

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat inovasi produk menjadi faktor kunci dalam keberhasilan dan daya saing perusahaan di pasar global (Dereli, 2015) inovasi produk tidak hanya mencakup pengembangan produk baru, tetapi juga penyempurnaan dan penyempurnaan produk yang sudah ada untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang terus meningkat. Inovasi produk menjadi faktor kunci bagi UMKM untuk bertahan dan bersaing dalam persaingan pasar yang ketat (Rifa'i et al., 2019). Inovasi yang tidak hanya terbatas pada pengembangan produk baru, namun juga mencakup pengembangan rasa, variasi, kemasan, dan penggunaan teknologi digital dalam pemasaran produk.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menjadi tulang punggung perekonomian di Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyediakan sekitar 97% dari total lapangan kerja. Dalam sektor ekonomi kreatif, UMKM memiliki kontribusi signifikan terhadap perkembangan budaya, pariwisata, dan teknologi lokal. Namun, meskipun potensinya besar, UMKM ekonomi kreatif masih menghadapi berbagai tantangan yang menghambat pertumbuhan dan inovasi produk mereka.

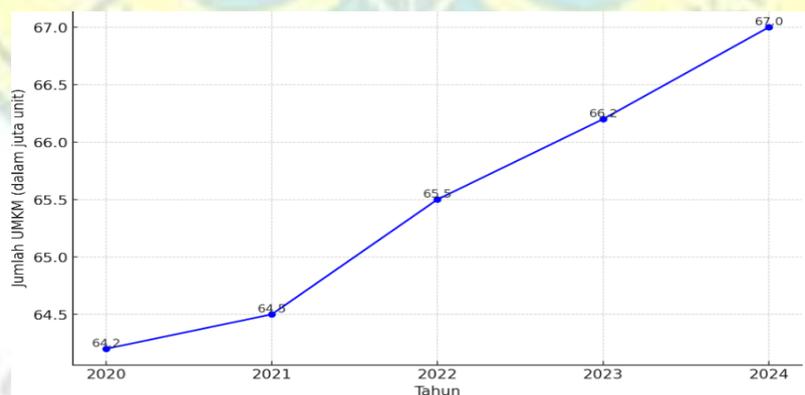
Era Revolusi Industri 4.0 membawa peluang sekaligus tantangan baru bagi UMKM ekonomi kreatif. Di satu sisi, adopsi teknologi digital memungkinkan UMKM untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan jangkauan pasar. rendahnya tingkat literasi teknologi menjadi kendala bagi sebagian besar pelaku UMKM. Survei Kementerian Komunikasi dan Informatika menunjukkan bahwa hanya sekitar 13% UMKM yang telah memanfaatkan teknologi digital dengan optimal. Hal ini menjadi hambatan utama dalam menciptakan produk yang inovatif dan kompetitif di pasar global.

Inovasi produk merupakan kunci keberlanjutan UMKM ekonomi kreatif di tengah persaingan yang semakin ketat. Namun, inovasi tidak hanya bergantung

pada akses teknologi, tetapi juga pada pola pikir kewirausahaan yang mendorong pelaku usaha untuk berpikir kreatif, adaptif, dan berani mengambil risiko. Entrepreneurial mindset menjadi elemen penting dalam mengoptimalkan manfaat literasi teknologi guna menghasilkan produk-produk inovatif yang bernilai tambah tinggi.

Jumlah UMKM yang berkembang di Indonesia terus mengalami peningkatan setiap tahun, tetapi banyak UMKM tidak mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif tanpa inovasi produk yang signifikan. Peningkatan yang signifikan dalam jumlah UMKM dari tahun 2020 hingga 2024, sekitar 11,67%, Peningkatan jumlah UMKM perlu diimbangi dengan peningkatan inovasi produk agar UMKM dapat menghadapi tantangan seperti perubahan kebutuhan konsumen, persaingan dari produk impor, dan akses pasar yang lebih besar melalui platform digital melalui inovasi produk. Banyak UMKM hanya bertahan dalam jangka pendek, tetapi sulit untuk berkembang dalam jangka panjang jika tidak melakukan inovasi. Berdasarkan informasi dari Badan Pusat Statistik (BPS) Berikut ini merupakan jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun 2020 hingga 2024.

Gambar 1.1 jumlah UMKM di Indonesia tahun 2020 – 2024



Sumber: BPS 2024

Berdasarkan data yang dirilis BPS, pada tahun 2020 Pada awal pandemi COVID-19, jumlah UMKM mengalami penurunan dikarenakan tantangan ekonomi yang signifikan, tetapi tetap menjadi sektor penyerap tenaga kerja terbesar.

Jumlah usaha mikro dan kecil tercatat sebanyak 64,2 juta unit usaha, Pada tahun 2021, jumlah UMKM mulai pulih secara perlahan seiring dengan adaptasi terhadap pandemi dan dukungan kebijakan pemerintah. Jumlah usaha mikro dan kecil tercatat sebanyak 64,5 juta unit, Pemulihan jumlah UMKM lebih terlihat pada tahun 2022 dengan peningkatan signifikan jumlah UMKM menjadi sekitar 65,5 juta unit, pada tahun 2023 jumlah UMKM terus meningkat hingga mencapai 66,2 juta unit usaha. Hingga tahun 2024, UMKM mencapai lebih dari 67 juta unit usaha, menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional.

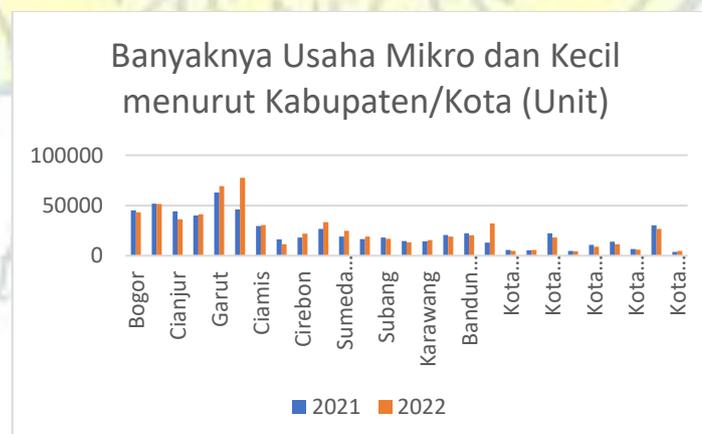
Tabel 1.1 Jumlah kenaikan UMKM dari tahun 2020 - 2024

Tahun	Jumlah UMKM	Jumlah Kenaikan	Persentase Kenaikan
2020	64,2	-	-
2021	64,5	0,3	0,47%
2022	65,5	1	1,55%
2023	66,2	0,7	1,07%
2024	67	0,8	1,21%

Sumber: BPS 2024

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa bahwa dari tahun 2020 hingga 2024, UMKM mengalami kenaikan setiap tahunnya, meskipun dengan persentase yang bervariasi. Kenaikan terbesar terjadi pada tahun 2022 dengan persentase 1,55%. Dengan adanya pertumbuhan ini, UMKM tetap menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia dan berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja serta pemerataan pendapatan. Berikut grafik jumlah banyaknya usaha mikro kecil di Jawa Barat.

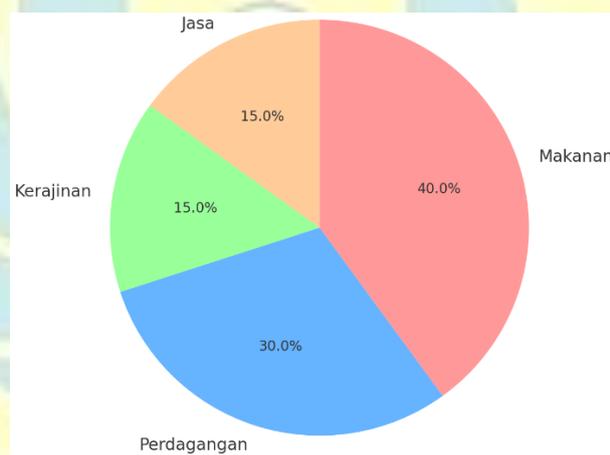
Gambar 1.2 Banyaknya Usaha Mikro Kecil Kabupaten Kota



Sumber: BPS provinsi Jawa Barat

tertinggi, jauh melampaui wilayah sekitarnya. Bekasi Timur dan Bekasi Selatan memperlihatkan angka yang cukup tinggi, hal ini menandakan adanya aktivitas atau faktor tertentu yang lebih dominan di sana. Sementara itu, beberapa wilayah seperti Medansatria, Pondokgede, dan Rawalumbu terlihat memiliki jumlah yang lebih kecil, menunjukkan distribusi yang tidak merata. Terdapat beberapa faktor seperti sosial, ekonomi, atau geografis yang memengaruhi. Secara keseluruhan, grafik ini memperlihatkan pola yang menarik beberapa titik tumbuh dengan pesat, sementara yang lain lebih stabil atau bahkan cenderung rendah. Ini bisa menjadi bahan refleksi lebih lanjut untuk memahami mengapa distribusi ini terjadi dan bagaimana setiap wilayah memiliki karakteristiknya sendiri.

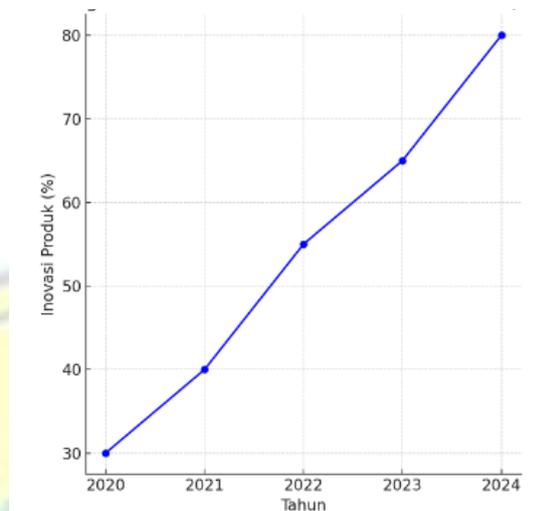
Gambar 1.4 Persentase Jenis UMKM Kota Bekasi



Sumber: Diolah Oleh Peneliti, 2025

Sebanyak 40% di dominasi sektor makanan minuman UMKM di sektor ini mencakup usaha pengolahan makanan seperti warung makan, katering, restoran, dan pengolahan makanan lokal. Pada sektor perdagangan sebesar 30% sektor ini mencakup usaha kecil menengah yang bergerak di bidang jual beli barang. Contohnya adalah toko kelontong, minimarket, grosir, dan perdagangan produk-produk non-makanan. Sedangkan pada sektor kerajinan tangan sebanyak 15% sektor UMKM ini bergerak di bidang kerajinan tangan, seperti produksi barang-barang kreatif dari bahan lokal (batik, aksesoris, kerajinan tangan dari kayu atau anyaman). Terakhir sektor jasa sebanyak 15% Sektor ini meliputi usaha-usaha di bidang layanan jasa, seperti jasa kebersihan, transportasi, reparasi, dan salon kecantikan.

Gambar 1.5 Peningkatan Inovasi Produk UMKM Kota Bekasi



Sumber: BPS 2024

Dalam lima tahun terakhir, terjadi peningkatan signifikan pada tingkat inovasi produk UMKM di Kota Bekasi. Data menunjukkan bahwa persentase UMKM yang melakukan inovasi produk meningkat dari 30% pada tahun 2020 menjadi 80% pada tahun 2024. Meskipun perkembangan ini menunjukkan tren yang positif, masih terdapat beberapa tantangan yang perlu diperhatikan. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah Bekasi sebagian besar inovasi yang dilakukan oleh UMKM cenderung berfokus pada inovasi sederhana seperti pengemasan dan pemasaran, sementara inovasi yang lebih mendalam seperti penggunaan teknologi produksi modern masih sangat terbatas, pada UMKM sektor makanan dan minuman masih mengandalkan metode produksi dan pemasaran konvensional, sehingga sulit untuk mengikuti perkembangan kebutuhan konsumen yang dinamis.

Inovasi perlu dikembangkan seiring dengan perkembangan zaman. Inovasi produk di UMKM Kota Bekasi masih berada pada tahap awal dan belum menyentuh aspek inovasi yang lebih kompleks dan berkelanjutan. Fokus pada inovasi produk menjadi sangat penting karena konsumen cenderung memiliki preferensi yang cepat berubah dan lebih tertarik pada produk yang unik serta berdaya saing tinggi (Herlinda et al., 2023). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa UMKM yang mampu melakukan inovasi secara berkelanjutan akan lebih

mampu mempertahankan pelanggannya dan meningkatkan daya saing bisnis (Pudyastuti & Saputra, 2021). Namun, di sisi lain, banyak pelaku UMKM yang masih terhambat oleh minimnya literasi, modal, serta kurangnya akses terhadap teknologi dan informasi pasar. (Mukherjee, 2018) Hal ini mengakibatkan inovasi produk menjadi tidak optimal dan UMKM kesulitan untuk beradaptasi dengan selera pasar yang terus berubah.

Salah satu kunci keberhasilan dalam meningkatkan inovasi produk adalah melalui penguatan *entrepreneurial mindset* atau pola pikir kewirausahaan (S. M. Lee & Trimi, 2018). *Entrepreneurial mindset* merujuk pada kemampuan untuk melihat peluang di tengah perubahan, mengelola risiko, serta berpikir kreatif dan inovatif dalam pengambilan keputusan bisnis (Bosman et al., 2018). *Entrepreneurial mindset* penting karena inovasi produk tidak hanya bergantung pada ide-ide baru, tetapi juga pada kemampuan untuk mengembangkan ide-ide tersebut menjadi solusi nyata yang dapat memenuhi kebutuhan pasar.

UMKM yang memiliki *entrepreneurial mindset* cenderung lebih proaktif dalam merespons perubahan pasar dan mengantisipasi tren baru yang muncul (Hastuti et al., 2020a). Tidak hanya berfokus pada produksi, tetapi juga memiliki wawasan untuk menciptakan nilai tambah bagi pelanggan melalui pengembangan produk yang unik dan menarik. Hal ini sangat relevan di mana preferensi konsumen cepat berubah dan tuntutan akan keunikan serta diferensiasi produk sangat tinggi (Carpenter & Nakamoto, 1989). Tanpa adanya kemampuan kewirausahaan yang kuat, pelaku UMKM akan sulit untuk berinovasi dan tetap kompetitif.

Entrepreneurial mindset merupakan elemen penting, banyak pelaku UMKM di sektor ini yang masih kurang memahami pentingnya membangun pola pikir kewirausahaan dalam mengelola usaha mereka. Mereka sering terjebak pada rutinitas produksi yang sama tanpa ada usaha untuk mengeksplorasi ide-ide baru. Perlu adanya dukungan dari berbagai pihak untuk mendorong pengembangan *entrepreneurial mindset* di kalangan pelaku UMKM, baik melalui pelatihan kewirausahaan, akses informasi pasar, maupun pendampingan dalam pengembangan produk. Dengan pola pikir kewirausahaan yang kuat, pelaku UMKM tidak hanya mampu menciptakan inovasi produk yang lebih baik, tetapi

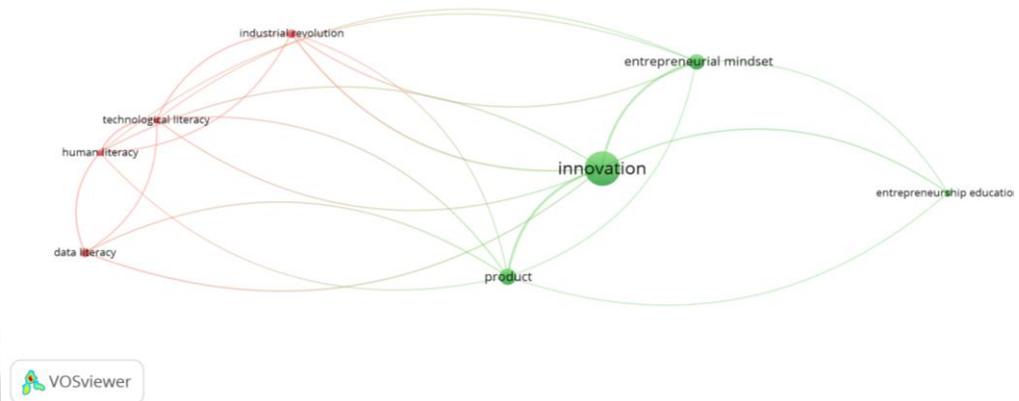
juga dapat meningkatkan keberlanjutan usaha mereka di tengah persaingan yang semakin ketat (Hastuti et al., 2020b).

Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai peran *entrepreneurial mindset* dalam inovasi produk, diharapkan UMKM di sektor makanan dan minuman di Bekasi dapat berkembang lebih optimal dan mampu memberikan nilai tambah yang lebih besar bagi perekonomian daerah dan nasional. *Entrepreneur mindset* ini dapat terbentuk melalui penguasaan literasi industri 4.0, yang meliputi literasi data, literasi manusia, dan literasi teknologi (Suparno et al., 2023)

Literasi industri 4.0, dapat mengidentifikasi peluang pasar baru, mengembangkan produk inovatif, memperkuat jaringan bisnis, dan meningkatkan efisiensi produksi. Namun, masih banyak yang belum mampu mengadopsi literasi industri 4.0 secara optimal, sehingga diperlukan upaya untuk mengatasi kendala yang dihadapi dan mendorong peningkatan inovasi produk pada UMKM sektor makanan dan minuman (Pujayanti, 2020). Kemampuan untuk mengumpulkan menganalisis dan menginterpretasikan data untuk mengambil keputusan bisnis yang lebih baik merupakan kemampuan literasi data. Literasi Manusia merupakan kemampuan untuk berinteraksi dengan orang lain, membangun jaringan, dan bekerja sama dalam tim. Literasi teknologi merupakan Kemampuan untuk menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas bisnis.

Literasi edukasi industri 4.0 memiliki hubungan terhadap inovasi produk seperti melalui analisis data, UMKM dapat mengidentifikasi tren pasar yang sedang berkembang dan kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi sehingga pelaku UMKM dapat mengidentifikasi peluang pasar baru. Dengan menguasai literasi teknologi, UMKM dapat mengembangkan produk baru yang lebih menarik dan memenuhi kebutuhan konsumen sehingga dapat mengembangkan produk yang inovatif, Melalui literasi manusia, UMKM dapat membangun jaringan dengan pelaku bisnis lainnya, supplier, dan mitra strategis untuk mendukung perkembangan produk, selain itu dengan mengadopsi teknologi yang tepat, UMKM dapat meningkatkan efisiensi produksi dan mengurangi biaya.

Gambar 1.6 Analisis VOS Viewer



Sumber: Diolah oleh peneliti 2025

Berdasarkan analisis bibliometrik menggunakan publish or perish dan VOSviewer dengan data Gs 2015 – 2024 dapat di analisis mendalam mengenai literasi data, literasi teknologi, literasi manusia terhadap inovasi produk di mediasi *entrepreneur mindset*, dari hasil dapat menampilkan beberapa kluster utama yang berhubungan dengan topik penelitian yang akan di lakukan, dari gambar menunjukkan dua kluster warna yang utama hijau dan merah. Kluster warna ini menunjukkan kelompok konsep yang memiliki keterkaitan erat satu sama lain.

Kluster hijau mencakup inovasi, *Entrepreneurial Mindset*. Produk, Pendidikan kewirausahaan. Inovasi adalah pusat dari kluster ini, menandakan bahwa inovasi adalah konsep utama yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh konsep-konsep lain dalam kluster ini, Mindset Kewirausahaan berhubungan erat dengan inovasi, menunjukkan bahwa memiliki mindset kewirausahaan adalah kunci untuk mendorong dan mengembangkan inovasi. Produk terkait langsung dengan inovasi, menandakan bahwa produk adalah hasil konkret dari proses inovasi yang dipengaruhi oleh mindset kewirausahaan. Pendidikan Kewirausahaan juga terkait dengan inovasi, menunjukkan pentingnya pendidikan dalam bidang kewirausahaan untuk mendukung dan memfasilitasi inovasi. Pada kluster hijau dapat di simpulkan bahwa kluster ini menunjukkan hubungan erat antara inovasi, mindset kewirausahaan, produk, dan pendidikan kewirausahaan. Ini

menggambarkan ekosistem di mana pendidikan dan mindset kewirausahaan mendorong inovasi, yang pada gilirannya menghasilkan produk-produk inovatif.

Klaster merah mencakup Revolusi Industri, literasi data, literasi manusia, literasi teknologi. Revolusi Industri adalah salah satu pusat dalam klaster merah, menunjukkan bahwa perubahan besar dalam industri mempengaruhi dan dipengaruhi oleh konsep-konsep lain dalam klaster ini. Literasi Teknologi memiliki hubungan dengan revolusi industri dan inovasi, menunjukkan bahwa kemampuan untuk memahami dan menggunakan teknologi adalah kunci dalam era revolusi industri dan untuk inovasi.

Literasi Manusia berhubungan dengan inovasi, yang menunjukkan pentingnya pemahaman aspek-aspek manusia dalam mengembangkan inovasi. Literasi Data juga terkait dengan inovasi, menandakan bahwa kemampuan untuk memahami dan mengelola data adalah komponen penting dalam inovasi, terutama dalam konteks revolusi industri. Dapat disimpulkan bahwa klaster ini menunjukkan hubungan antara revolusi industri, literasi teknologi, literasi manusia, dan literasi data. Ini menggambarkan bahwa perubahan industri besar-besaran bergantung pada peningkatan literasi dalam teknologi, data, dan pemahaman manusia untuk mendorong inovasi.

Interkoneksi antara Klaster Hijau dan Merah Inovasi berfungsi sebagai jembatan antara dua klaster ini, menunjukkan bahwa untuk mendorong inovasi yang sukses, perlu adanya kombinasi mindset kewirausahaan dan pendidikan (klaster hijau) dengan pemahaman teknologi, data, dan aspek manusia (klaster merah) Ekosistem Inovasi untuk menciptakan ekosistem inovasi yang efektif, perlu adanya integrasi antara pendidikan kewirausahaan, mindset kewirausahaan, dan peningkatan literasi dalam teknologi, data, dan aspek manusia. Revolusi industry 4.0 berperan sebagai katalis dalam ekosistem ini. Dengan demikian, gambar ini menggambarkan betapa kompleksnya hubungan antara berbagai elemen yang mempengaruhi inovasi, serta pentingnya interaksi antara pendidikan, mindset, dan literasi teknologi dalam mendukung proses inovasi yang berkelanjutan.

Persaingan yang semakin ketat di era digitalisasi menuntut UMKM untuk terus beradaptasi dan mengembangkan produknya agar dapat bertahan di pasar

yang dinamis. Tanpa inovasi yang berkelanjutan, UMKM berisiko mengalami stagnasi yang dapat mengurangi daya saing, baik di pasar lokal maupun nasional. Melihat kondisi ini, sangat penting untuk memahami lebih dalam mengenai kendala-kendala yang dihadapi dapat mengimplementasikan inovasi produk, serta strategi apa yang dapat diterapkan untuk mendorong inovasi yang lebih efektif. Oleh karena itu berdasarkan latar belakang masalah diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul pengaruh literasi edukasi industry 4.0 terhadap inovasi produk dengan mediasi entrepreneur mindset terhadap UMKM di kota bekasi.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana tingkat inovasi produk yang dilakukan oleh UMKM di Kota Bekasi, serta sejauh mana literasi data, literasi teknologi, literasi manusia, berpengaruh terhadap inovasi produk UMKM di Kota Bekasi. Terakhir bagaimana peran entrepreneurial mindset dalam memediasi hubungan antara literasi edukasi industri 4.0 dan inovasi produk UMKM. Rumusan masalah ini bertujuan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi inovasi produk UMKM dan bagaimana literasi industri 4.0 serta entrepreneurial mindset dapat meningkatkan daya saing UMKM di Kota Bekasi.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, tujuan umum penelitian ini adalah untuk memperoleh data empiris mengenai pengaruh variabel Literasi data, literasi manusia, literasi teknologi, *Entrepreneur mindset*, inovasi. maka disusunlah pertanyaan penelitian yang menjadi pokok penelitian sebagai berikut:

1. Apakah literasi data berpengaruh terhadap inovasi produk?
2. Apakah literasi manusia berpengaruh terhadap inovasi produk?
3. Apakah literasi teknologi berpengaruh terhadap inovasi produk?
4. Apakah literasi data berpengaruh terhadap *entrepreneur mindset*?
5. Apakah literasi manusia berpengaruh terhadap *entrepreneur mindset*?
6. Apakah literasi teknologi berpengaruh terhadap *entrepreneur mindset*?

7. Apakah *entrepreneur mindset* berpengaruh terhadap inovasi produk?
8. Apakah literasi data berpengaruh terhadap inovasi produk melalui *entrepreneur mindset*?
9. Apakah literasi manusia berpengaruh terhadap inovasi produk melalui *entrepreneur mindset*?
10. Apakah literasi teknologi berpengaruh terhadap inovasi produk melalui *entrepreneur mindset*?

1.4 Tujuan Penelitian

Dari pertanyaan penelitian di atas, maka dapat diketahui bahwa tujuan dari penelitian adalah:

1. Untuk menganalisis literasi data berpengaruh terhadap inovasi produk.
2. Untuk menganalisis literasi manusia berpengaruh terhadap inovasi produk.
3. Untuk menganalisis literasi teknologi berpengaruh terhadap inovasi produk.
4. Untuk menganalisis literasi data berpengaruh terhadap *entrepreneur mindset*.
5. Untuk menganalisis literasi manusia berpengaruh terhadap *entrepreneur mindset*.
6. Untuk menganalisis literasi teknologi berpengaruh terhadap *entrepreneur mindset*.
7. Untuk menganalisis *entrepreneur mindset* berpengaruh terhadap inovasi produk.
8. Untuk menganalisis literasi data berpengaruh terhadap inovasi produk melalui *entrepreneur mindset*.
9. Untuk menganalisis literasi manusia berpengaruh terhadap inovasi produk melalui *entrepreneur mindset*.
10. Untuk menganalisis literasi teknologi berpengaruh terhadap inovasi produk melalui *entrepreneur mindset*.

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan mempertimbangkan latar belakang masalah, pertanyaan penelitian, dan tujuan penelitian yang telah diuraikan diatas, diharapkan penelitian ini memberikan manfaat yang nyata dan signifikan dalam mengembangkan literasi data, literasi teknologi, literasi manusia terhadap inovasi produk melalui

entrepreneur mindset. Berikut adalah kegunaan yang diharapkan dari hasil penelitian ini:

1.4.1 Manfaat Teoritis.

1. Pengembangan konsep dan teori Inovasi UMKM, Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan literatur ilmiah terkait inovasi produk dalam konteks UMKM di wilayah perkotaan. Dengan meneliti bagaimana inovasi produk diterapkan di Kota Bekasi, penelitian ini dapat menjadi referensi untuk mengembangkan model inovasi yang lebih spesifik bagi UMKM di Indonesia.
2. Kontribusi terhadap kajian pengembangan UMKM, Penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi inovasi produk, seperti peran teknologi, kapasitas SDM, serta kebijakan lokal. Hasil penelitian dapat digunakan untuk memperkuat landasan teoritis dalam kajian kewirausahaan dan inovasi, khususnya di sektor UMKM.
3. Pemahaman tentang peran inovasi dalam daya saing UMKM, Secara teoretis, penelitian ini dapat menjelaskan bagaimana inovasi produk berpengaruh terhadap daya saing UMKM, serta mengidentifikasi variabel yang berperan dalam keberhasilan inovasi di lingkungan bisnis yang dinamis.

1.4.2 Manfaat Praktis.

1. Strategi Pengembangan UMKM, Hasil penelitian ini dapat dijadikan pedoman bagi pemangku kebijakan di Kota Bekasi untuk merumuskan kebijakan yang lebih tepat sasaran guna mendukung pengembangan inovasi UMKM. Dengan memahami hambatan dan peluang inovasi, pemerintah dapat menciptakan program-program pendampingan dan pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha.
2. Panduan bagi Pelaku UMKM, Penelitian ini memberikan panduan bagi para pelaku UMKM mengenai strategi inovasi yang efektif, termasuk pengembangan produk, pemasaran, dan digitalisasi. Rekomendasi yang dihasilkan dari penelitian ini dapat membantu UMKM dalam menentukan langkah-langkah inovasi yang lebih terarah untuk meningkatkan daya saing dan ekspansi bisnis mereka.

3. Optimalisasi Ekosistem Digital, Bagi para pelaku usaha di Kota Bekasi yang ingin bertransformasi ke ekosistem digital, hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang cara memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan inovasi, seperti penggunaan e-commerce, platform digital, dan media sosial untuk menjangkau pasar yang lebih luas.
4. Peningkatan daya saing ekonomi lokal, Penelitian ini juga dapat memberikan manfaat praktis bagi perekonomian lokal dengan mendorong peningkatan daya saing UMKM di Kota Bekasi. Dengan inovasi yang lebih baik, UMKM dapat berkontribusi lebih besar terhadap penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan, dan kesejahteraan masyarakat setempat.



Intelligentia - Dignitas