

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Selama hampir dua tahun, sejak akhir 2019 hingga 2021, dunia telah didera pandemi COVID-19. Insiden ini dan dampak globalnya telah menyita perhatian semua negara. Pandemi COVID-19 tidak hanya menimbulkan krisis kesehatan tetapi juga mempengaruhi perekonomian di seluruh dunia (Widnyani et al., 2021). Akan tetapi, saat ini perekonomian di dunia khususnya Indonesia sudah mulai bangkit dengan didukung adanya adopsi serta transformasi digital di berbagai sektor usaha (Supartoyo, 2022).

Saat ini, Indonesia sedang memasuki era perkembangan ekonomi global yang mengandalkan inovasi, teknologi, dan pengetahuan. Hal ini terlihat dari banyaknya masyarakat yang menghasilkan kreativitas dan inovasi baru, yang pada gilirannya meningkatkan potensi pertumbuhan ekonomi digital dan mendukung konsep *society 5.0*. Keberhasilan pembangunan ekonomi sangat bergantung pada kreativitas dan inovasi, yang memiliki kaitan erat dengan sistem kekayaan intelektual (Tasya et al., 2020).

Society 5.0 adalah era di mana teknologi sepenuhnya terintegrasi dengan kehidupan manusia. *Society 5.0* hadir sebagai solusi atas tantangan yang ditimbulkan oleh Revolusi Industri 4.0, di mana banyak orang berpendapat bahwa industri 4.0 akan mengandalkan mesin berteknologi tinggi yang mengurangi kebutuhan tenaga kerja manusia (Supartoyo, 2022). Di era digital, sejumlah pelaku ekonomi mengadopsi strategi untuk mendukung transformasi

digital. Oleh karena itu, diperlukan penyesuaian dan pembaruan model bisnis mereka agar selaras dengan perkembangan era digital (Tasya et al., 2020).

Era digital memiliki keterkaitan yang kuat dengan keberadaan internet. Internet berperan sebagai media yang memungkinkan interaksi dan komunikasi antar individu secara global melalui koneksi jaringan komputer via satelit. Keberagaman metode akses informasi oleh manusia, terutama melalui situs jejaring sosial, menjadi salah satu indikasi terjadinya transformasi digital (Tasya et al., 2020).

Transformasi digital merupakan masalah global, dimana hal tersebut begitu penting bagi para pelaku usaha di semua sektor usaha. Hal ini dikarenakan transformasi digital dapat mengubah hubungan pelanggan, proses internal, dan juga menciptakan sebuah nilai. Adaptasi dan transformasi menjadi kunci kesuksesan untuk dapat bertahan, bangkit, serta berkembang di era digital saat ini. Tak dapat dipungkiri bahwa lingkungan bisnis dan pasar juga cepat berubah (Firmansyah et al., 2022). Transformasi digital digunakan oleh akademik untuk menyebutnya sebagai sebuah perubahan organisasi maupun lingkungan yang telah dipengaruhi oleh adanya perkembangan teknologi digital (Widnyani et al., 2021).

Perkembangan teknologi digital telah mengubah gaya hidup masyarakat, termasuk perubahan perilaku dalam pembelian barang dan jasa. Teknologi digital selain memberikan kemudahan dari segi pelanggan, juga telah memberikan kemudahan dari segi para pelaku bisnis. Dengan demikian, mereka dapat mengakses semua informasi dengan mudah dan cepat, serta informasi tersebut dapat tersebar luas untuk mendukung aktivitas bisnis di tingkat global.

Pengguna internet dalam dunia bisnis telah mengubah peran internet dari sekadar alat untuk bertukar informasi secara elektronik menjadi platform untuk menerapkan strategi bisnis (Armiani et al., 2021).

Kemampuan dalam beradaptasi merupakan faktor kunci untuk mendukung para pelaku usaha dalam memanfaatkan peluang teknologi terkait dengan proses digitalisasi. Kemampuan yang dibutuhkan untuk proses bisnis secara digitalisasi telah terbarukan seiring dengan teknologi adalah melalui literasi digital dan keterampilan digital. Literasi digital maupun keterampilan digital muncul bersamaan dengan adanya evolusi internet (Firmansyah et al., 2022). Internet dianggap sebagai media penjualan yang mudah dan murah dengan jangkauan yang luas kepada para pelanggan secara *online* (Armiani et al., 2021). Peran teknologi digital sangat dibutuhkan bagi para pelaku usaha untuk meningkatkan kinerja dan produktivitas mereka. Teknologi telah menghadirkan peran yang sangat penting yaitu teknologi digital dalam UMKM (Widnyani et al., 2021).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang sangat penting dalam mengurangi pengangguran dan kemiskinan di Indonesia (Prasetyo & Farida, 2022). Selain itu, UMKM juga dianggap dapat menjadi pendorong pertumbuhan dan perkembangan ekonomi di Indonesia serta memperluas penyerapan tenaga kerja (Harfie & Lastiati, 2022). Berdasarkan tabel 1.1, *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD) dalam laporannya *ASEAN Investment Report 2022* telah menyebutkan bahwa UMKM memberikan kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) tahun 2021 mencapai 60,3%. Selain berkontribusi pada Produk Domestik Bruto (PDB),

UMKM juga berkontribusi besar dalam penyerapan tenaga kerja sebanyak 97% dari total tenaga kerja (*United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD) & ASEAN Secretariat, 2022).

Tabel 1. 1
Kontribusi UMKM

Country	Number of MSMEs (Thousands)	MSMEs as a share of formal enterprises (%)	Impact of MSMEs		
			Share of Employment (%)	Share of GDP (%)	Share of Export (%)
Brunei Darussalam	2,6	97,3	35,4	35,5	2,8
Cambodia	512,9	99,8	52,5	58,0	12,1
Indonesia	65.465,5	99,9	97,0	60,3	14,4
Malaysia	1.226,0	97,4	48,0	38,2	13,5
Myanmar	72,7	99,1	76,0	69,3	23,7

Sumber: UNCTAD & ASEAN Secretariat, 2022

UMKM yang dapat bangkit dan bertahan telah mempengaruhi keunggulan daya saing dan kinerja ekonomi secara nasional setelah adanya pandemi COVID-19 (Firmansyah et al., 2022). Inovasi dan keunikan berbagai produk UMKM selalu meningkat. Ini bertujuan untuk memungkinkan para pelaku UMKM bersaing dengan pesaing lain di pasar global (Armiani et al., 2021). Oleh karena itu, UMKM yang memiliki daya saing dan membantu perekonomian nasional harus dapat beralih dari bisnis konvensional ke digital (Firmansyah et al., 2022). Untuk mengembangkan bisnis mereka, UMKM harus memiliki kemampuan untuk mengadopsi teknologi baru. Beberapa teknologi digital yang dianggap dapat meningkatkan penjualan dan informasi bisnis mereka, seperti *e-commerce*, *e-delivery*, dan *social media* (Armiani et al., 2021). Penelitian yang dilakukan oleh Harfie & Lastiati (2022) membuktikan bahwa penerapan *e-commerce* berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM sehingga penggunaan teknologi digital dapat

membuat para pelaku UMKM melakukan penjualan produk mereka secara global untuk memaksimalkan keuntungan (Armiani et al., 2021).

E-commerce, social media, dan e-delivery merupakan sumber ekonomi digital Asia Tenggara. Di Indonesia, kecenderungan masyarakat terlihat pada penggunaan media sosial sebagai sumber informasi yang mudah diakses dan pemanfaatan *e-commerce* dan pengiriman elektronik, yang memungkinkan seluruh lapisan masyarakat untuk memaksimalkan potensi penjualan dan layanan (Armiani et al., 2021). Pada tahun 2022, responden Indonesia menunjukkan bahwa 80% penjualan telah dilakukan melalui media sosial, 52% dilakukan melalui *e-commerce*, dan 88,4% dilakukan melalui *e-delivery* (Santika, 2023).

Kabupaten Sidoarjo merupakan salah satu kabupaten di provinsi Jawa Timur dengan jumlah UMKM terbanyak nomor tiga sehingga Kabupaten Sidoarjo disebut sebagai kota UMKM terbaik (Karinayah, 2019). Berdasarkan data Dinas Koperasi dan Usaha Mikro (Ditakopum) Kabupaten Sidoarjo, hingga tahun 2023 UMKM di Kabupaten Sidoarjo telah berjumlah 106.971 dengan berbagai jenis usaha. Berdasarkan informasi yang dilaporkan pada situs republika.co.id, Kepala Dinas Koperasi dan Usaha Mikro (Ditakopum) Kabupaten Sidoarjo menjelaskan bahwa pada tahun 2021 sebanyak 44% dan pada tahun 2022 sebanyak 50%. Dengan demikian, sekitar 50% sisanya UMKM di Kabupaten Sidoarjo masih tidak dapat memanfaatkan teknologi digital dengan maksimal dalam menjalankan transaksi bisnis mereka. Hal ini membuat ekspansi bisnis mereka menjadi terhambat dan tidak bisa berkembang dengan baik (Azizah, 2022).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Sidoarjo dan Kepala Dinas Koperasi dan Usaha Mikro (Ditakopum) Kabupaten Sidoarjo pada tahun 2022, terdapat 50% UMKM di Kabupaten Sidoarjo yang belum maksimal dalam mengadopsi teknologi digital dikarenakan adanya beberapa kendala, yaitu: kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM), masalah keamanan sumber daya teknologi, kurangnya pengetahuan dan kemampuan teknologi, serta kurangnya modal keuangan (Jauhari et al., 2022). Padahal potensi produk yang dihasilkan sangat bervariasi dan berdasarkan informasi dari situs *surabayatribunnews*, Surabaya Ekspor *Center* pada tahun 2022 berhasil mendukung 1.500 UMKM *go to* ekspor, dimana 300 UMKM berasal dari Sidoarjo dengan sebanyak 28 UMKM berhasil ekspor ke Malaysia dan lainnya ada ekspor ke Korea dan Australia. Selain itu, dengan mengadopsi teknologi digital, dapat meningkatkan kinerja dari bisnis mereka (Taufik, 2023). Hal inilah yang selanjutnya menjadi motif peneliti untuk melakukan penelitian pada UMKM di Kabupaten Sidoarjo.

Penelitian ini berfokus pada UMKM di Kabupaten Sidoarjo. Alasan memilih UMKM Sidoarjo dikarenakan berdasarkan informasi pada situs *radarsidoarjo*, salah satu pengusaha muda asal Sidoarjo bernama Zakaria, dia menyatakan bahwa Kabupaten Sidoarjo dikenal sebagai Kota UMKM Indonesia, tetapi pelaku UMKM di Sidoarjo sangat lemah dalam memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan digitalisasi dalam memasarkan produk mereka secara luas. Padahal, produk yang dijual jika disentuh oleh teknologi digital dapat meningkatkan jumlah penjualan produk mereka (Arista, 2023). Selain itu, informasi yang dilaporkan pada situs *radiorepublikindonesia*, Bupati Sidoarjo

mengatakan bahwa UMKM Sidoarjo perlu memaksimalkan strategi penjualan melalui teknologi digital. Beliau menjelaskan bahwa UMKM tidak perlu modal besar untuk membangun lapak, karena sudah tersedia secara digital. Produk UMKM Sidoarjo juga masuk kategori standar ekspor, seperti salah satu produk UMKM Sidoarjo berupa olahan pisang yang berhasil tembus pasar ritel modern Malaysia dan Cina, ekspor tersebut dilakukan melalui mitra bisnis karena pelaku UMKM belum mengetahui mekanisme mengirim produk ke luar negeri secara mandiri (Fahmi, 2024).

Berdasarkan informasi yang dilaporkan pada situs surabayatribunnews, Pemerintah Kabupaten Sidoarjo telah melakukan pelatihan peningkatan kapasitas di bidang teknologi informasi guna membantu para pelaku usaha dalam melakukan penjualan produk mereka yang sampai saat ini menjadi kendala utama para pelaku UMKM. Pelatihan itu digelar oleh UPT Pelatihan Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Timur, dimana materi yang diberikan berupa dasar-dasar kewirausahaan, peningkatan kompetensi, motivasi dalam menjalankan usaha, teknik fotografi, etika berbisnis, dan pemanfaatan platform digital dan media sosial. Pemerintah Kabupaten Sidoarjo berharap dengan adanya pelatihan tersebut mampu membuat para pelaku UMKM dapat memaksimalkan era digital saat ini dalam penggunaan teknologi digital untuk mempertahankan usahanya serta meningkatkan kinerja usaha mereka baik kinerja keuangan maupun kinerja nonkeuangan (Taufik, 2023).

Kinerja UMKM menjadi alat ukur yang digunakan untuk menilai tingkat keberhasilan para pelaku UMKM dalam mencapai tujuannya. Kinerja UMKM dapat diukur dalam hal keuangan maupun nonkeuangan, dimana dari kedua hal

tersebut diharapkan dapat diperoleh dari pengadopsian teknologi digital oleh para pelaku UMKM tersebut (Siswanti, 2020). Dengan demikian, UMKM dapat menjadi industri yang kuat dan memiliki kemampuan secara dinamis.

Hubungan antara adopsi teknologi digital dengan kinerja UMKM sangat berpengaruh penting dalam menjalankan suatu usaha. UMKM yang mengadopsi teknologi digital dengan baik, mampu bersaing dengan kompetitornya di era digitalisasi, sehingga peningkatan kinerja usaha juga bisa menjadi lebih maksimal. Namun, pada penelitian-penelitian sebelumnya terjadi perbedaan pengaruh antara adopsi teknologi digital dengan kinerja, dimana dalam penelitian Arsalan Hussain, dkk (2020) menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Penelitian Armiani, dkk (2021) juga menyatakan bahwa adopsi teknologi digital berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Almaududi Ausat, dkk (2022) yang menyatakan bahwa adopsi teknologi digital tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Penelitian Aida dan Nurbayani (2022) juga menyatakan bahwa implementasi teknologi digital tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Dalam hal mengadopsi teknologi digital dan meningkatkan kinerja para pelaku UMKM, tentunya ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi hal tersebut. Penelitian ini mengacu pada penelitian Xiaoyan Teng, dkk (2022) tentang *“Research on the Relationship between Digital Transformation and Performance of SMEs”* yang menunjukkan bahwa terdapat tiga faktor yang dapat mempengaruhi kinerja suatu organisasi dengan transformasi digital sebagai variabel mediasi, dimana ketiga faktor tersebut antara lain: Teknologi Digital, Keterampilan Digital,

dan Strategi Transformasi Digital. Teknologi digital merupakan landasan dari transformasi digital, keterampilan digital merupakan kunci transformasi digital, dan strategi transformasi digital merupakan tugas utama transformasi digital.

Penelitian yang dilakukan oleh Xiaoyan Teng, dkk (2022) selanjutnya dimodifikasi dalam penelitian ini dengan mengubah variabel mediasi transformasi digital menjadi adopsi teknologi digital. Faktor-faktor seperti lingkungan, strategi bisnis, literasi digital, dan keterampilan digital dianggap dapat mempengaruhi pengadopsian teknologi digital dan kinerja UMKM.

Faktor lingkungan berasal dari bagian eksternal suatu organisasi. Untuk meningkatkan daya saing dalam berbisnis, organisasi harus bisa menyesuaikan produk mereka dengan kebutuhan para pelanggan guna meningkatkan kualitas layanan. Selain itu, produk yang dihasilkan tentunya dapat bersaing secara positif dengan para kompetitor lain di pasar global (Hussain et al., 2020). Penelitian yang dilakukan oleh Arsalan Hussain, dkk (2020) tentang *“Organizational and Environmental Factors with the Mediating Role of E-Commerce and SME Performance”* menunjukkan bahwa faktor lingkungan memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kinerja UMKM. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sentiago & Hidayatulloh (2019) tentang *“Analisis Faktor Eksternal terhadap Faktor Internal dan Dampaknya terhadap Kinerja UKM Daerah Istimewa Yogyakarta”* menunjukkan bahwa faktor lingkungan tidak berpengaruh terhadap kinerja UKM.

Strategi bisnis adalah suatu cara atau taktik dalam bisnis yang dilakukan oleh organisasi untuk menjadi beda, sehingga organisasi perlu menentukan model

strategi yang tepat dan sesuai dengan rancangan (Armiani et al., 2021). Strategi bisnis dapat mencapai keunggulan kompetitif dengan menerapkan strategi yang tepat dengan memanfaatkan berbagai sumber daya yang dimilikinya. Untuk dapat bersaing, organisasi perlu menghasilkan produk yang berkualitas, unik, dan berbeda dengan produk yang dimiliki oleh para kompetitor lain (Armiani et al., 2021). Penelitian yang dilakukan Armiani, dkk (2021) tentang “Teknologi Digital Memediasi Dampak Strategis Bisnis Terhadap Kinerja UMKM di NTB” menunjukkan bahwa strategi bisnis berpengaruh secara positif terhadap kinerja UMKM. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Suriyanti & Binangkit (2019) tentang “Peran Kebijakan Pemerintah dalam Memoderasi Pengaruh Strategi Bisnis terhadap Kinerja Usaha” menunjukkan bahwa strategi bisnis tidak berpengaruh terhadap kinerja usaha.

Literasi digital menjadi salah satu kunci pendukung dari terwujudnya transformasi digital. Literasi digital sangat penting untuk mendukung proses inovasi guna meningkatkan daya saing secara global dengan para kompetitor (Firmansyah et al., 2022). Literasi digital juga merupakan salah satu pilar pada *digital society*, dimana pilar *digital society* akan tercapai jika masyarakat maupun organisasi dapat meningkatkan kemampuan literasi digital guna membantu perekonomian mereka (Supartoyo, 2022). Penelitian yang dilakukan oleh Deri Firmansyah, dkk (2022) tentang “Daya Saing: Literasi Digital dan Transformasi Digital” menunjukkan bahwa literasi digital mempengaruhi daya saing UMKM secara langsung maupun tidak langsung melalui transformasi digital. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rosifa & Chayono (2024) tentang “Pengaruh

Literasi Digital, Literasi Keuangan, dan Perilaku Keuangan dalam Menghadapi Era Revolusi Industri 5.0 di Kabupaten Sumbawa dan Sumbawa Barat” menunjukkan bahwa literasi digital tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM.

Keterampilan digital juga sangat diperlukan seiring dengan diperkenalkannya teknologi digital yang dimiliki oleh suatu organisasi. Keterampilan digital begitu penting guna mencapai produk yang berinovatif. Telah ditunjukkan bahwa inovasi dari suatu produk didorong oleh adanya keterampilan digital. Penelitian yang dilakukan oleh Xiaoyan Teng, dkk (2022) tentang *“Research on the Relationship between Digital Transformation and Performance of SMEs”* menunjukkan bahwa keterampilan digital memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UKM melalui transformasi digital. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Aulia (2023) tentang *“Digital Competencies and Experience in Partnership Program on SMEs Performance”* menunjukkan bahwa keterampilan digital tidak berpengaruh terhadap kinerja UKM.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penelitian ini sangat diperlukan guna membuktikan bahwa faktor lingkungan, strategi bisnis, literasi digital, dan keterampilan digital dapat mendorong para pelaku UMKM dalam pengadopsian teknologi digital serta memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM. Dengan demikian, penelitian ini mengangkat judul **“Determinan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja UMKM dengan Adopsi Teknologi Digital sebagai Variabel Mediasi (Studi Empiris pada UMKM di Kabupaten Sidoarjo)”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

- a. Apakah faktor lingkungan mempengaruhi adopsi teknologi digital?
- b. Apakah strategi bisnis mempengaruhi adopsi teknologi digital?
- c. Apakah literasi digital mempengaruhi adopsi teknologi digital?
- d. Apakah keterampilan digital mempengaruhi adopsi teknologi digital?
- e. Apakah faktor lingkungan mempengaruhi kinerja UMKM di Kabupaten Sidoarjo?
- f. Apakah strategi bisnis mempengaruhi kinerja UMKM di Kabupaten Sidoarjo?
- g. Apakah literasi digital mempengaruhi kinerja UMKM di Kabupaten Sidoarjo?
- h. Apakah keterampilan digital mempengaruhi kinerja UMKM di Kabupaten Sidoarjo?
- i. Apakah adopsi teknologi digital mempengaruhi kinerja UMKM di Kabupaten Sidoarjo?
- j. Apakah adopsi teknologi digital memediasi pengaruh faktor lingkungan terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Sidoarjo?
- k. Apakah adopsi teknologi digital memediasi pengaruh strategi bisnis terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Sidoarjo?
- l. Apakah adopsi teknologi digital memediasi pengaruh literasi digital terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Sidoarjo?
- m. Apakah adopsi teknologi digital memediasi pengaruh keterampilan digital terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Sidoarjo?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan yang telah dijabarkan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh faktor lingkungan terhadap adopsi teknologi digital.
- b. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh strategi bisnis terhadap adopsi teknologi digital.
- c. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh literasi digital terhadap adopsi teknologi digital.
- d. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh keterampilan digital terhadap adopsi teknologi digital.
- e. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh faktor lingkungan terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Sidoarjo.
- f. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh strategi bisnis terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Sidoarjo.
- g. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh literasi digital terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Sidoarjo.
- h. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh keterampilan digital terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Sidoarjo.
- i. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh adopsi teknologi digital terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Sidoarjo.
- j. Untuk menguji dan membuktikan adopsi teknologi digital memediasi pengaruh faktor lingkungan terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Sidoarjo.

- k. Untuk menguji dan membuktikan adopsi teknologi digital memediasi pengaruh strategi bisnis terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Sidoarjo.
- l. Untuk menguji dan membuktikan adopsi teknologi digital memediasi pengaruh literasi digital terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Sidoarjo.
- m. Untuk menguji dan membuktikan adopsi teknologi digital memediasi pengaruh keterampilan digital terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini ada dua yaitu sebagai berikut:

a. Manfaat Operasional (Praktis)

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan bahan evaluasi bagi pelaku UMKM tentang pentingnya adopsi teknologi digital di kalangan UMKM Kabupaten Sidoarjo dan sejauh mana peran teknologi digital dapat meningkatkan kinerja mereka, baik dari segi keuangan maupun nonkeuangan, dengan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keduanya.

b. Manfaat dalam Pengembangan Ilmu (Akademis)

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan terkait hubungan antara teori *Resource Based View* (RBV), teori *Dynamic Capability View* (DCV), teori *Resource Dependence* (RD), dan transformasi digital terhadap faktor-faktor yang dapat mempengaruhi adopsi teknologi digital dan kinerja UMKM. Selain itu, penelitian ini dapat juga menjadi bahan referensi dalam pengembangan literatur bagi penelitian di masa mendatang mengenai adopsi teknologi digital terhadap peningkatan kinerja UMKM.