

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam kondisi persaingan bisnis yang kian kompetitif, menjaga keberlanjutan usaha menjadi hal yang sangat penting untuk diperhatikan oleh setiap pelaku usaha, termasuk para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Keberlanjutan usaha tidak hanya berkaitan dengan kemampuan bertahan dalam jangka panjang, tetapi juga mencakup adaptasi terhadap perubahan pasar, efisiensi operasional, serta inovasi yang berkelanjutan. UMKM dituntut untuk bukan hanya fokus pada keuntungan jangka pendek, tetapi juga membangun fondasi usaha yang tangguh, fleksibel, dan responsif terhadap tantangan zaman.

Kriteria UMKM yang tercantum dalam Pasal 6 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah mengalami perubahan melalui Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja beserta peraturan pelaksanaannya, yakni Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021. Akibat perubahan ini, kriteria UMKM dalam Pasal 6 UU UMKM berbeda secara signifikan jika dibandingkan dengan ketentuan dalam PP tersebut. Berikut disajikan perbandingan utama antara kedua regulasi tersebut:

Tabel 1.1
Kategori UMKM dalam UU no. 20 Tahun 2008 dan PP no.7 Tahun 2021

Indikator	UU UMKM	PP UMKM
Pengelompokan UMKM	UMKM dikelompokkan berdasarkan kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan. Kekayaan bersih ialah jumlah aset setelah di kurangi dengan hutang atau kewajiban.	UMKM dikelompokkan berdasarkan kriteria modal usaha atau hasil penjualan tahunan. Modal usaha merupakan modal sendiri dan modal pinjaman untuk menjalankan kegiatan usaha.

Kekayaan bersih atau Modal usaha	Usaha Mikro: paling banyak Rp50 juta. Usaha Kecil: lebih dari Rp50juta – paling banyak Rp500juta. Usaha Menengah: lebih dari Rp500juta – paling banyak Rp10miliar Diluar tanah dan bangunan tempat usaha.	Usaha Mikro: paling banyak Rp1 miliar. Usaha Kecil: lebih dari Rp1miliar – paling banyak Rp 5 miliar. Usaha Menengah: lebih dari Rp 5miliar– paling banyak Rp10miliar Diluar tanah dan bangunan tempat usaha.
Hasil Penjualan Tahunan	Usaha Mikro: paling banyak Rp 300 juta. Usaha Kecil: lebih dari Rp 300juta – paling banyak Rp 2,5miliar. Usaha Menengah: lebih dari Rp 2,5miliar – paling banyak Rp50miliar	Usaha Mikro: paling banyak Rp 2 miliar. Usaha Kecil: lebih dari Rp 2 miliar – palingbanyak Rp 15miliar. Usaha Menengah: lebih dari Rp15miliar – paling banyak Rp50miliar

Sumber : Kontrak Hukum

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat vital dalam struktur perekonomian Indonesia. Sebagai tulang punggung ekonomi nasional, UMKM tidak hanya berperan dalam menciptakan lapangan kerja dan mengurangi angka pengangguran, tetapi juga turut mendorong pemerataan pendapatan dan pengembangan ekonomi berbasis kerakyatan. Dari ketiga kategori UMKM, usaha mikro merupakan kelompok terbesar, baik dari segi jumlah unit usaha maupun penyebaran geografisnya. Salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan signifikan adalah sektor kuliner. Berdasarkan data Dinas Koperasi Kota Bandung, jumlah UMKM kuliner di kota ini meningkat dari 2.177 unit pada tahun 2021 menjadi 4.035 unit pada tahun 2023. Kenaikan ini menunjukkan tingginya minat masyarakat terhadap sektor makanan dan minuman, serta semangat kewirausahaan yang terus tumbuh di tengah tantangan ekonomi.

Namun demikian, pertumbuhan jumlah pelaku usaha tidak selalu diikuti oleh peningkatan kinerja bisnis. Data menunjukkan bahwa omzet tahunan UMKM kuliner di Kota Bandung justru menurun dari lebih dari Rp75 miliar pada tahun 2020 menjadi sekitar Rp65 miliar pada tahun 2022. Fenomena ini menandakan

adanya potensi kejenuhan pasar, meningkatnya kompetisi, serta tekanan terhadap profitabilitas yang dapat mengancam keberlanjutan usaha.

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan teknologi digital menjadi salah satu pendorong utama perubahan dalam dunia usaha. Digitalisasi menghadirkan peluang besar bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta menciptakan inovasi baru yang lebih relevan dengan kebutuhan konsumen. Pemerintah Indonesia pun turut mendorong percepatan transformasi digital melalui berbagai program seperti Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI) dan UMKM Level Up. Hingga tahun 2023, sebanyak 27 juta UMKM telah masuk ke dalam ekosistem digital, dan angka ini ditargetkan meningkat menjadi 30 juta pada tahun 2024. Dengan demikian, digitalisasi telah menjadi strategi penting dalam menghadapi tantangan globalisasi serta mendorong keberlanjutan usaha di era ekonomi digital.

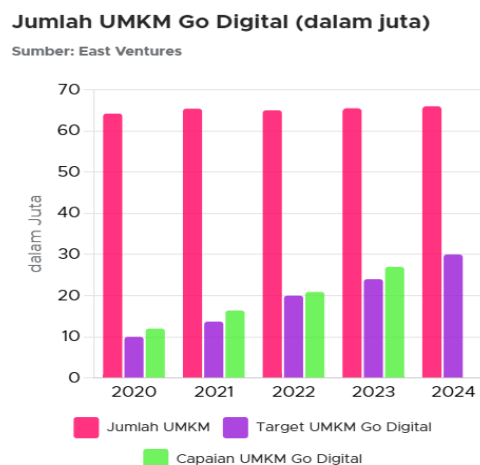
Banyak pelaku usaha, khususnya yang berada di wilayah pinggiran atau memiliki latar belakang pendidikan rendah, masih kesulitan memahami dan mengoperasikan teknologi digital secara optimal. Hasil pra- survei terhadap 30 pelaku UMKM di Kota Bandung menunjukkan bahwa meskipun 63,4% responden menyatakan setuju atau sangat setuju bahwa digitalisasi dapat meningkatkan efisiensi, masih terdapat 36,6% responden yang belum sepenuhnya yakin atau tidak merasakan manfaat dari penggunaan teknologi digital dalam usaha mereka. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan mendesak untuk memberikan pelatihan dan pendampingan intensif terkait literasi bisnis digital agar UMKM dapat lebih siap dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berubah.

Literasi bisnis digital, yang mencakup kemampuan dalam mengoperasikan perangkat teknologi, mengelola media sosial, serta memanfaatkan data untuk pengambilan keputusan, merupakan aspek krusial dalam mendukung keberlanjutan UMKM. Dengan literasi bisnis digital yang baik, pelaku usaha tidak hanya mampu menjangkau konsumen yang lebih luas melalui platform e-commerce dan media sosial, tetapi juga dapat mengelola usaha mereka dengan lebih efisien dan adaptif. Namun, realita di lapangan menunjukkan bahwa masih banyak UMKM yang berada pada tahap awal digitalisasi dan hanya memanfaatkan teknologi untuk aktivitas promosi dasar, tanpa memahami potensi strategis dari teknologi tersebut.

Tantangan lain yang tidak kalah penting adalah rendahnya pemahaman tentang keamanan digital. Dalam era yang semakin terhubung secara daring, ancaman seperti kebocoran data, serangan siber, dan penipuan online dapat menimbulkan kerugian besar, terutama bagi pelaku usaha kecil yang belum memiliki sistem perlindungan yang memadai. Kegagalan dalam mengantisipasi risiko-risiko ini tidak hanya dapat merusak reputasi bisnis, tetapi juga mengganggu keberlanjutan usaha secara keseluruhan.

Digitalisasi tidak hanya membantu pelaku usaha untuk tetap relevan di pasar, tetapi juga memperluas jangkauan bisnis mereka, memungkinkan mereka untuk menjangkau konsumen baru baik di tingkat lokal maupun global. Dengan kemampuan untuk melakukan transaksi dan interaksi secara online, UMKM dapat memanfaatkan alat-alat digital untuk memperluas skala operasi mereka. Namun, untuk memanfaatkan peluang ini secara maksimal, kemampuan literasi bisnis digital menjadi sangat penting.

Seiring dengan meningkatnya adopsi teknologi, banyak pelaku UMKM menyadari bahwa literasi bisnis digital adalah kunci untuk bertahan dan berkembang di era digital. Literasi bisnis digital mencakup berbagai kemampuan, mulai dari mengoperasikan perangkat teknologi, mengelola media sosial, hingga memanfaatkan data untuk pengambilan keputusan strategis. Pengusaha yang memiliki literasi bisnis digital yang baik lebih siap dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di era ini.



Sumber : GoodStats Data

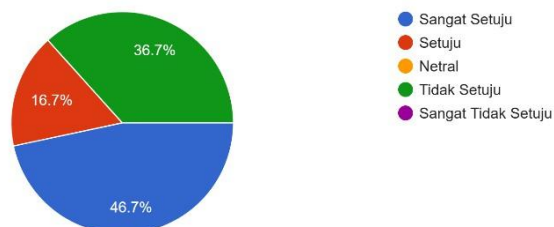
Gambar 1.1 Jumlah UMKM Go Digital

Berdasarkan gambar 1.1 dari tahun 2020 hingga 2024 terlihat bahwasannya capaian untuk UMKM Go Digital selalu meningkat tahun ke tahunnya, hal ini menandakan bahwa perkembangan digitalisasi UMKM di Indonesia ini merupakan hal yang penting. Pemerintah Indonesia aktif mendorong percepatan digitalisasi UMKM melalui berbagai inisiatif, antara lain **Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI)** dan **UMKM Level Up**, bertujuan untuk meningkatkan kemampuan UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital guna pengembangan usaha. Pada tahun 2023, tercatat sebanyak 27 juta UMKM telah tergabung dalam ekosistem digital, dengan target peningkatan hingga 30 juta UMKM pada tahun 2024. Program ini memberikan akses kepada pelaku UMKM untuk bergabung dalam ekosistem digital, meningkatkan akses mereka ke pasar yang lebih luas, dan membantu mereka bersaing dengan perusahaan besar. (Wamenkominfo, 2024)

Pada tahun 2024, diharapkan bahwa digitalisasi UMKM akan terus berlanjut, didukung oleh inisiatif pemerintah dan kolaborasi dengan sektor swasta. Dengan semakin banyaknya UMKM yang go digital, ekonomi digital Indonesia diperkirakan akan tumbuh pesat, mencapai US\$109 miliar pada tahun 2025.

Ini menunjukkan bahwa digitalisasi bukan hanya tren sementara, tetapi menjadi komponen integral dalam strategi pertumbuhan ekonomi Indonesia di masa depan. Hal ini juga dilihat dari hasil pra survey pada gambar 1.2 dan 1.3.

Apakah Anda merasa penggunaan teknologi digital dapat membantu meningkatkan efisiensi usaha Anda?
30 responses



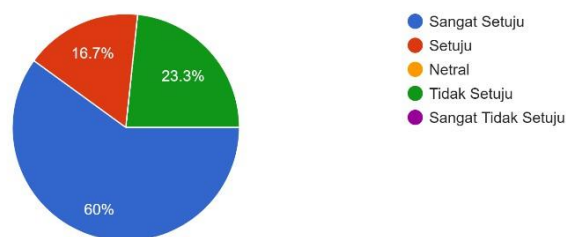
Gambar 1.2 Pra Survey Mengenai Efisiensi Penggunaan Teknologi

Berdasarkan hasil pra-survei dari 30 responden, pada gambar 1.2 mayoritas pelaku UMKM di Kota Bandung memiliki pandangan yang sangat positif terhadap penggunaan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi usaha. Sebanyak 14

orang (46,7%) menjawab "sangat setuju", menunjukkan bahwa hampir separuh responden merasa yakin dengan peran teknologi digital dalam mendukung operasional usaha mereka.

Selain itu, 5 orang (16,7%) menyatakan "setuju", yang berarti sekitar 63,4% responden secara keseluruhan memiliki pandangan positif terhadap efisiensi yang dihasilkan oleh teknologi digital. Namun, terdapat 11 orang (36,6%) yang menjawab "tidak setuju", yang menunjukkan bahwa sebagian responden masih meragukan atau belum merasakan manfaat nyata dari teknologi digital dalam mendukung efisiensi usaha mereka. Hal ini mengindikasikan adanya kebutuhan untuk lebih mengedukasi atau memfasilitasi adopsi teknologi digital bagi UMKM.

Menurut Anda, seberapa penting teknologi digital dalam mendukung keberlanjutan usaha di era digital saat ini?
30 responses

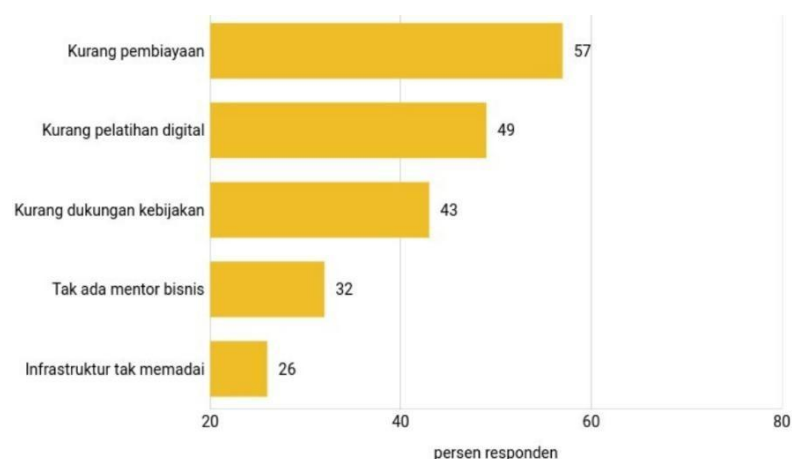


Gambar 1.3 Pra Survey mengenai Pentingnya Teknologi Digital

Dan pada gambar 1.3 diperoleh data bahwa sebagian besar responden menganggap literasi bisnis digital sebagai elemen penting untuk keberlanjutan usaha di era digital. Dari 30 responden tersebut diperoleh 76,7% yang menunjukkan responden memiliki pandangan positif terhadap pentingnya literasi bisnis digital. Di sisi lain, masih ada 7 orang (23,3%) yang menjawab "tidak setuju", yang dapat mengindikasikan kurangnya kesadaran atau kendala yang dihadapi dalam meningkatkan literasi bisnis digital mereka. Temuan ini menggaris bawahi pentingnya memberikan pelatihan atau pendampingan literasi bisnis digital yang lebih intensif untuk meningkatkan kesadaran dan kemampuan pelaku UMKM

Dari kedua pertanyaan ini, terlihat bahwa mayoritas pelaku UMKM menyadari pentingnya literasi bisnis digital dan teknologi digital untuk mendukung keberlanjutan serta efisiensi usaha mereka. Namun, terdapat segmen yang belum sepenuhnya memahami atau merasakan manfaatnya, sehingga diperlukan

pendekatan edukasi dan pendampingan yang lebih strategis untuk mendorong transformasi digital di kalangan UMKM. Namun, di balik perkembangan positif ini, masih ada tantangan yang harus dihadapi, terutama dalam hal literasi bisnis digital. Meskipun banyak UMKM telah terdigitalisasi, tidak semua dari mereka memiliki kemampuan yang memadai untuk memanfaatkan teknologi secara optimal. Kesenjangan dalam literasi bisnis digital ini menjadi fokus utama yang harus diatasi agar seluruh UMKM dapat menikmati manfaat dari transformasi digital secara merata (Wati et al., 2023). Penelitian menunjukkan bahwa rendahnya literasi bisnis digital, terutama dalam aspek manajemen data dan keamanan siber, menjadi penghambat utama dalam keberhasilan adaptasi digital UMKM (Muna et al., 2025). Keberlanjutan usaha adalah isu penting yang dihadapi oleh banyak UMKM, terutama dalam menghadapi tantangan globalisasi dan disrupsi teknologi. Keberlanjutan usaha merujuk pada kemampuan bisnis untuk terus berkembang dan bertahan dalam jangka panjang. Di Indonesia, keberlanjutan usaha UMKM semakin dipertaruhkan di tengah perkembangan teknologi digital yang semakin pesat. Banyak UMKM yang mengalami kesulitan untuk beradaptasi dengan perubahan ini, terutama karena keterbatasan literasi bisnis digital dan akses terhadap teknologi yang memadai (Ayu et al., 2023). Keberlanjutan usaha juga sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola risiko, terutama yang berkaitan dengan teknologi. Oleh karena itu, meningkatkan literasi bisnis digital pelaku UMKM tidak hanya penting untuk efisiensi operasional, tetapi juga sebagai langkah strategis menjaga keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.



Sumber : KataData,2022

Gambar 1.4 Alasan UMKM banyak gagal

Berdasarkan gambar 1.4 menunjukkan bahwa hal yang menjadi sebab UMKM di Indonesia masih sulit dalam melakukan transformasi digital adalah kurangnya pembiayaan, kurangnya pelatihan digital, kurangnya dukungan kebijakan, tidak ada mentor bisnis, dan infrastruktur yang tidak memadai, kurangnya pelatihan digital berarti banyak pelaku usaha belum memiliki bekal untuk memanfaatkan teknologi secara optimal dalam bisnisnya. Amalia et al. (2022) menekankan bahwa pengembangan literasi digital dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pemasaran, serta meningkatkan daya saing di era digital.

Masalah keberlangsungan UMKM di Kota Bandung pada 2022-2024 yang terkait dengan literasi bisnis digital berfokus pada kurangnya pengetahuan dan keterampilan digital di kalangan pelaku UMKM. Literasi bisnis digital diperlukan untuk memanfaatkan platform digital seperti marketplace, media sosial, dan e-katalog yang membantu dalam pemasaran produk UMKM. Meskipun ada peningkatan dalam penggunaan teknologi digital, banyak UMKM di Bandung masih menghadapi tantangan dalam hal adaptasi terhadap teknologi ini, yang menghambat pertumbuhan mereka, terutama di sektor kuliner.

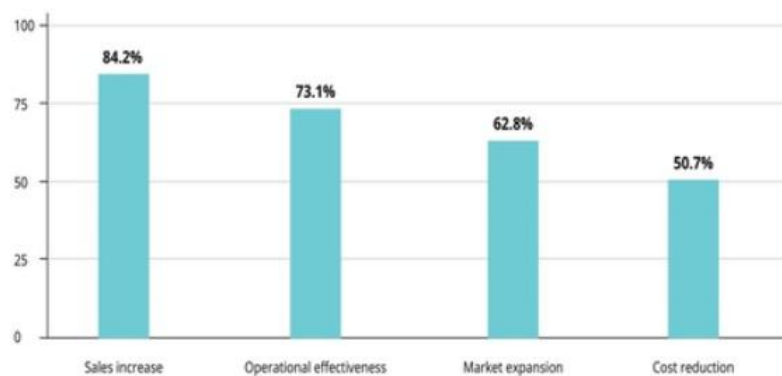
Sebagai contoh, pada tahun 2022, pemerintah Bandung mempromosikan digitalisasi UMKM melalui aplikasi e-katalog, namun jumlah UMKM yang berpartisipasi masih relatif rendah dibandingkan target nasional. Selain itu, untuk mencapai keberlanjutan jangka panjang, diperlukan juga pengembangan karakter wirausaha yang mampu bertahan di tengah perubahan teknologi. Maka dari itu salah satu tantangan terbesar yang dihadapi UMKM dalam menjaga keberlanjutan usaha mereka adalah rendahnya literasi bisnis digital. Banyak UMKM, terutama di Kota Bandung yang masih kesulitan untuk mengakses pelatihan dan infrastruktur teknologi yang dibutuhkan untuk mengadopsi teknologi digital secara efektif. Ini menyebabkan mereka tidak dapat mengikuti tren pasar yang semakin terdigitalisasi, sehingga sulit bersaing dengan perusahaan yang lebih besar atau dengan pelaku usaha yang telah mengadopsi teknologi.

Berdasarkan data-data tersebut dapat menunjukkan bahwa meskipun banyak UMKM yang telah terdigitalisasi, sebagian besar pelaku usaha masih berada di

tahap awal dalam memanfaatkan teknologi digital. Banyak dari mereka yang hanya menggunakan platform digital untuk kegiatan pemasaran sederhana, seperti media sosial, tanpa benar-benar memahami potensi penuh dari teknologi tersebut untuk meningkatkan efisiensi operasional dan inovasi.

Selain itu, ketidakmampuan UMKM dalam mengelola risiko digital juga menjadi hambatan dalam mencapai keberlanjutan usaha. Dengan semakin maraknya ancaman siber, pelaku usaha perlu meningkatkan kesadaran mereka akan pentingnya keamanan data dan perlindungan privasi dalam menjalankan bisnis online. Rendahnya pemahaman tentang pentingnya keamanan digital dapat berdampak buruk pada reputasi bisnis mereka dan menurunkan kepercayaan konsumen.

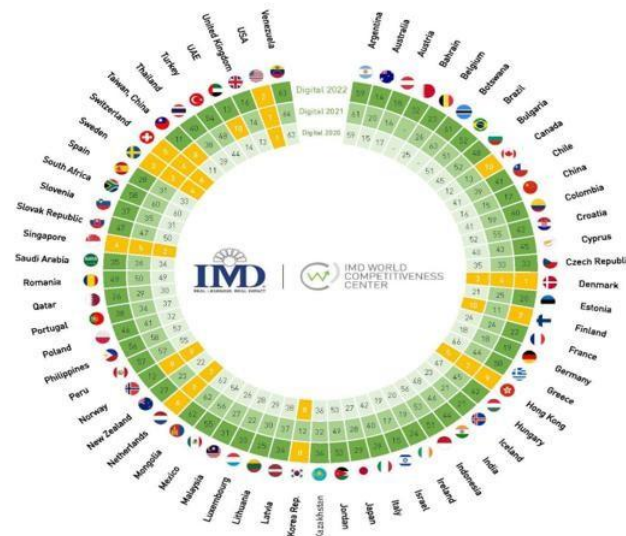
Untuk mengatasinya, diperlukan upaya yang lebih besar dalam meningkatkan literasi bisnis digital di kalangan UMKM. Program-program pelatihan dan pendampingan yang lebih intensif perlu diberikan agar pelaku usaha bukan hanya mampu mengadopsi teknologi, tetapi juga memahami cara mengoptimalkannya untuk mendukung keberlanjutan usaha.



Sumber : MSME Empowerment Report 2022
Gambar 1.5 Manfaat Digitalisasi bagi UMKM

Berdasarkan survei pada gambar 1.5 yang dilakukan oleh DSInnovate, terdapat empat manfaat yang paling dirasakan oleh pemilik UMKM. Dengan ke empat manfaat ini akan memberikan dampak yang baik untuk UMKM di Indonesia. Maka dari itu pemerintah mendukung masyarakat untuk bisa ikut bertransformasi terhadap digital dengan memberikan beberapa program dan pelatihan yang berfokus pada peningkatan kapabilitas digital UMKM melalui serangkaian

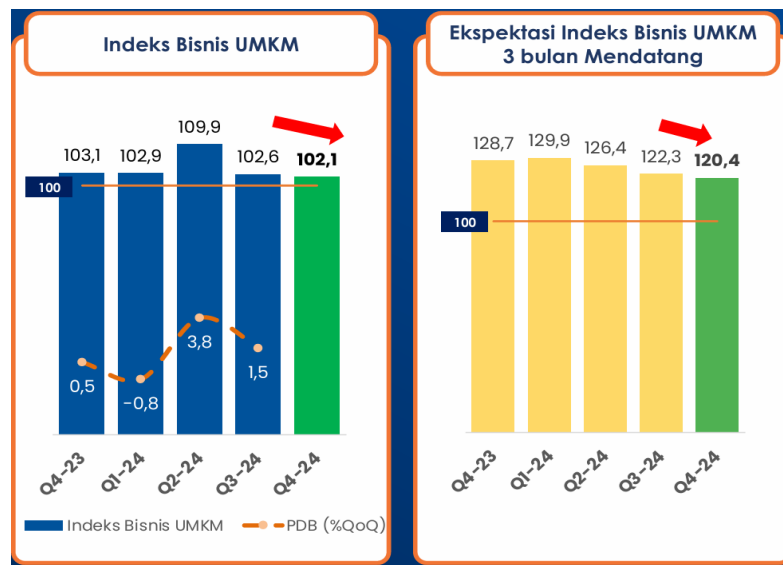
workshop, pelatihan (mulai dari dasar-dasar penggunaan teknologi digital, manajemen bisnis *online*, hingga strategi pemasaran digital yang efektif) dan program 1-on-1 antara *business coach* dengan UMKM. Deputi Bidang Koordinasi Ekonomi Digital, Ketenagakerjaan, dan UMKM Kemenko Perekonomian, Rudy Salahuddin pada wawancara tanggal 3 Des 2023 mengatakan saat ini pihaknya akan terus mengedukasi dan memberikan literasi kepada para UMKM untuk masuk pasar digital (Katadata.co.id).



Sumber : IMD Word Digital Competitiveness Center

Gambar 1.6 Rangkings Indonesia pada IMD WCC

Pada wawancara 3 Desember 2023 Menteri Koperasi dan UKM (MenKopUKM) yaitu Teten Masduki juga mengatakan bahwa tantangan utama transformasi digital UMKM Indonesia adalah literasi bisnis digital yang tergolong masih rendah (Nurul Aulia, 2023). Hasil survei IMD-Digital Competitiveness Rank pada 2022 menyatakan, Indonesia masih berada di peringkat 51 dari 63 negara atau lebih rendah dibandingkan dengan beberapa negara tetangga di ASEAN, misalnya Thailand di posisi 40, Malaysia di posisi 31, bahkan Singapura di posisi nomor 4. (Katadata.co.id). Seperti yang dikatakan oleh Teten Masduki selaku Menteri Koperasi dan UKM, hal ini menandakan bahwasannya para pelaku UMKM di Indonesia masih belum melek terhadap teknologi dengan rendahnya literasi bisnis digital di Indonesia (Berita Kota, 2023).



Sumber : Bank Rakyat Indonesia

Gambar 1.7 Indeks Bisnis UMKM

Meskipun ada tren penurunan dalam indeks bisnis aktual dan ekspektasi ke depan, kedua indikator masih berada di atas angka 100. Ini menunjukkan bahwa UMKM tetap dalam kondisi ekspansi dan optimisme, namun mulai menunjukkan tanda-tanda kehati-hatian terhadap tantangan ekonomi dan pasar yang mungkin akan datang. Penurunan ekspektasi bisa menjadi sinyal perlunya perhatian lebih dari pemangku kebijakan untuk menjaga momentum pertumbuhan UMKM, terutama menjelang akhir tahun 2024.

Kabupaten/Kota	Banyaknya Usaha Mikro dan Kecil menurut Kabupaten/Kota (Unit)		
	2021	2022	2023
Provinsi Jawa Barat	622.225	667.795	641.639
Bogor	45.013	43.138	35.524
Sukabumi	51.796	51.307	42.155
Cianjur	44.089	36.331	49.395
Bandung	40.136	41.220	46.614

Sumber: [open data bandung](#), diakses pada Februari 2025

Gambar 1.8 Jumlah UMKM di Kota Bandung

Berdasarkan data pada gambar 1.8 dilihat bahwa Kota Bandung memiliki UMKM yang konsisten meningkat dari tahun 2021 hingga 2023. Pada tahun 2016 Plt Kepala Bidang Usaha Mikro Diskop UKM Kota Bandung membuat sebuah program untuk mendampingi para pelaku usaha di Kota Bandung dalam proses

Dhafin Muhammad Rizki, 2025

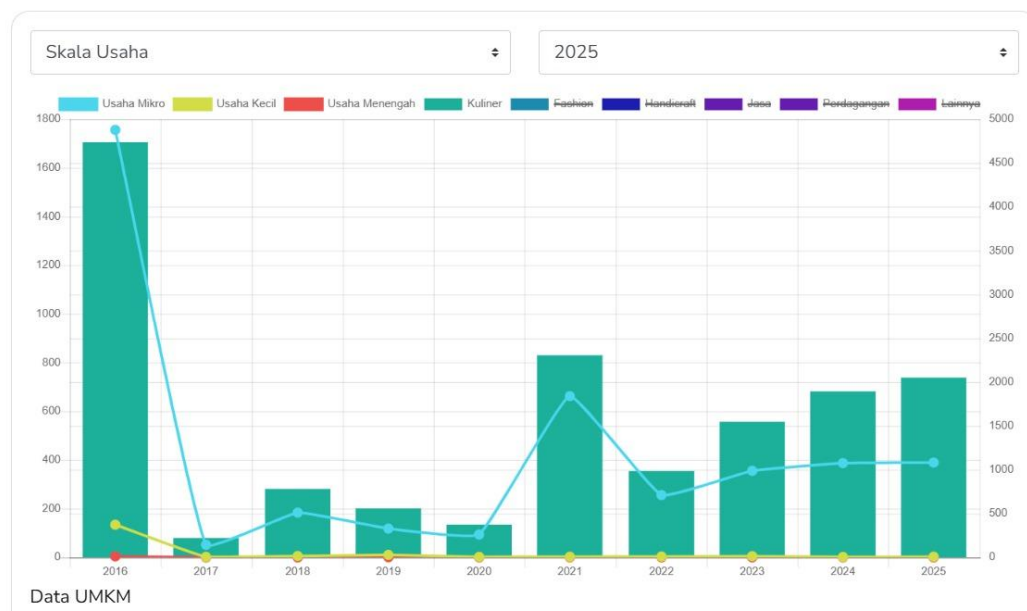
*Pengaruh Literasi Bisnis Digital terhadap Keberlanjutan Usaha Kuliner di Kota Bandung
(Survey terhadap UMKM Kuliner di Kota Bandung)*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

transformasi digital. Trisye dalam wawancara ANTARAJABAR menyatakan bahwa “ada sekitar 23 persen yang sudah naik kelas dari 9.000 pelaku usaha mikro yang didampinginya” (Ade Irma, 2024). Meskipun ada pendamping pada 9.000 pelaku usaha, yang berhasil untuk naik kelas hanya ada 2.000 pelaku UMKM yang berhasil Go Digital. Dengan hanya ada 23% dari 9.000 pelaku usaha yang berhasil Go Digital tersebut, menunjukkan bahwasannya masih banyak para pelaku usaha yang belum Go Digital dengan banyaknya berbagai faktor seperti faktor masih rendahnya literasi bisnis digital di Kota Bandung.

Di sisi lain, data dari open data Kota Bandung menunjukkan bahwa meskipun terjadi peningkatan jumlah UMKM dari tahun ke tahun, transformasi digital yang terjadi masih belum merata. Dari 9.000 pelaku usaha yang mendapatkan pendampingan pada tahun 2022, hanya sekitar 23% atau sekitar 2.000 unit usaha yang berhasil naik kelas dan masuk ke ekosistem digital. Angka ini menandakan masih adanya keterbatasan akses terhadap pelatihan, infrastruktur, dan pembinaan yang komprehensif dalam mendukung digitalisasi UMKM secara menyeluruh.

DATA UMKM



Sumber : DISKOPUKM Kota Bandung, 2025

Gambar 1.9 Data UMKM Kuliner Kota Bandung

Data UMKM Kota Bandung pada gambar 1.9 menunjukkan bahwa sektor kuliner mengalami fluktuasi jumlah unit yang jauh lebih tajam dibanding sektor lain. Misalnya, setelah melonjak menjadi 830 unit pada 2021, jumlah UMKM kuliner justru turun 57% pada 2022, sementara sektor lain relatif stabil. Pola naik-turun ekstrem ini mengindikasikan rendahnya ketahanan usaha, tingginya risiko tutup, dan ketergantungan pada momentum tertentu. Dominasi usaha mikro dalam sektor ini semakin memperbesar kerentanan margin dan keberlangsungan usaha

Literasi bisnis digital merupakan kemampuan individu atau organisasi untuk memahami dan menggunakan teknologi digital secara efektif. Dalam konteks UMKM, literasi bisnis digital mencakup pemahaman tentang cara menggunakan alat-alat teknologi untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan inovasi bisnis. Literasi bisnis digital yang baik memungkinkan pelaku usaha untuk memanfaatkan platform digital seperti e-commerce, media sosial, dan aplikasi manajemen keuangan untuk mendukung operasional bisnis mereka.

Literasi bisnis digital tidak hanya penting untuk operasional sehari-hari, tetapi juga untuk mempertahankan daya saing bisnis di pasar yang semakin global. UMKM yang memiliki literasi bisnis digital yang baik mampu memanfaatkan data konsumen untuk menganalisis tren pasar dan membuat keputusan strategis yang lebih baik. Dengan demikian, mereka dapat berinovasi dan menyesuaikan produk atau layanan mereka sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Selain itu, literasi bisnis digital juga memungkinkan UMKM untuk memperluas pasar mereka. Dengan menggunakan platform e-commerce dan pemasaran digital, pelaku usaha dapat menjangkau konsumen di berbagai wilayah, bahkan hingga ke pasar internasional. Kemampuan untuk mengelola bisnis secara online juga memberikan fleksibilitas lebih bagi pelaku usaha dalam menghadapi perubahan kondisi pasar.

Literasi bisnis digital menjadi solusi penting dalam mendukung keberlanjutan usaha, terutama di tengah tantangan yang dihadapi oleh UMKM di era digital. Dengan literasi bisnis digital yang baik, pelaku usaha dapat memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan

menciptakan inovasi yang relevan dengan kebutuhan konsumen. Namun, tantangan terbesar adalah rendahnya tingkat literasi bisnis digital di kalangan UMKM, terutama di daerah pedesaan.

Masalah ini diperparah oleh minimnya akses terhadap pelatihan literasi bisnis digital yang mudah diakses, terutama di kalangan UMKM yang beroperasi di Kota Bandung. Tanpa kemampuan untuk mengakses pelatihan dan bimbingan yang memadai, banyak pelaku usaha kesulitan mengadopsi teknologi baru yang dibutuhkan untuk mempertahankan usaha mereka di era digital ini.

Oleh karena itu, literasi bisnis digital menjadi kunci untuk membantu UMKM beradaptasi dengan perubahan cepat di pasar dan mempertahankan keberlanjutan usaha mereka di tengah persaingan yang semakin ketat. Dengan meningkatkan literasi bisnis digital, UMKM akan lebih siap menghadapi tantangan di era digital, serta mampu memanfaatkan peluang yang tersedia untuk mencapai keberlanjutan usaha yang lebih baik.

Beberapa studi sebelumnya menunjukkan adanya keterkaitan yang kuat antara literasi bisnis digital dan keberlanjutan usaha. Penelitian oleh Agus Tri Putra et al. (2023) misalnya, menyimpulkan bahwa literasi bisnis digital dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan UMKM. Namun, hasil berbeda ditemukan oleh Rohyana Nur Isnaeny dan Dewi Susilowati (2023) yang menyatakan bahwa literasi bisnis digital tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Ketidakkonsistenan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masih terdapat gap yang perlu dijawab melalui studi lanjutan, terutama dalam konteks lokal seperti UMKM kuliner di Kota Bandung yang memiliki karakteristik tersendiri. Dari sisi teoritis, teori kewirausahaan klasik lebih menekankan aspek modal, risiko, dan inovasi, sementara TPB lebih sering digunakan pada konteks perilaku konsumen. Keduanya belum sepenuhnya mengakomodasi dimensi literasi bisnis digital (media, business people, activities, profit) dalam menjelaskan keberlanjutan usaha UMKM. Hal ini menciptakan theoretical gap karena teori yang ada belum mampu secara komprehensif menjelaskan keterkaitan literasi bisnis digital dengan keberlanjutan usaha.

Dengan mempertimbangkan berbagai tantangan, peluang, serta gap penelitian yang ada, maka penting untuk dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh

literasi bisnis digital terhadap keberlanjutan usaha UMKM. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam upaya memperkuat ketahanan dan daya saing UMKM di era digital, khususnya di sektor kuliner yang menjadi salah satu sektor unggulan di Kota Bandung

Berdasarkan alasan tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap UMKM Kuliner Kota Bandung dengan judul “Pengaruh literasi bisnis digital dalam memengaruhi keberlanjutan usaha kuliner di Kota Bandung”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka didapat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran literasi bisnis digital dan keberlanjutan usaha di UMKM kota Bandung
2. Bagaimana pengaruh literasi bisnis digital terhadap keberlanjutan usaha di UMKM kota Bandung

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah di sebutkan, adapun tujuan pada penelitian ini seperti berikut :

3. Untuk mengetahui gambaran dari literasi bisnis digital dan keberlanjutan usaha di UMKM kota Bandung
4. Untuk mengetahui gambaran pengaruh literasi bisnis digital terhadap keberlanjutan usaha di UMKM kota Bandung

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan dengan diadakannya penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi dan memperluas khasanah kajian ilmu manajemen kewirausahaan

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan tentang cara menerapkan literasi bisnis digital dalam keberlanjutan usaha.