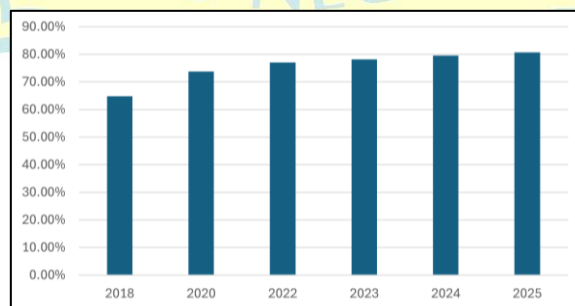


BAB I

PENDAHULUAN

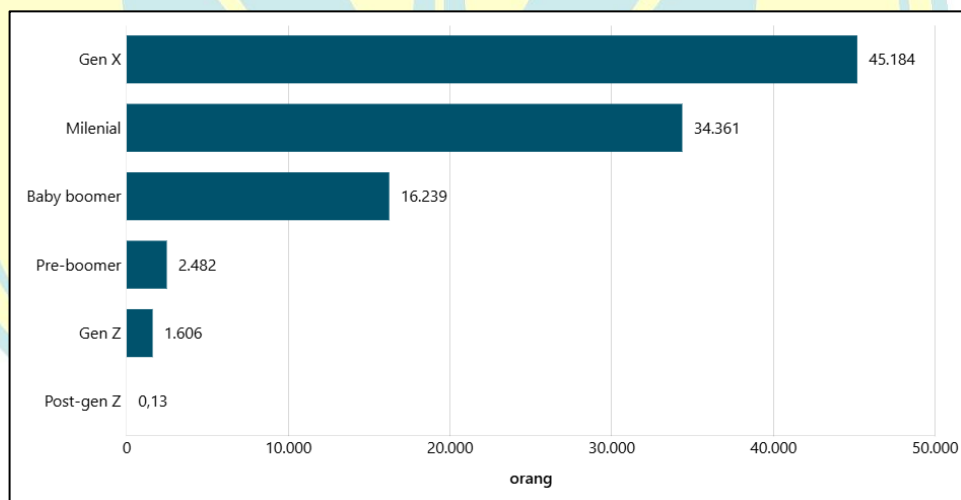
1.1 Latar Belakang Penelitian

Sejak hadirnya *internet*, dunia seakan berada di ujung jari kita, mengubah cara manusia mencari, membeli, dan berbisnis secara global. Berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa *Internet* Indonesia (APJII) (2025), tingkat penetrasi *internet* di Indonesia menunjukkan tren pertumbuhan yang konsisten selama tiga tahun terakhir (lihat Gambar 1.1), dengan laju peningkatan rata-rata sekitar 1,22% setiap tahunnya. Pada tahun 2025, sebesar 80,66% dari total 284,4 juta penduduk di Indonesia telah terkoneksi *internet*, dan sebagian aktivitas digital tersebut dilakukan untuk mengakses media sosial (24,80%), serta melakukan transaksi *online* (14,95%). Perubahan tersebut menunjukkan bahwa pola kehidupan masyarakat Indonesia kini semakin bergeser ke ruang digital, termasuk dalam aktivitas ekonomi yang semakin banyak dilakukan melalui *platform e-commerce* (Kementerian Perdagangan RI, 2024).



Gambar 1.1 Tingkat Penetrasi Internet Indonesia
Sumber: APJII (2025)

Mengacu pada laporan Statistik *E-Commerce* oleh Badan Pusat Statistik (BPS), total nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia pada tahun 2023 tercatat meningkat 40 persen dengan nilai sekitar Rp1,1 ribu triliun. Kenaikan ini sejalan dengan pertumbuhan jumlah *e-commerce user* di Indonesia yang diprediksikan akan terus tumbuh hingga 99,1 juta *user* pada 2029 (Kementerian Perdagangan RI, 2024). Pertumbuhan tersebut mencerminkan tren positif dalam ekonomi digital Indonesia yang juga diperkirakan akan meningkat menjadi Rp9.600 triliun di tahun 2030 (Indonesia.go.id, 2024). Fakta tersebut mengisyaratkan akan besarnya peluang dalam memperluas pasar serta meningkatkan efisiensi operasional melalui pemanfaatan *digital technology* oleh para wirausaha UMKM.

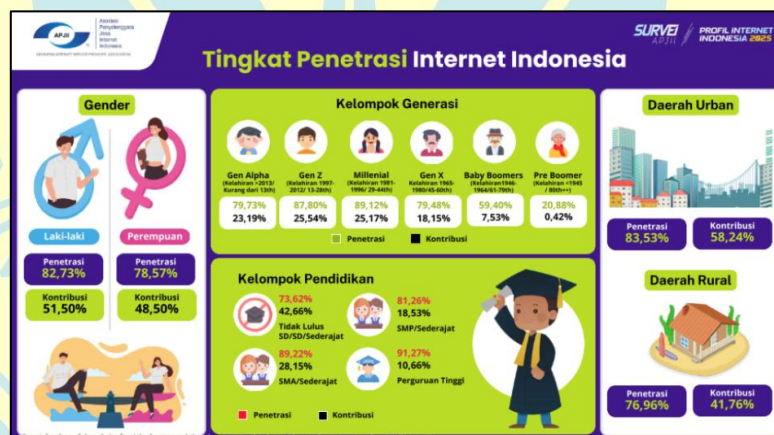


Gambar 1.2 Pelaku UMKM Berdasarkan Kelompok Usia

Sumber: Databoks (2023)

Meskipun berbagai data menunjukkan besarnya peluang ekonomi digital di Indonesia, kenyataannya pemanfaatan teknologi digital dan inovasi masih menjadi salah satu kendala utama bagi para pelaku UMKM, terutama pada kategori usaha mikro (BRIN, 2025). Kendala pemanfaatan

teknologi pada UMKM diduga muncul karena sebagian besar pelakunya masih berasal dari Generasi X (lahir di tahun 1965-1980) sebagaimana dapat dilihat pada Gambar 1.2, yang umumnya tidak tumbuh di era digital (Databoks, 2023). Namun, di saat yang sama, Generasi Milenial (lahir di tahun 1981-1996) justru menempati posisi sebagai pelaku UMKM terbanyak setelah Generasi X. Generasi ini dikenal dekat dengan *internet* dan terbiasa menggunakan teknologi dalam aktivitas sehari-hari sebagaimana yang ditunjukkan pada Gambar 1.3. Namun, tingginya kedekatan generasi muda dengan teknologi tidak serta-merta menjamin optimalisasi pemanfaatan *e-commerce* dalam meningkatkan kinerja dan keberlanjutan usaha mereka.



Gambar 1.3 Tingkat Penetrasi Berdasarkan Kelompok Generasi
Sumber: APJII (2025)

Hasil penelitian Hafitasari *et al.* (2022) menunjukkan bahwa tingkat adopsi *e-commerce* pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia masih tergolong rendah. Kondisi ini dipengaruhi oleh berbagai hambatan, baik teknis maupun nonteknis, seperti keterbatasan konektivitas,

kompleksitas penggunaan situs web, serta minimnya dukungan bagi pengguna.

Dalam perekonomian Indonesia, UMKM memegang peranan yang sangat penting sebagai harapan akan pertumbuhan ekonomi nasional. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021, UMKM diklasifikasikan menjadi tiga kategori berdasarkan besaran modal dan omzet tahunan, sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1.1. Klasifikasi ini memberikan gambaran tentang skala usaha di Indonesia yang berperan penting untuk mendukung kinerja ekonomi nasional.

Tabel 1.1 Kategorisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Kategori	Dana Usaha	Omzet per Tahun
Menengah	> Rp5 miliar – Rp10 miliar	> Rp15 miliar – Rp50 miliar
Kecil	> Rp1 miliar – Rp5 miliar	> Rp2 miliar – Rp15 miliar
Mikro	≤ Rp1 miliar	≤ Rp2 miliar

Sumber: PP No. 7 Tahun 2021

Dalam siaran pers Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Indonesia, Limanseto (2023) menjelaskan bahwa keberadaan UMKM memiliki kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional, dengan sumbangan sebesar 61,9% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta peran dalam menyerap sekitar 97% tenaga kerja di Indonesia. Meskipun peranan UMKM terhadap PDB nasional cukup besar, peningkatan kinerja mereka kini juga semakin dipengaruhi oleh kemampuan beradaptasi terhadap teknologi digital. Hasil kajian *Institute for Development of Economics and Finance (INDEF)* (2024) menunjukkan bahwa digitalisasi memberikan dampak positif terhadap kinerja UMKM, dengan 88,37% pelaku usaha yang beralih dari *offline* ke *online* mengalami

peningkatan omzet tahunan, sementara 24,42% di antaranya menambah tenaga kerja setelah mengadopsi *platform* digital.

Daerah Khusus Jakarta merupakan salah satu provinsi dengan tingkat digitalisasi UMKM tertinggi di Indonesia sekaligus sebagai pusat ekonomi nasional. Menurut pernyataan Penjabat (Pj.) Gubernur Jakarta, Heru Budi Hartono, sebanyak 91,2% pelaku UMKM pada program Jakarta *Entrepreneur* (Jakpreneur) telah melakukan transformasi digital, baik dalam aspek pemasaran maupun operasional (JaKita, 2024). Pemerintah Provinsi Daerah Khusus Jakarta juga secara aktif mendukung proses ini melalui berbagai inisiatif pelatihan dan pendampingan, khususnya pada penguatan literasi dan pemasaran digital bagi para pelaku usaha yang mengikuti program Jakpreneur. Meskipun infrastruktur digital di Jakarta sudah sangat maju, hal tersebut belum berarti dapat mencerminkan pemerataan dalam pemanfaatan teknologi di seluruh pelaku UMKM. Berdasarkan data Jakpreneur DKI Jakarta (2024), jumlah pelaku UMKM di Jakarta mencapai 1,2 juta unit, dengan didominasi oleh usaha mikro sebesar 99,71%, sedangkan usaha kecil dan menengah masing-masing hanya mencapai 0,2% dan 0,09%. Menurut laporan *The SMERU Research Institute* (2023), sebagian besar usaha mikro memiliki karakteristik yang masih mengandalkan proses manual dalam aktivitas bisnisnya, dan tidak memanfaatkan teknologi digital. Bahkan, hanya sekitar 34,65% atau 415.859 pelaku usaha yang terdaftar dalam program pembinaan Jakpreneur. Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha mikro belum

sepenuhnya terjangkau oleh program digitalisasi pemerintah daerah. Lebih lanjut, laporan JaKita (2024) menunjukkan bahwa hambatan masih dirasakan oleh pelaku usaha, terutama pada aspek rendahnya pemahaman dan keterampilan dalam penggunaan teknologi digital sebagai penunjang kegiatan bisnis. Fenomena ini memperlihatkan bahwa meskipun infrastruktur digital di Jakarta yang sudah siap untuk mendukung transformasi digital (Kementerian Komunikasi dan Digital, 2024), kesiapan akan sumber daya manusia masih menjadi tantangan utama dalam upaya mewujudkan keberlanjutan usaha mikro di era digital.

Tantangan transformasi digital juga dihadapi oleh pelaku UMKM di negara-negara ASEAN. Berdasarkan laporan *Economic Research Institute for ASEAN and East Asia (ERIA) (2024)*, sebagian besar pelaku UMKM di kawasan tersebut telah mengimplementasikan alat digital, seperti *e-commerce* dan *e-payment*, untuk mendukung aktivitas pemasaran dan penjualan, baik sebelum, selama, maupun setelah masa pandemi. Penerapan *tools* tersebut terbukti membantu pelaku usaha dalam meningkatkan *profit* melalui peningkatan *volume* penjualan (ERIA, 2024). Namun demikian, sebagaimana yang juga terjadi pada konteks UMKM di Jakarta, tantangan utama dalam proses adopsi digital di kawasan ASEAN terletak pada keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki pemahaman dan keterampilan dalam mengoperasikan serta mengoptimalkan teknologi tersebut. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa meskipun tingkat adopsi digital di Jakarta dan kawasan ASEAN tergolong tinggi, tantangan utama

justru terletak pada kemampuan *internal* pelaku usaha dalam mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital.

Dampak nyata dari perkembangan teknologi digital dapat dilihat dari bagaimana para pelaku usaha yang kini mampu meningkatkan kinerja bisnisnya melalui pemanfaatan *e-commerce*. Salah satu keuntungan utama dari *e-commerce* adalah kemampuannya membuka peluang bagi siapa pun untuk memulai dan mengembangkan usaha dengan cara yang lebih sederhana, bermodal kecil, dan tetap berpotensi tumbuh dengan cepat. (Turban *et al.*, 2015). Penelitian Affandi *et al.* (2024) menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital, termasuk pemanfaatan *e-commerce* oleh pelaku usaha ultra-mikro, mikro, dan kecil di Indonesia, dapat mendorong peningkatan kinerja usaha melalui peningkatan penjualan. Temuan serupa juga dikemukakan oleh Ausat & Peirisal (2021) yang menemukan bahwa penggunaan *e-commerce* pada UMKM di Kota Malang berperan pada peningkatan kinerja bisnis yang diukur melalui bertambahnya penjualan, keuntungan, serta tingkat kepuasan pelanggan. Berbeda dari temuan-temuan sebelumnya yang menunjukkan bahwa *e-commerce adoption* berperan penting dalam mendorong kinerja usaha, khususnya kinerja finansial (*financial performance*), hasil penelitian Purba *et al.* (2021) justru menemukan bahwa penggunaan *e-commerce* tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap *financial performance* pelaku UMKM di Indonesia selama pandemi COVID-19. Kendati demikian, efektivitas pemanfaatan teknologi digital pada akhirnya tetap sangat bergantung pada kemampuan

internal pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi tersebut. Semakin baik kemampuan pengguna dalam memanfaatkan teknologi, maka semakin besar pula peluang UMKM untuk meningkatkan kinerja dan mengembangkan usaha mereka (Ausat & Peirisal, 2021).

Di antara berbagai faktor *internal* yang memengaruhi keberhasilan usaha dalam memanfaatkan teknologi digital, *Digital literacy* menjadi aspek yang paling mendasar. Pelaku usaha yang memiliki tingkat *digital literacy* yang lebih baik cenderung lebih mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi, mengadopsi inovasi model bisnis, serta merespons dinamika dan ketidakpastian pasar (Shatila *et al.*, 2025). Namun, kondisi di Indonesia menunjukkan bahwa kemampuan tersebut justru belum merata di kalangan pelaku Usaha Mikro dan Kecil (UMK). Keterbatasan kemampuan *digital literacy* masih menjadi hambatan utama dalam memanfaatkan *platform* digital secara optimal, khususnya di kalangan pelaku UMK (Suyanto *et al.*, 2023). Selain berpengaruh pada kemampuan usaha dalam mengadopsi teknologi digital, *digital literacy* juga terbukti memengaruhi kinerja usaha (*business performance*), termasuk *financial performance* pada pelaku UMK. Temuan Maulana & Suyono (2023) menunjukkan bahwa *digital literacy* memiliki dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan keuangan usaha sekaligus mendukung *business sustainability* UMKM.

Bukti empiris lainnya juga menjelaskan bahwa *digital literacy* dapat meningkatkan kinerja UMK, terutama ketika didukung oleh model bisnis

online-to-offline sebagai salah satu bentuk integrasi *e-commerce* yang paling efektif (Suryani *et al.*, 2022). Berbeda dengan temuan sebelumnya, studi oleh Suprayitno *et al.* (2025) menunjukkan bahwa *digital literacy* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM batik, hal tersebut terjadi karena pelaku usaha batik di Solo Raya masih memiliki kemampuan digital yang rendah sehingga teknologi belum dimanfaatkan secara maksimal dalam aktivitas bisnis mereka. Fenomena tersebut menggambarkan bahwa hubungan antara *digital literacy* dan kinerja usaha belum sepenuhnya konsisten, sehingga perlu dipahami sesuai konteks wilayah dan karakteristik pelaku usaha.

Meskipun bukti empiris mengenai pengaruh *digital literacy* dan *e-commerce adoption* terhadap *financial performance* masih menunjukkan adanya pro dan kontra, *Financial performance* tetap menjadi salah satu indikator penting bagi keberlanjutan usaha (*sustainability*), terutama bagi pelaku UMK. Pada dasarnya, keberlanjutan usaha tidak dapat dipisahkan dari bagaimana *financial performance* suatu UMK dikelola. Berbagai studi menemukan bahwa ketika *financial performance* meningkat, maka peluang usaha untuk terus bertahan dan bersaing juga akan ikut menguat, oleh karena itu, *financial performance* menjadi salah satu indikator utama yang menentukan *sustainability* usaha (Gorondutse *et al.*, 2021; Menne *et al.*, 2022; Suprayitno *et al.*, 2025; Zighan & Ruel, 2023).

Dari uraian sebelumnya dapat dipahami bahwa transformasi digital telah membuka peluang besar bagi UMK, baik di kawasan ASEAN maupun

di tingkat nasional. Namun, berbagai temuan juga menunjukkan bahwa tingginya tingkat digitalisasi tidak selalu berbanding lurus dengan peningkatan *financial performance*. Perbedaan hasil ini banyak dipengaruhi oleh ketimpangan kemampuan *digital literacy* di kalangan pelaku UMK. Situasi serupa terlihat pada UMK di Jakarta, meskipun menjadi salah satu provinsi dengan tingkat digitalisasi tertinggi. Jakarta tetap menghadapi keterbatasan kemampuan digital pada pelaku usaha serta pemanfaatan teknologi yang belum optimal. Inkonsistensi temuan empiris mengenai pengaruh *e-commerce adoption* dan *digital literacy* terhadap *financial performance* maupun *business sustainability* memperlihatkan bahwa hubungan antarvariabel tersebut belum sepenuhnya dipahami. Berdasarkan penelusuran literatur terdahulu, belum terdapat penelitian yang mengintegrasikan keempat variabel tersebut dalam satu kerangka analisis, terlebih dengan fokus pada pelaku UMK dari Generasi Z dan Milenial. Kedua generasi ini merupakan pengguna teknologi paling aktif sekaligus kelompok usia dengan proporsi terbesar sebagai pelaku UMK di Indonesia termasuk di Jakarta (Databoks, 2023; Jakpreneur DKI Jakarta, 2024), sehingga pemahaman mengenai bagaimana kemampuan digital mereka berkontribusi terhadap kinerja dan keberlanjutan usaha menjadi semakin penting.

Penelitian ini kemudian berfokus pada pelaku Usaha Mikro dan Kecil di Jakarta, mengingat daerah ini memiliki ekosistem digital yang relatif maju namun masih menghadapi ketimpangan penguasaan digital

sebagaimana telah dipaparkan sebelumnya. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi empiris yang lebih utuh terkait peran *e-commerce adoption* dan *digital literacy* terhadap *financial performance* dan *sustainability usaha*, serta menjadi masukan bagi pemerintah daerah dan program pendampingan UMKM dalam merancang intervensi digital yang lebih efektif.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Atas dasar permasalahan yang telah diuraikan pada latar belakang, penelitian ini disusun untuk menjawab pertanyaan penelitian berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Digital Literacy* terhadap *E-Commerce Adoption* pada UMK di Provinsi Jakarta?
2. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *E-Commerce Adoption* terhadap *Financial Performance* pada UMK di Provinsi Jakarta?
3. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Digital Literacy* terhadap *Financial Performance* pada UMK di Provinsi Jakarta?
4. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *E-Commerce Adoption* terhadap *Sustainability* pada UMK di Provinsi Jakarta?
5. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Digital Literacy* terhadap *Sustainability* pada UMK di Provinsi Jakarta?
6. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Financial Performance* terhadap *Sustainability* pada UMK di Provinsi Jakarta?

7. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Financial Performance* dalam memediasi *E-Commerce Adoption* terhadap *Sustainability* pada UMK di Provinsi Jakarta?
8. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Financial Performance* dalam memediasi *Digital Literacy* terhadap *Sustainability* pada UMK di Provinsi Jakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini disusun untuk mencapai tujuan-tujuan penelitian yang dirumuskan berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah ditetapkan, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Digital Literacy* terhadap *E-Commerce Adoption* pada UMK di Provinsi Jakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh *E-Commerce Adoption* terhadap *Financial Performance* pada UMK di Provinsi Jakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Digital Literacy* terhadap *Financial Performance* pada UMK di Provinsi Jakarta.
4. Untuk mengetahui pengaruh *E-Commerce Adoption* terhadap *Sustainability* pada UMK di Provinsi Jakarta.
5. Untuk mengetahui pengaruh *Digital Literacy* terhadap *Sustainability* pada UMK di Provinsi Jakarta.
6. Untuk mengetahui pengaruh *Financial Performance* terhadap *Sustainability* pada UMK di Provinsi Jakarta.

7. Untuk mengetahui peran mediasi dari *Financial Performance* dalam hubungan antara *E-Commerce Adoption* dan *Sustainability* pada UMK di Provinsi Jakarta.
8. Untuk mengetahui peran mediasi dari *Financial Performance* dalam hubungan antara *Digital Literacy* dan *Sustainability* pada UMK di Provinsi Jakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan mempertimbangkan tujuan penelitian yang telah dirumuskan, studi ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kontribusi, baik secara akademis maupun praktis, sebagai berikut:

1. Teoritis

Secara teoritis, studi ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai dinamika digitalisasi UMKM, khususnya di sektor Usaha Mikro dan Kecil. Jika sebagian besar penelitian sebelumnya masih menguji *E-Commerce Adoption*, *Digital Literacy*, *Financial Performance*, maupun *Sustainability* secara terpisah, penelitian ini mencoba melihat keterhubungan keempat variabel tersebut dalam satu kerangka analisis. Pendekatan ini dirancang untuk memberikan sudut pandang baru mengenai peran kemampuan digital pelaku usaha dalam memengaruhi *Financial Performance* dan nantinya bisa berkontribusi terhadap *Sustainability* usaha. Selain itu, penelitian ini juga ditujukan untuk menambah pemahaman mengenai perilaku bisnis Generasi Z dan Milenial sebagai *digital natives*, sehingga dapat dijadikan acuan bagi

studi lanjutan yang ingin menelaah pengaruh kemampuan digital pada konteks bisnis digital yang dijalankan oleh generasi muda.

2. Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak berikut:

- a. Bagi pemerintah daerah, penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar untuk melihat area kemampuan digital mana yang paling berpengaruh terhadap *Financial Performance* dan *Sustainability* UMK. Dengan tinjauan tersebut, pemerintah daerah dapat merancang kebijakan yang lebih terarah, khususnya dalam memperkuat kapasitas digital pelaku usaha muda di Jakarta. Hasil penelitian ini juga diharapkan mampu membantu pemerintah menilai efektivitas inisiatif digitalisasi yang sudah berjalan serta menentukan prioritas dalam membantu pelaku UMK berdasarkan kebutuhannya.
- b. Bagi pelaku UMK, studi ini diharapkan dapat memberi pemahaman mengenai kemampuan digital apa saja yang benar-benar berdampak pada *Financial Performance* dan *Sustainability* usaha mereka. Pemahaman dalam penelitian ini diharapkan dapat membantu pelaku usaha, khususnya generasi muda dalam menentukan prioritas pengembangan diri, mulai dari mengoptimalkan pemanfaatan *e-commerce* hingga meningkatkan *Digital Literacy* yang mendukung pengelolaan usaha. Pengetahuan

tersebut diharapkan dapat mendorong keputusan bisnis yang lebih tepat dalam menghadapi kompetisi bisnis di era ekonomi digital.

