

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

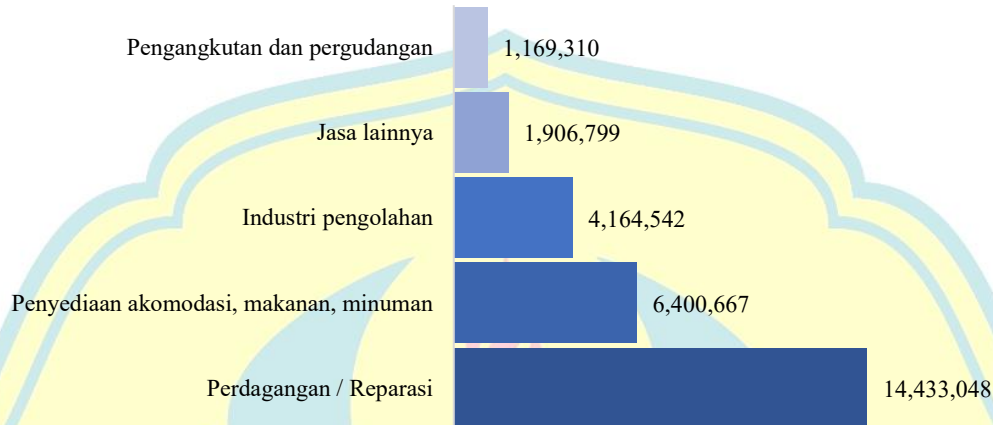
Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) masih menjadi fondasi perekonomian Indonesia yang menopang aktivitas produksi, distribusi, dan konsumsi di berbagai lapisan masyarakat, sebagaimana UMKM telah lama dikenal sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia yang berkontribusi besar terhadap penciptaan lapangan kerja, pendapatan, dan pemerataan ekonomi yang lebih merata (Rudjito, 2003, dalam Raja et al., 2023). Terlebih dewasa ini yang sudah memasuki era ekonomi digital, UMKM tetap memegang peran signifikan sebagai penggerak aktivitas ekonomi domestik. Digitalisasi dalam sektor ekonomi menciptakan efisiensi transaksi, memperluas akses pasar, serta meningkatkan daya saing usaha, terutama bagi UMKM (Napitupulu et al., 2025).

Data Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa unit usaha UMKM terus meningkat setiap tahun, mencerminkan ketergantungan yang kuat terhadap sektor ini untuk menjaga ketahanan ekonomi nasional. Statistik mencatat UMKM menyerap lebih dari 97 persen tenaga kerja dan memberikan kontribusi sekitar 60 persen terhadap PDB Indonesia, serta menunjukkan pertumbuhan positif dari 2020 hingga 2023 meskipun menghadapi tantangan pandemi (Ridwan Zaelani, 2019). Data yang lebih rinci dari Kadin Indonesia (2025) per 31 Desember 2024 mencatat 30,18 juta unit UMKM (tidak termasuk sektor pertanian dan perikanan), sementara data dari Badan Pusat Statistik Sensus Pertanian, (2023), menambahkan 29,34 juta unit UMKM di sektor pertanian dan perikanan. Kontribusi UMKM yang begitu besar mengindikasikan bahwa keberlanjutan UMKM bukan hanya isu sektoral, melainkan isu strategis nasional yang

menentukan stabilitas ekonomi Indonesia dalam jangka panjang dan kesejahteraan sosial masyarakat luas.

Gambar 1. 1. Jumlah UMKM per Sektor Usaha 2024

**Jumlah UMKM per sektor usaha yang sudah tercatat di Kementerian
UMKM tahun 2024**



Sumber: Kementerian UMKM (2024)

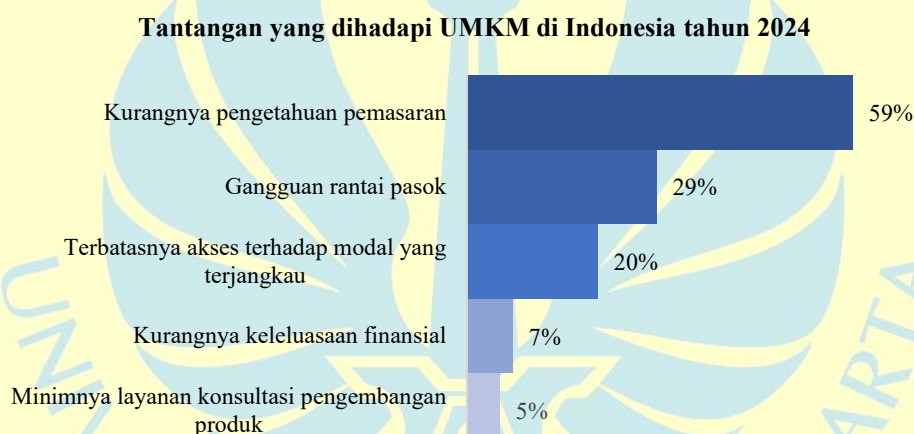
Pemetaan Kementerian UMKM hingga akhir 2024 juga menunjukkan dominasi sektor perdagangan dan reparasi dengan setidaknya terdapat 14,43 juta unit pada sektor perdagangan besar dan eceran, reparasi dan perawatan mobil dan sepeda motor hingga 31 Desember (Gapembi, 2024). Sektor ini mengungkapkan betapa besarnya kebutuhan masyarakat terhadap aktivitas jual beli dan pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Selain itu, sektor akomodasi, makanan, dan minuman mencatat sekitar 6,4 juta unit usaha, menunjukkan pentingnya industri berbasis konsumsi dan pelayanan dari mayoritas usaha pariwisata yang didominasi oleh usaha penyediaan akomodasi dan usaha jasa makanan dan minuman, dengan sektor ini menunjukkan tren peningkatan yang signifikan selama periode 2022 hingga 2024 (Jashella et al., 2025). Industri ini tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat, tetapi juga berperan signifikan dalam menciptakan lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, terutama melalui diversifikasi produk kuliner yang beragam (Andri et al., 2023).

Berbagai sektor jasa dan transportasi menyumbang lebih dari 3 juta unit usaha yang menopang distribusi barang dan jasa, dengan 1,9 juta unit pada sektor jasa dan 1,1 juta unit pada pengangkutan serta pergudangan yang secara keseluruhan memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian nasional. Berbagai sektor jasa dan transportasi yang menopang distribusi barang dan jasa berperan penting dalam ekosistem ekonomi yang berkelanjutan dan signifikan terhadap pertumbuhan perekonomian nasional. Efisiensi logistik dan jasa transportasi berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi negara berkembang, termasuk peningkatan daya saing dan efisiensi rantai pasok yang membantu distribusi produk UMKM hingga ke konsumen akhir (Sharipbekova & Raimbekov, 2018). Pertumbuhan perdagangan UMKM sangat bergantung pada perusahaan jasa pengiriman dalam mendorong perdagangan internasional dan pembangunan ekonomi, di mana sektor jasa pengiriman dan logistik menjadi jembatan vital dalam mempercepat distribusi produk dan memperluas pasar UMKM secara global (Wiederer, 2023). Lebih lanjut, pengembangan infrastruktur transportasi dan pergudangan berperan besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi berkelanjutan dengan meningkatkan aksesibilitas dan mengurangi biaya distribusi. Digitalisasi dalam sektor jasa dan transportasi juga memperkuat efisiensi pasar produk melalui peningkatan akses teknologi pemasaran dan manajemen logistik yang modern (Parianom et al., 2024).

Eskalasi kuantitas sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mengindikasikan ketersediaan kapasitas strategis yang signifikan bagi penguatan ketahanan serta daya saing ekonomi pada skala nasional. Namun, kapasitas ini sering kali tidak diikuti oleh daya tahan usaha yang optimal. UMKM di Indonesia masih sangat rentan terhadap fluktuasi harga, perubahan kondisi pasar, hingga gangguan logistik yang dapat menghambat kelangsungan operasional (Akmalia et al., 2025). Ketidaksesuaian antara skala bisnis dan kapasitas adaptasi merupakan karakteristik fundamental UMKM

Indonesia yang menyebabkan kerentanan terhadap guncangan multidimensional, baik internal maupun eksternal (Lestari et al., 2024). Secara spesifik, UMKM dinyatakan lebih rentan terhadap fluktuasi ekonomi dibandingkan perusahaan besar, terutama dalam konteks ketahanan terhadap siklus bisnis, meskipun kerentanan mereka memiliki bentuk yang berbeda-beda (Safón & Iborra, 2025). Daya tahan usaha mencakup kapasitas organisasi untuk merespons, beradaptasi, dan pulih dari gangguan eksternal atau tekanan yang tidak terduga (Kotsios, 2023). Keterbatasan *buffer* modal, diversifikasi *supplier* yang terbatas, dan posisi tawar yang lemah membuat UMKM sangat terpapar terhadap *disruption* dalam *supply chain* dan volatilitas pasar (Nicolas, 2019).

Gambar 1. 2. Tantangan yang dihadapi UMKM di Indonesia 2024



Sumber: *Striving to Thrive A 60 Decibels Report for Mastercard® Strive Indonesia* (2024)

Berbagai hambatan tersebut diperkuat dengan data dari *Striving to Thrive: A 60 Decibels Report for Mastercard® Strive Indonesia*, (2024), yang menunjukkan bahwa 59 persen UMKM mengalami keterbatasan pengetahuan dan inovasi pemasaran. Keterbatasan pengetahuan dan inovasi pemasaran yang dialami oleh sebagian besar UMKM di Indonesia masih mengandalkan metode pemasaran tradisional dan kurang familiar dengan *platform* digital. Ini mengindikasikan banyak pelaku usaha masih tertinggal dalam memanfaatkan kanal digital dan teknologi pemasaran modern yang menunjukkan terbatasnya akses terhadap dukungan teknis. Lebih lanjut, sekitar 29 persen

UMKM mengalami kesulitan dalam mendapatkan siklus rantai pasok, sedangkan 20 persen lainnya menghadapi hambatan dalam mendapatkan permodalan yang terjangkau. Tidak hanya masalah teknis, tujuh persen UMKM terganggu oleh keleluasaan finansial, dan lima persen kesulitan dalam pengembangan inovasi produk. Angka ini menegaskan tantangan UMKM bukanlah sesuatu yang sederhana, melainkan kompleksitas yang mencakup masalah keuangan, tenaga kerja, rantai pasok, dan pemasaran secara simultan, semuanya berdampak signifikan pada keberlangsungan bisnis (Prangan et al., 2025).

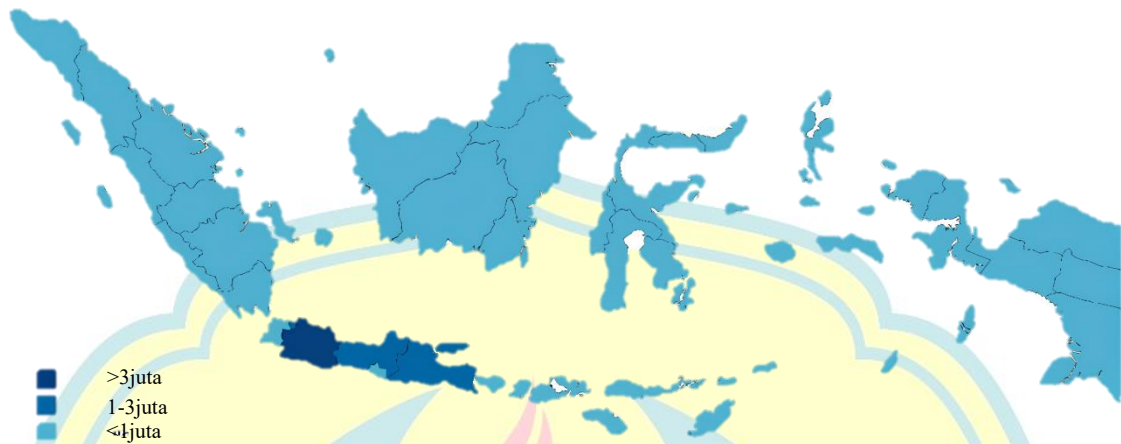
Gangguan rantai pasok muncul sebagai hambatan signifikan kedua yang mencerminkan kompleksitas operasional UMKM di era global (Guan et al., 2025). Visibilitas dalam rantai pasok menjadi tantangan krusial bagi UMKM, karena minimnya data *real-time* membatasi kemampuan mereka untuk merespons kondisi pasar yang dinamis secara cepat dan akurat (Prangan et al., 2025). Dalam konteks ini, aspek-aspek kunci seperti fleksibilitas, daya tanggap, dan manajemen risiko berperan penting dalam menjaga efisiensi operasional dan memastikan aktivitas bisnis adaptif terhadap fluktuasi eksternal (Hamdana et al., 2022). Masalah ini juga diperparah oleh terbatasnya akses permodalan, terutama bagi UMKM yang berlokasi di daerah terpencil, yang seringkali kesulitan mendapatkan pendanaan yang memadai untuk memperluas operasi atau meningkatkan kapabilitas rantai pasok mereka (Efendi et al., 2023). Kendala keuangan tersebut berkaitan erat dengan fleksibilitas keuangan perusahaan, dan penelitian empiris secara konsisten menunjukkan bahwa fleksibilitas keuangan berdampak positif dan signifikan terhadap ketahanan keuangan UMKM dalam menghadapi guncangan ekonomi (Julito et al., 2021).

Di antara berbagai lapisan masalah yang dialami UMKM, implementasi *platform digital supply chain* berbasis *fintech* dan logistik yang saling terintegrasi muncul sebagai strategi efektif untuk mendorong percepatan transformasi digital mereka (Guan et al.,

2025; Soni et al., 2022). *Platform* semacam itu memberikan kesempatan kepada pengusaha untuk menggunakan pembayaran elektronik, mencatat transaksi secara mandiri, memanfaatkan logistik yang lebih optimal, melacak kiriman, dan mendapatkan promosi mudah yang terkoneksi langsung dengan dunia *e-commerce* (Soni et al., 2022; Prangan et al., 2025). Penggabungan antara teknologi finansial dan logistik ini tidak hanya menyederhanakan operasi harian, tetapi juga meningkatkan keterbukaan bisnis, mengoptimalkan rantai distribusi, serta memperbaiki kemampuan UMKM untuk menanggapi kebutuhan pasar dengan lebih kilat dan akurat (Ye et al., 2024; Sinaga & Yunanda, 2025). Akibatnya, penggunaan *platform fintech-logistic* yang terpadu memiliki potensi besar sebagai komponen krusial untuk memastikan kelangsungan UMKM di tanah air.

Dikutip dari data survei *Institute for Development of Economics and Finance* (2024), *platform e-commerce* telah diadopsi oleh UMKM Indonesia dalam skala besar untuk menjalankan bisnis *online* mereka. Ini adalah pemimpin pasar karena 50 persen UMKM menggunakan *Shopee*, diikuti oleh Facebook Marketplace dengan 33,46 persen, Instagram Shop dengan 28,74 persen, dan TikTok Shop dengan 20,87 persen. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM sudah menyadari nilai digitalisasi dan mereka memanfaatkan berbagai saluran yang tersedia secara *online* dalam penjualan produk mereka untuk meningkatkan pangsa pasar mereka. Selain *platform e-commerce* utama, UMKM juga terwakili di *platform online* lainnya, termasuk pengiriman makanan online 17,32 persen, *Tokopedia* 6,69 persen, *WhatsApp* 6,69 persen, dan *Lazada* 5,91 persen, yang membuktikan adanya strategi multichannel.

Gambar 1. 3. Distribusi Usaha *E-Commerce* Berdasarkan Provinsi Tahun 2024



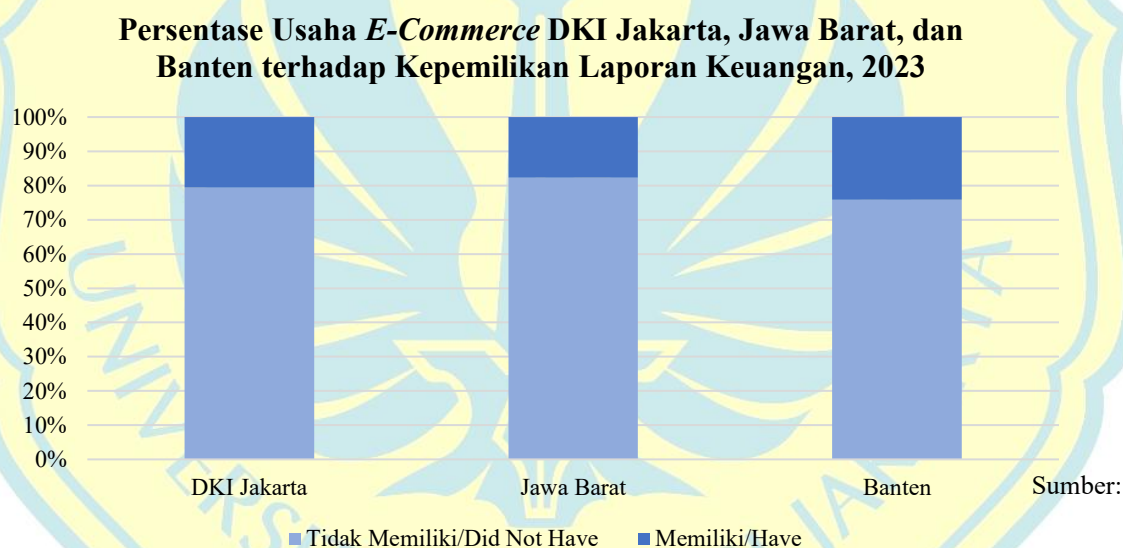
Sumber: Badan Pusat Statistik (2025)

Menurut data yang diterbitkan oleh Badan Pusat Statistik, (2025), sebanyak 79,52 persen tenaga kerja *e-commerce* berada di Pulau Jawa, yang berarti bahwa aktivitas ekonomi digital di Indonesia masih terpusat di wilayah dengan infrastruktur digital, pasar, dan jaringan logistik yang lebih maju, serta di wilayah metropolitan, khususnya di Jakarta Raya (Jabodetabek). Juga, Elhan-Kayalar et al., (2022), tidak menyangkal bahwa konsentrasi utama aktivitas ekonomi digital di Indonesia berada di wilayah metropolitan Pulau Jawa, terutama di Jakarta dan sekitarnya, karena wilayah ini lebih banyak mengadopsi teknologi, memiliki penetrasi teknologi yang lebih tinggi, dan memiliki konsentrasi bisnis yang lebih tinggi dibandingkan dengan wilayah lain. Jakarta Raya merupakan salah satu ekosistem utama pengembangan UMKM berbasis *platform* digital karena konsentrasi konsumen digital, penyedia logistik, dan layanan *fintech* lebih tinggi dibandingkan dengan wilayah lain di Indonesia (Indarsari, 2025). Integrasi *platform* digital, layanan *fintech*, dan sistem logistik di wilayah metropolitan lebih menguntungkan untuk membantu operasional *e-commerce* dan rantai pasokan digital.

Meskipun demikian, penggunaan inovasi teknologi ini tidak bisa dipisahkan dari elemen dalam diri pengusaha UMKM, khususnya konsep *financial self-efficacy* atau rasa

percaya diri pribadi dalam menangani urusan finansial perusahaan. Konsep ini berperan krusial dalam menentukan pilihan keputusan monetari, kemampuan untuk merekam transaksi, mengatur aliran dana, serta memaksimalkan pemanfaatan alat teknologi finansial (Julito et al., 2021; Mubarakahet al., 2025). Apabila pengusaha UMKM memiliki tingkat keyakinan diri yang minim terkait finansial, mereka biasanya enggan menggunakan teknologi keuangan, kurang yakin untuk mendapatkan pendanaan daring, dan mengalami hambatan dalam menangani catatan keuangan (Lestari et al., 2024). Di sisi lain, individu dengan *self-efficacy* yang kuat lebih siap untuk mengadopsi teknologi dan membuat pilihan berdasarkan informasi yang akurat (Kumar et al., 2023).

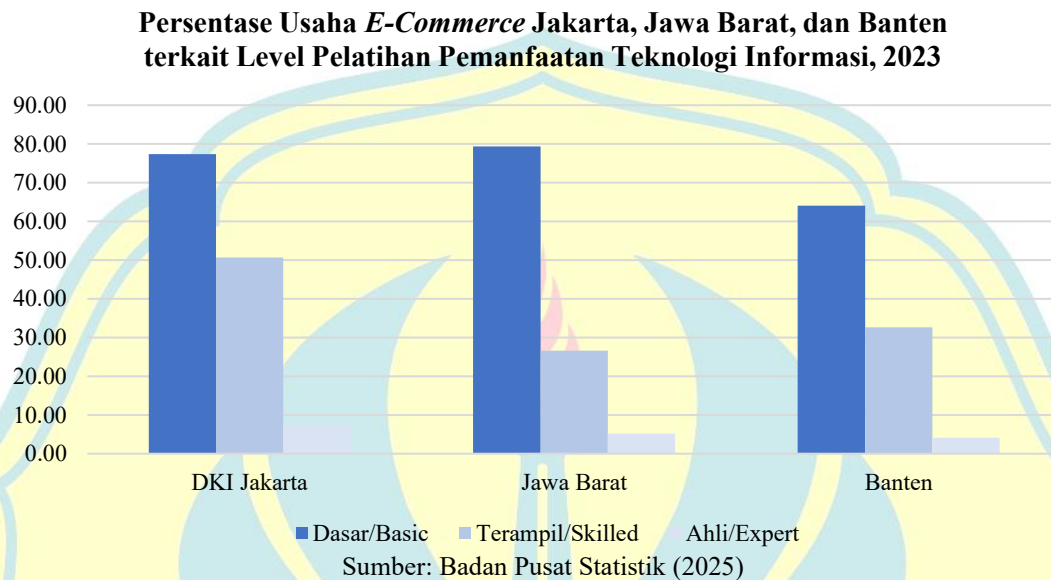
Gambar 1. 4. Persentase Usaha E-Commerce DKI Jakarta, Jawa Barat, dan Banten terhadap Kepemilikan Laporan Keuangan Tahun 2023



Mayoritas usaha dagang tersebut tidak memiliki pelaporan keuangan yang memadai. Ini berarti bahwa manajemen keuangan di kalangan UMKM masih sangat rendah, yang secara langsung terkait dengan efikasi diri finansial pengusaha. Efikasi diri finansial menunjukkan bahwa seseorang percaya diri tentang kemampuannya untuk mengelola uang dan membuat keputusan yang efektif terkait uang. Pengusaha dengan efikasi diri yang rendah cenderung memiliki catatan keuangan yang buruk, pemahaman

yang buruk tentang arus kas bisnis, dan akses terhadap teknologi keuangan yang diperlukan untuk memfasilitasi operasi bisnis (Mohapatra et al., 2025).

**Gambar 1. 5. Persentase Usaha E-Commerce DKI Jakarta, Jawa Barat, dan Banten
Terkait Level Pelatihan Pemanfaatan Teknologi Informasi**



Selain elemen internal seperti *financial self-efficacy*, kesuksesan usaha mikro, kecil, dan menengah dalam memanfaatkan *platform fintech logistic integrated* sangat bergantung pada tingkat literasi digital mereka. Literasi digital ini melampaui kemampuan mendasar dalam mengoperasikan alat digital, meliputi juga kecakapan untuk memahami, mengelola, dan mengoptimalkan data digital secara efisien. Informasi tersebut mengungkapkan bahwa mayoritas perusahaan *e-commerce* masih memiliki pelatihan teknologi informasi tingkat rendah dan jumlah perusahaan dengan keterampilan teknologi tingkat ahli relatif rendah. Fakta ini menunjukkan bahwa kemampuan digital UMKM masih rendah, yang berpotensi menghambat pemanfaatan optimal teknologi digital dalam operasional bisnis, seperti pengintegrasian layanan rantai pasokan digital berbasis *fintech* dan logistik. Hal ini sejalan dengan sebuah studi yang menyatakan bahwa kemampuan digital yang rendah merupakan salah satu tantangan utama yang dihadapi UMKM dalam penggunaan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi rantai pasok dan kinerja bisnis.

Kemampuan digital dapat membantu bisnis untuk mengintegrasikan teknologi dalam bentuk *marketplace*, sistem pembayaran *fintech*, dan layanan logistik digital untuk meningkatkan efisiensi operasional dan keberlanjutan bisnis mereka (Veiga dkk. 2024).

Gambar 1. 6. Persentase Usaha *E-Commerce* Menurut Provinsi Dan Pelatihan Terkait Pemanfaatan Teknologi Informasi Tahun 2023



Di lain sisi, perbedaan juga terlihat pada tingkat partisipasi dalam pelatihan teknologi informasi statistik menunjukkan bahwa lebih dari 94 persen pengusaha *e-commerce* belum terlatih dalam teknologi informasi. Hal ini menyiratkan bahwa tingkat literasi digital di kalangan UMKM masih relatif rendah dan ini dapat memengaruhi kemampuan mereka untuk menggunakan teknologi digital dalam menjalankan bisnis dengan cara terbaik. Literasi digital mengacu pada kemampuan individu untuk mengakses, memahami, serta menggunakan teknologi digital secara mahir dalam operasi ekonomi dan bisnis. Literasi digital, dalam kasus UMKM, merupakan elemen penting dari adopsi teknologi yang efektif, termasuk *fintech*, *e-commerce*, dan *platform* logistik digital (Hoque et al., 2025). Selain itu, studi lain juga menunjukkan bahwa literasi digital mampu meningkatkan dampak pemanfaatan teknologi digital terhadap keberlanjutan bisnis UMKM (Sreenu, 2025).

Di samping disparitas dalam bidang digital dan keuangan, muncul pula ketimpangan terkait ketersediaan layanan logistik yang berkualitas terutama bagi UMKM yang sangat bergantung pada efisiensi rantai pasok untuk menjaga daya saing usahanya (Nugroho et al., 2024). Usaha mikro, kecil, dan menengah di kawasan terisolir umumnya menghadapi ongkos logistik yang lebih besar, durasi distribusi yang lebih panjang, serta keterbatasan dalam mengakses fasilitas penyimpanan (Neri et al., 2021). Kondisi tersebut membuat UMKM kesulitan untuk berkompetisi di lingkungan perdagangan elektronik yang mengharuskan respons cepat dan ketepatan pengantaran (Rita & Ramos, 2022). Pada titik ini, *platform* integrasi *fintech-logistic* mampu menawarkan alternatif efektif melalui penyediaan jasa pengiriman yang saling terhubung, pemantauan langsung secara *real-time*, serta tarif logistik yang lebih bersaing (Soni et al., 2022).

Meskipun pemanfaatan *platform* tersebut memiliki potensi besar, peningkatan produktivitas UMKM tidak dapat terjadi secara otomatis tanpa dukungan kapabilitas pengusaha dalam mengelola aspek finansial. Banyak pelaku usaha yang masih menghadapi kesulitan dalam mengatur arus kas, memisahkan aset pribadi dan bisnis, serta menentukan prioritas pengeluaran. Kondisi seperti ini menyebabkan UMKM menjadi rentan terhadap tekanan keuangan ketika terjadi fluktuasi pasar atau gangguan dalam rantai distribusi. Sebagai refleksi, pada Gambar 1.2 mengenai tantangan yang dihadapi UMKM, sekitar 29 persen mengindikasikan keterbatasan dalam kelenturan finansial, yang pada akhirnya mengurangi ruang gerak mereka dalam mengambil keputusan keuangan.

Dari paparan data tersebut, jelas terungkap adanya disparitas signifikan dalam aspek digital dan finansial di antara berbagai provinsi di Indonesia (Bahtiar et al., 2025; Pratiwi et al., 2025). Disparitas semacam ini mengindikasikan bahwa tidak seluruh usaha mikro, kecil, dan menengah berada pada posisi setara terkait kapasitas untuk mengoptimalkan *platform* daring, baik dari perspektif teoritis maupun praktis, sehingga

diperlukan pemahaman komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi adopsi dan implementasi teknologi digital (Sakti et al., 2025). Oleh karena itu, faktor-faktor seperti penggunaan *platform fintech-logistic* yang terintegrasi, yang terbukti meningkatkan efisiensi pembiayaan rantai pasok dan performa operasional (Guan et al., 2025; Soni et al., 2022), *financial self-efficacy*, yang berperan sebagai mediator krusial dalam menentukan keputusan finansial dan adopsi teknologi UMKM (Julito et al., 2021; Mubarakah et al., 2025) serta kemampuan literasi digital, yang memengaruhi kepatuhan terhadap standar operasional digital dan keberlanjutan usaha jangka panjang (Hamdani & Dura, 2024; Sulistyono et al., 2022), menunjukkan keterkaitan empiris yang mendalam dalam memastikan kelangsungan dan daya saing UMKM di era transformasi digital (Mila et al., 2022; Sinaga & Yunanda, 2025).

Berbagai studi telah menunjukkan manfaat teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional, akses pasar, dan ketahanan bisnis dalam menghadapi lingkungan bisnis yang selalu kompetitif. Studi oleh Nugroho et al., (2024), dan Mila et al., (2022), menunjukkan bahwa digitalisasi bisnis, termasuk penggunaan *platform e-commerce* dan layanan digital, dapat meningkatkan kinerja operasional dan keberlanjutan usaha kecil dengan meningkatkan efisiensi rantai pasok dan akses pasar. Dari perspektif *Resource-Based View* (RBV), teknologi digital dapat dianggap sebagai sumber daya strategis untuk membantu perusahaan mencapai keunggulan kompetitif dengan efisiensi dan inovasi yang lebih besar dalam manajemen proses bisnis (Barney, 1991). Namun, tidak semua studi menunjukkan hasil yang seragam mengenai pengaruh digitalisasi terhadap keberlanjutan UMKM.

Beberapa studi menemukan kurangnya dampak langsung dari adopsi teknologi digital terhadap keberlanjutan bisnis. Penelitian Fahmi & Purwidiyanti, (2025), dan Nurwahida, (2025), menunjukkan bahwa keberhasilan penerapan teknologi digital oleh

UMKM sangat berkaitan dengan kemampuan pelaku bisnis untuk mengelola dan menggunakan teknologi secara efektif. Ini berarti bahwa digitalisasi tidak secara otomatis meningkatkan keberlanjutan bisnis jika tidak didukung oleh kapasitas internal pelaku bisnis. Inkonsistensi temuan ini menunjukkan kesenjangan penelitian pertama, yaitu mekanisme teknologi digital yang tidak jelas dalam keberlanjutan bisnis UMKM, terutama ketika kita mempertimbangkan faktor internal dalam pelaku bisnis yang dapat memengaruhi efek teknologi secara positif atau negatif. Dalam konteks ini, konsep efikasi diri finansial penting karena kepercayaan individu terhadap kemampuan mereka untuk mengelola keuangan telah ditemukan memengaruhi kualitas pengambilan keputusan keuangan dan kinerja bisnis (Rusanda et al., 2024; Julito et al., 2021; Mubarakah et al., 2025).

Lebih lanjut, sebagian besar studi sebelumnya masih memiliki pandangan parsial tentang digitalisasi, karena sebagian besar berfokus pada penggunaan fintech sebagai bentuk pembayaran digital atau akses ke pembiayaan bisnis. Studi oleh Guan et al., (2025), dan Prangan et al, (2025), menunjukkan potensi teknologi keuangan dalam meningkatkan efisiensi pembiayaan di bisnis dan meningkatkan akses UMKM ke layanan keuangan formal. Namun, studi-studi ini cenderung tidak menyelidiki hubungan antara teknologi keuangan dan sistem logistik dan distribusi, yang merupakan bagian penting dari rantai pasok digital. Sementara itu, studi tentang teknologi logistik digital yang berkaitan dengan UMKM masih relatif sedikit dan jarang menghubungkan pembayaran digital dengan sistem pelacakan distribusi (Soni et al., 2022). Padahal, dalam ekosistem *e-commerce* modern, integrasi antara sistem pembayaran digital dan layanan logistik merupakan komponen penting dalam meningkatkan efisiensi rantai pasok dan keberlanjutan operasional UMKM (Ye et al., 2024). Situasi ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian kedua, yaitu kurangnya penelitian tentang penggunaan *platform* rantai pasok

digital yang menggabungkan *fintech* dan layanan logistik untuk memengaruhi keberlanjutan bisnis UMKM.

Di sisi lain, keberhasilan transformasi digital di UMKM juga sangat dipengaruhi oleh tingkat literasi digital para pelaku bisnis. Literasi digital adalah kemampuan seseorang untuk memahami, mengakses, dan memanfaatkan teknologi digital dengan baik dalam aktivitas bisnis. Penelitian oleh Hamdani & Dura, (2024), dan Pratiwi et al, (2025), menunjukkan bahwa literasi digital penting untuk meningkatkan efektivitas penggunaan teknologi digital oleh UMKM. Pelaku bisnis yang memiliki tingkat literasi digital yang tinggi lebih mungkin mampu memanfaatkan *platform* digital secara maksimal untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas pasar. Di sisi lain, kurangnya literasi digital dapat menjadi penghalang dalam mengadopsi teknologi dan membatasi keberhasilan upaya transformasi digital suatu bisnis. Namun, sebagian besar penelitian sebelumnya terus menempatkan literasi digital pada posisi variabel independen yang secara langsung memengaruhi kinerja bisnis.

Bahkan, secara konseptual, literasi digital juga dapat dianggap sebagai faktor kontekstual yang memperkuat atau melemahkan kekuatan teknologi digital terhadap kinerja bisnis. Sakti et al, (2025), dan Bahtiar et al, (2025), menunjukkan adanya kemampuan digital dari para pelaku bisnis merupakan bagian penting dalam keberhasilan implementasi teknologi digital dalam aktivitas tersebut. Dengan kata lain, pengoperasian literasi digital tidak hanya secara langsung memengaruhi kinerja bisnis, tetapi juga memengaruhi tingkat efektivitas penggunaan teknologi digital oleh para pelaku bisnis. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian ketiga, yaitu kurangnya penelitian tentang peran literasi digital sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara penggunaan teknologi digital dan keberlanjutan bisnis UMKM.

Dari perspektif teori manajemen strategis, keberlanjutan bisnis UMKM dipengaruhi tidak hanya oleh faktor eksternal seperti teknologi dan pasar, tetapi juga oleh kemampuan para pelaku internal dalam bisnis untuk mengelola sumber daya dan bisnis mereka. Teori RBV menjelaskan bahwa perusahaan mampu mencapai keberlanjutan bisnis jika mereka mampu mengelola sumber daya strategis secara efektif dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Jay Barney, 1991). Dalam konteks UMKM digital, penggunaan *platform digital supply chain* berbasis *fintech* dan logistik dapat dipandang sebagai sumber daya teknologi strategis, sementara sumber daya berbasis kemampuan individu berupa efikasi diri finansial dan literasi digital menentukan efektivitas penggunaan sumber daya teknologi tersebut. Oleh karena itu, integrasi faktor teknologi dan kemampuan individu sangat penting dalam menjelaskan keberlanjutan bisnis UMKM di era ekonomi digital.

Berdasarkan uraian tersebut, kebaruan penelitian ini terletak pada pengembangan model integratif yang mengkaji secara internal dan eksternal penggunaan *platform fintech* dan rantai pasok digital berbasis logistik serta efikasi diri finansial terhadap keberlanjutan usaha UMKM dengan literasi digital sebagai variabel moderasi yang meningkatkan atau menurunkan efektivitas hubungan tersebut. Berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang cenderung membahas *fintech*, digitalisasi bisnis, atau literasi digital secara terpisah, penelitian ini menggabungkan ketiga faktor tersebut ke dalam kerangka konseptual yang komprehensif untuk menjelaskan keberlanjutan usaha UMKM dalam ekosistem ekonomi digital.

Karenanya, penelitian berjudul **“Pengaruh Penggunaan *Digital Supply Chain Platform* Terintegrasi Berbasis *Fintech* dan Logistik serta *Financial Self-Efficacy* terhadap Keberlanjutan Bisnis UMKM dengan Literasi Digital sebagai Variabel Moderasi”** bertujuan menyajikan pemahaman menyeluruh tentang faktor-faktor yang

memengaruhi keberlanjutan UMKM di era digital, sekaligus menghasilkan temuan yang dapat dijadikan pijakan bagi perumusan kebijakan dan praktik bisnis demi memperkuat daya tahan UMKM di Indonesia.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka dapat ditulis rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh *platform digital supply chain* terintegrasi berbasis *fintech* dan logistik terhadap keberlanjutan UMKM?
2. Apakah terdapat pengaruh *financial self-efficacy* terhadap keberlanjutan UMKM?
3. Bagaimana pengaruh literasi digital memoderasi penggunaan *platform digital supply chain* terintegrasi berbasis *fintech* dan logistik terhadap keberlanjutan UMKM?
4. Bagaimana pengaruh literasi digital memoderasi *financial self-efficacy* terhadap keberlanjutan UMKM?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan umum penelitian ini adalah untuk memperoleh wawasan empiris tentang bagaimana *platform digital supply chain* berbasis *fintech* dan logistik, *financial self-efficacy*, dan literasi digital memengaruhi keberlanjutan UMKM di Indonesia. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menguji pengaruh *platform digital supply chain* berbasis *fintech* dan logistik terintegrasi terhadap keberlanjutan bisnis UMKM.
2. Menguji pengaruh *financial self-efficacy* terhadap keberlanjutan bisnis UMKM.
3. Menganalisis pengaruh literasi digital memoderasi penggunaan *platform digital supply chain* berbasis *fintech* dan logistik terintegrasi terhadap keberlanjutan bisnis UMKM.
4. Menganalisis pengaruh literasi digital memoderasi *financial self-efficacy* terhadap keberlanjutan bisnis UMKM.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat Teoritis

1. Menambah wawasan mengenai teori integrasi antara teknologi finansial dan logistik, terutama pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), khususnya penggunaan *platform digital supply chain* terintegrasi berbasis *fintech* dan logistik terhadap keberlanjutan usaha.
2. Memperkaya literatur tentang *financial self-efficacy* dengan mengkaji pengaruhnya terhadap keberlanjutan bisnis UMKM sebagai variabel psikologis yang berperan dalam pengelolaan keuangan digital pelaku UMKM.
3. Mengembangkan kerangka konseptual yang memasukkan literasi digital sebagai faktor yang memoderasi pengaruh, untuk memperluas pengetahuan ilmiah mengenai cara literasi digital memperkuat atau memperlemah dampak teknologi terhadap kelestarian usaha mikro, kecil, dan menengah.
4. Mendorong penelitian lanjutan mengenai transformasi digital UMKM dari perspektif ekosistem teknologi dan perilaku keuangan.

Manfaat Praktis

1. Mendukung usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dengan memberikan saran yang tepat agar penggunaan *platform* finansial dan logistik terpadu semakin efektif, melalui peningkatan kepercayaan diri dalam mengelola keuangan dan pemahaman tentang teknologi digital, sehingga bisnis mereka lebih tangguh dan dapat terus berkembang.
2. Membantu penyedia layanan *fintech* dan logistik dalam merancang produk dan layanan yang lebih responsif dan mudah diadopsi sesuai dengan tingkat literasi digital dan kebutuhan UMKM di Indonesia.
3. Menjadi referensi bagi pemerintah dan pembuat kebijakan dalam merumuskan program pemberdayaan UMKM yang menitikberatkan pada peningkatan kapasitas

digital dan finansial, serta mempercepat digitalisasi UMKM secara menyeluruh dan inklusif.

4. Memberikan data yang akurat dan relevan untuk mengukur keberhasilan program digitalisasi dan inklusi keuangan, guna membuat dan memperkuat UMKM agar lebih mampu menyesuaikan diri dengan perubahan dalam ekonomi digital.

