

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Inovasi Teknologi

2.1.1.1 Definisi Inovasi Teknologi

Inovasi haruslah 'baru', yang berarti ide yang dianggap 'baru' oleh seseorang tanpa memedulikan kapan ide tersebut pertama kali digunakan atau ditemukan, dan harus berhasil diimplementasikan untuk mendapatkan manfaat ekonomi. Penting untuk memperkenalkan model bisnis layanan baru melalui perbaikan teknologi operasional, pengembalian investasi pada sumber daya manusia atau pengelolaan pengalaman pelanggan. Salah satu definisi inovasi diberikan oleh Manual Oslo dari OECD, menurut definisi ini, inovasi adalah "implementasi produk (barang atau jasa) baru atau yang secara signifikan ditingkatkan, proses baru, metode pemasaran inovatif, atau metode organisasi baru dalam praktik bisnis, organisasi tempat kerja, atau hubungan eksternal" (Borowski, 2021) dalam (Maulina, 2023).

Inovasi adalah pilar utama industri kreatif, dan kesuksesan mereka terkait erat dengan kemampuan mereka untuk terus menghasilkan ide, produk, dan layanan baru dan imajinatif (Keunggulan & Revolusi, 2023).

Inovasi, baik dalam produk maupun proses, merupakan bagian integral dari kelangsungan hidup dan pertumbuhan UMKM. Namun, perusahaan-perusahaan ini sering menghadapi kendala sumber daya dan tantangan operasional yang dapat menghambat kemampuan mereka untuk berinovasi. Untuk mengatasi kendala

tersebut, UMKM harus mengadopsi strategi inovasi yang tepat. Strategi ini mencakup inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran, dan inovasi model bisnis. Menerapkan strategi-strategi ini dapat membantu UMKM membedakan diri mereka di pasar, meningkatkan nilai pelanggan, dan menangkap peluang pertumbuhan baru (Lisias et al., 2022; Mistriani et al., 2021; Setiawan & Budiastira, 2020).

Momen revolusi industri pertama terasa sekitar abad ke-18, (antara tahun 1750-1850). Era tersebut ditandai dengan adanya penemuan mesin uap oleh Thomas New Comen (1663-1729). Penemuan mesin uap tersebut selanjutnya dikembangkan oleh James Watt (1736-1819) dalam (Indrawati et al., 2023). Masa-masa selanjutnya, yaitu sekitar abad ke-19, perkembangan teknologi di dunia industry banyak menerapkan produksi masal (*mass production*) dan penggunaan *assembly line*. Masa-masa ini menandai berakhirnya era revolusi industri pertama dan menuju ke era revolusi industri 2.0 (kedua). Teknologi yang menjadi tujuan perkembangan digitalisasi yaitu teknologi pada era industry 4.0. Beberapa teknologi kunci tersebut antara lain *Internet of Things* (IoT), *Big Data*, *Cyber Security*, *Artificial Intelligent* (Kecerdasan Buatan), *Additive Manufacturing* (3D Printing), *Human Machine Interface* (HMI), *Advanced Robotics*, *Augmented Reality* (AR), dan lain-lain. Adanya perpaduan teknologi ini dapat menjadi pembeda dan daya tarik tersendiri untuk bisnis digital.

Hasil penelitian (Anggraeni & Elan Maulani, 2023) mengemukakan teknologi terhadap perkembangan bisnis modern telah menjadi topik yang semakin penting

dalam era digital saat ini. Penggunaan teknologi informasi dapat memberikan dampak positif atau negatif terhadap perkembangan bisnis modern. Dari hasil penelitian, terbukti bahwa penggunaan teknologi inovasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan bisnis modern. Perusahaan yang mengadopsi inovasi teknologi pada operasinya dapat meningkatkan efisiensi bisnis, meningkatkan kualitas produk atau layanan, memperluas jangkauan pasar, serta mempercepat proses bisnis.

Pemanfaatan teknologi memiliki peran penting dalam menentukan keberhasilan usaha agar teknologi dapat meningkatkan efisiensi dalam berbagai bisnis, seperti produksi, manajemen, inventaris dan administrasi yang membantu mengurangi untuk menjalankan bisnis. Penguasaan teknologi digital dan bisnis mengacu pada kemampuan untuk memahami, menguasai dan mengintegrasikan teknologi digital dengan strategi bisnis untuk mencapai tujuan organisasi. Ini mencakup pemahaman tentang teknologi informasi, perangkat lunak, platform digital, serta cara memanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi operasional, inovasi produk atau layanan dan menciptakan nilai tambah bagi pelanggan. Selain itu, gabungan penguasaan teknologi digital dan bisnis membantu perusahaan atau individu untuk menghadapi tantangan dan peluang yang muncul di dunia yang semakin terhubung dan serba digital (Keunggulan & Revolusi, 2023).

Penguasaan inovasi teknologi yang dapat dimanfaatkan menjadi strategi yang sangat berpengaruh dalam keberlangsungan UMKM dalam melakukan berbagai upaya demi mempertahankan usahanya. Mengingat perkembangan digitalisasi di

bidang ekonomi semakin pesat. Adapun penguasaan teknologi yang bermanfaat memberikan sumbangsih pada keberlangsungan usaha yang diterapkan UMKM dalam e-commerce. Yang dimana perkembangan teknologi digital memungkinkan para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya secara online dan melakukan transaksi melalui sistem perbankan secara online pula. Penguasaan teknologi digital dalam tingkat pemahaman situs web, media sosial dan aplikasi bisnis dan kemampuan dalam pengelolaan. Pemafaatan teknologi digital dalam integrasi teknologi digital operasional seperti penggunaan platform pesan online, inventaris digital dan penggunaan data pelanggan. Efektifitas pemesanan digital seperti strategi iklan online, kehadiran media sosial pembuatan konten dan lain sebagainya (Keunggulan & Revolusi, 2023).

Pentingnya inovasi teknologi yang menciptakan pengembangan dan penerapan teknologi baru. Sehingga dapat di simpulkan dari beberapa ahli diatas inovasi teknologi membawa pada pengembangan yang memberikan pengalaman bagi pelanggan dalam melaksanakan transaksi, Penguasaan teknologi digital dalam tingkat pemahaman situs web, media sosial dan aplikasi bisnis dan memudahkan dalam pengelolaan.

2.1.1.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Inovasi Teknologi

Inovasi teknologi adalah proses menciptakan dan mengembangkan produk, proses, atau layanan baru atau yang disempurnakan. Berbagai faktor mempengaruhi kemampuan organisasi atau individu untuk menghasilkan inovasi teknologi

(Keunggulan & Revolusi, 2023) Berikut adalah beberapa faktor utama yang mempengaruhi inovasi teknologi:

1) **Penelitian dan Pengembangan (*Research and Development* atau *R&D*)**

Investasi dalam penelitian dan pengembangan adalah faktor kunci dalam inovasi teknologi. R&D memungkinkan organisasi untuk mengeksplorasi ide-ide baru, mengembangkan prototipe, dan menguji produk baru. Tingkat pendanaan R&D, baik dari sektor publik maupun swasta, sangat mempengaruhi kemampuan inovasi.

2) **Sumber Daya Manusia** Kualitas dan kuantitas sumber daya manusia

berpengaruh besar pada inovasi. Tenaga kerja yang terampil, terdidik, dan kreatif dapat mengembangkan dan mengimplementasikan ide-ide inovatif. Pendidikan, pelatihan, dan pengembangan profesional memainkan peran penting dalam menciptakan sumber daya manusia yang inovatif.

3) **Kebijakan Pemerintah** Kebijakan pemerintah dapat mendukung atau

menghambat inovasi teknologi. Insentif fiskal seperti kredit pajak R&D, subsidi, dan hibah dapat mendorong perusahaan untuk berinvestasi dalam inovasi. Selain itu, regulasi yang mendukung hak kekayaan intelektual dan perlindungan paten juga mendorong inovasi.

4) **Infrastruktur Teknologi** yang baik, termasuk akses ke teknologi informasi

dan komunikasi (TIK), fasilitas penelitian, dan jaringan transportasi yang efisien, mendukung inovasi. Infrastruktur yang memadai memungkinkan kolaborasi yang lebih baik, akses ke informasi, dan pengembangan produk yang lebih cepat.

- 5) **Akses ke Modal** adalah faktor penting dalam inovasi. Modal yang cukup memungkinkan perusahaan untuk mendanai proyek R&D, membeli peralatan baru, dan mengembangkan produk hingga siap dipasarkan.
- 6) **Kolaborasi dan Jaringan** Kolaborasi antara universitas, industri, dan pemerintah dapat mempercepat inovasi teknologi. Jaringan inovasi seperti klaster industri, inkubator bisnis, dan pusat penelitian bersama memfasilitasi pertukaran pengetahuan, sumber daya, dan teknologi.
- 7) **Budaya Organisasi** yang mendukung inovasi, termasuk toleransi terhadap kegagalan, dukungan terhadap eksperimen, dan dorongan untuk berpikir kreatif, sangat penting. Kepemimpinan yang visioner dan mendukung inovasi juga berperan besar dalam menciptakan lingkungan yang kondusif bagi inovasi.
- 8) **Kondisi Pasar** yang kuat dan persaingan yang ketat mendorong perusahaan untuk terus berinovasi agar tetap kompetitif. Umpan balik dari pelanggan dan tren pasar juga membantu mengarahkan upaya inovasi ke arah yang paling dibutuhkan.
- 9) **Globalisasi** memungkinkan pertukaran ide, teknologi, dan praktik terbaik antar negara. Akses ke pasar global dan kolaborasi internasional meningkatkan peluang untuk inovasi dan penyebaran teknologi baru.
- 10) **Lingkungan dan Kesadaran Sosial** Kesadaran tentang isu-isu lingkungan dan sosial dapat mendorong inovasi yang berkelanjutan. Tekanan untuk mengurangi jejak karbon, mengelola limbah, dan meningkatkan tanggung

jawab sosial perusahaan mendorong pengembangan teknologi ramah lingkungan dan praktik bisnis yang lebih baik.

- 11) **Perubahan Demografis** Perubahan dalam struktur demografis, seperti penuaan populasi atau urbanisasi, menciptakan kebutuhan baru yang mendorong inovasi. Misalnya, penuaan populasi mendorong inovasi dalam teknologi kesehatan dan perawatan lansia.

2.1.1.3 Dimensi Inovasi Teknologi

- 1) *Incremental Innovation To Radical Innovation* (inovasi tambahan menuju inovasi radikal) Inovasi tambahan adalah proses melakukan perbaikan atau peningkatan kecil secara terus-menerus pada produk, layanan, proses, atau teknologi yang sudah ada. Perubahan ini biasanya didasarkan pada basis pengetahuan yang ada dan tidak mengubah secara drastis aspek fundamental dari produk atau layanan tersebut.
- 2) *Top Down Innovation To Bottom Up Innovation* Inovasi *top-down* adalah pendekatan di mana inisiatif dan arahan inovasi datang dari level manajemen atas dalam organisasi. Dalam pendekatan ini, pemimpin atau eksekutif senior menentukan strategi, visi, dan proyek inovasi yang kemudian diimplementasikan oleh tim di bawah mereka.
- 3) *Need Led Innovation And Efficiency-Led Innovation* Inovasi Berbasis Kebutuhan (*Need-led Innovation*) Inovasi berbasis kebutuhan adalah jenis inovasi yang didorong oleh pemahaman mendalam terhadap kebutuhan, masalah, atau keinginan pelanggan atau pasar. Dalam pendekatan ini, fokus

utama adalah mengidentifikasi dan memecahkan masalah yang dihadapi oleh pengguna atau pasar tertentu.

2.1.1.4 Indikator Inovasi Teknologi

Menurut (Suryadharma et al., 2023) ada tiga indikator inovasi teknologi produk yaitu kualitas produk, varian produk, serta gaya dan desain produk;

1) Kualitas produk

Kemampuan suatu produk dalam melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi daya tahan, kehandalan, dan ketelitian yang dihasilkan.

2) Varian produk

Sarana kompetitif untuk membedakan produk satu dengan yang lain, atau antara produk yang dimiliki dengan produk pesaing.

3) Gaya dan Desain produk

Cara lain dalam menambah nilai bagi pelanggan gaya hanya menjelaskan penampilan produk tertentu, sedangkan desain memiliki konsep yang lebih dari gaya.

2.1.2 Digitalisasi Bisnis

2.1.2.1 Definisi Digitalisasi Bisnis

Istilah "digital" berasal dari kata Latin digitus, yang diterjemahkan sebagai "jari." Sejak abad ke-15, istilah "digit" telah digunakan untuk merujuk pada alat untuk mengukur panjang suatu benda. Revitalisasi bisnis dalam era digital telah membawa transformasi yang signifikan pada hubungan bisnis-ke-bisnis (B2B) di

pasar korporat (Kunda et al., 2023) ini mencakup tidak hanya pergeseran dalam jenis produk yang dijual dan nilai yang diusung (Suryadharma et al., 2023).

Digitalisasi bisnis adalah jenis perusahaan yang paling maju saat ini, dan diperkirakan akan terus tumbuh dari tahun ke tahun dan meningkat secara signifikan dari waktu ke waktu. Perusahaan semacam ini menempatkan premium pada platform berbasis internet seperti *e-commerce* dan *e-business*. Bisnis yang menggunakan media internet melampaui batasan *e-commerce* tradisional dengan memungkinkan jaringan elektronik dapat diakses melalui komputer pribadi biasa melalui infrastruktur telekomunikasi yang telah disiapkan.

Digitalisasi bisnis adalah sebuah proses mengubah ide fisik menjadi ide virtual, yang mencakup proses transaksi serta pemasangan sistem perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi kerja, meminimalkan penggunaan manusia, memberikan lebih banyak hasil, dan mencakup dunia.

Dampak teknologi terhadap bisnis cukup signifikan. Salah satu metode yang berhasil dalam menghadapi revolusi digital adalah digitalisasi bisnis pada era *society 5.0*. Konsep ini bertujuan untuk membangun masyarakat yang manusia-sentris. Ketika perkembangan ekonomi dan solusi atas permasalahan dapat dinikmati semua orang dengan kehidupan yang lebih berkualitas. Komponen utama dalam *society 5.0* adalah melalui perkembangan teknologi setiap individu mampu menciptakan nilai baru dan mengurangi kesenjangan yang ada serta mencegah terjadinya permasalahan ekonomi. Untuk dilakukan pada negara berkembang

seperti Indonesia memang terlihat cukup sulit, namun bukan tidak mungkin Indonesia juga dapat meraihnya (Sugiono, 2020).

Penggunaan teknologi digital pada bisnis tentunya dapat meningkatkan daya saing. Pemanfaatan strategi digital marketing dapat menekan biaya promosi atau bahkan bisa lebih dioptimalkan. Oleh karena itu, digitalisasi bisnis mempunyai peran yang sangat berpengaruh pada perekonomian Indonesia khususnya untuk program-program pemerintah yang telah menggunakan sistem digital dan UMKM. Selain itu, program dari pemerintah juga dapat dikolaborasikan dengan marketplace maupun payment yang menggunakan cashless agar meminimalisir transaksi tunai (Sulchan et al., 2020).

2.1.2.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Digitalisasi Bisnis

Digitalisasi bisnis melibatkan adopsi teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional, pelayanan pelanggan, dan inovasi produk.

Berikut adalah beberapa faktor utama yang mendorong digitalisasi bisnis:

- 1) Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK):
 - a. Infrastruktur teknologi: ketersediaan infrastruktur seperti *internet* cepat, *cloud computing*, dan perangkat *mobile*.
 - b. Perangkat lunak dan aplikasi penggunaan *software* dan aplikasi bisnis yang canggih untuk manajemen, produksi, dan pemasaran.
 - c. Pengembangan produk penggunaan teknologi untuk menciptakan produk baru atau meningkatkan produk yang ada.

- d. Layanan digital menyediakan layanan yang dapat diakses secara digital, seperti *e-commerce*, layanan pelanggan *online*, dan aplikasi *mobile*.

2) Proses Bisnis:

- a. Otomatisasi mengotomatisasi proses bisnis untuk meningkatkan efisiensi dan mengurangi kesalahan manusia.
- b. Manajemen data pengumpulan, analisis, dan penggunaan data secara efektif untuk pengambilan keputusan yang lebih baik.

3) Sumber Daya Manusia:

- a. Pelatihan dan pengembangan meningkatkan keterampilan digital karyawan melalui pelatihan dan pengembangan.
- b. Budaya digital menciptakan budaya kerja yang mendukung inovasi dan adaptasi terhadap perubahan teknologi.

4) Keamanan Siber:

- a. Perlindungan data implementasi sistem keamanan untuk melindungi data perusahaan dan pelanggan dari ancaman siber.
- b. Kepatuhan regulasi mematuhi regulasi terkait privasi dan keamanan data.

5) Pengalaman Pelanggan:

- a. Interaksi digital menyediakan platform interaktif untuk berkomunikasi dengan pelanggan.
- b. Personalisasi Menggunakan data untuk menawarkan pengalaman yang dipersonalisasi kepada pelanggan.

6) Model Bisnis Baru:

- a. Platform ekonomi mengadopsi model bisnis berbasis platform seperti *market place* atau aplikasi layanan.
 - b. Ekonomi berbagi memanfaatkan ekonomi berbagi untuk mengoptimalkan penggunaan sumber daya.
- 7) Kolaborasi dan Kemitraan:
- a. Ekosistem digital berkolaborasi dengan startup, tech companies, dan mitra bisnis lainnya untuk inovasi bersama.
 - b. Aliansi strategis membangun aliansi strategis untuk memperluas jangkauan dan kapabilitas digital.
 - c. Standar dan regulasi kepatuhan terhadap standar industri dan regulasi yang berlaku.
- 8) Kondisi Pasar dan Kompetisi:
- a. Tekanan kompetitif persaingan di pasar yang memaksa perusahaan untuk berinovasi dan mengadopsi teknologi terbaru.
 - b. Permintaan konsumen perubahan perilaku dan ekspektasi konsumen yang semakin menginginkan layanan cepat dan efisien.

2.1.2.3 Dimensi Digitalisasi Bisnis

1. Digital murni adalah perusahaan yang menjual produk yang mengandung "bit dan byte", seperti pengembangan perangkat lunak yang ekstensif. Contohnya termasuk perangkat lunak pendidikan, perangkat lunak bisnis khusus, dan lainnya.

2. Versi digital dari bisnis non-digital adalah bisnis yang menawarkan versi digital dari barang dan jasa fisik, tetapi dalam bentuk digital. Versi digital tersebut dapat berupa *e- book*, *e-journal*, dan *e-comics*.
3. Fasilitator digital bisnis *non-digital* adalah perusahaan yang memanfaatkan teknologi digital untuk menjual barang dan jasa, seperti *e-commerce*.
4. *Hybrid* adalah kombinasi dari menggabungkan beberapa upaya digital untuk memaksimalkan pendapatan (Musnaini Musnaini et al.2010:12).

2.1.2.3 Indikator Digitalisasi Bisnis

Ada lima cara berbeda untuk membentuk indicator digitalisasi bisnis berdasarkan transaksi Musnaini et al.(2010:12) yakni:

1. *Business to Business* (perdagangan antar pelaku usaha bisnis).
2. *Business to Consumer* (perdagangan antar pelaku usaha bisnis itu dengan konsumen).
3. *Consumer to Consumer* (perdagangan antar konsumen yang satu (1) dengan konsumen yang lain).
4. *Consumer to Business* (perdagangan antar konsumen dengan pelaku bisnis atau juga perusahaan).
5. *Intrabusiness e-business* (perdagangan dalam lingkup intranet perusahaan yang melibatkan pertukaran barang, jasa, serta informasi).

2.1.3 Pertumbuhan UMKM

2.1.3.1 Definisi Pertumbuhan UMKM

Kesejahteraan, pertumbuhan, dan pembangunan ekonomi merupakan tujuan pembangunan yang dilaksanakan oleh negara-negara berkembang, termasuk Indonesia (Chapra, 2000). Ketimpangan merupakan salah satu masalah dalam paradigma pembangunan ekonomi diberbagai negara, terutama di Indonesia sebagai negara berkembang. Munculnya kesenjangan ekonomi akan menimbulkan banyak masalah lain, seperti penduduk miskin bertambah, pengangguran meningkat, tingkat kejahatan meningkat, kualitas pendidikan menurun, kemampuan daya beli masyarakat menurun. Selain itu krisis keuangan global saat ini menjadi salah satu bukti kegagalan paradigma pembangunan ekonomi. Oleh karena itu, paradigma pembangunan ekonomi menjadi penting untuk diprioritaskan agar dapat diperbaharui. Bagaimana mengurangi ketimpangan dan kesenjangan tidak hanya antara kaya dan miskin, melainkan juga kesenjangan antar daerah dalam kesediaan infrastruktur yang memadai dan antar sector produksi dan seterusnya (Huda N. d., 2017).

Menurut Tambunan,(2012:22) dalam (Halim, 2020) Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau Badan Usaha disemua sektor ekonomi.Pada prinsipnya, pembedaan antara Usaha Mikro (UMi), Usaha Kecil (UK), dan Usaha

Menengah (UM) umumnya didasarkan pada nilai asset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata pertahun atau jumlah pekerja tetap.

2.1.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan UMKM

Berdasarkan hasil penelitian (Mawuntu & Aotama, 2023) faktor, diketahui bahwa ada 7 faktor yang memiliki pengaruh paling signifikan dalam menghambat pertumbuhan UMKM (*scaling up*) antara lain ;

1. Kemampuan SDM, Infrastruktur, dan Teknologi

Faktor pertama yang memiliki pengaruh paling signifikan dalam menghambat pertumbuhan UMKM di Kota Tomohon adalah kurangnya kemampuan sumber daya manusia, infrastruktur, dan penguasaan teknologi.

2. Akses terhadap Modal dan Kondisi Pasar

Faktor kedua yang dapat menghambat pertumbuhan UMKM di Kota Tomohon adalah akses terhadap modal dan kondisi pasar

3. Ketersediaan Energi dan Upah

Faktor ketiga yang dapat menghambat pertumbuhan UMKM adalah ketersediaan energi dan tingkat upah tenaga kerja

4. Kemampuan Manajerial

Faktor keempat penghambat pertumbuhan UMKM adalah keahlian dan pengetahuan manajerial dari pemilik usaha

5. Proses Usaha dan Pemasaran

Faktor kelima yang dapat menghambat pertumbuhan UMKM di Kota Tomohon adalah proses dan izin usaha serta pemasaran.

6. Persaingan dan Biaya Produksi

Faktor keenam yang dapat menghambat pertumbuhan UMKM di Kota Tomohon adalah persaingan usaha dan biaya produksi.

7. Lingkungan Makro

Faktor terakhir yang terbentuk adalah lingkungan makro yang terdiri dari aturan pemerintah, factor ekonomi, dan pasar bebas

2.1.3.3 Indikator Pertumbuhan UMKM

Menurut Rusdiana (2014). indikator karakteristik wirausaha terdiri dari tujuh kategori yaitu :

1. Percaya Diri

mengacu pada sikap dan keyakinan seseorang dalam melakukan tugas atau pekerjaan mereka. Kepercayaan diri adalah kunci untuk meningkatkan karsa dan rasa seseorang. Orang yang percaya diri dapat menyelesaikan tugas dengan cara yang sistematis, berencana, efektif, dan efisien. Wirausaha harus memiliki beberapa hal penting, seperti percaya diri dalam menentukan sesuatu, percaya diri dalam menjalankan sesuatu, dan percaya diri bahwa mereka dapat mengatasi resiko. Seseorang dengan jiwa wirausaha memiliki keyakinan kuat bahwa apa pun yang mereka lakukan akan berhasil meskipun menghadapi banyak tantangan. Tidak selalu dia dihantui oleh ketakutan akan kegagalan, yang mendorongnya untuk tetap optimistis dan bergerak maju.

2. Seseorang yang berorientasi pada tugas dan hasil

adalah seseorang yang selalu mengutamakan tugas dan hasil. Seseorang yang berorientasi pada keberhasilan, berorientasi pada ketekunan dan ketabahan, tekad kerja keras, dorongan kuat, energik, dan berinisiatif. Peluang hanya

datang dari inisiatif dalam kewirausahaan. Disiplin diri, berpikir kritis, tanggap, dan semangat berprestasi membangun perilaku inisiatif ini selama bertahun-tahun melalui pelatihan dan pengalaman.

2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu

Selanjutnya untuk mendukung penelitian ini, dapat di sajikan daftar penelitian terdahulu dan teori yang sudah dijabarkan atau dikemukakan pada tabel 2.1 sehingga dapat membedakan keorisinalitasan penelitian ini.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1	Abdul Halim	PENGARUH PERTUMBUHAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI KABUPATEN MAMUJU	Adapun Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa Variabel Pertumbuhan UMKM (X) Memiliki Nilai Signifikan Sebesar 1,97 Dan Hubungan X Dan Y Dapat Dilihat Dari Nilai Pearson Correlation Yaitu Sebesar 0,690 Jika Kita Lihat Dari Pedoman Derajat Hubungan Pearson Correlation Terletak Pada Bagian Nomor 4 Yaitu Jika Nilai Pearson Correlation 0,61 S/D 0,80 Berarti Tingkat Hubungan Antara Variabel X Dan Variabel Y Kolerasi Kuat	Menggunakan Variabel Yang Sama Yaitu Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah.	Tempat Penelitian Dan Unit Yang Berbeda.

No	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
2	Reynaldo Christian Aotama ¹ , Priska Shirty Thelma Mawuntu	Analisis Faktor Penghambat Pertumbuhan UMKM Kota Tomohon Di Era New Normal	Adapun Yang Menjadi Faktor Utama Yang Menghambat Pertumbuhan Usaha Mikro Di Kota Tomohon Di Masa Kenormalan Baru (New Normal) Adalah Kemampuan SDM, Infrastruktur, Dan Teknologi Dengan Varian Yang Menjelaskan Sebesar 29,927%	Menggunakan Variabel Yang Sama Yaitu Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah	Tempat Penelitian Dan Unit Yang Berbeda. Dan Variable X Yang Berbeda.
3	Abdul Wahab ¹ , Ilma Mahdiya ²	Peran Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Pertumbuhan UMKM Dalam Revitalisasi Ekonomi Pembangunan Di Indonesia	Bahwa Peran Lembaga Keuangan Syariah Sangatlah Penting Yaitu Sebagai Perantara Antara Nasabah Kelebihan Dana Dengan Para UMKM Selaku Nasabah Yang Membutuhkan Dana Atau Modal Untuk Usaha	Menggunakan Variabel Yang Sama Yaitu Pertumbuhan UMKM.	Tempat Penelitian Dan Unit Yang Berbeda. Dan Variable X Yang Berbeda.
4	Andi Fariana ^{1*)} , Naufal Fadillah ²⁾ , Novita Fildzah ³⁾	Mempercepat Pertumbuhan UMKM Melalui Model Waralaba Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah	Survive Amid The Economic Crisis Can Develop Quickly Because They Make Franchising A Model In Doing Business.	Menggunakan Variabel Yang Sama Yaitu Pertumbuhan UMKM.	Variabel X Dan Tempat Peneliti Yang Berbeda
5	Mochamad Suryadharma ¹ , Ayu Ngurah Quintina Asthiti ² , Adi Nugroho Susanto Putro ³ , Arief Yanto Rukmana ⁴ , Romi Mesra ⁵	Strategi Kolaboratif Dalam Mendorong Inovasi Bisnis Di Industri Kreatif: Kajian Kualitatif Pada Perusahaan Desain Grafis	Temuan Ini Menggarisbawahi Pentingnya Praktik Kolaboratif Dalam Mendorong Inovasi Bisnis Di Sektor Desain Grafis.	Menggunakan Variabel Yang Sama Yaitu Inovasi.	Tempat Penelitian Dan Unit Yang Berbeda.
6	Anna Triwijayati ¹ , Yohanes Paulus Luciany ² , Yulia Novita ³ , Nika Sintesa ⁴ , Achmad Zahrudin ⁵	Strategi Inovasi Bisnis Untuk Meningkatkan Daya Saing Dan Pertumbuhan Organisasi Di Era Digital	Temuan-Temuan Ini Memberikan Kompas Bagi UMKM Untuk Berkembang Dalam Lanskap Bisnis Yang Terus Berkembang.	Menggunakan Variabel Yang Sama Yaitu Inovasi.	Tempat Penelitian Dan Unit Yang Berbeda Serta Variable Y Yang Berbeda

No	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
7	Putri Henirsa, 2verdianti, 3aulia Azim	Analisis Penguasaan Teknologi Bisnis Digital Dalam Keunggulan Bersaing Revolusi Industri 4.0 Pada Umkm Kuliner Di Kota Pontianak	Penguasaan Teknologi Digital Menjadi Kunci Untuk Meningkatkan Kemudahan Dalam Berbagai Aspek Bisnis, Membantu Meningkatkan Daya Saing Dan Kesuksesan Bisnis Di Era Digital Ini	Menggunakan Variabel Yang Sama Yaitu Teknologi.	Tempat Penelitian Dan Unit Yang Berbeda Serta Hanya 2 Variable.
8	Riska Anggraeni1 , Isma Elan Maulani2	Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Perkembangan Bisnis Modern	Teknologi Informasi Memiliki Pengaruh Yang Signifikan Terhadap Perkembangan Bisnis Modern.	Menggunakan Variabel Yang Sama Yaitu Teknologi	Tempat Penelitian Dan Unit Yang Berbeda Serta Hanya 2 Variable
9	Abu Amar Fauzi & Margaret L. Sheng (2020)	The digitalization of micro, small, and medium-sized enterprises (MSMEs): An institutional theory perspective	Berpengaruh positif dan signifikan	Menggunakan Variabel yang sama yaitu Digitalisasi	Tempat penelitian dan unit yang berbeda
10	Lina Anatan, and Nur (2023)	Micro, Small, and Medium Enterprises' Readiness for Digital Transformation in Indonesia	Berpengaruh positif dan signifikan	Menggunakan Variabel yang sama yaitu Digitalisasi	Variabel X dan tempat peneliti yang berbeda

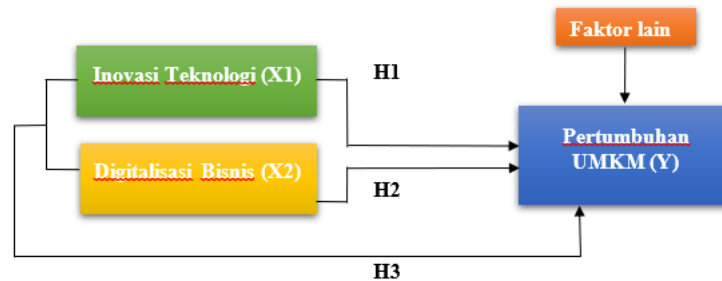
Sumber: Peneliti

2.2 Kerangka Pemikiran

Keberhasilan usaha bisnis kecil menengah (UMKM) mampu menganalisa seberapa penting Digitalisasi dan Inovasi dalam mengadopsi teknologi baru yang lebih maju untuk usaha nya yang lebih maju. Kriteria Digitalisasi mampu meningkatkan penjualan dan marai konsumen agar usaha tersebut lebih berkembang (Irawati, R., & Prasetyo, I. B. 2021)

Pengusaha yang mendapatkan keuntungan dari bisnis mereka, bertahan dalam jangka waktu yang relatif lama ataupun bentar tergantung bagaimana pelaku usaha mengadopsi perkembangan teknologi baru dijamin sekarang, dan mampu mempertahankan konsumen. Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia

(PP) Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, usaha mikro, kecil dan menengah dikelompokkan berdasarkan kriteria modal usaha atau hasil penjualan tahunan.



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

Demikian pula pada gambar 2.1, jika merujuk pada penelitian yang menunjukkan bahwa Digitalisasi dan Inovasi memengaruhi kewirausahaan pada pelaku usaha kecil di daerah tersebut. Salah satu faktor yang dapat mendukung keberhasilan usaha adalah sifat kewirausahaan. Karakteristik ini dapat mendorong pelaku usaha, yang dapat meningkatkan keberhasilan usahanya.

2.2.1 Pengaruh Inovasi Teknologi Terhadap Pertumbuhan UMKM

Avriyanti, S. (2022). Pengaruh inovasi produk dan teknologi informasi terhadap perkembangan usaha (studi pada UMKM bidang kuliner di Kabupaten Tabalong). Teknologi Informasi Terhadap Perkembangan Usaha di tengah Pandemi Covid-19 (Studi Pada UMKM). Bidang Kuliner di Kabupaten Tabalong. Penelitian ini menggunakan metode penelitian pendekatan kuantitatif, dengan alat analisis data menggunakan analisis GeSCA (*Generalized Structured Component Analysis*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Terdapat pengaruh inovasi produk terhadap perkembangan usaha di tengah Pandemi Covid-19 pada UMKM bidang kuliner di Kabupaten Tabalong; 2) Tidak terdapat pengaruh teknologi informasi

terhadap perkembangan usaha di tengah Pandemi Covid-19 pada UMKM bidang kuliner di Kabupaten Tabalong; 3) Besarnya pengaruh inovasi produk dan teknologi informasi terhadap Perkembangan Usaha pada UMKM bidang kuliner di Kabupaten Tabalong adalah sebesar 59,8%, sisanya sebesar 40,2% dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar dari variabel yang diuji.

2.2.2 Pengaruh Digitalisasi Bisnis Terhadap Pertumbuhan UMKM

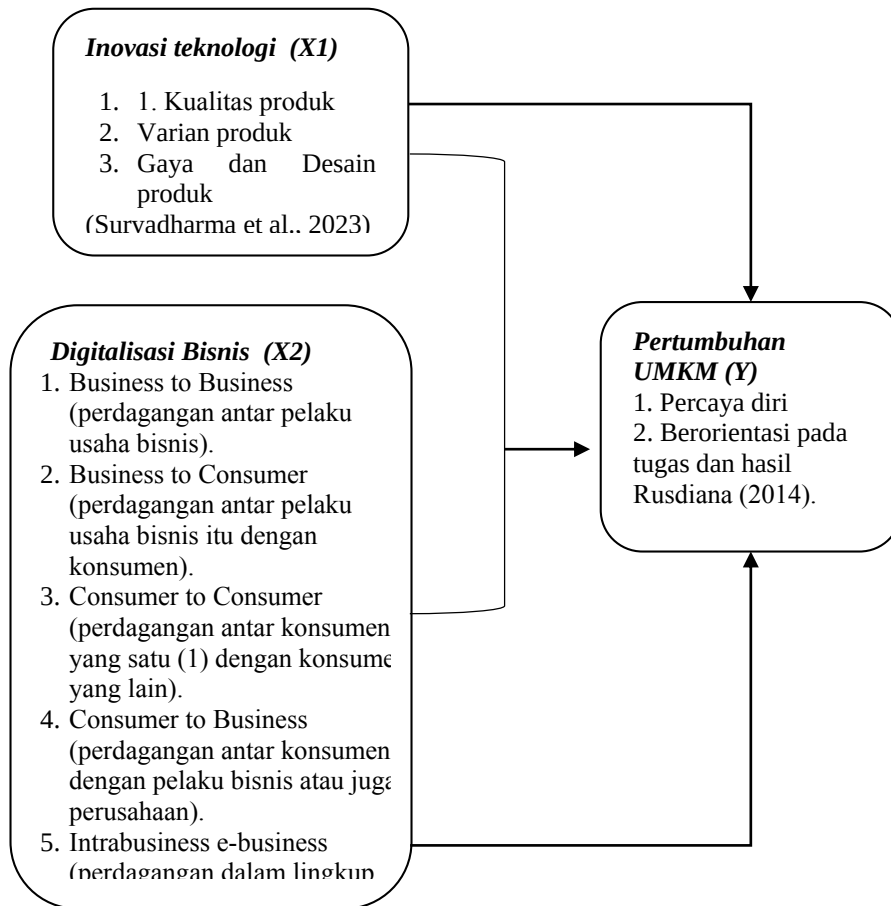
Anindita Trinura Novitasari (2022 : 184) Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) telah memberikan kontribusi yang besar pada Pendapatan Domestic Bruto (PDB), penyerapan tenaga kerja, pendistribusian pendapatan masyarakat, pengentasan kemiskinan, sertam pengurangan pengangguran yang kesemuanya ini akan berdampak pada sector perekonomian bangsa. pemerintah sebagai pemangku kebijakan perlu terus menstimulus pelaku usaha UMKM untuk terus mampu bertahan dan tumbuh menghadapi permasalahan internal dalam perkembangan UMKM maupun permasalahan dari luar yang tidak menutup kemungkinan terjadi seperti kondisi perekonomian bangsa dalam krisis perekonomian ataupun situasi bangsa yang berada di masa pandemi.

Permasalahan dalam pengembangan UMKM serta kondisi perekonomian dan bangsa sangat memberikan sumbangsing yang signifikan terhadap perkembangan UMKM itu sendiri dan disini peran pemerintah dalam berbagai program, pembinaan, pendampingan, sangat dibutuhkan para pelaku UMKM untuk mampu bertahan dan terus berkembang dalam segala situasi untuk kontribusinya dalam perekonomian.

2.2.2 Pengaruh Inovasi Teknologi dan Digitalisasi Bisnis Terhadap Pertumbuhan UMKM

Inovasi teknologi dan digitalisasi bisnis memiliki dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Berikut ini adalah uraian mengenai berbagai pengaruh tersebut, disertai referensi yang relevan: peningkatan akses pasar digitalisasi memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas melalui *platform e-commerce* dan media sosial. Ini memungkinkan UMKM untuk tidak hanya menjual produk di pasar lokal tetapi juga di pasar nasional dan internasional. Efisiensi Operasional Teknologi digital seperti perangkat lunak manajemen bisnis (misalnya, sistem akuntansi digital, CRM, ERP) membantu UMKM mengotomatisasi banyak proses bisnis mereka, yang pada gilirannya mengurangi biaya operasional dan meningkatkan efisiensi. Inovasi Produk dan Layanan Digitalisasi memungkinkan UMKM untuk mengembangkan produk dan layanan baru dengan lebih cepat dan biaya yang lebih rendah. Data analitik membantu UMKM memahami tren pasar dan preferensi pelanggan, memungkinkan mereka untuk menyesuaikan produk dan layanan mereka secara lebih efektif.

Paragidma Penelitian



Gambar 2. 2 Paragidma Penelitian

2.3 Hipotesis Penelitian

Hipotesis, menurut (Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, 2014) adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Rumusan masalah penelitian ditulis dalam bentuk pernyataan kalimat. Disebutkan secara sementara, karena jawaban baru didasarkan pada fakta-fakta empiris yang dikumpulkan melalui proses pengumpulan data. Sebelum pengujian dilakukan dalam penelitian kuantitatif, hipotesis adalah prediksi atau asumsi. Berdasarkan kerangka dan paradigma penelitian, penulis akan menarik hipotesis berikut:

H1: Diduga inovasi teknologi terdapat pengaruh secara positif terhadap pertumbuhan UMKM *Coffee Shop* di Kota Bandung.

H2: Diduga digitalisasi bisnis terdapat pengaruh secara positif terhadap pertumbuhan UMKM *Coffee Shop* di Kota Bandung.

H3: Diduga inovasi teknologi dan digitalisasi bisnis terdapat pengaruh secara positif terhadap pertumbuhan UMKM *Coffee Shop* di Kota Bandung.