

BAB I PENDAHULUAN

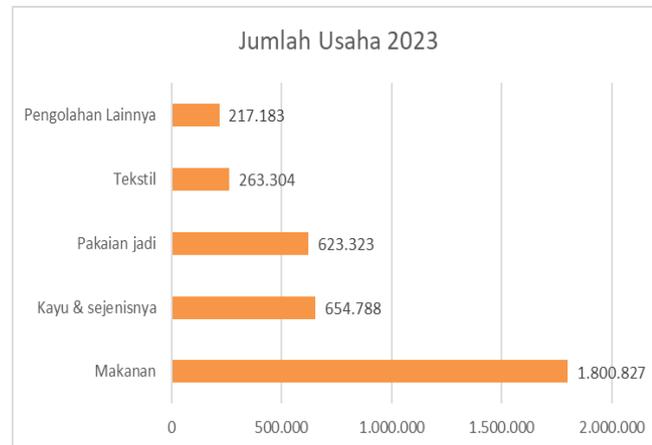
1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam beberapa tahun terakhir, dunia telah mengalami peningkatan yang signifikan dalam penggunaan dan pengembangan teknologi, informasi, dan komunikasi. Secara global, lingkungan bisnis menjadi semakin kompetitif akibat globalisasi yang mendorong terjadinya proses digitalisasi, yang sering kali dirujuk sebagai transformasi digital (Caliskan dkk., 2020). Pesatnya kemajuan dalam transformasi digital ini memengaruhi berbagai sektor kehidupan, termasuk dunia bisnis modern, tidak hanya menawarkan peluang tetapi juga sekaligus memunculkan berbagai tantangan baru yang harus dihadapi oleh para pelaku bisnis (Abdul Wahab dkk., 2024). Perubahan teknologi digital yang berkembang pesat, mengharuskan bisnis untuk mampu beradaptasi dengan inovasi baru seperti kecerdasan buatan atau *Artificial Intelligence* (AI), *Internet of Things* (IoT), dan *Blockchain*. Bisnis yang gagal mengikuti perkembangan teknologi dan digitalisasi berisiko tertinggal dan kehilangan daya saing. Sehingga perlunya dilakukan inovasi berkelanjutan oleh pengusaha untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing usahanya.

Di Indonesia terjadi juga perkembangan yang meningkat pesat dalam dunia usaha, khususnya di bidang kewirausahaan. Kewirausahaan secara historis telah diakui sebagai komponen fundamental dari kerangka ekonomi Indonesia. Pemerintah Indonesia secara aktif memunculkan berbagai program dukungan yang berkenaan dengan pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), terutama dalam menghadapi tantangan globalisasi dan digitalisasi. Beberapa program dan kebijakan yang disediakan berupa pelatihan-pelatihan untuk meningkatkan kemampuan berwirausaha, kemampuan *digital marketing* dan *e-commerce*, penyediaan layanan pengurusan izin dan legalitas usaha, bantuan dan dukungan akses pembiayaan dan perbankan, serta program akselerasi ekspor kreasi Indonesia.

Data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) menyebutkan bahwa UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), setara dengan lebih dari

Rp9.500 triliun pada tahun 2023. Angka ini menunjukkan dan mempertegas peran UMKM sebagai tulang punggung ekonomi nasional. Selain itu, dengan meningkatnya jumlah dan kualitas UMKM ini mampu menyediakan lebih dari 97% lapangan kerja di Indonesia baik di sektor formal maupun informal dan menyerap sekitar 117 juta pekerja. Sehingga dapat disimpulkan bahwa UMKM menjadi pilar penting dalam menjaga stabilitas dan pertumbuhan ekonomi nasional.



Gambar 1.1 Grafik 5 Besar Usaha IMK Menurut KBLI
Sumber: Survei Industri Mikro dan Kecil Tahun 2021 (bps.go.id)

Berdasarkan data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS), salah satu sub-sektor yang berkembang pesat dalam UMKM adalah sektor kuliner. Pertumbuhan UMKM kuliner didorong oleh tingginya minat masyarakat terhadap makanan siap saji, tren hidup sehat, serta eksplorasi kuliner lokal dan internasional. Di Indonesia, saat ini marak restoran, kafe, warung makan, dan bisnis makanan kaki lima bermunculan di berbagai wilayah (Halim, 2023). Berawal dari UMKM kuliner rumahan dan kini berkembang pesat menjadi bisnis besar yang dapat menciptakan peluang lapangan kerja lokal dan mendorong ekonomi daerah.

Dalam beberapa tahun terakhir, sektor kuliner Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan karena antusiasme masyarakat terhadap beragam makanan dan pengalaman kuliner baru terus tumbuh. Menurut data dari Biro Pusat Statistik (BPS), industri makanan dan minuman mewakili sekitar 41% dari total produk domestik bruto (PDB) sektor nonmigas di Indonesia (BPS, 2024). Bisnis kuliner memiliki potensi yang menguntungkan di era saat ini, karena dipengaruhi oleh pengaruh konsumen yang bergeser ke arah keterlibatan akses digital dan pengalaman yang baru. Dengan adanya digitalisasi membuka peluang-peluang baru

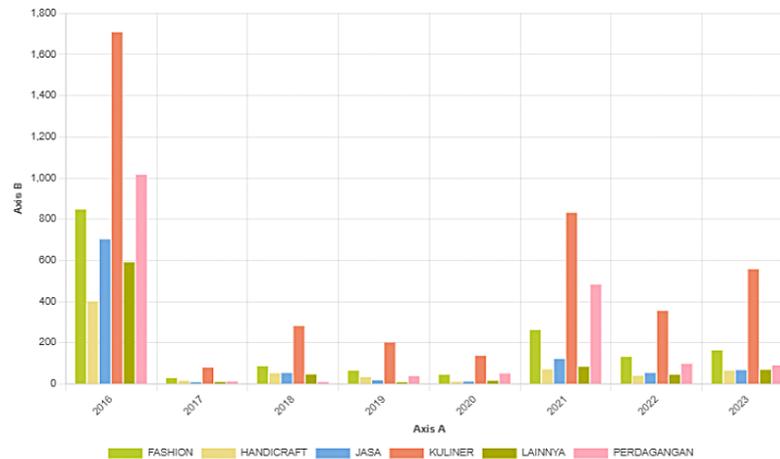
yang menguntungkan bagi pengembangan bisnis kuliner, seperti adanya *platform* pemesanan makanan online (*GoFood*, *GrabFood*, *ShopeeFood*), pemasaran melalui media sosial (Instagram, TikTok, Facebook), dan konsep *cloud kitchen* membuat UMKM kuliner lebih efisien dan menjangkau pasar yang luas.

Pengusaha kuliner memanfaatkan kreativitas dan inovasi untuk mengikuti perkembangan minat pasar. Seperti munculnya strategi pemasaran online yang memungkinkan bisnis kuliner dapat menjangkau pasar yang lebih luas (Rahman, 2023). Dengan adanya kemampuan untuk menyesuaikan permintaan dan penawaran pasar, suatu bisnis kuliner dapat mencapai keuntungan yang lebih tinggi dan berpeluang kesuksesan untuk bisnis yang berkelanjutan (Herminda & Muksin, 2021).

Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), rendahnya kompetensi dalam digitalisasi dapat berdampak negatif, berpotensi mengancam keberlangsungan usaha mereka. Tingkat adopsi digital di kalangan UMKM Indonesia memang masih tergolong rendah, terutama dalam hal promosi dan transaksi online. Data dari Kementerian Perdagangan tahun 2023 mencatat bahwa dari total 65 juta UMKM, hanya sekitar 22 juta atau 33,6% yang telah mengadopsi transformasi digital dalam operasional bisnis mereka (Institute for Development of Economics and Finance (INDEF), 2024). Sementara itu, berdasarkan temuan dari publikasi Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman tahun 2023 oleh Badan Pusat Statistik, diketahui jumlah usaha penyediaan makanan dan minuman yang memanfaatkan sarana internet untuk promosi, penjualan online serta transaksi pembayaran, hanya sebesar 33,13%, sementara 66,87% usaha lainnya tidak menggunakan internet secara optimal dalam operasional bisnis mereka, khususnya di luar wilayah perkotaan (BPS, 2023).

Beberapa faktor utama yang menyebabkan rendahnya adopsi digital ini antara lain, keterbatasan literasi digital yang di mana banyak pelaku UMKM belum memiliki pengetahuan dan keterampilan dasar dalam menggunakan aplikasi *e-commerce*, media sosial, atau sistem pembayaran digital untuk promosi dan transaksi. Keterbatasan infrastruktur khususnya di wilayah pedesaan, akses internet yang lambat dan tidak merata menjadi hambatan utama bagi UMKM untuk bertransformasi digital. Kurangnya pelatihan dan pendampingan, sekitar 40% UMKM belum mendapatkan akses pelatihan digital yang memadai, sehingga masih

banyak yang bergantung pada metode pemasaran tradisional. Biaya teknologi dan persepsi risiko, Sebagian pelaku UMKM merasa biaya investasi teknologi cukup tinggi dan masih ragu terhadap keamanan digital. Temuan ini menunjukkan perlunya perhatian yang lebih besar terhadap pengembangan kompetensi digital di kalangan UMKM, khususnya di sektor kuliner, guna memastikan keberlanjutan dan peningkatan kinerja mereka dalam era digital yang terus berkembang.



Gambar 1.2 Grafik Jumlah Sektor UMKM 2016-2023

Sumber: <https://opendata.bandung.go.id/>

Berdasarkan data jumlah UMKM dari beberapa sektor di Kota Bandung tahun 2016-2023, sektor kuliner memiliki potensi yang lebih tinggi dibandingkan dengan sektor lainnya. Pada tahun 2016, jumlah UMKM sektor kuliner mencapai lebih dari 1600 unit. Namun, setelah itu, sejak 2017, terjadi penurunan kinerja yang cukup drastis, dengan angka yang relatif rendah pada 2017, 2018, dan 2020. Meskipun ada tren positif pada 2019, 2021, dan 2023, tapi belum mencapai angka di tahun 2016 (Open Data Kota Bandung, 2024). Dilansir dari berita kontan.co.id, Masbukhin Pradhana, Ketua Perkumpulan Pengusaha Kuliner Indonesia (APKULINDO) mengatakan terjadinya penurunan penjualan sebesar 20% yang dialami oleh para pelaku kuliner khususnya di skala Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memasuki semester II-2023.

Hal tersebut mengakibatkan terjadinya penurunan omzet penjualan yang cukup signifikan, bersumber dari Dinas Koperasi Kota Bandung, dari lebih Rp75 miliar pada 2020 turun menjadi sekitar Rp65 miliar pada tahun 2022, mengindikasikan

adanya omzet drop drastis, bahkan lebih parah dibanding masa pandemi Covid-19. Faktor penyebab penurunan kinerja, terjadi karena perkiraan penurunan 20% ini diakibatkan efek resesi global atau penurunan daya beli masyarakat, dan kenaikan bahan baku pangan akibat efek kemarau panjang (Rhamadanty, 2023). Melihat data Survei Penjualan Eceran Bank Indonesia (BI), kinerja penjualan eceran kelompok makanan, minuman, dan tembakau berada dalam tren pelemahan selama bulanan pada periode April-Juni 2023, yang dimana turun sebesar 8,3% pada Mei (Ramli & Djumena, 2023).

Transformasi digital masih menjadi persoalan mendasar bagi UMKM kuliner di Kota Bandung. Hakim (2025) menemukan bahwa meskipun perilaku konsumen telah banyak bergeser ke arah belanja daring, terlihat dari 72% masyarakat Jawa Barat yang beralih ke platform online, kesiapan pelaku UMKM kuliner belum sejalan dengan perubahan tersebut. Hanya 34% UMKM yang memiliki kapasitas logistik memadai untuk mendukung layanan digital, sementara data menunjukkan baru 32% dari 1.850 UMKM yang benar-benar memanfaatkan digitalisasi dalam aktivitas bisnisnya. Mayoritas masih mengandalkan metode konvensional. Lebih lanjut, studi awal terhadap 120 UMKM kuliner periode Juli-Desember 2022 mengungkapkan bahwa 74% belum menerapkan sistem inventaris digital, sehingga memicu pemborosan bahan baku dan ketidaktepatan dalam pengelolaan stok. Kondisi ini menegaskan adanya kesenjangan antara peluang pasar digital dengan implementasi transformasi digital pada UMKM kuliner, yang berdampak pada kinerja usaha mereka.

Ketatnya persaingan di sektor kuliner menuntut kreativitas tinggi, namun banyak UMKM kuliner di Bandung menghadapi keterbatasan modal, kurangnya inovasi produk, dan pemasaran yang belum optimal. Penerapan *e-commerce* dan pemasaran digital pada UMKM di Jawa Barat masih rendah termasuk di Bandung. Banyak pelaku usaha kesulitan mengakses bantuan pemerintah karena persyaratan administrasi yang rumit. Modal yang terbatas membatasi kemampuan UMKM untuk melakukan investasi dan inovasi produk. Fluktuasi harga bahan baku dan ketergantungan pada distributor meningkatkan biaya produksi. Penurunan daya beli masyarakat kelas menengah dan perubahan kebijakan ekonomi turut memengaruhi penjualan UMKM kuliner. Fluktuasi ini dapat mengindikasikan semakin ketatnya

persaingan di sektor kuliner, serta pengaruh faktor eksternal seperti pasca pandemi yang memengaruhi operasional, daya saing UMKM, resesi ekonomi, dan penurunan daya beli masyarakat. Tren pertumbuhan dan penurunan yang dialami oleh UMKM kuliner di Kota Bandung juga dapat menjadi cerminan tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya di tengah perubahan pasar yang dinamis.

Di tengah tantangan penurunan kinerja usaha yang dihadapi oleh pelaku UMKM, transformasi digital muncul sebagai salah satu solusi strategis untuk mengatasi permasalahan tersebut. Transformasi digital terbukti mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, serta mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis UMKM. Menurut Tatik & Setiawan (2024), perkembangan teknologi digital sejalan dengan tuntutan bisnis, di mana pemasaran melalui media sosial berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Melalui adopsi teknologi seperti *e-commerce*, digital marketing, sistem pembayaran digital, dan digitalisasi pembukuan, UMKM dapat mengotomatisasi proses bisnis, mengurangi biaya operasional, serta mempercepat pengambilan keputusan berbasis data. Diperkuat oleh Yuwono dkk. (2025) yang menemukan bahwa penerapan informasi, teknologi, dan komunikasi yang efektif dapat secara signifikan meningkatkan kinerja pemasaran UMKM. Penelitian oleh Charfeddine dkk. (2024) menunjukkan bahwa penggunaan ICT (*information, communication, and technology*) dan digitalisasi dapat mengurangi kendala keuangan yang dihadapi UMKM di pasar yang sedang berkembang. Dengan adanya pengembangan kapasitas digital menjadi langkah penting agar UMKM tetap relevan, kompetitif, dan mampu bertahan di tengah dinamika ekonomi yang semakin kompleks.

Dalam konteks UMKM, wirausaha dipahami sebagai pelaku usaha yang secara langsung menjalankan aktivitas bisnis. Karakteristik wirausaha merupakan faktor internal yang berperan penting dalam menentukan keberhasilan usaha, mencakup semangat berinovasi, keberanian mengambil risiko, kemampuan manajerial, serta orientasi pada pencapaian kinerja yang lebih baik (Indarto & Santoso, 2020). Karakteristik wirausaha masih menjadi permasalahan mendasar bagi pelaku UMKM di Jawa Barat. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM Jawa Barat, terdapat sekitar 4 juta UMKM yang tercatat oleh BPS, namun sebagian besar

produk mereka belum memiliki daya saing secara nasional maupun global. Kondisi ini menunjukkan bahwa banyak pelaku UMKM hanya mampu bertahan di lingkup lokal dan belum mampu melakukan ekspansi yang lebih luas. Salah satu penyebabnya adalah lemahnya aspek keilmuan, jejaring, serta keterampilan manajerial yang dimiliki, sehingga inovasi produk kurang diperhatikan dan bisnis dijalankan sekadar untuk memenuhi kebutuhan sesaat. Hal ini mengindikasikan bahwa karakteristik wirausaha, seperti kemampuan berinovasi, mengelola usaha, serta membangun jejaring, masih stagnan dan perlu ditingkatkan agar UMKM di Jawa Barat mampu berkembang dan bersaing di era digital (Syafei & Assifa, 2024).

Menurut Herawaty dkk. (2019), Wirausaha yang sukses perlu memiliki karakteristik kewirausahaan, sebab kewirausahaan merupakan disiplin ilmu yang membahas nilai-nilai, keterampilan, serta perilaku individu dalam merespons tantangan yang dihadapi dalam dunia usaha. Karakteristik wirausaha menjadi salah satu solusi penting untuk mengatasi permasalahan kinerja usaha karena berpengaruh positif terhadap keberhasilan. Karakteristik wirausaha seperti keberanian mengambil risiko, ketekunan, kreativitas, dan kepemimpinan sangat berpengaruh terhadap keputusan bisnis dan kesuksesan dalam menghadapi persaingan (Suryana, 2013). Penelitian terdahulu yang mengkaji wirausaha perempuan menunjukkan bahwa karakteristik kewirausahaan, seperti berpegang pada nilai religius, memiliki dorongan kuat untuk mencapai keseimbangan antara peran sosial, keluarga, dan aktivitas bisnis, menjadi faktor penting dalam proses pengambilan keputusan usaha. Meskipun para pelaku usaha perempuan menghadapi tantangan berupa norma sosial dan keterbatasan akses terhadap sumber daya, karakteristik tersebut justru dapat menjadi keunggulan tersendiri dalam menjaga keberlanjutan dan meningkatkan kinerja bisnis mereka (Hendrayati dkk., 2025). Berdasarkan penelitian terdahulu, menunjukkan bahwa pelaku usaha yang memiliki karakteristik kewirausahaan yang baik cenderung lebih mampu beradaptasi, bertahan, dan berkembang di tengah persaingan serta perubahan lingkungan bisnis yang dinamis. Dengan karakteristik ini, wirausaha tidak hanya mampu menghadapi tantangan, tetapi juga mendorong inovasi dan pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

Pada kajian mengenai dampak transformasi digital dan karakteristik wirausaha terhadap kinerja UMKM, sejumlah penelitian terdahulu telah memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman fenomena ini. Raj dkk., (2024) menyoroti bahwa adopsi teknologi oleh UMKM di negara berkembang, seperti India, didorong oleh manfaat fungsional dan simbolis, termasuk penghematan biaya, peningkatan efisiensi operasional, serta peningkatan reputasi dan nilai merek, yang menciptakan lingkungan kondusif untuk integrasi digital. Kumar dkk., (2023) mengidentifikasi bahwa faktor-faktor adopsi ICT (*information, communication, and technology*) yang berbeda memengaruhi manfaat yang dirasakan dari kinerja organisasi UMKM. Rita & Nastiti, (2024) menekankan bahwa efisiensi biaya dapat dicapai melalui transformasi digital dalam kegiatan operasional bisnis, yang pada gilirannya akan meningkatkan kinerja keuangan UMKM. Selain itu, Chaniago, (2023) mengungkapkan bahwa kepemimpinan kewirausahaan dan transformasi digital memiliki pengaruh signifikan terhadap kesuksesan bisnis. Penelitian Bouncken & Kraus, (2022) menunjukkan bahwa ekosistem kewirausahaan, yang terdiri dari berbagai aktor saling bergantung seperti pemerintah, sektor swasta, universitas, dan masyarakat, dapat diperkuat melalui digitalisasi, yang meningkatkan akses terhadap sumber daya dan, pada akhirnya, kinerja usaha.

Meskipun sejumlah penelitian telah membahas pengaruh transformasi digital dan karakteristik wirausaha terhadap kinerja usaha, Sebagian besar studi masih berfokus pada sektor industri secara umum atau UMKM di wilayah yang luas, sehingga belum banyak yang mengkaji secara spesifik. Banyak penelitian terbatas pada konteks UMKM di beberapa negara, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasi ke negara lain, termasuk Indonesia. Selain itu, fokus yang sempit pada sektor kreatif atau kerajinan mengabaikan beragam jenis UMKM, seperti sektor kuliner, yang memiliki karakteristik unik. Penelitian-penelitian tersebut juga tidak mempertimbangkan variabel lain yang memengaruhi dan tidak memisahkan responden berdasarkan skala bisnis.

Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan mengeksplorasi bagaimana peran transformasi digital dan karakteristik wirausaha secara simultan dapat mendorong kinerja usaha UMKM sektor kuliner khususnya

di wilayah yang lebih spesifik yaitu di Kota Bandung yang disebut sebagai surga kuliner di Indonesia, karena UMKM kuliner di Kota Bandung ini memiliki peluang dan tantangan unik dalam ekosistem ekonomi kreatif nasional. Pemilihan wilayah ini didasarkan pada jumlah usaha kuliner yang terus bertambah namun juga terdapat tantangan dalam keberlanjutan usaha, yang menunjukkan potensi dan dinamika bisnis yang menarik untuk diteliti, terutama terkait dengan faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan para pelaku usaha kuliner di wilayah tersebut. Analisis ini diharapkan dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai aspek-aspek yang berkontribusi terhadap peningkatan kinerja usaha kuliner, serta strategi yang dapat diterapkan untuk mendukung pertumbuhan bisnis kuliner di Kota Bandung dan wilayah sekitarnya.

Penelitian ini memiliki arti penting dalam memberikan kontribusi terhadap pengembangan strategi bisnis bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya di sektor kuliner di Kota Bandung. Kota Bandung dikenal sebagai salah satu pusat pertumbuhan ekonomi kreatif dan memiliki potensi besar dalam pengembangan usaha kuliner karena ditunjang oleh tingginya mobilitas masyarakat, keberagaman budaya, serta banyaknya pusat aktivitas ekonomi dan pariwisata. Dalam konteks ini, kemampuan pelaku usaha untuk beradaptasi terhadap perkembangan teknologi digital dan mengoptimalkan karakteristik kewirausahaan yang dimiliki menjadi faktor yang sangat menentukan dalam meningkatkan daya saing dan kinerja usahanya. Transformasi digital tidak hanya berperan dalam memperluas jangkauan pasar dan efisiensi operasional, tetapi juga menjadi indikator penting dalam keberlanjutan bisnis UMKM di tengah dinamika perubahan bisnis yang semakin cepat.

Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji secara ilmiah dan sistematis melalui penelitian dengan judul **“Dampak Transformasi Digital dan Karakteristik Wirausaha terhadap Kinerja UMKM Sektor Kuliner di Kota Bandung”**

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran transformasi digital, karakteristik wirausaha, dan kinerja usaha pada UMKM kuliner di Kota Bandung?
2. Bagaimana pengaruh transformasi digital terhadap kinerja usaha pada UMKM kuliner di Kota Bandung?
3. Bagaimana pengaruh karakteristik wirausaha terhadap kinerja usaha pada UMKM kuliner di Kota Bandung?
4. Bagaimana pengaruh simultan antara transformasi digital dan karakteristik wirausaha terhadap kinerja usaha UMKM kuliner di Kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui gambaran transformasi digital, karakteristik wirausaha, dan kinerja usaha pada UMKM kuliner di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui pengaruh transformasi digital terhadap kinerja usaha pada UMKM kuliner di Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh karakteristik wirausaha terhadap kinerja usaha pada UMKM kuliner di Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui pengaruh simultan antara transformasi digital dan karakteristik wirausaha terhadap kinerja usaha UMKM kuliner di Kota Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen, khususnya dalam bidang kewirausahaan dan transformasi digital. Temuan dari penelitian ini dapat menjadi referensi akademik dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi kinerja UMKM, terutama di sektor kuliner.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pelaku UMKM kuliner di Kota Bandung dalam mengembangkan usaha melalui pemanfaatan

transformasi digital dan peningkatan karakteristik kewirausahaan. Hasil penelitian juga dapat menjadi masukan bagi pemerintah daerah dan lembaga pendamping UMKM dalam merumuskan kebijakan dan program pelatihan yang relevan.