). Teknologi-teknologi ini memungkinkan perusahaan untuk menciptakan solusi yang lebih efisien

2. Cepat dan Skalabel

Inovasi digital memungkinkan adopsi teknologi yang cepat dan dapat diperluas dengan mudah di seluruh pasar. Platform digital, seperti aplikasi mobile atau e-commerce, dapat dengan cepat diakses oleh banyak pengguna dan diimplementasikan dalam skala besar. Misalnya, aplikasi e-commerce seperti Tokopedia atau Shopee dapat menjangkau jutaan pelanggan dalam waktu yang relatif singkat, berkat infrastruktur digital yang mendukung skala besar.

3. Fleksibel dan Adaptif

Salah satu ciri khas inovasi digital adalah kemampuannya untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan kebutuhan pelanggan atau dinamika pasar. Teknologi digital memudahkan perusahaan untuk melakukan penyesuaian produk atau layanan sesuai dengan umpan balik pelanggan atau perubahan pasar. Contohnya, fitur baru yang ditambahkan pada aplikasi seperti Instagram atau WhatsApp untuk memenuhi kebutuhan pengguna, seperti Instagram Stories yang beradaptasi dengan tren konten video pendek, dan inovatif. Contohnya, AI digunakan untuk analisis data besar, sementara IoT memungkinkan perangkat yang terhubung untuk saling berkomunikasi dan berbagi informasi secara otomatis.

4. Disruptif

Inovasi digital seringkali menyebabkan perubahan signifikan dalam struktur industri tradisional, mengubah model bisnis yang ada. Salah satu contoh klasik adalah dampak *e-commerce* terhadap industri ritel konvensional, yang

memaksa banyak toko fisik beradaptasi atau bahkan tutup. Teknologi disruptif ini mengubah cara konsumen berbelanja, dan memperkenalkan cara baru yang lebih efisien dalam bertransaksi.

5. Data-driven

Inovasi digital mengandalkan data dalam pengambilan keputusan. Perusahaan yang mengadopsi teknologi digital menggunakan data untuk memahami perilaku konsumen, mengoptimalkan proses, dan merespons secara real-time terhadap kebutuhan pasar. Sebagai contoh, perusahaan seperti Netflix atau Spotify menggunakan data besar untuk merekomendasikan konten yang disesuaikan dengan preferensi pengguna, meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

2.1.9.2 Tujuan Inovasi Digital

Inovasi digital bukan hanya sebatas penerapan teknologi, tetapi merupakan strategi jangka panjang untuk menciptakan nilai yang lebih tinggi dalam organisasi. Tujuan utamanya mencerminkan orientasi bisnis modern yang tidak hanya ingin bertahan di era digital, tetapi juga tumbuh dan unggul secara kompetitif. Menurut (Yudi Limbar Yasik, 2026:17) ada 5 tujuan inovasi digital diantaranya:

1. Meningkatkan Efisiensi Operasional

Inovasi digital bertujuan meningkatkan efisiensi operasional melalui pemanfaatan teknologi dalam proses kerja. Penerapan teknologi membantu menyederhanakan alur kerja, mengurangi kesalahan, serta mendukung penggunaan sumber daya yang lebih optimal. Dengan demikian, kegiatan operasional dapat berjalan lebih efektif dan terstruktur.

2. Meningkatkan Kepuasan dan Pengalaman Pelanggan

Inovasi digital berperan dalam meningkatkan kepuasan dan pengalaman pelanggan melalui penggunaan teknologi dalam interaksi layanan. Organisasi dapat memberikan layanan yang lebih cepat, relevan, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan, sehingga berdampak pada meningkatnya kualitas pengalaman serta loyalitas pelanggan.

3. Menciptakan Keunggulan Kompetitif yang Berkelanjutan

Inovasi digital mendorong terciptanya keunggulan kompetitif dengan menghadirkan nilai tambah yang membedakan organisasi dari pesaing. Pemanfaatan teknologi memungkinkan organisasi untuk tetap relevan serta mempertahankan posisinya di tengah persaingan yang semakin dinamis.

4. Memperluas Jangkauan Pasar

Inovasi digital memungkinkan pelaku usaha menjangkau pasar yang lebih luas tanpa terbatas oleh wilayah geografis. Teknologi memberikan kemudahan dalam menjangkau konsumen baru serta menyesuaikan strategi pemasaran sesuai dengan karakteristik pasar yang dituju.

5. Menghadapi Tantangan dan Perubahan Teknologi

Inovasi digital membantu pelaku usaha dalam menghadapi perubahan dan tantangan yang berlangsung cepat. Pemanfaatan teknologi mendukung kemampuan organisasi untuk beradaptasi, merespons perubahan, serta menjaga keberlangsungan usaha di tengah lingkungan bisnis yang terus berkembang.

2.1.9.3 Dimensi Inovasi Digital

Dimensi Inovasi Digital menurut Akbar et al., (2024) membagi inovasi digital ke dalam enam dimensi klasifikasi ini didasarkan pada pengembangan teori inovasi tradisional yang disesuaikan dengan karakteristik teknologi digital keenam dimensi tersebut adalah:

1. Inovasi Produk Digital (*Digital Product Innovation*)

Meliputi digitalisasi produk fisik seperti perabot pintar dan produk yang sepenuhnya digital seperti aplikasi seluler

2. Inovasi Layanan Digital (*Digital Service Innovation*)

Penciptaan layanan baru melalui sarana digital untuk meningkatkan pengalaman dan nilai bagi pelanggan, baik layanan murni digital maupun yang didukung teknologi

3. Inovasi Proses Digital (*Digital Process Innovation*)

Penggunaan teknologi untuk mengubah atau menyempurnakan alur kerja organisasi guna meningkatkan efisiensi dan mengurangi biaya operasional

4. Inovasi Model Bisnis Digital (*Digital Business Model Innovation*)

Perubahan fundamental dalam cara perusahaan menciptakan, menyampaikan, dan menangkap nilai di pasar melalui integrasi teknologi digital

5. Inovasi Teknologi Digital (*Digital Technology Innovation*)

Dimensi baru yang menekankan pada pengembangan teknologi digital itu sendiri (seperti AI, *blockchain*) sebagai hasil dari proses inovasi.

2.1.10 Transformasi digital

Transformasi digital adalah proses perubahan mendasar dalam suatu organisasi atau bisnis yang memanfaatkan teknologi digital untuk mengubah cara

kerja, budaya, dan nilai yang diberikan kepada pelanggan. Proses ini tidak hanya sekadar mengubah dari analog menjadi digital, tetapi juga mencakup perubahan strategi, pola pikir, dan model operasional secara menyeluruh. Menurut (Trustisari, 2022:90) menyatakan bahwa transformasi digital adalah proses transformasi analog menjadi digital. Dalam bisnis, dapat diartikan sebagai penggunaan teknologi dalam proses bisnis. Pendapat lain dari (Andersson et al., 2018) mendefinisikan transformasi digital sebagai perubahan yang signifikan dan beragam yang didorong oleh digitalisasi, mempengaruhi cara kerja dan susunan organisasi baik dari dalam maupun luar dengan metode yang baru. Dampak dari digitalisasi dinilai sebagai suatu transformasi saat hasil yang diperoleh terasa nyata dan besar, serta memiliki peranan strategis yang penting bagi organisasi yang terlibat.

Dilain pemahaman menurut Naufal Mahfudz (2023:144) menjelaskan transformasi digital sebagai proses organisasi mengadopsi teknologi digital dan perubahan budaya untuk mengubah cara beroperasi, berinteraksi dengan pelanggan, (Dandi & Ali, 2025:208) mendefinisikan transformasi digital sebagai proses integrasi teknologi digital ke dalam seluruh aspek bisnis dan organisasi yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja, efisiensi, dan nilai tambah bagi pelanggan, serta menciptakan model bisnis baru yang lebih adaptif dan kompetitif terhadap perubahan zaman.

Berdasarkan pengertian transformasi digital menurut para ahli sebelumnya maka peneliti sampai pada pemahamannya bahwa transformasi digital merupakan perubahan menyeluruh dalam cara kerja suatu organisasi atau bisnis, dengan mengintegrasikan teknologi digital ke seluruh aspek bisnis. Perubahan ini tidak hanya soal mengganti sistem lama menjadi digital, tetapi mencakup perubahan

strategi, budaya kerja, struktur organisasi, serta cara berinteraksi dengan pelanggan. Tujuan utamanya adalah menciptakan nilai baru dan meningkatkan kinerja bisnis secara efektif.

2.1.10.1 Peran Transformasi digital

Transformasi digital memiliki peran yang sangat penting dalam mengubah cara kerja suatu bisnis agar tetap bisa bersaing di era digitalisasi. Menurut (George & Paul, 2020) sebagaimana dikutip dalam (Erwin, 2023:5) menyatakan bahwa ada enam peran penting transformasi digital diantaranya:

1. Meningkatkan efisiensi operasional dan produktivitas

Transformasi digital dapat mendukung perusahaan dalam meningkatkan efisiensi operasional mereka melalui otomatisasi dan integrasi proses bisnis. Ini dapat menurunkan biaya operasi serta meningkatkan produktivitas serta mengoptimalkan penggunaan teknologi baru

2. Meningkatkan pengalaman pelanggan

Transformasi digital mampu mendukung perusahaan untuk menyajikan pengalaman yang lebih memuaskan bagi pelanggan dengan memberikan layanan yang lebih cepat, lebih tanggap, dan lebih khusus. Ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan serta mendukung perpetuan loyalitas pelanggan.

3. Meningkatkan inovasi produk dan layanan

Transformasi digital mampu mendukung perusahaan dalam menciptakan produk dan layanan baru dengan memanfaatkan teknologi terkini seperti

kecerdasan buatan (AI) dan Internet of Things (IoT). Ini bisa membantu perusahaan untuk tetap beradaptasi dan bersaing di pasar yang terus berubah. Selain itu, juga dapat membuka jalan bagi peluang usaha baru dalam inovasi yang dikembangkan.

4. Meningkatkan analisi data

Transformasi digital memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam dari informasi yang mereka miliki dengan menggunakan teknologi analitik dan pengolahan data. Ini dapat mendukung perusahaan dalam mengambil keputusan yang lebih baik dan lebih sesuai waktu.

5. Meningkatkan efektivitas pemasaran

Transformasi digital dapat mendukung perusahaan untuk meningkatkan efisiensi pemasaran mereka dengan menggunakan teknologi pemasaran digital seperti platform media sosial, pencarian berbasis internet, serta iklan online. Dengan cara ini, perusahaan dapat menjangkau audiens yang lebih besar dan menarik konsumen baru.

2.1.10.2 Dimensi Transformasi digital

Menurut (Andersson et al., 2018) terdapat lima dimensi utama yang berpengaruh dalam Transformasi Digital sebagai berikut:

1. Teknologi:

Dimensi ini meliputi adopsi dan integrasi teknologi digital terbaru ke dalam sistem perusahaan, seperti *cloud computing*, *Artificial Intelligence*, *Internet of Things*, *Big Data*.

2. Proses Bisnis:

Dimensi ini berfokus pada digitalisasi dan otomatisasi seluruh proses kerja organisasi untuk mencapai tingkat efisiensi operasional yang lebih tinggi.

3. Model Bisnis:

Dimensi ini mencakup transformasi atau perubahan fundamental dalam cara perusahaan menciptakan, memberikan, serta menangkap nilai di pasar digital

4. Budaya dan Kepemimpinan:

Dimensi ini menitikberatkan pada perubahan pola pikir (mindset) karyawan dan gaya kepemimpinan agar menjadi lebih lincah (agile), inovatif, serta adaptif terhadap perkembangan zaman

5. Pengalaman Pelanggan: Dimensi ini berupaya meningkatkan kualitas interaksi, pelayanan, dan personalisasi layanan kepada konsumen dengan memanfaatkan teknologi digital sebagai basis utamanya.

2.1.11 Penelitian Terdahulu

Untuk melakukan penelitian, tidak terlepas dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu dengan tujuan untuk memperkuat hasil dari penelitian yang sedang dilakukan. Penelitian terdahulu dalam penelitian dapat membantu penulis untuk dijadikan sebagai referensi untuk melihat seberapa besar pengaruh hubungan antar variabel independent dan variabel dependen yang memiliki kasamaan dalam penelitian. Pada tabel berikut adalah hasil penelitian terdahulu:

Tabel 2. 1
Peneltian Terdahulu

No	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Putri, M. K., & Najib, M. F. (2024). Pengaruh Adopsi Teknologi Digital dan <i>Value Creation</i> terhadap <i>SME Performance</i> pada UMKM Cafe di Kota Bandung. JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia), No.2, Vol. 10, 677-692, DOI: 10.29210/020243028	Hasil penelitian ini Menunjukkan bahwa Adopsi Teknologi Digital memiliki dampak signifikan terhadap penciptaan nilai ekonomi dan nilai sosial bagi UMKM Cafe.	Sama-sama meneliti Adopsi Teknologi Digital sebagai variabel bebas dan objek penlitian umkm cafe	Terdapat Variabel Mediasi yaitu Value Creation
2	Khairunnisa, dkk (2026) Pengaruh Dukungan eksternal, kepercayaan, dan hambatan terhadap teknologi digital UMKM dengan Structural Equation Modeling <i>Jurnal Manajemen Rekayasa dan Inovasi Bisnis</i> Vol. 4 No. 2 Februari 2026, hal 1 – 11	Dukungan eksternal dan kepercayaan berdampak positif, sedangkan hambatan berdampak negatif terhadap adopsi teknologi.	Sama-sama mengukur adopsi teknolgi digital	Menekankan pada variabel kepercayaan
3	Radha Khairani, et.al (2025) Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan qris sebagai alat transaksi	Persepsi kemudahan, manfaat, dan kepercayaan semuanya berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS	Meneliti adopsi teknologi digital	Lokasi penelitian

No	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	pembayaran digital di kota pekanbaru <i>Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi</i> Vol 2 No. 1 (2025) 96 – 108			
4	Salsa Satriani Setiawan, et. al (2025) Transformasi Digital dan Karakteristik Wirausaha sebagai Solusi dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Kuliner di Kota Bandung <i>Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan</i> Volume. 5, Nomor. 2 512-527	Transformasi digital dan karakteristik wirausaha secara simultan meningkatkan kinerja UMKM kuliner	Meneliti variabel Transformasi Digital	Fokus pada UMKM Kuliner di Kota Bandung
5	Ayu Wulandari, et. al (2024) Transformasi Digital UMKM: Studi Kasus Strategi Adopsi Teknologi <i>Journal of Public Policy and Administration Silampari</i> Volume 6, Nomor 1	Pendidikan, pelatihan, dan kolaborasi menjadi strategi kunci keberhasilan adopsi teknologi bagi UMKM.	Membahas strategi dan tantangan transformasi digital pada tingkat UMKM	Menggunakan pendekatan kualitatif
6	Mubarak, M. F. R., Sastiti, S., & Setyadi, R. (2023). <i>Readiness Analysis of OVO Digital Payment Implementation at Coffee Store Using the Technology Acceptance Model (TAM) Method</i>	Persepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease of Use) berpengaruh positif terhadap Attitude Toward Using maupun Behavioral Intention dalam penggunaan	Sama-sama meneliti Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEU) sebagai variabel bebas	Fokus pada satu teknologi spesifik (pembayaran digital OVO)

No	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	<i>(Study Case: Kontekstual Coffee)</i> Jurnal SISFORMA, 10(2).	pembayaran digital OVO pada kedai kopi.		
7	Majid, B. A., dkk. (2024). Rancang Toko Online Sanava Coffee via Lynk.ID dalam Peningkatan Penjualan Produk Kopi. Jurnal Sains Informasi dan Geografi (J-SIGN), USK.	Penerapan e-commerce (inovasi digital) melalui platform Lynk.id berhasil meningkatkan efisiensi operasional	Sama-sama fokus pada UMKM Kopi/Coffee SME	Tidak menguji variabel Adopsi Teknologi & Persepsi Kemudahan
8	Afriyanti, N., dkk. (2025). Strategi Inovasi Bisnis untuk Meningkatkan Daya Saing dan Pertumbuhan UMKM di Era Digital 4.0 pada Cafe Laberka Dompu. Indo-Fintech Intellectuals, 5(2), 4626-4631. DOI: 10.54373/ifjeb.v5i2.2882	Faktor pendukung keberhasilan inovasi yaitu adaptasi terhadap teknologi, kreativitas produk, dan keterlibatan pelanggan dalam proses inovasi.	Objek penelitian sama: Cafe (UMKM)	Metode Kualitatif studi kasus
9	Setiawan, S., dkk. (2025). Experiential Value and Novelty Cultivating Brand Love and Behavioral Intentions in Technopreneurship. Aptisi Transactions on Technopreneurship (ATT), 7(1), 144-157. DOI: 10.34306/att.v7i1.520	Hasil penelitian ini inovasi secara signifikan meningkatkan kepuasan pelanggan di robot barista coffeeshop di Bandung.	Objek penelitian sama pada UMKM cafe	Tidak menguji Adopsi Teknologi Digital dan Persepsi Kemudahan Penggunaan

No	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
10	Priska Arindya Purnama, et. al (2023) Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Kegunaan terhadap Minat Perilaku Menggunakan Teknologi (Studi Kasus pada UKM di Malang) <i>Jurnal Minfo Polgan</i> Volume 12, Nomor 2, 872-877, DOI: doi.org/10.33395/jmp.v12i2.12503	Menganalisis perilaku penerimaan dan pemanfaatan social commerce sebagai strategi bisnis yang efektif bagi pelaku UKM	Menggunakan kerangka kerja Technology Acceptance Model (TAM)	Berfokus pada pelaku UKM di wilayah Malang dan spesifik pada media sosial
11	I Gusti Agung Ayu Intan Fatmayoni, et. al (2026) Pengaruh Persepsi, Teknologi, Kemudahan Penggunaan, dan Difusi Inovasi terhadap Minat Adopsi E-Money pada Generasi Z di Kota Denpasar <i>Jurnal Cendekia Ilmiah</i> Vol.5, No.3, 1948-1957	Sebanyak 68,2% variasi minat adopsi e-money dapat dijelaskan oleh faktor persepsi, teknologi, kemudahan, dan difusi inovasi	Melakukan penelitian mengenai adopsi teknologi	Subjek penelitian adalah Generasi Z di Denpasar
12	Yudhi W. Arthana R., Dani Sopian, Muangsal, Hendra Gunawan (2025) Analisis Faktor Teknologi dan Organisasi terhadap Pemanfaatan Sistem Informasi Akuntansi (SIA) Digital pada Coffee Shop di Bandung Raya	faktor konteks Teknologi, Organisasi, dan Lingkungan (TOE) berpengaruh signifikan terhadap Persepsi Kebermanfaatan dan Kemudahan Penggunaan.	pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan kuesioner	Fokus pada integrasi model TOE dan TAM

No	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	JSMA (<i>Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi</i>)			
13	Mediany Kriseka Putri & Muhammad Fikri Najib (2024) Pengaruh adopsi teknologi digital dan value creation terhadap SME performance pada UMKM cafe di kota Bandung JPPI (<i>Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia</i>)	Adopsi teknologi digital berdampak signifikan pada penciptaan nilai ekonomi dan sosial	penelitian, yaitu berfokus pada industri kafe/coffee	Menitikberatkan pada variabel penciptaan nilai (value creation)
14.	Lukmansyah, Pemilia Sulistyowati (2026) Pengaruh Adopsi Teknologi Digital dan Orientasi Pelanggan terhadap Kinerja Finansial: Studi pada UMKM di Kota Palopo <i>Jurnal ilmiah manajemen dan kewirausahaan</i> Vol 6 No 1 Mei 2026 pp 64-70	Adopsi teknologi digital dan orientasi pelanggan berpengaruh positif terhadap kinerja finansial.	kesamaan variabel adopsi teknologi digital	Penelitian dilakukan di Kota Palopo.

Sumber: Data di olah peneliti 2026

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka Pemikiran yang baik akan menjelaskan secara teoritis hubungan antara variabel yang akan di teliti. Kerangka pemikiran adalah suatu konseptual yang menjelaskan dan menggambarkan alur logika dari sebuah pemikiran. Menurut

Sugiyono (2023:95) kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagaimana masalah yang penting proses transformasi ini tidak dapat berjalan tanpa adanya adopsi teknologi digital yang memadai, di mana organisasi secara bertahap mengintegrasikan berbagai tools digital ke dalam proses bisnis mereka.

2.2.1 Pengaruh Adopsi teknologi digital terhadap transformasi digital

Adopsi teknologi digital dan proses transformasi digital saling berkaitan erat dalam menentukan performa serta keberhasilan suatu organisasi di zaman modern. Transformasi digital dapat diartikan sebagai perubahan strategis dalam suatu organisasi yang memanfaatkan teknologi digital seperti kecerdasan buatan, komputasi awan, analisis data besar, dan *Internet of Things* untuk menciptakan nilai baru, meningkatkan efisiensi operasional, serta mendapatkan keunggulan kompetitif. Proses transformasi ini tidak bisa berfungsi tanpa adopsi teknologi digital yang memadai, di mana organisasi secara bertahap mengintegrasikan berbagai alat digital ke dalam aktivitas bisnis mereka. Semakin tinggi adopsi teknologi digital di suatu organisasi, maka semakin matang juga proses transformasi digital yang dilakukan. Adopsi teknologi digital berperan sebagai pondasi penting dalam perjalanan transformasi digital suatu organisasi menuju tingkat kematangan digital yang lebih tinggi (Tommy et al., 2025).

Pengaruh antara adopsi teknologi digital dan transformasi digital telah didukung oleh beberapa penelitian terdahulu. Penelitian Omrani et al., (2024) menyatakan bahwa tingkat adopsi teknologi digital berpengaruh positif terhadap transformasi digital pada UKM, di mana semakin tinggi penggunaan teknologi digital maka semakin tinggi juga tingkat transformasi digital perusahaan. Hasil

tersebut diperkuat oleh Setiyawan et al., (2025) yang menemukan bahwa adopsi teknologi digital merupakan faktor penting dalam mendorong transformasi digital UMKM serta meningkatkan kinerja usaha. Adapun penelitian Wulandari et al., (2024) menyatakan bahwa keberhasilan transformasi digital sangat dipengaruhi oleh kemampuan UMKM dalam mengadopsi teknologi melalui pendidikan, pelatihan, dan kolaborasi. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Xuan Truong, (2022) yang menyatakan bahwa berbagai faktor pendorong adopsi teknologi digital berpengaruh signifikan terhadap adopsi transformasi digital pada UMKM. Dengan itu, semakin tinggi tingkat adopsi teknologi digital yang dilakukan pelaku UMKM, semakin besar peluang keberhasilan transformasi digital.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa adopsi teknologi digital memiliki pengaruh positif terhadap transformasi digital. Beberapa penelitian mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat penerapan teknologi digital oleh organisasi atau UMKM, maka semakin besar kemungkinan keberhasilan dalam proses transformasi digital. Penggunaan berbagai teknologi digital dapat meningkatkan efisiensi dalam operasional, mempercepat alur bisnis, memperluas jangkauan pasar, serta mendorong inovasi dalam menjalankan bisnis.

2.2.2 Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap transformasi digital.

Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan variabel kunci yang mempengaruhi keberhasilan transformasi digital dalam suatu organisasi. Berdasarkan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan

sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan suatu teknologi tidak memerlukan usaha yang besar atau mudah dioperasikan. Dalam konteks transformasi digital, ketika pengguna baik individu maupun organisasi merasakan bahwa teknologi digital yang diadopsi mudah digunakan dan tidak memerlukan beban belajar yang tinggi, maka mereka akan cenderung lebih terbuka dan siap untuk bertransformasi secara digital. Sebaliknya, teknologi yang kompleks, sering mengalami gangguan, atau membutuhkan waktu adaptasi yang panjang dapat menimbulkan kecemasan digital (*technostress*) yang justru menghambat proses transformasi. Dengan demikian, secara umum, semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan terhadap suatu teknologi digital, maka semakin besar pula kemungkinan terjadinya transformasi digital yang berhasil (Addison, 2021)

Pengaruh antara persepsi kemudahan penggunaan dengan transformasi digital ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu. Menurut Penelitian Xuan Truong, (2022) membuktikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor penting yang mendorong keberhasilan transformasi digital UMKM melalui pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). Temuan tersebut diperkuat oleh Pasaribu et al., (2025) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap adopsi cloud computing sebagai bagian dari transformasi digital UMKM. Adapun penelitian (Husna et al., 2025) juga menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap sikap pelaku UMKM dalam menggunakan sistem digitalisasi perpajakan.

Berdasarkan penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap Transformasi Digital.

Semakin mudah teknologi dipahami, dipelajari, dan dioperasikan, semakin tinggi tingkat penerimaan teknologi oleh pelaku UMKM. Kondisi tersebut mendorong penggunaan teknologi digital secara lebih luas sehingga mempercepat proses transformasi digital dalam organisasi maupun UMKM.

2.2.3 Pengaruh Inovasi Digital Terhadap transformasi digital

Inovasi digital adalah faktor utama yang mempercepat dan memperluas proses transformasi digital di sebuah organisasi. Inovasi digital diartikan sebagai pengembangan dan penerapan produk, proses, model bisnis, atau layanan terbaru yang memanfaatkan teknologi digital seperti kecerdasan buatan, analisis data besar, komputasi awan, dan *Internet of Things*. Berbeda dengan pemanfaatan teknologi digital yang cenderung pasif (menggunakan teknologi yang sudah ada), inovasi digital mencakup langkah aktif dalam menghasilkan nilai baru dengan menggabungkan teknologi digital dan kemampuan organisasi secara unik. Organisasi yang secara terus-menerus berinovasi secara digital akan memiliki kemampuan untuk mengubah model bisnis, proses operasional, dan strategi pemasaran mereka dengan lebih efisien (Ursic Dejan & Cater Tomaz, 2025)

Pengaruh antara inovasi digital dengan transformasi digital ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu. Menurut Wangi, (2026) menunjukkan bahwa inovasi digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan transformasi digital, dan diperkuat oleh penelitian yang dilakukan (Harefa & Lase, 2025) ditemukan bahwa penerapan inovasi digital berkontribusi signifikan terhadap keberhasilan transformasi digital, khususnya dalam meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat proses inovasi produk dan layanan, serta memperkuat

daya saing. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Ryan et al., 2026) menyatakan bahwa inovasi digital dan transformasi digital memiliki pengaruh positif dalam meningkatkan daya saing UMKM. Adapun penelitian Selfiyan et al., (2026) menunjukkan bahwa orientasi inovasi berkontribusi terhadap keberhasilan transformasi digital UMKM di Indonesia. Kemudian diperkuat oleh Penelitian Ayu Widiarti et al., (2025) juga menjelaskan bahwa kapabilitas inovasi memperkuat kemampuan digital perusahaan sehingga mendukung implementasi transformasi digital secara lebih efektif.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa inovasi digital berpengaruh positif terhadap transformasi digital. Semakin tinggi kemampuan pelaku usaha dalam menciptakan dan menerapkan inovasi berbasis teknologi digital, maka semakin besar keberhasilan transformasi digital yang dapat dicapai. Inovasi digital mendorong organisasi untuk mengembangkan proses bisnis, meningkatkan efisiensi operasional, menciptakan model bisnis baru, serta mempercepat pemanfaatan teknologi digital dalam aktivitas usaha. Oleh karena itu, inovasi digital menjadi salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan transformasi digital, khususnya pada UMKM.

2.2.4 Pengaruh Adopsi Teknologi Digital, persepsi kemudahan penggunaan dan Inovasi Digital Terhadap Transformasi Digital

Adopsi teknologi digital, persepsi kemudahan penggunaan, dan inovasi digital merupakan faktor-faktor kunci yang secara bersama-sama mendorong keberhasilan transformasi digital dalam suatu organisasi. Adopsi teknologi digital mengacu pada proses di mana organisasi menyatukan berbagai teknologi digital,

seperti kecerdasan buatan, komputasi awan, dan analitik data besar, ke dalam kegiatan bisnis mereka. Pandangan tentang kenyamanan penggunaan, yang merupakan konsep penting dalam model penerimaan teknologi, mencerminkan sejauh mana seseorang percaya bahwa memakai teknologi digital akan berjalan lancar tanpa banyak usaha atau kesulitan (Cavalcanti et al., 2022)

Transformasi digital merupakan proses perubahan organisasi melalui pemanfaatan teknologi digital yang tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, tetapi oleh kombinasi berbagai faktor yang saling berkaitan. Berdasarkan penelitian terdahulu, adopsi teknologi digital memungkinkan organisasi memanfaatkan teknologi dalam menjalankan aktivitas bisnis, persepsi kemudahan penggunaan meningkatkan penerimaan dan penggunaan teknologi oleh pengguna, sedangkan inovasi digital mendorong terciptanya perubahan proses bisnis, produk, maupun layanan berbasis teknologi. Penelitian Alyani et al., (2024) menunjukkan bahwa transformasi digital UMKM dipengaruhi oleh beberapa faktor internal yang bekerja secara simultan dalam meningkatkan keberhasilan transformasi digital. Selanjutnya, Xuan Truong, (2022) membuktikan bahwa integrasi faktor teknologi dan model *Technology Acceptance Model* (TAM) secara bersama-sama memengaruhi implementasi transformasi digital pada UMKM. Selain itu, Lokuge Duan, (2023) menyimpulkan bahwa adopsi teknologi digital, kemampuan inovasi, dan faktor organisasi merupakan pendorong utama transformasi digital pada UMKM. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat adopsi teknologi digital, persepsi kemudahan penggunaan, dan inovasi digital yang dimiliki pelaku UMKM, maka semakin tinggi pula tingkat transformasi digital yang dapat dicapai.

Dapat disimpulkan dari hasil penelitian terdahulu di atas bahwa ke tiga variabel adopsi teknologi digital, persepsi kemudahan penggunaan dan inovasi digital berpengaruh positif terhadap keberhasilan transformasi digital, tetapi berdasarkan hasil penelitian terdahulu masih terdapat celah penelitian, yaitu belum adanya penelitian yang menguji secara bersamaan. Pengaruh adopsi teknologi digital, persepsi kemudahan penggunaan, dan inovasi digital terhadap transformasi digital.

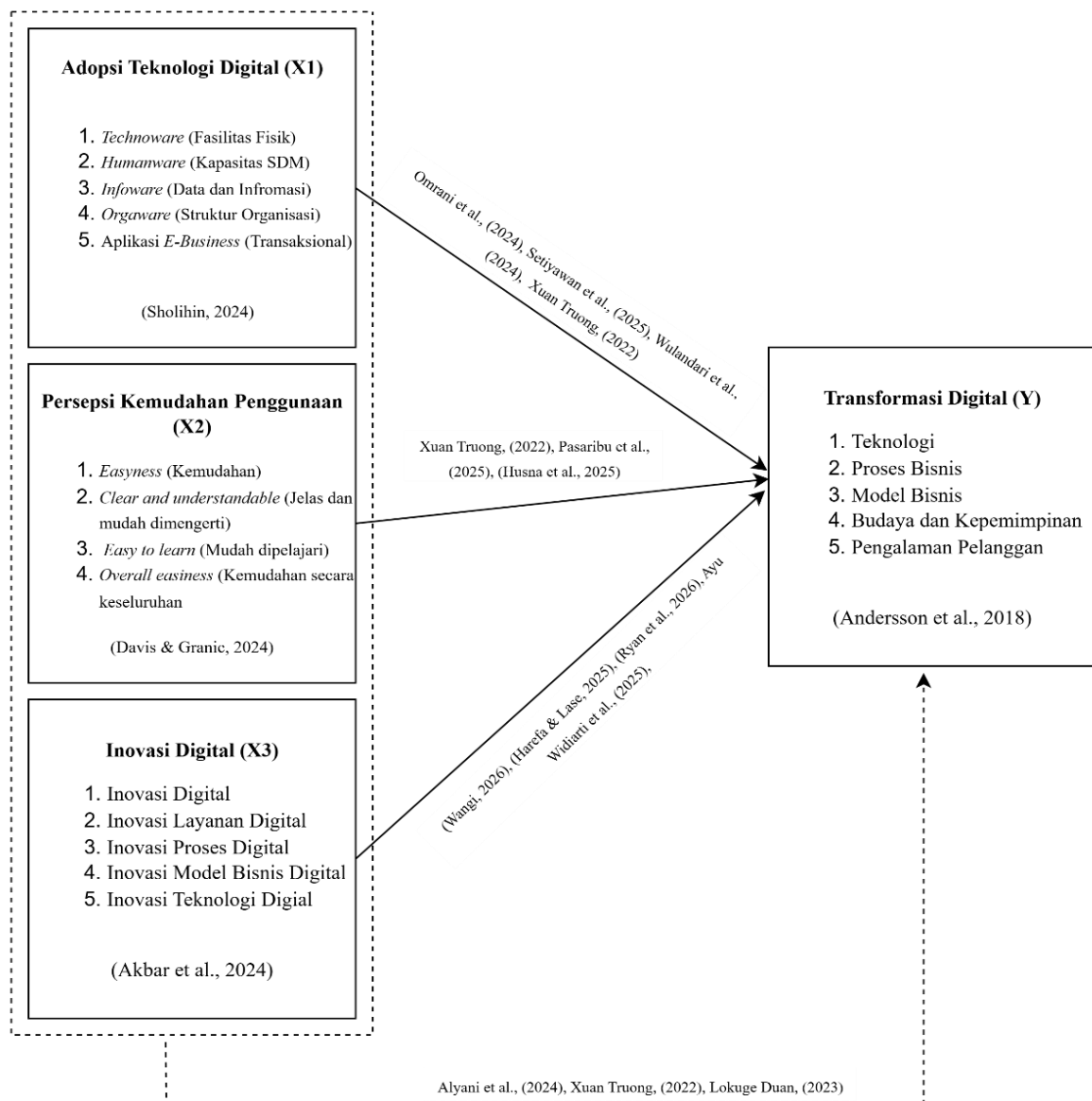
2.3 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian merupakan gambaran hubungan antar variabel yang disusun berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu. Paradigma ini digunakan untuk menjelaskan keterkaitan antar variabel secara sistematis serta memberikan arah dalam penyusunan hipotesis dan pelaksanaan penelitian.

Dalam penelitian ini, paradigma penelitian disusun untuk menunjukkan hubungan antara Adopsi Teknologi Digital, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Inovasi Digital sebagai variabel independen terhadap Transformasi Digital sebagai variabel dependen. Ketiga variabel independen tersebut dipandang sebagai faktor-faktor kunci yang secara bersama-sama maupun sendiri-sendiri mendorong keberhasilan proses perubahan mendasar dalam organisasi melalui pemanfaatan teknologi.

Paradigma ini digunakan untuk menjelaskan pengaruh masing-masing variabel secara parsial maupun secara simultan terhadap Transformasi Digital. Hal ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai bagaimana tingkat adopsi alat digital, keyakinan akan kemudahan penggunaan teknologi, serta kemampuan dalam menciptakan pembaruan berbasis digital berperan dalam

mendorong perubahan bisnis secara menyeluruh pada UMKM Cafe di Kabupaten Bandung.



Gambar 2. 1 Paradigma Penelitian

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan sebuah pernyataan mengenai suatu hal yang untuk saat ini dianggap benar. Hipotesis bisa dipahami sebagai suatu pernyataan yang akan dikaji sebagai solusi sementara atas sebuah permasalahan. Berdasarkan kerangka pemikiran teoritis paradigma penelitian tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Adopsi teknologi digital berpengaruh terhadap transformasi digital
2. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap transformasi digital
3. Inovasi digital berpengaruh terhadap transformasi digital
4. Adopsi teknologi digital, Persepsi kemudahan penggunaan, Inovasi digital secara simultan berpengaruh terhadap transformasi digital