

ABSTRAK

Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu penggerak utama perekonomian di Indonesia yang secara signifikan telah berkontribusi terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) nasional. Dari jumlah 64 UMKM di Indonesia baru 13,4% yang telah menggunakan teknologi. Pandemi covid-19 menjadi momentum bagi pelaku UMKM di Indonesia untuk melakukan transformasi digital seiring dengan kebijakan *social distancing* dalam menekan penyebaran *covid-19*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh strategi transformasi digital yang terdiri dari pelanggan, persaingan, data dan inovasi terhadap keberlanjutan usaha UMKM di Indonesia. Dengan UMKM yang tumbuh berkelanjutan maka diharapkan dapat mendukung perekonomian di Indonesia.

Objek penelitian ini adalah UMKM di Indonesia yang telah menggunakan digital dalam usaha/proses bisnisnya. Dengan menggunakan tehnik *convenience sampling* diperoleh 350 responden. Jumlah ini telah memenuhi syarat minimal pengambilan sampel penelitian. Penelitian ini sudah diuji validitas dan reliabilitas sebelum dilakukan analisa regresi sederhana dan berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelanggan, persaingan, inovasi, dan data, masing-masing berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha UMKM di Indonesia. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa pelanggan, persaingan, data dan inovasi bersama-sama berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha sebesar 72,9% sedangkan sisanya 27,1% dipengaruhi oleh variabel lain. Hasil uji t menunjukkan bahwa pelanggan, persaingan, data dan inovasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keberlanjutan usaha.

Secara akademis dan praktis, penelitian kuantitatif ini dapat dimanfaatkan sebagai referensi penelitian kedepannya terkait keberlanjutan UMKM dengan selanjutnya dapat menambahkan aspek geografis domisili responden UMKM yang lebih komprehensif dengan melibatkan berbagai instansi, baik pemerintah maupun non pemerintah, demi mendapatkan gambaran secara keseluruhan profil UMKM di Indonesia, sehingga dapat memberikan masukan yang sangat berharga demi peningkatan kualitas UMKM di Indonesia guna menunjang perekonomian Indonesia.

Kata kunci – *Transformasi digital, pelanggan, persaingan, data, inovasi, keberlanjutan usaha, UMKM*