

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil IWAPI



Gambar 1.1 Logo Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI)

Sumber: IWAPI.id, 2021

Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI) merupakan organisasi nirlaba yang berfokus pada pemberdayaan perempuan pengusaha di Indonesia. Berdiri sejak 10 Februari 1975 atas inisiatif dua pengusaha wanita, Kemala Motik dan Dewi Motik Pramono, IWAPI awalnya bernama Ikatan Pengusaha Wanita Indonesia (IPWI). Organisasi ini bertujuan untuk meningkatkan keahlian dan kapasitas wanita pengusaha, khususnya di bidang usaha kecil dan menengah (UKM), melalui pelatihan, pengembangan kemampuan manajerial, peningkatan akses ke teknologi, finansial, serta jaringan pemasaran dan keuangan.

Hingga kini, IWAPI telah memiliki lebih dari 40.000 anggota yang tersebar di seluruh Indonesia, dengan mayoritas di antaranya adalah pengusaha skala kecil (85%), diikuti pengusaha menengah (13%), dan pengusaha besar (2%). IWAPI terus memperluas peranannya dengan bekerja sama secara nasional dengan Kementerian Koperasi dan UKM, serta secara global melalui kemitraan dengan berbagai lembaga internasional seperti Kedutaan Besar negara asing, Bank Dunia, ASEAN, dan USAID. Organisasi ini bertujuan untuk memperkuat kemandirian ekonomi perempuan Indonesia, serta menjadikan mereka pengusaha tangguh yang berdaya saing di tingkat nasional maupun internasional.

IWAPI juga aktif di berbagai kota besar di Indonesia, termasuk Bandung, yang dipimpin oleh Ega Megantari. Di kota Bandung, IWAPI berperan penting dalam mendukung sekitar 90.000 pengusaha perempuan, dan diharapkan dapat berkontribusi dalam meningkatkan ketahanan pangan dan ekonomi di tingkat lokal. Sejak berdirinya, IWAPI terus meningkatkan eksistensinya dengan menyediakan pelatihan, kursus, serta akses ke modal bagi para pengusaha wanita di seluruh Indonesia.

1.1.2 Visi dan Misi IWAPI

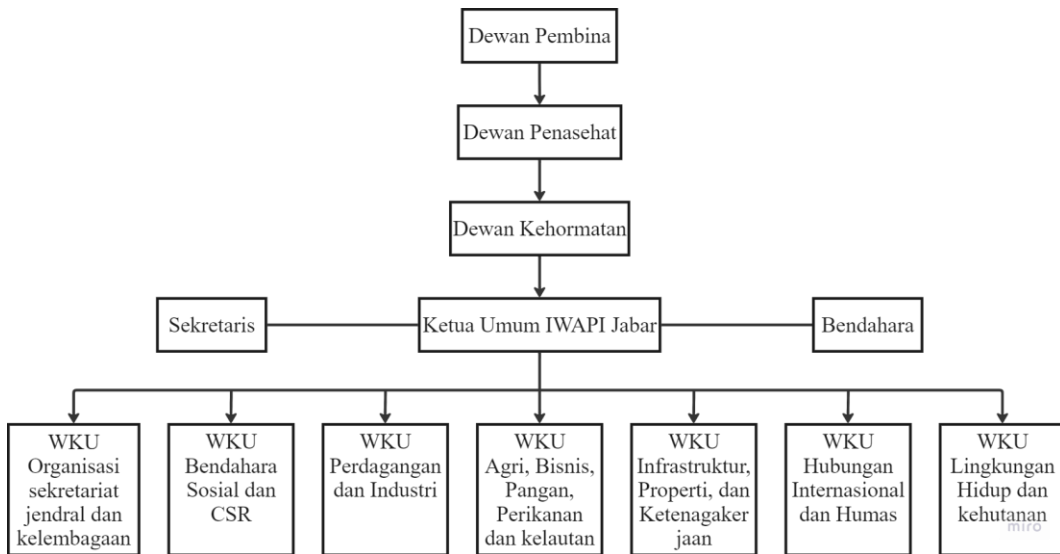
Berdasarkan informasi yang didapat dari situs resmi IWAPI, organisasi ini memiliki Visi “Untuk menjadi sebuah organisasi perempuan pengusaha Indonesia yang kuat di tingkat Nasional dan Internasional” serta misinya yaitu:

1. Untuk memberdayakan dan memperkuat kaum perempuan di UKM.
2. Untuk meningkatkan kemampuan anggota.
3. Untuk mendapatkan akses ke teknologi baru, pemasaran. dan keuangan.

IWAPI memiliki berbagai program untuk mendukung keberlanjutan wirausaha perempuan, seperti:

1. Membantu perempuan Indonesia menjadi pengusaha tangguh dengan menyediakan informasi, advokasi, pendidikan, pelatihan, serta akses ke institusi keuangan.
2. Mendorong, memperluas, dan memfasilitasi kolaborasi bisnis antara anggota IWAPI dan jaringan mereka dengan pengusaha di kancah global.
3. Memberdayakan perempuan untuk menjadi agen perubahan bagi diri mereka sendiri, sehingga mereka dapat berkembang menjadi pengusaha yang lebih baik.
4. Meningkatkan kerja sama dengan sektor swasta, pemerintah, serta organisasi non-pemerintah.
5. Mempromosikan sinergi yang lebih baik antara sektor swasta, lembaga pemerintah, dan organisasi non-pemerintah.
6. Mengembangkan dan menjaga citra positif pengusaha perempuan, dengan tetap berlandaskan pada kepribadian dan budaya Indonesia.

1.1.3 Struktur Organisasi



Gambar 1.2 Struktur Organisasi IWAPI JABAR

Sumber: DPD IWAPI Jawa Barat, 2021

1.2 Latar Belakang Penelitian

UMKM merupakan singkatan dari Usaha, Kecil, dan Menengah. Menurut UU No. 20 tahun 2008, UMKM adalah usaha kecil yang dimiliki dan dikelola oleh orang atau sekelompok orang dengan kekayaan dan penghasilan tertentu. UMKM menjadi topik penelitian yang menarik karena memiliki peran penting dalam membuka peluang kerja, perekonomian, dan memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi, inklusi sosial, serta pengurangan kemiskinan. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) juga memberikan sumbangsih yang signifikan bagi perekonomian di Indonesia dan kawasan ASEAN. UMKM memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi di Indonesia, terutama dalam peningkatan penyerapan tenaga kerja dan pemerataan pendapatan Yolanda (2024). Penelitian ini didukung oleh banyak fakta dan data. Menurut data Bank Dunia pada tahun 2020, UMKM menyumbang sekitar 90% dari semua bisnis di seluruh dunia dan menjadi sumber utama lapangan kerja di banyak negara. Misalnya, sekitar 48% tenaga kerja di Amerika Serikat berasal dari UMKM. Selain itu, UMKM memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi baik di tingkat lokal maupun nasional. Sebagaimana ditunjukkan oleh Laporan Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2023, usaha kecil dan menengah (UMKM) memainkan peran yang signifikan dalam pertumbuhan ekonomi.

Data yang dirilis oleh Indonesia.Go.Id yang menyebutkan data terbaru Kementerian Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah (UMKM) pada tahun 2024 menunjukkan bahwa terdapat 65,4 juta pelaku UMKM, atau 99,99% dari seluruh pelaku usaha di Indonesia. Ini menunjukkan mengapa UMKM di Indonesia selalu menarik untuk diteliti. Bisnis kecil dan menengah (UMKM) menyumbang 61,1% dari perekonomian nasional (PDB), dengan 117 juta pekerja, atau 97% dari daya serap tenaga kerja dunia usaha. Pelaku usaha besar, yang hanya berjumlah 5.550, atau 0,01% dari total pelaku usaha, menyumbang 38,9% dari daya serap tenaga kerja. Tetapi tingkat kematian UKM masih tinggi. Menurut Prof. Dr. Yuyun Wirasmita (2008), Guru Besar Ekonomi Universitas Pajajaran, rata-rata lima puluh hingga enam puluh persen UKM berhenti beroperasi dalam tiga tahun pertama. Oleh karena itu, penelitian tentang UMKM di Indonesia menarik karena terdapat dua kondisi yang berbeda: tingkat pertumbuhan UMKM di Indonesia sangat tinggi dan memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian nasional, tetapi tingkat kegagalan dan keberhasilan UMKM masih tinggi. Sebaliknya, temuan pengamatan menunjukkan beberapa fenomena yang terjadi di sektor usaha kecil dan menengah (UMKM) Indonesia. Saat ini, banyak usaha kecil dan menengah (UMKM) masih menghadapi masalah tradisional seperti memiliki modal yang terbatas untuk mengembangkan bisnis mereka atau kesulitan mendapatkan modal dari sumber permodalan yang tersedia. Salah satu fenomena lain yang terjadi pada UMKM di Indonesia adalah terbatasnya kemampuan sumber daya manusia, baik bisnis maupun teknis, yang diperlukan oleh UMKM untuk memenuhi tuntutan pelanggan yang semakin meningkat. Selain itu, banyak sumber daya manusia UMKM belum menguasai teknologi digital secukupnya untuk memenuhi tuntutan pelanggan yang meningkat dalam hal kualitas produk dan tingkat pelayanan.

Dengan berkembangnya teknologi digital, banyak hal berubah, tidak hanya dalam pemanfaatan teknologi itu sendiri, tetapi juga dalam model bisnis, perilaku pelanggan, dan industri yang harus diantisipasi oleh UMKM. Salah satu contohnya adalah perubahan perilaku pelanggan saat membeli produk UMKM: mereka ingin semuanya mudah, cepat, aman, murah, dan dapat dilakukan dengan ponsel. Ini berarti bahwa bisnis kecil dan menengah (UMKM) harus memiliki kemampuan

untuk menggunakan teknologi perdagangan *online* seperti *e-Commerce*, *e-Wallet*, dan *e-Delivery*, serta berbagai aplikasi yang membantu mengatur transaksi yang terjadi di berbagai platform *e-Commerce* di mana produk UMKM tersebut dijual. Dalam perdagangan secara *online*, UMKM juga harus mempertimbangkan perubahan model bisnis yang diinginkan pelanggan, seperti penggunaan *e-Wallet*, kode QR (QRIS), COD (*cash on delivery*), *Pay later*, dan *Point Reward*.

UMKM juga harus mulai memanfaatkan teknologi seperti *Big Data Analytics*, *Google Trend*, dan *Hashtag Media Sosial*, dan lainnya, untuk mengetahui tren permintaan dan preferensi konsumen untuk barang dan jasa mereka. Laporan Daya Saing Global Forum Ekonomi Dunia 2021, yang diterbitkan oleh Evermos, perusahaan perdagangan sosial, menyatakan bahwa ketidaksesuaian antara produk yang ditawarkan dan permintaan pelanggan menyebabkan 99% UMKM gagal tumbuh. Salah satu cara untuk mengetahui apakah produk sesuai dengan pasar adalah dengan analisis data primer atau sekunder yang sekarang dapat diperoleh secara digital. Menurut data yang dirilis oleh Kementerian Koperasi dan UKM pada 2 Juni 2021, jumlah UMKM yang telah *onboarding* atau bergabung ke ekosistem digital telah meningkat 19%, atau sekitar 12 juta. Peningkatan ini menunjukkan betapa banyaknya data yang dapat dikumpulkan dan diolah oleh para pemilik usaha sebagai dasar untuk membuat keputusan bisnis mereka. Kemampuan untuk membaca dan mengolah data sangat penting bagi UMKM, apakah mereka baru memulai atau sedang mengembangkan. Dengan menggunakan data, pemilik usaha dapat membuat kebijakan bisnis mereka dan menangkap kebutuhan pasar dengan lebih baik. Dalam proses produksinya, UMKM harus mempertimbangkan penggunaan teknologi IoT (*Internet of Things*) agar mereka dapat memenuhi permintaan pelanggan dengan cepat dan berkualitas.

Di Indonesia, UMKM menghadapi masalah kinerja bisnis, seperti penurunan pendapatan dan penjualan, kenaikan biaya produksi, penurunan keuntungan, dan tingkat kebangkrutan yang tinggi. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) per Juli 2020, sekitar 84,2% UMKM mengalami penurunan pendapatan, 82,7% menghadapi penurunan keuntungan, dan 80,2% mengalami kenaikan biaya. Asosiasi UMKM Indonesia (Akumindo) juga melaporkan pada April 2021 bahwa sekitar 30 juta UMKM, atau 46% dari total UMKM di Indonesia, mengalami

kebangkrutan. Fenomena penurunan kinerja UMKM di Indonesia antara tahun 2020 dan 2023 dapat diamati dalam Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Fenomena Penurunan Kinerja Bisnis UMKM Di Indonesia Tahun 2020-2023

NO	Kinerja bisnis	Tahun			
		2020	2021	2022	2023
1	Jumlah UMKM yang gulung tikar	1,2 Juta	1,3 Juta	1,4 Juta	1,5 Juta
2	Penurunan Nilai Produksi UMKM	9.700 T	9.400 T	9.100 T	8.800 T
3	Penurunan Omzet UMKM	1.400 T	1.350 T	1.300 T	1.250 T
4	Penurunan Nilai Expor UMKM	160 T	155 T	150 T	145 T

Sumber: Katadata Insight Center, Kementerian Koperasi dan UKM, dan Badan Pusat Statistika (BPS).

Pada tingkat daerah, hal ini juga dirasakan oleh pelaku UMKM yang ada di Jawa Barat. Berdasarkan Laporan Kinerja Instansi Pemerintahan (LKIP) Jawa Barat tahun 2024 melaporkan Jawa Barat mengalami penurunan kinerja UMKM sebesar 24,33% dengan capaian tahun 2022 sebesar 139,67% dan tahun 2023 sebesar 115,53%. Hal ini sejalan dengan hasil pengamatan dan diskusi dengan ketua IWAPI Jawa Barat yang mengalami penurunan kinerja bisnis setelah terjadinya pandemi. Beberapa fenomena berhubungan dengan kinerja bisnis UMKM di IWAPI Jawa Barat seperti kurangnya inovasi digital di kalangan pelaku usaha menghambat efisiensi dan daya saing, yang diperparah oleh rendahnya literasi digital sehingga memperlambat adaptasi terhadap teknologi baru. Selain itu, ketergantungan pada metode tradisional dalam menjalankan usaha menyebabkan pangsa pasar UMKM menjadi terbatas. Ditambah lagi dengan persaingan antar UMKM yang semakin ketat karena meningkatnya pertumbuhan UMKM khususnya di Jawa Barat meningkat 7,32% pada tahun 2022 (BPS Jawa Barat, 2024). Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, UMKM dituntut untuk meningkatkan

kemampuan digital agar tetap relevan dan mampu bersaing di pasar yang terus berkembang Pratiwi & Dyas (2022).

Banyak UMKM tidak terbiasa dengan teknologi digital dan belum memanfaatkannya sepenuhnya untuk mengelola bisnis mereka. Ketidaktahuan tentang teknologi dan ketidakmampuan untuk mendapatkan akses ke perangkat digital dapat menjadi kendala dalam mengadopsi solusi digital yang dapat meningkatkan efisiensi dan daya saing. Rendahnya tingkat literasi digital di kalangan pelaku UMKM menjadi salah satu faktor utama yang memperlambat adaptasi terhadap teknologi baru. Pelaku UMKM sering kali tidak memahami cara memanfaatkan platform digital untuk pemasaran, penjualan, atau manajemen keuangan, sehingga masih mengandalkan metode konvensional. Pemerintah Indonesia telah melakukan banyak hal untuk membantu UMKM, seperti program pelatihan, pembiayaan mikro, dan perubahan regulasi yang mendukung pertumbuhan mereka. IWAPI juga melakukan kegiatan yang membantu pemerintah dalam mendukung UMKM wanita seperti memberikan pelatihan dan pendampingan untuk meningkatkan keterampilan manajerial, serta membantu membangun jaringan di antara para pengusaha wanita untuk berbagi informasi dan peluang bisnis.

Namun, masih ada banyak tantangan yang perlu diatasi agar UMKM dapat berkembang dan berkontribusi lebih banyak pada ekonomi Indonesia. Berdasarkan fenomena di atas, kurangnya permodalan, jumlah SDM yang terbatas, pelayanan yang belum memenuhi keinginan pelanggan, kemampuan produksi yang terbatas, dan kualitas produksi yang masih di bawah standar internasional adalah beberapa masalah yang mempengaruhi kinerja bisnis UMKM. Ternyata, elemen masalah tersebut merupakan bagian dari sumber daya perusahaan. Menurut Thompson *et al.* (2014), sumber daya dan kapabilitas perusahaan adalah dasar dari strategi bersaing suatu perusahaan. Sumber daya adalah aset kompetitif atau *input* produktif yang dimiliki dan dikendalikan oleh perusahaan. Sumber daya perusahaan terbagi menjadi dua kategori utama: sumber daya berwujud dan tidak berwujud. Sumber daya berwujud terdiri dari jumlah SDM, permodalan, dan kemampuan produksi, sementara sumber daya tidak berwujud terdiri dari kapabilitas SDM dan kualitas pelayanan. Sehingga menarik untuk diteliti bagaimana pengaruh literasi digital dan

sumber daya perusahaan terhadap kinerja bisnis di UMKM anggota IWAPI Jawa Barat.

Namun demikian, hasil kajian atas penelitian sebelumnya menunjukkan adanya inkonsistensi antara hasil penelitian mengenai pengaruh literasi digital terhadap kinerja bisnis. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa literasi digital memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja bisnis, sementara penelitian lain menemukan hasil pengaruh negatif atau tidak signifikan. Penelitian yang mendukung pengaruh positif signifikan literasi digital terhadap kinerja bisnis antara lain dilakukan oleh Sariwulan *et al.* (2020) yang menunjukkan literasi digital memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung paling besar terhadap kinerja pengusaha UMKM. Bahri *et al.* (2021) yang menunjukkan literasi digital berpengaruh baik dan signifikan terhadap keberhasilan usaha kecil kuliner. Suryani *et al.* (2021) yang mengatakan literasi digital berpengaruh positif signifikan terhadap Adopsi *E-Commerce* yang menjadi mediasi terhadap kinerja UMKM. Umboh & Aryanto (2023) mengatakan literasi digital menjadi mediasi penting dalam meningkatkan performa bisnis. Tatli *et al.* (2023) mengatakan literasi digital berdampak positif terhadap kinerja perusahaan. Arianti (2023) mengatakan pelatihan literasi digital membantu meningkatkan pengelolaan bisnis daring.

Namun demikian penelitian lain yang meneliti hubungan pengaruh literasi digital terhadap kinerja bisnis menemukan hasil yang negatif atau tidak signifikan antara lain lakukan oleh Athia *et al.* (2023) yang menyatakan bahwa literasi digital tidak dapat memoderasi dan mengikatkan kinerja UMKM. Putra *et al.* (2023) mengatakan bahwa literasi digital tidak berpengaruh terhadap kinerja pegawai. Anggitasari *et al.* (2023) juga mengatakan bahwa *digital capabilities* tidak memiliki peran secara langsung dalam meningkatkan kinerja bisnis. Dengan demikian penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang inkonsisten, tentang pengaruh literasi digital terhadap kinerja bisnis.

Penelitian sebelumnya mengenai dampak sumber daya perusahaan terhadap kinerja bisnis menunjukkan hasil yang inkonsisten. Beberapa studi menemukan bahwa sumber daya perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap performa bisnis, sedangkan penelitian lainnya menemukan efek yang negatif atau

bahkan tidak signifikan. Penelitian yang mendukung pengaruh positif signifikan sumber daya perusahaan terhadap kinerja bisnis antara lain yaitu dilakukan oleh Khan *et al.* (2019) yang mengatakan terdapat pengaruh yang signifikan dari *Investment in intangible resource* dan *capabilities, sustainable competitive advantage*, terhadap kinerja perusahaan. Zulu-Chisanga *et al.* (2021) yang mengatakan bahwa ikatan manajerial memiliki efek langsung dan tidak langsung, melalui sumber daya perusahaan, terhadap kinerja keuangan. Todericiu (2021) yang mengatakan bahwa aset tidak berwujud mempengaruhi pengembangan bisnis dengan cara meningkatkan keuangan bersaing, mengembangkan kompetensi pegawai, dan meningkatkan kinerja organisasi. N. Hidayat *et al.* (2023) yang mengatakan bahwa *intellectual capital* berpengaruh langsung dan positif terhadap kinerja UKM. Wahab *et al.* (2020) yang mengatakan bahwa Adopsi TIK memiliki korelasi dan hubungan yang signifikan dengan kinerja bisnis UKM. Ariwibowo *et al.* (2022) yang menyatakan bahwa Sumber daya perusahaan dan keuangan kompetitif berpengaruh positif berpengaruh positif terhadap strategi bisnis dan kinerja usaha. Monteiro *et al.* (2019) yang menyatakan kapabilitas dinamis dan orientasi kewirausahaan secara langsung berdampak pada kinerja ekspor sementara sumber daya keuangan, relasional dan informasi memiliki dampak tidak langsung dalam kinerja ekspor melalui kapabilitas dinamis. Purwati *et al.* (2020) yang mengatakan bahwa kepemimpinan kewirausahaan, secara langsung dan tidak langsung yang dimediasi oleh kapabilitas inovasi, berdampak besar pada kesuksesan UKM. Djauhary *et al.* (2022) yang menemukan kapabilitas manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan pada UKM nasabah bank Indonesia. Lestari & Susanto (2021) yang mengatakan orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan pada kinerja UKM. Suindari & Juniariani (2020) mengatakan bahwa pengelolaan keuangan, kompetensi sumber daya manusia dan strategi pemasaran berpengaruh positif pada kinerja UMKM. Wicaksono, *et al.* (2020) mengatakan bahwa hasil antara sumber daya perusahaan terhadap inovasi digital dilakukan oleh keberhasilan inovasi digital bergantung pada investasi digital dan dukungan sumber daya.

Namun terdapat penelitian lain yang menyatakan sumber daya perusahaan berpengaruh negatif terhadap kinerja bisnis serta sumber daya perusahaan tidak

berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis antara lain yaitu Yacob *et al.* (2021) yang mengatakan bahwa keunikan kapabilitas sumber daya tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM di Provinsi Jambi. Rita & Huruta (2020) yang mengatakan bahwa tidak ada pengaruh positif yang ditemukan antara akses pembiayaan dan kinerja UKM. Dan Fahmi & Raharjo (2020) yang mengatakan bahwa salah satu temuan menunjukkan bahwa kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kinerja. Dalam konteks Resource-Based View (RBV), sumber daya perusahaan yang bersifat strategis dapat menghasilkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Namun, penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang inkonsisten mengenai pengaruh sumber daya perusahaan terhadap kinerja bisnis.

Berikut merupakan rangkuman dari inkonsistensi temuan peneliti sebelumnya mengenai pengaruh literasi digital dan sumber daya manusia terhadap kinerja bisnis yang disajikan pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2 Ringkasan Inkonsistensi Penelitian Terdahulu Mengenai Pengaruh Literasi Digital Dan Sumber Daya Perusahaan Terhadap Kinerja Bisnis

Hubungan Antar Variabel		Peneliti	Temuan
Literasi Digital terhadap Kinerja bisnis		Sariwulan <i>et al.</i> (2020), Bahri <i>et al.</i> (2021), Suryani <i>et al.</i> (2021), Umboh & Aryanto (2023), Tatli <i>et al.</i> (2023), Arianti (2023).	Positif Signifikan
		Athia <i>et al.</i> (2023), Anggitasari <i>et al.</i> (2023), Putra <i>et al.</i> (2023).	Negatif atau Tidak Signifikan
Sumber daya perusahaan	terhadap kinerja bisnis	Khan <i>et al.</i> (2019), Zulu-Chisanga <i>et al.</i> (2021), Todericiu (2021), N. Hidayat <i>et al.</i> (2023), Wahab <i>et al.</i> (2020), Ariwibowo <i>et al.</i> (2022), Monteiro <i>et al.</i> (2019), Purwati <i>et al.</i> (2020), Djauhary <i>et al.</i> (2022), Lestari	Positif Signifikan

	& Susanto (2021), Suindari & Juniariani (2020), Wicaksono, <i>et al.</i> (2020).	
	Yacob <i>et al.</i> (2021), Rita & Huruta (2020), Fahmi & Raharjo (2020).	Negatif atau Tidak Signifikan

Sumber: Pustaka

Ditemukannya inkonsistensi dalam penelitian terdahulu menunjukkan adanya celah penelitian (*research gap*) mengenai pengaruh literasi digital dan sumber daya perusahaan terhadap kinerja bisnis. Untuk mengisi gap tersebut, penelitian ini memasukkan inovasi digital sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara literasi digital dan sumber daya perusahaan dengan kinerja bisnis. Literasi digital dan sumber daya perusahaan dipilih sebagai variabel yang relevan karena keduanya merupakan faktor utama dalam mendukung inovasi digital. Permasalahan yang dihadapi UMKM, seperti kesulitan dalam mengadopsi teknologi dan meningkatkan kemampuan inovasi digital, menjadi tantangan utama dalam mengatasi penurunan kinerja bisnis. Dengan memanfaatkan literasi digital untuk meningkatkan adaptasi terhadap teknologi dan mengoptimalkan sumber daya perusahaan, inovasi digital diharapkan dapat menjadi penggerak utama dalam meningkatkan efisiensi dan daya saing UMKM, sebagaimana didukung oleh temuan penelitian sebelumnya.

Usaha kecil dan menengah di Indonesia menghadapi tantangan unik dalam menerapkan inovasi digital, dan salah satu fenomena tersebut adalah pengelolaan sumber daya perusahaan. UMKM harus menyediakan dana agar dapat mengadopsi dan menerapkan inovasi digital. Ini mencakup biaya untuk pengembangan dan integrasi teknologi serta pelatihan karyawan tentang cara menggunakannya di tempat kerja. UMKM harus memberikan waktu yang cukup untuk merencanakan, melaksanakan, dan mengelola perubahan yang terkait dengan inovasi digital. Ini mungkin memerlukan pelatihan tambahan atau perekrutan karyawan dengan keterampilan teknologi. Namun, memanfaatkan inovasi digital mungkin menghabiskan banyak waktu dan tenaga. UMKM juga harus memastikan bahwa mereka memiliki infrastruktur teknologi yang memadai, termasuk akses internet yang andal dan perangkat keras yang diperlukan untuk mendukung inovasi digital.

Pengetahuan tentang tren, peluang, dan risiko digital juga penting, dan UMKM harus terus mempelajari kemajuan teknologi untuk menerapkannya dalam usahanya.

Faktanya, masalah inovasi digital yang membantu UMKM membuat produk dan layanan baru atau memperbaiki yang sudah ada. Oleh karena itu, mungkin perlu mengubah strategi bisnis dan mengembangkan produk baru. UMKM harus memanfaatkan kemitraan teknologi atau berkolaborasi dengan pihak lain dalam ekosistem bisnis digital. Ekosistem ini dapat membantu UMKM mengatasi masalah teknis dan mempercepat adopsi inovasi. Bisnis kecil dan menengah (UMKM) harus mampu beradaptasi dengan cepat dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pelanggan. Untuk menentukan seberapa cepat dan efektif UMKM dapat mengadopsi inovasi digital dan memperoleh manfaatnya, seluruh sumber daya organisasi uang, bakat, waktu, dan pengetahuan harus digunakan.

Berdasarkan hasil pengamatan dan diskusi dengan ketua IWAPI Jawa Barat, Inovasi digital menyebabkan beberapa masalah yang mungkin dihadapi oleh UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Indonesia, tetapi inovasi digital dapat membantu kinerja bisnis UMKM di Indonesia. Akses ke teknologi digital yang terbatas masih menjadi kendala bagi banyak UMKM di Indonesia untuk memanfaatkan inovasi digital. Selain itu, hambatan lain adalah kurangnya pengetahuan digital; banyak pemilik UMKM kurang memahami teknologi digital dan cara menggunakannya untuk meningkatkan bisnis mereka, yang dapat menghambat mereka dalam mengadopsi inovasi digital. Dibutuhkan investasi awal dalam infrastruktur dan pelatihan karyawan untuk menerapkan inovasi digital. Bisnis kecil dan menengah (UMKM) mungkin mengalami kesulitan untuk mendapatkan dana yang diperlukan untuk menerapkan perubahan tersebut. Masalah keamanan terkait dengan mengelola data pelanggan dan transaksi *online* juga dapat muncul. Karena UMKM mungkin tidak memiliki sumber daya yang cukup untuk melindungi data mereka dengan baik, pelanggaran data atau kehilangan data yang signifikan dapat terjadi. Bisnis kecil dan menengah (UMKM) baru dapat bersaing di pasar yang sudah kompetitif berkat inovasi digital. Namun, ini dapat meningkatkan persaingan dan mengurangi margin keuntungan UMKM saat ini.

Faktanya, banyak bisnis kecil dan menengah (UMKM) bergantung pada pasar *online* atau platform *e-commerce* besar untuk memasarkan produk. Bergantung pada platform pihak ketiga, berarti tidak memiliki kontrol atas bisnis dan rentan terhadap perubahan kebijakan atau biaya yang dibuat oleh platform tersebut. Teknologi digital berkembang dengan cepat, dan UMKM mungkin kesulitan memahami dan mengikuti perkembangan teknologi terbaru yang dapat membantu bisnis mereka. Dengan menggunakan inovasi digital, UMKM dapat memperluas pangsa pasar mereka. Namun, jika mereka ingin berkompetisi di pasar domestik atau internasional, mereka juga harus mengatasi masalah logistik dan pengiriman. Konsumen biasanya ragu dengan bisnis *online*, terutama yang baru. Pentingnya untuk membangun kepercayaan pelanggan melalui sistem keamanan, layanan pelanggan yang baik, dan produk berkualitas tinggi. UMKM harus berinvestasi dalam literasi digital, mencari sumber daya pendanaan yang tepat, dan bekerja sama dengan penyedia layanan teknologi yang dapat membantu mereka mengadopsi inovasi digital secara lebih efektif. Dukungan dari pemerintah dan lembaga non-pemerintah juga dapat membantu UMKM mengatasi masalah ini dan memaksimalkan potensi inovasi digital.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, terdapat inkonsistensi dalam hasil penelitian mengenai pengaruh sumber daya perusahaan terhadap inovasi digital. Penelitian lain menunjukkan hubungan antara sumber daya perusahaan dan inovasi digital. Keberhasilan inovasi digital sangat dipengaruhi oleh investasi digital dan dukungan sumber daya, seperti yang diungkapkan oleh Wicaksono, *et al.* (2020). Hal ini juga didukung oleh N. Hidayat *et al.* (2023), yang menemukan bahwa sumber daya perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap inovasi digital. Inovasi digital, pada gilirannya, memberikan dampak langsung yang signifikan terhadap kinerja bisnis. Selain itu, sumber daya perusahaan secara tidak langsung memengaruhi kinerja bisnis melalui inovasi digital tersebut. Kiefer *et al.* (2021) mengidentifikasi 15 karakteristik budaya organisasi yang mendorong inovasi digital, antara lain: kewirausahaan perusahaan, kesadaran akan digitalisasi dan inovasi, keterampilan serta sumber daya digital, orientasi ekosistem, partisipasi karyawan, ketangkasan dan struktur organisasi, budaya yang menerima kesalahan dan pengambilan risiko, berbagi pengetahuan internal, kolaborasi, orientasi

pelanggan dan pasar, serta keterbukaan terhadap ide baru dan kemauan untuk belajar. Hartono & Halim (2020) menyoroti bahwa kapabilitas digital melalui inovasi digital memberikan pengaruh signifikan terhadap daya saing. Penelitian oleh Soluk (2022) menunjukkan bahwa perilaku adaptif dalam alokasi sumber daya dapat mendorong pengembangan inovasi digital, termasuk inovasi dalam proses, produk, dan model bisnis digital. Selanjutnya, Alvarado-Vargas *et al.* (2020) mengungkapkan bahwa faktor internal perusahaan, seperti strategi, sumber daya, dan struktur organisasi, berkontribusi pada keberhasilan produk inovasi digital.

Literasi digital dan inovasi digital dapat memiliki dampak yang signifikan pada kinerja bisnis UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Indonesia. Literasi digital memiliki dampak signifikan pada kinerja bisnis UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Indonesia. Untuk menghadapi tantangan ini, UMKM perlu meningkatkan literasi digital di kalangan pelaku usahanya. Langkah-langkah yang dapat diambil meliputi investasi dalam pelatihan keterampilan digital untuk sumber daya manusia, memanfaatkan platform digital untuk edukasi, serta memahami dan mengelola teknologi digital yang relevan dengan kebutuhan bisnis mereka. Literasi digital juga dapat membantu UMKM meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan merespons perubahan perilaku konsumen yang semakin terhubung secara digital. Selain itu, kolaborasi dengan pihak lain seperti perguruan tinggi, lembaga pemerintah, dan organisasi bisnis dapat mendukung upaya peningkatan literasi digital UMKM. Kerja sama ini dapat mencakup pelaksanaan pelatihan, pendampingan teknologi, dan akses terhadap informasi terbaru mengenai tren digital, sehingga UMKM dapat lebih siap menghadapi era digital dan meningkatkan daya saing mereka. Berdasarkan penelitian sebelumnya menurut Yasa *et al.* (2019) menunjukkan bahwa inovasi digital dapat memediasi hubungan antara kemampuan digital dan kinerja bisnis, menunjukkan bahwa literasi digital yang didukung inovasi meningkatkan performa bisnis UMKM dalam sektor teknologi. Firmansyah *et al.* (2023) menemukan bahwa literasi digital meningkatkan kinerja kewirausahaan secara langsung dan melalui inovasi, yang menunjukkan peran penting literasi digital dalam mendukung keberhasilan bisnis di era ekonomi digital.

Permasalahan yang berkaitan dengan sumber daya perusahaan, inovasi digital, dan kinerja bisnis UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Indonesia adalah topik yang kompleks dan penting dalam pertumbuhan ekonomi. Inovasi digital juga terbukti berfungsi sebagai penghubung antara kapabilitas teknologi dan ketahanan bisnis (Putri, 2021). Beberapa masalah yang mungkin muncul termasuk masalah modal yang cukup untuk investasi dalam inovasi digital bagi banyak UMKM di Indonesia. Sumber daya keuangan yang kurang dapat menjadi hambatan utama dalam mengembangkan infrastruktur dan teknologi digital yang diperlukan. Etapasbar adalah pasar *online* yang hanya digunakan oleh beberapa usaha kecil dan menengah (UMKM) di Pasar Baru Bandung (Huda, 2022). Beberapa UMKM mungkin tidak terbiasa dengan penggunaan teknologi digital, yang menghambat mereka untuk mengadopsi solusi digital yang dapat meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional. Sangat mungkin bahwa infrastruktur internet yang baik, perangkat keras, dan perangkat lunak yang diperlukan masih belum tersedia.

Pemilihan variasi mediasi inovasi digital pada hubungan antara literasi digital dan sumber daya perusahaan terhadap kinerja bisnis juga didasarkan pada penelitian sebelumnya yaitu; Firdaussiah *et al.* (2024) yang menunjukkan inovasi digital memiliki pengaruh signifikan pada kinerja bisnis UMKM, disrupsi digital dan sumber daya perusahaan memiliki pengaruh signifikan pada inovasi digital dan inovasi digital memediasi pengaruh disrupsi digital dan sumber daya perusahaan terhadap kinerja bisnis, di mana pengaruh mediasi inovasi digital yang memanfaatkan sumber daya perusahaan yang telah dimiliki secara optimal untuk mengadaptasi dampak disrupsi digital serta meningkatkan kinerja bisnis. Yasa *et al.* (2019) yang menunjukkan variabel kapabilitas digital signifikan dan berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis, inovasi digital juga signifikan dan berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis dan inovasi digital mampu memediasi pengaruh kapabilitas digital terhadap kinerja bisnis. Hanelt *et al.* (2021) Mengkaji hubungan antara M&A digital, basis pengetahuan digital pengakuisisi, dan efeknya pada inovasi digital dan kinerja perusahaan menunjukkan bahwa pelaksanaan M&A digital membantu membangun basis pengetahuan digital perusahaan di era industri, yang pada gilirannya memungkinkan mereka untuk mendorong inovasi digital dan meningkatkan kinerja perusahaan. Truong & Nguyen (2023) yang

melihat hubungan antara *intellectual capital* (IC), *knowledge absorptive capacity* (KAC), inovasi, kepatuhan lingkungan, dan kinerja bisnis di Vietnam. dengan hasil bahwa IC sangat mempengaruhi KAC jika dikombinasikan dengan inovasi dalam meningkatkan kinerja bisnis. Selain itu, inovasi dan *environmental compliance* berfungsi sebagai mediator antara KAC dan kinerja bisnis. Marino-Romero *et al.* (2020) yang melihat seberapa efektif transformasi digital dalam pengelolaan dan kinerja organisasi dan menemukan bahwa kapabilitas digital menentukan transformasi digital, yang berdampak positif pada sumber daya digital dan kinerja organisasi yang terintegrasi di perusahaan KIBS.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah literasi digital berdampak terhadap kinerja bisnis di UMKM anggota IWAPI Jawa Barat?
2. Apakah sumber daya perusahaan berdampak terhadap kinerja bisnis di UMKM anggota IWAPI Jawa Barat?
3. Apakah inovasi digital berdampak terhadap kinerja bisnis di UMKM anggota IWAPI Jawa Barat?
4. Apakah inovasi digital dapat memediasi dampak literasi digital terhadap kinerja bisnis di UMKM anggota IWAPI Jawa Barat?
5. Apakah inovasi digital dapat memediasi dampak sumber daya perusahaan terhadap kinerja bisnis di UMKM anggota IWAPI Jawa Barat?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan pada perumusan masalah di atas, maka tujuan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dampak literasi digital terhadap kinerja bisnis di UMKM anggota IWAPI Jawa Barat.
2. Untuk menganalisis dampak sumber daya perusahaan terhadap kinerja bisnis di UMKM anggota IWAPI Jawa Barat.
3. Untuk menganalisis dampak inovasi digital terhadap kinerja bisnis di UMKM anggota IWAPI Jawa Barat.

4. Untuk menganalisis peran mediasi inovasi digital pada pengaruh literasi digital terhadap kinerja bisnis di UMKM anggota IWAPI Jawa Barat.
5. Untuk menganalisis peran mediasi inovasi digital pada pengaruh sumber daya perusahaan terhadap kinerja bisnis di UMKM anggota IWAPI Jawa Barat.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian dengan judul “ Analisis Pengaruh Literasi Digital Dan Sumber Daya Perusahaan Terhadap Inovasi Digital Dengan Implikasi Pada Kinerja Bisnis Di UMKM Anggota IWAPI Jawa Barat” memiliki potensi manfaat yang signifikan, baik bagi praktisi bisnis maupun teoritis. Berikut adalah beberapa manfaat yang dapat diperoleh oleh kedua kelompok ini.

1.5.1 Aspek Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan secara umum di bidang manajemen bisnis sebagai acuan pengembangan dan evaluasi pengaruh literasi digital dan sumber daya perusahaan terhadap inovasi digital dengan implikasi pada kinerja bisnis di UMKM anggota IWAPI Jawa Barat, studi ini juga cocok untuk penelitian dengan objek dan topik yang sama, baik yang bersifat lanjutan, menyeluruh, atau untuk melengkapi.

1.5.2 Aspek Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi beberapa pihak, antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini memiliki potensi untuk memberikan manfaat berharga bagi perusahaan, terutama UMKM, dalam menghadapi penurunan kinerja bisnis dan meningkatkan inovasi digital. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi inovasi digital, perusahaan dapat lebih siap untuk menghadapi tantangan dan peluang di era digital.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini memiliki potensi untuk memberikan sumbangan yang berharga dalam perkembangan pengetahuan akademi dalam bidang bisnis digital, khususnya dalam konteks UMKM. Penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih

dalam tentang bagaimana literasi digital dan sumber daya perusahaan memengaruhi inovasi digital dan kinerja bisnis, memberikan nilai tambah pada pemahaman di lapangan.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan dan penjelasan ringkas laporan pada setiap bab dijabarkan sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Gambaran luas mengenai objek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan pendekatan metodologi penulisan skripsi semuanya dimuat pada bab pertama.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat temuan-temuan penelitian dari penelitian-penelitian terdahulu serta teori-teori yang berkaitan dengan rumusan masalah yang diteliti. Lebih lanjut, kerangka penelitian, hipotesis, dan model analisis yang digunakan dalam penelitian semuanya disertakan dalam bab ini.

3. BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini memuat penjelasan menyeluruh setiap langkah proses penelitian, termasuk proses pengembangan model penelitian, perumusan hipotesis, dan perumusan masalah. Selain itu, bab ini mencakup perencanaan dan pengelolaan data, pengembangan kuesioner, alat pengujian, identifikasi dan operasionalisasi variabel penelitian, serta pengembangan rencana pengolahan dan analisis data.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab keempat ini memuat topik-topik yang dijelaskan secara sistematis berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, serta hal-hal yang ditemukan selama proses penelitian. Bab ini disusun menjadi dua bagian: presentasi temuan penelitian dan diskusi atau analisis temuan. Dalam semua aspek percakapan, dimulai dengan temuan analisis dan interpretasi data, dan diakhiri dengan penarikan kesimpulan. Semua landasan teori yang relevan atau penelitian sebelumnya harus dibandingkan dalam bab ini.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Tanggapan terhadap pertanyaan penelitian dari bab I dimasukkan dalam kesimpulan. Rekomendasi yang diberikan berkaitan dengan manfaat penelitian, yang juga dibahas dalam Bab I.