Manajemen dan Kewirausahaan, 2024, 5(2), 169-184
E-ISSN 2774-6941
DOI Prefix 10.52682/mk.v5i2.10527

Peranan Transformasi Digital Pada Keberlangsungan Usaha UMKM di Kota Manado

Regina T. Saerang[1], Emilia M. Gunawan[2], Mirah Rogi[3]

[1,2,3] Manajemen, Universitas Sam Ratulangi, Indonesia

regina.saerang@unsrat.ac.id

Submitted : 20-11-2024
Revised : 17-12-2024
Accepted : 19-12-2024

How to cite:

Saerang, R. T., Gunawan, E. M., Rogi, M. H. (2024). Peranan Transformasi Digital Pada Keberlangsungan Usaha UMKM di Kota Manado. *Manajemen dan Kewirausahaan*. 5(2), 169-184. https://doi.org/10.52682/mk.v5i2.10527

Copyright 2024 by authors

Licensed by Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peranan transformasi digital dalam mendukung keberlangsungan usaha UMKM di Kota Manado. Transformasi digital telah menjadi faktor kunci dalam perkembangan dan keberlangsungan bisnis di era digital saat ini. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar penting dalam perekonomian lokal, termasuk di Kota Manado. Namun, UMKM sering menghadapi tantangan dalam mengadopsi teknologi digital dan memanfaatkannya secara optimal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melakukan survey melalui angket terhadap 55 pelaku UMKM di Kota Manado dengan teknik *purposive sampling*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Domain Pelanggan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keberlangsungan Usaha UMKM, Domain Persaingan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keberlangsungan Usaha UMKM, dan Domain Inovasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keberlangsungan Usaha UMKM di Kota Manado. Sedangkan secara simultan, ketiga variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap Keberlangsungan Usaha UMKM di Kota Manado. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi signifikan dalam memahami bagaimana transformasi digital dapat menjadi motor penggerak keberlangsungan usaha UMKM, khususnya di Kota Manado, yang memiliki potensi ekonomi besar namun masih memerlukan akselerasi dalam bidang digitalisasi.

Katakunci: keberlangsungan usaha; transformasi digital; umkm

ABSTRACT

This research aims to analyze the role of digital transformation in supporting the sustainability of MSME businesses in Manado City. Digital transformation has become a key factor in the development and sustainability of business in the current digital era. Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are an important pillar in the local economy, including in the City of Manado. However, MSMEs often face challenges in adopting digital technology and making optimal use of it. This research uses a quantitative approach by conducting a survey via questionnaire of 55 MSME actors in Manado City using a purposive sampling technique. Data will be analyzed to identify the opportunities and challenges faced by MSMEs in adopting digital transformation, as well as to evaluate the impact of digital transformation on the sustainability of their businesses. The results of this research are that the Customer Domain partially has a significant effect on the Sustainability of MSME Businesses, the Competition Domain partially has a significant effect on the Sustainability of MSME Businesses, and the Innovation Domain partially has a significant effect on the Sustainability of MSME Businesses in Manado City. Simultaneously, the three independent variables have a significant effect on the sustainability of MSME businesses in Manado City. This research makes a significant contribution in understanding how digital transformation can be a driving force for the sustainability of MSME businesses, especially in the city of Manado, which has large economic potential but still requires acceleration in the field of digitalization.

Keywords: business resilience; entrepreneurial characteristics; Government Support; MSMe; technological capabilities

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor ekonomi yang menjadi tulang punggung bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia. UMKM memiliki peran penting dalam menciptakan lapangan kerja, memperluas distribusi pendapatan, dan mendukung pembangunan ekonomi di tingkat lokal hingga nasional. Namun, tantangan yang dihadapi oleh UMKM seringkali cukup besar, terutama dalam hal kemampuan mereka untuk bersaing dan bertahan di era digitalisasi.

Transformasi digital telah menjadi salah satu faktor kunci dalam membangun keberlanjutan bisnis di era saat ini. UMKM yang mampu mengadopsi dan memanfaatkan teknologi digital dengan baik dapat memperoleh keuntungan yang signifikan, seperti meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan meningkatkan daya saing. Namun, masih ada banyak UMKM di Kota Manado yang belum mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal, sehingga berpotensi tertinggal dalam persaingan pasar.

Era digital menghadirkan peluang dan tantangan baru bagi organisasi. Transformasi digital menjadi kunci untuk mencapai keunggulan kompetitif dan beradaptasi dengan perubahan yang cepat. Rogers (2016) mengemukakan lima domain (wilayah) strategi transformasi digital yang komprehensif:

a) Domain Pelanggan (*Customer* Domain): Memahami kebutuhan dan ekspektasi pelanggan secara mendalam melalui analisis data dan survey, serta membangun persona pelanggan untuk menargetkan produk dan layanan yang tepat. Selain itu meningkatkan customer experience melalui personalisasi, interaksi omnichannel, dan layanan purna jual yang unggul.

b) Domain Persaingan (*Competition* Domain): Menganalisis lanskap kompetitif dan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pesaing, serta memanfaatkan teknologi digital untuk menciptakan produk dan layanan yang inovatif dan diferensiasi. Juga mengembangkan strategi penetapan harga yang kompetitif dan membangun brand yang kuat.

c) Domain Data (*Data* Domain): Mengumpulkan, mengelola, dan menganalisis data secara efektif untuk mendapatkan insights yang berharga. Selain itu, memanfaatkan data untuk meningkatkan pengambilan keputusan, optimasi proses, dan personalisasi layanan. Serta memastikan keamanan dan privasi data sesuai dengan regulasi yang berlaku.

d) Domain Inovasi (*Innovation* Domain): Menciptakan budaya yang mendukung inovasi dan eksperimen, menerapkan metodologi agile dan lean untuk mempercepat pengembangan produk dan layanan, serta berkolaborasi dengan startup, akademisi, dan mitra eksternal untuk mendorong inovasi.

e) Domain Nilai (*Value* Domain): Menentukan proposisi nilai yang unik dan menarik bagi pelanggan, menciptakan model bisnis yang berkelanjutan dan menguntungkan. Serta membangun budaya yang fokus pada nilai dan tanggung jawab sosial.

Penerapan lima domain strategi transformasi digital Rogers (2016) secara efektif dapat membantu organisasi mencapai keunggulan di era digital. Penting untuk memilih strategi yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan dan tujuan organisasi.

Fenomena yang melatarbelakangi penelitian ini adalah meningkatnya kebutuhan pelaku UMKM di Kota Manado untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital sebagai respons terhadap perubahan lingkungan bisnis yang semakin kompetitif dan dinamis. Di era digital, penggunaan teknologi seperti platform e-commerce, media sosial, dan perangkat lunak manajemen bisnis telah menjadi faktor krusial dalam meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan pasar, serta menjaga keberlanjutan usaha. Namun, banyak UMKM di Kota Manado masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan akses teknologi, kurangnya literasi digital, serta minimnya dukungan kebijakan yang relevan. Kondisi ini memunculkan kekhawatiran akan ketahanan UMKM di tengah tekanan globalisasi dan transformasi ekonomi yang berbasis digital. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana transformasi digital dapat mendukung keberlangsungan usaha UMKM di kota ini, sekaligus menawarkan rekomendasi strategis bagi pelaku usaha dan pemangku kepentingan. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih baik tentang bagaimana UMKM di Kota Manado dapat memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis mereka.

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh domain dari Transformasi Digital, yang terdiri dari domain pelanggan, domain persaingan, dan domain Inovasi terhadap keberlangsungan usaha UMKM di kota Manado. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam mendukung perkembangan UMKM di Kota Manado, serta memberikan arahan bagi kebijakan pemerintah dan pelaku bisnis dalam memanfaatkan transformasi digital untuk meningkatkan keberlanjutan bisnis di masa mendatang.

2. KAJIAN LITERATUR

2.1. Keberlangsungan Usaha

Keberlangsungan usaha adalah kemampuan suatu bisnis untuk bertahan dan terus berkembang dalam jangka panjang. Hal ini berkaitan dengan berbagai aspek, termasuk tetapi tidak terbatas pada aspek keuangan, operasional, dan strategis.
Menurut Mas-verdú et al., (2015), keberlangsungan usaha merupakan suatu bentuk konsistensi dari kondisi suatu usaha, dimana keberlangsungan ini merupakan suatu proses berlangsungnya usaha baik mencakup pertumbuhan, perkembangan, strategi untuk menjaga kelangsungan usaha dan pengembangan usaha dimana semua ini bermuara pada keberlangsungan dan eksistensi usaha. Sedangkan menurut (Trimagnus, 2019), kebelangsungan usaha merupakan nilai jangka panjang yang dapat ditingkatkan dengan konsisten dan stabil dalam performa bisnis yang dapat mengimlementasikan nilai ekonomi, sosial, dan lingkungan. Widayanti et al., (2017) berpendapat bahwa keberlanjutan usaha adalah suatu kestabilan dari keadaan usaha, yang mana keberlangsungan adalah sistem berlangsungnya usaha yang mencakup pertambahan, kelanjutan dan pendekatan untuk melindungi kelangsungan usaha dan ekspansi usaha.

2.2. Transformasi Digital

Transformasi digital adalah perubahan organisasi yang melibatkan orang, proses, strategi, struktur, melalui penggunaan teknologi dan model bisnis untuk meningkatkan kinerja (Westerman et al., 2011). Transformasi digital terdiri dari efek gabungan dari berbagai inovasi dan teknologi digital yang menghadirkan struktur, praktik, nilai, sikap, dan keyakinan baru yang memodifikasi, mengganti, atau melengkapi aturan organisasi, ekosistem, dan industri yang ada (Westermanet al., 2014). Menurut Fitzgerald et al. (2014), Transformasi digital adalah penggunaan teknologi digital baru seperti media sosial, teknologi seluler, analitik, atau perangkat tertanam untuk memungkinkan peningkatan bisnis besar termasuk peningkatan pengalaman pelanggan, penyederhanaan operasional, atau model bisnis baru. Solis et. al. (2014) berpendapat bahwa transformasi digital adalah penyelarasan kembali, atau investasi baru pada, teknologi dan model bisnis untuk lebih efektif melibatkan pelanggan digital di setiap titik kontak dalam siklus hidup pengalaman pelanggan. Sedangkan menurut Martin (2008), transformasi digital adalah penggunaan teknologi informasi dan komunikasi, bukan ketika otomatisasi sepele dilakukan, namun dalam kasus di mana kemampuan-kemampuan baru yang mendasar diciptakan dalam bisnis, pemerintahan publik, dan dalam kehidupan manusia dan masyarakat.

2.3. Lima Domain Transformasi Digital

Transformasi digital menurut pandangan Rogers meliputi 5 wilayah strategi yaitu customer, competition, data, innovation dan value. Penjelasannya adalah sebagai berikut (Rogers, David L, 2016, p.16-19):

1. *Customers* atau pelanggan, pada teori tradisional pelanggan dipandang sebagai kumpulan orang yang merupakan target market dan target persuasi untuk membeli sesuatu. Di era digital, pelanggan dipandang sebagai kumpulan orang yang secara dinamis terhubung dan berinteraksi dengan cara-cara tertentu yang mengubah hubungan mereka dengan produsen dan hubungan dengan sesama pelanggan.
2. *Competition* atau kompetisi, menurut pandangan tradisional pesaing bisnis adalah kompetitor yang mirip dan berasal dari industri yang sama. Di era digital, kompetitor justru bisa muncul dari arah yang tak terduga, yang sangat berbeda dan bisa saja dari industri di luar bidang yang digeluti, namun memberikan tawaran yang menarik kepada pelanggan kita. Sehingga batas industri menjadi sangat cair.
3. *Data*, bidang ini terkait dengan persoalan bagaimana perusahaan memproduksi, mengelola dan memanfaatkan informasi. Dalam pendekatan tradisional, data dihasilkan melalui berbagai pengukuran yang terencana dan terukur, misalnya melalui inventori data dan riset terhadap konsumen. Data ini yang kemudian digunakan untuk melakukan evaluasi, membuat prediksi dan mengambil keputusan bisnis. Kontras dengan pendekatan di era digital, di mana perusahaan bisa mendapatkan dan mengolah data dari pembicaraan, interaksi atau proses di luar internal perusahaan. Misalnya melalui media sosial, perangkat mobile atau alat analisis lainnya.
4. *Innovation* atau inovasi yaitu proses di mana gagasan-gagasan baru dibangun, diuji dan diperkenalkan kepada pasar oleh perusahaan. Secara tradisional inovasi biasanya dilakukan menggunakan produk yang sudah jadi. Uji pasar tidak dilakukan karena sulit dan mahal. Sehingga keberhasilan sebuah inovasi biasanya

ditentukan oleh analisis dan intuisi para manajer perusahaan. Di era digital, sebuah inovasi bisa dipelajari sejak praproduksi hingga pascaproduksi sehingga perusahaan bisa mengembangkan produk yang tepat sasaran dengan proses yang lebih efisien.

5. *Value* atau nilai, ini merupakan domain terakhir pada transformasi digital, yaitu bagaimana value yang dimiliki oleh perusahaan disampaikan kepada pelanggan. Secara tradisional, value proposition perusahaan dilihat sebagai proses yang berlangsung konstan. Misalnya dimulai dengan pengembangan produk, penyegaran kampanye pemasaran atau perbaikan layanan. Namun pada prinsipnya, value perusahaan dipandang sebagai sesuatu yang konstan dan didefinisikan oleh Perusahaan.

2.4. Penelitian Terdahulu

Hilali et al, (2020) dalam penelitiannnya yang berjudul "*Reaching sustainability during a digital transformation: a PLS approach*", menemukan bahwa di dunia di mana big data menjadi sangat penting untuk menjamin keberhasilan perusahaan, transformasi digital hadir untuk membantu transisi perusahaan menuju bisnis digital dan menerima perubahan dalam struktur organisasi serta pasar. Studi empiris yang menghubungkan antara faktor transformasi digital dan bisnis yang lebih berkelanjutan masih sedikit. Masih diperlukan banyak upaya untuk mengurangi kesenjangan pengetahuan antara kedua konsep ini. Penelitian ini memvalidasi lima hipotesis berbeda yang disoroti oleh literatur menggunakan analisis model persamaan struktural (SEM) dari pendekatan kuadrat terkecil parsial (PLS). Laporan ini menggunakan kerangka konseptual baru dengan menggunakan data survei, yang dijawab oleh 41 usaha kecil dan menengah (UKM) di Maroko dari berbagai industri. Dengan menggunakan pemodelan PLS-SEM, hasilnya menunjukkan bahwa pelanggan, data, dan inovasi, yang merupakan pendorong yang harus dilakukan perusahaan selama transformasi digital, memiliki dampak yang signifikan terhadap upaya perusahaan untuk mencapai keberlanjutan. Namun, berbeda dengan literatur yang ada, penulis menemukan bahwa persaingan tidak memainkan peran yang signifikan dalam meningkatkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan.

Pada penelitian Aurellia et al, (2022) mengenai *Digital Transformation Strategies In The Banking Industry: A Case Study of The Implementation of New Technology at PT. Bank Mandiri (Persero) TBK*, menunjukkan bahwa Bank Mandiri telah berhasil menerapkan strategi bisnis yang sesuai dengan lima domain transformasi digital menurut Rogers (2016). Dengan adanya transformasi digital ini, perusahaan telah mencapai pertumbuhan bisnis yang signifikan.

Dalam artikel Linggadjaya, et al, (2023) tentang *Digital Transformation of PT. Bank Jago Tbk. From Conventional Bank To Digital Bank*, menemukan bahwa Bank Jago telah melakukan strategi bisnis yang tepat sesuai dengan lima domain transformasi digital menurut Rogers (2016), dimana dengan transformasi digital telah mencapai pertumbuhan bisnis yang lebih baik dibandingkan dengan bank Buku III dan bank agregat di umum. Implikasi praktisnya: (1) keberhasilan Bank Jago dapat dijadikan role model bagi bank digital lain dan bank konvensional yang ingin mengubah model bisnis melalui transformasi digital, (2) Bagi OJK: membuat peraturan lebih lanjut mengenai

pelaporan bank digital, yang terpisah dari pelaporan bank umum sehingga bank-bank Indonesia memiliki data perkembangan bank digital.

Penelitian dari Maulana et al, (2022) yang berjudul Pengaruh Keberlangsungan Usaha, Karakter Wirausaha, Dan Pertumbuhan Usaha Terhadap Keberlangsungan Usaha Melalui Kinerja Bisnis, membuktikan bahwa keberlangsungan usaha, karakter wirausaha dan pertumbuhan usaha berpengaruh positif terhadap kelangsungan usaha. Sedangkan kinerja bisnis memediasi parsial Keberlangsungan Usaha, karakter wirausaha, dan pertumbuhan usaha terhadap keberlangsungan usaha.

Dalam Paramitha & Suhartini, (2022), tentang *Business Resilience* pada UMKM di Masa Pandemi Covid-.19, ditemukan fenomena yang menunjukkan bahwa pelaku UMKM anggota APUKW Jatim telah menggunakan pemanfaatan teknologi informasi secara optimal, sehingga pada masa Pandemi COVID-19 usahanya masih tetap bertahan sedangkan karakteristik kewirausahaan dan dukungan pemerintah belum secara optimal membantu ketahanan usahanya. Selain itu, ditemukan fakta bahwa karakteristik kewirausahaan, pemanfaatan teknologi dan dukungan pemerintah memberikan kontribusi terhadap peningkatan ketahanan usaha melalui manajemen krisis. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis kepada APUKW Jatim Kota Malang untuk memberikan pelatihan penggunaan teknologi informasi untuk melakukan penjualan secara online.

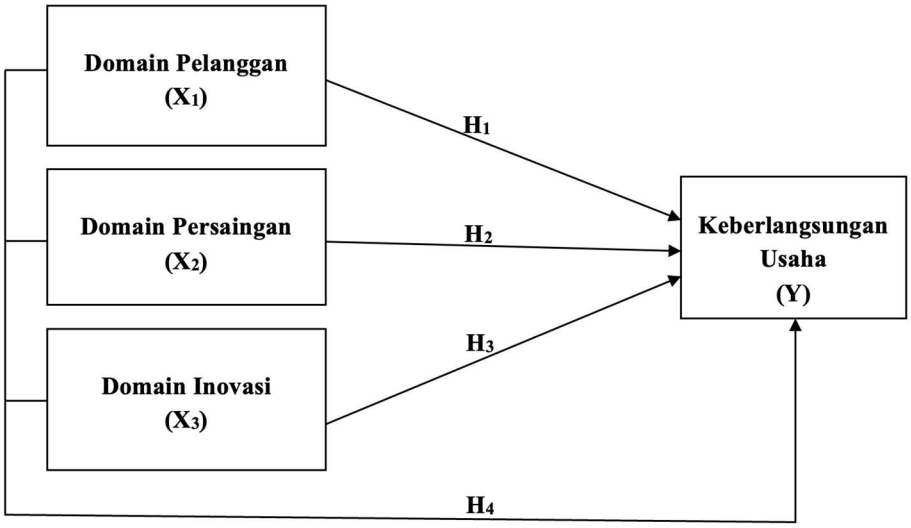
H1: Domain pelanggan berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Kota Manado

H2: Domain persaingan berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Kota Manado.

H3: Domain inovasi berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Kota Manado.

H4: Domain pelanggan, persaingan, dan inovasi berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Kota Manado.

2.5. Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

3. METODE RISET

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif asosiatif yang menginvestigasi hubungan antara dua variabel atau lebih, menurut Sugiyono (2010: 57). Menurut Sugiyono (2010: 59), penelitian ini menguji hubungan kausal, yang merupakan hubungan sebab akibat yang terdiri dari variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (variabel yang dipengaruhi).

3.2 Populasi, Besaran Sampel, dan Teknik Sampel

Pelaku UMKM di Kota Manado adalah populasi dari penelitian ini, yang mencakup semua karakteristik yang relevan dalam penelitian. Metode pengambilan sampel adalah *Purposive Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dari sumber data dengan pertimbangan khusus, menurut Sugiyono (2016:85). Penulis memilih teknik sampling *purposive* karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti. Kriteria tersebut adalah responden adalah pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) di Kota Manado yang telah beroperasi selama lebih dari empat tahun, dan sudah pernah menerapkan teknologi digital dalam bisnisnya. Studi ini melibatkan 55 responden.

3.3 Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini antara lain data kuantitatif dan data kualitatif. Dengan jenis data primer, yaitu data yang diperoleh dari pelaku UMKM di Kota Manado. Metode Pengumpulan Data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan angket (kuesioner) dan wawancara (wawancara) untuk mendapatkan data awal dan informasi lebih mendalam tentang subjek dan objek penelitian

3.4 Teknik Analisa

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda adalah jenis analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen) yang jumlahnya lebih dari satu terhadap satu sama lain. Model analisis regresi linier berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan dan pengaruh masing-masing variabel. Pengujian hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen dengan menggunakan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Data diolah menggunakan software program SPSS.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Responden

Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 55 pemilik UMKM. Produk utama dari UMKM bermacam-macam, seperti kuliner, fashion, jasa, dan lainnya. Lokasi usaha pun berada di berbagai tempat, yang tersebar di antara 11 kecamatan yang ada di Manado. Berikut in rincian kelompok karakteristik responden:

Tabel 1. Karakteristik Responden

Klasifikasi		Jumlah	Persentase
Usia	< 27 Tahun	12	21.82
	28-43 Tahun	29	52.73
	44-59 Tahun	11	20.00
	> 60 Tahun	3	5.45
Gender	Laki-laki	24	43.64
	Perempuan	31	56.36
Jenis Usaha	Kuliner	37	67.27
	Jasa	9	16.36
	Fashion	6	10.91
	Lainnya	3	5.45
Lama Usaha	>10 Tahun	4	7.27
	7-9 Tahun	10	18.18
	4-6 Tahun	12	21.82
	1-3 Tahun	29	52.73

Sumber: Data primer diolah tahun 2024

Berdasarkan usia, kelompok usia responden terbanyak adalah 28-43 tahun sebanyak 29 responden, kemudian di bawah 27 tahun sebanyak 12 responden, kelompok usia 44-59 tahun sebanyak 11 responden, dan yang terakhir kelompok usia di atas 60 tahun sebanyak 3 orang. Berdasarkan jenis kelamin, ada sebanyak 31 responden berjenis kelamin perempuan dan 24 responden berjenis kelamin laki-laki. Berdasarkan jenis usaha, kelompok jenis usaha, pelaku usaha kuliner sebanyak 37 responden, kemudian pelaku usaha jasa sebanyak 9 responden, pelaku usaha fashion sebanyak 11 responden, dan jenis usaha lainnya sebanyak 3 responden. Berdasarkan lama usaha beroperasi, lama usaha 1-3 tahun sebanyak 37 responden, 4-6 tahun 12 responden, 7-9 tahun sebanyak 10 responden, dan lebih dari 10 tahun sebanyak 4 responden.

4.2. Pengujian Instrumen

Validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur yang dipergunakan untuk mengukur apa yang diukur. Dalam penelitian ini pengujian validitas dilakukan terhadap 55 responden. Pengambilan keputusan berdasarkan pada nilai r_{hitung} (*Corrected Item-Total* Correlation) > r_{tabel} sebesar 0.235, untuk df = 55–3 = 52; dan signifikansi kurang dari 0.05, sehingga dapat dinyatakan bahwa item/ pernyataan tersebut valid atau sebaliknya. Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Suatu variabel dikatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan selalu konsisten. Adapun alat analisisnya menggunakan metode belah dua (*split half*) dengan mengkorelasikan total skor ganjil lawan genap, selanjutnya dihitung reliabilitasnya menggunakan rumus "*Alpha Cronbach*'.

Tabel 2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Variabel	Item	R	Cronbach Alpha
Pelanggan	X1.1	0.840	
	X1.2	0.763	0.874
	X1.3	0.824	
	X1.4	0.786	

Persaingan	X2.1	0.774	
	X2.2	0.815	0.896
	X2.3	0.798	
	X2.4	0.846	
Inovasi	X3.1	0.856	
	X3.2	0.808	0.850
	X3.3	0.830	
	X3.4	0.828	
Keberlangsungan Usaha	Y1.1	0.710	0.857
	Y1.2	0.800	
	Y1.3	0.772	
	Y1.4	0.843	

Sumber: Data primer diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel 5, dapat diketahui bahwa dari 4 variabel yang masing-masing variabel memiliki 4 *statement items*, semua data yang peneliti dapatkan bersifat valid dan reliabel karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi dibawah 0.05 dan nilai *cornbach alpha* yang lebih dari 0.700.

4.3. Pengujian Regresi

Tabel 3. Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Koefisien Non-Standar		Koefisien Terstandar
	B	Standar Kesalahan	B
Konstanta	78.851	13.141	
Pelanggan	.320	.087	.385
Persaingan	.238	0.93	.259
Inovasi	.323	0.76	.356
R	.966[a]		
R Square	.933		
Adjusted R Square	.929		

Sumber: Data diolah, 2024

Persamaan Regresi: **Y = 78.851 + 0,320 X1 + 0,238 X2 + 0,323 X3 + e**

Dari persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 78,851 artinya jika Domain Pelanggan (X_1), Domain Persaingan (X_2) dan Domain Inovasi (X_3) bernilai Nol, maka nilai variabel dependen Penjualan adalah sebesar 78,851.
2. Nilai koefisien Domain Pelanggan (X_1) sebesar 0,320 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan Domain Pelanggan (X_1) mengalami kenaikan 1point atau 1%, maka Keberlangsungan Usaha (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,320 1 point / 1 %. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara X_1 dan Y, semakin naik X_1 maka Y akan semakin naik.
3. Nilai Koefisien Domain Persaingan (X_2) sebesar 0,238 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan Domain Persaingan (X_2) mengalami kenaikan 1 poin atau 1%, maka Penjualan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,238.

Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara X_2 dan Y, semakin naik X_2 maka Y akan semakin naik.

4. Nilai Koefisien Domain Inovasi (X_3) sebesar 0,323 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan Domain Inovasi (X_3) mengalami kenaikan 1 poin atau 1%, maka Penjualan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0, 323. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara X_3 dan Y, semakin naik X_3 maka Y akan semakin naik.

4.4. Pengujian Koefisien Korelasi dan Determinasi

Analisis korelasi digunakan untuk mencari hubungan antara dua variabel bebas atau lebih yang secara bersama-sama dihubungkan dengan variabel terikatnya sehingga dapat diketahui besarnya sumbangan seluruh variabel bebas yang menjadi objek penelitian terhadap variabel terikatnya.

Dari tabel 3 terlihat nilai R sebesar 0,966 atau 96,6%. Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang kuat antara variabel Domain Pelanggan (X_1), Domain Persaingan (X_2), Domain Inovasi (X_3) dan Keberlangsungan Usaha (Y), karena nilai R hampir mendekati 1.

Uji koefisien determinasi ini digunakan untuk menguji seberapa besar persentase variasi dalam variabel independen dapat menjelaskan variasi dependen. Semakin besar R^2 berarti semakin besar variasi variabel dependen yang dijelaskan oleh variasi variabel independen. Sebaliknya, semakin kecil R^2 berarti semakin kecil juga variasi dependen yang dijelaskan oleh variasi variabel independen. Berikut adalah hasil pengujian yang telah dilakukan. Dari tabel 3 juga diketahui bahwa nilai R^2 sebesar 0,933 atau 93,3 %. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen Keberlangsungan Usaha (Y) dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu variabel Domain Pelanggan (X_1), Domain Persaingan (X_2), Domain Inovasi (X_3) sebesar 93,9%, sedangkan sisanya 6,1% dapat dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor lain di luar variabel ataupun oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.5. Pengujian Hipotesis

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis

	Parsial		Simultan	
	T	Sig	F	Sig.
Pelanggan	3.676	.001		
Persaingan	2.556	.014	237.571	0,000[b]
Inovasi	4.268	.000		

Sumber: Data diolah, 2024

Dari tabel telihat bahwa nilai koefisien regresi Domain Pelanggan memiliki tingkat sigifikansi 0,001, nilai ini lebih kecil dari 0,05 atau nilai sig < α, ini berarti hipotesis penelitian yang menyatakan "Domain Pelanggan diduga secara parsial berpengaruh terhadap Keberlangsungan Usaha" **terbukti/diterima.** Selain menggunakan nilai probabilitas atau nilai sig, metode yang lain yang dapat digunakan adalah dengan menggunakan nilai t hitung dibandingkan dengan nilai t tabel. Dalam kasus ini, t hitung memiliki nilai 3.676 sedangkan t tabel 1.673, ini berarti t hitung > t tabel sehingga

hipotesis ini dalam penelitiaan **terbukti/diterima**. Kesimpulannya adalah bahwa variabel Domain Pelanggan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keberlangsungan Usaha.

Dari tabel telihat bahwa nilai koefisien regresi Domain Persaingan memiliki tingkat sigifikansi 0.014, nilai ini lebih kecil dari 0,05 atau nilai sig < α, ini berarti hipotesis dalam penelitian ini yang menyatakan "Domain Persaingan diduga berpengaruh signifikan terhadap Keberlangsungan Usaha" **terbukti/diterima.** Selain menggunakan nilai probabilitas atau nilai sig, metode yang lain yang dapat digunakan adalah dengan menggunakan nilai t hitung dibandingkan dengan nilai t tabel. Dalam kasus ini, t hitung memiliki nilai 2.556 sedangkan t tabel 1.673. Ini berarti t hitung > t tabel sehingga hipotesis penelitian **terbukti/diterima**. Kesimpulannya adalah bahwa variabel Domain Persaingan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keberlangsungan Usaha.

Dari tabel telihat bahwa nilai koefisien regresi Domain Inovasi memiliki tingkat sigifikansi 0,001, nilai ini lebih besar dari 0,05 atau nilai sig > α, ini berarti hipotesis dalam penelitian ini yang menyatakan "Domain Inovasi diduga berpengaruh signifikan terhadap Keberlangsungan Usaha" **terbukti/diterima.** Selain menggunakan nilai probabilitas atau nilai sig, metode yang lain yang dapat digunakan adalah dengan menggunakan nilai t hitung dibandingkan dengan nilai t tabel. Dalam kasus ini, t hitung memiliki nilai 4.268 sedangkan t tabel 1.673. Ini berarti t hitung > t tabel sehingga hipotesis penelitian **terbukti/diterima**. Kesimpulannya adalah bahwa variabel Domain Inovasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keberlangsungan Usaha.

Berdasarkan tabel 4 di atas, terlihat nilai F hitung sebesar 237.571 dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,000. Terlihat bahwa nilai probabilitas signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian berarti Ho ditolak dan Ha **diterima**. Artinya Hipotesis yang menyatakan bahwa "Domain Pelanggan, Domain Persaingan, dan Domain Inovasi berpengaruh signifikan terhadap Keberlangsungan Usaha" **terbukti/diterima**. Kesimpulannya adalah bahwa variabel Domain Pelanggan, Domain Persaingan, dan Domain Inovasi, secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap terhadap Keberlangsungan Usaha (Y).

4.6. Pembahasan

Keberlangsungan usaha UMKM di era sekarang sangat terkait dengan kemampuan UMKM untuk beradaptasi terhadap transformasi digital. Transformasi digital mengacu pada penggunaan teknologi untuk memperbarui proses bisnis, layanan, atau model operasi agar lebih efisien dan sesuai dengan kebutuhan pasar yang terus berubah. Secara keseluruhan, transformasi digital bukan hanya pilihan tetapi kebutuhan bagi UMKM untuk memastikan keberlanjutan usaha mereka di era digital ini. Pelaku UMKM yang tidak mengadopsi teknologi berpotensi menghadapi kesulitan dalam bersaing dan bertahan di pasar yang semakin kompetitif.

Pengaruh Domain Pelanggan terhadap Keberlangsungan Usaha

Hasil penelitian menemukan bahwa Domain Pelanggan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keberlangsungan Usaha. Transformasi digital domain pelanggan secara signifikan berdampak pada keberlanjutan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan meningkatkan efisiensi operasional, keterlibatan pelanggan, dan kemampuan beradaptasi terhadap perubahan pasar. Transformasi ini memanfaatkan

teknologi digital untuk menciptakan model bisnis yang berkelanjutan, meningkatkan efisiensi manajemen, dan memastikan daya saing jangka panjang.

Transformasi digital Domain Pelanggan secara signifikan mempengaruhi kelangsungan dan penting bagi organisasi untuk berorientasi pasar dan beradaptasi dengan ekspektasi pelanggan yang berkembang pada dinamika pasar. Menurut penelitian dari Krämer et al. (2017), Transformasi digital memungkinkan perusahaan untuk merancang ulang produk dan layanan mereka, dengan fokus pada interaksi pelanggan bernilai tinggi, yang meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hasil studi dari (Shrivastava, 2017), menemukan bahwah pergeseran menuju pengalaman pelanggan yang dipersonalisasi sangat penting untuk mempertahankan posisi pasar, terutama di industri seperti komunikasi, di mana harapan pelanggan berubah dengan cepat.

Secara efisiensi, organisasi yang mengadopsi teknologi digital dapat merampingkan proses, meningkatkan kinerja keseluruhan dan daya tanggap terhadap perubahan pasar (Agrawal, 2020). Sedangkan integrasi strategi digital memungkinkan perusahaan untuk menjaga keberlangsungan selama krisis, seperti pandemi Covid-19, dengan memfasilitasi kolaborasi internal dan eksternal yang lebih baik (Farrukh et al, 2021).

Pengaruh Domain Persaingan terhadap Keberlangsungan Usaha

Transformasi digital dari domain persaingan secara signifikan berdampak pada keberlanjutan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan membentuk kembali model bisnis, meningkatkan efisiensi operasional, dan mendorong inovasi. Transformasi ini didorong oleh integrasi teknologi digital, yang tidak hanya meningkatkan posisi kompetitif tetapi juga selaras dengan tujuan pembangunan berkelanjutan. Bagian berikut mengeksplorasi berbagai dimensi dampak ini.

Transformasi digital mendorong UMKM untuk memikirkan kembali dan berinovasi model bisnisnya agar tetap kompetitif. Ini melibatkan pemanfaatan teknologi seperti komputasi awan, IoT, dan big data untuk menciptakan model bisnis berbasis hasil yang diaktifkan secara digital yang lebih berkelanjutan dan menguntungkan (Muthuraman, 2020). Pergeseran ke platform digital memungkinkan UMKM untuk meningkatkan operasi tanpa investasi aset yang signifikan, mendorong pertumbuhan berkelanjutan melalui efek jaringan (Muthuraman, 2020).

Adopsi alat digital seperti analitik data besar dan komputasi awan membantu UMKM meningkatkan transparansi dan pengambilan keputusan, berkontribusi pada praktik bisnis yang lebih berkelanjutan (Gopalakrishnan & Aitharaju, 2020).

Dengan mendigitalkan tugas dan proses, UMKM dapat mengelola inefisiensi rantai pasokan dan keusangan teknologi dengan lebih baik, yang merupakan tantangan umum dalam menjaga keberlanjutan (Roy, 2014). UMKM yang merangkul transformasi digital dapat lebih tahan terhadap persaingan global dan ketidakpastian pasar, memastikan kelangsungan hidup dan pertumbuhan mereka (Roy, 2014).

Sementara transformasi digital menawarkan manfaat yang signifikan bagi keberlanjutan UMKM, itu juga menghadirkan tantangan seperti kebutuhan untuk adaptasi berkelanjutan dan risiko gangguan teknologi. UMKM harus menavigasi tantangan ini dengan berinvestasi dalam keterampilan dan infrastruktur digital untuk

sepenuhnya menyadari potensi transformasi digital untuk pembangunan berkelanjutan. Selain itu, transisi ke model bisnis digital membutuhkan perencanaan dan pelaksanaan yang cermat untuk memastikan bahwa tujuan keberlanjutan terpenuhi tanpa mengorbankan keunggulan kompetitif.

Pengaruh Domain Inovasi terhadap Keberlangsungan Usaha

Penelitian ini menemukan bahwa Domain Inovasi berpengaruh signikan terhadap Keberlangsungan Usaha. Transformasi digital dari domain inovasi secara signifikan berdampak pada keberlanjutan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Transformasi ini didorong oleh integrasi teknologi digital, yang meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi limbah, dan mendorong praktik bisnis yang berkelanjutan. Bagian berikut mengeksplorasi berbagai aspek transformasi ini dan implikasinya terhadap keberlanjutan UMKM.

Transformasi digital memungkinkan UMKM menyelaraskan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan dengan meningkatkan transparansi, efisiensi, dan praktik etika. Penyelarasan ini sangat penting di era pasca-pandemi, di mana perusahaan menghadapi tekanan yang meningkat untuk mengadopsi praktik berkelanjutan (Das, 2022).

Pendekatan sistematis untuk mengelola transformasi inovatif dalam organisasi melibatkan penggunaan teknologi digital untuk meningkatkan keberlanjutan. Ini termasuk menggunakan analisis data dan sistem perlindungan untuk meningkatkan efisiensi manajemen dan mengurangi risiko yang terkait dengan keputusan operasional dan keuangan (Kunin, 2023).

Di Indonesia, strategi transformasi digital yang berfokus pada pelanggan, persaingan, data, dan inovasi secara signifikan berdampak pada keberlanjutan UMKM. Faktor-faktor ini secara kolektif mempengaruhi keberlanjutan bisnis sebesar 72,9%, menyoroti peran penting transformasi digital dalam meningkatkan ketahanan dan kemampuan beradaptasi UMKM.

Transformasi digital UMKM di sektor pertanian Indonesia, khususnya di bidang perikanan, menggarisbawahi pentingnya literasi digital dan teknologi dalam mencapai kemandirian ekonomi yang berkelanjutan. Transformasi ini mendukung ketahanan pangan dan pertumbuhan ekonomi baik pada skala nasional maupun internasional (Dewi et al., 2023).

Peran platform digital dan IoT dalam mendorong inovasi digital berkelanjutan terbukti di negara-negara berkembang. Teknologi ini memungkinkan UMKM mengadopsi model bisnis hemat, mengurangi penggunaan sumber daya dan pemborosan sekaligus meningkatkan kegiatan ekonomi (Yousaf et al., 2022). Sementara transformasi digital menawarkan peluang signifikan untuk meningkatkan keberlanjutan UMKM, itu juga menghadirkan tantangan yang perlu ditangani. Ini termasuk memastikan akses yang adil ke teknologi digital, membangun literasi digital, dan mengembangkan kerangka kebijakan yang mendukung. Dengan mengatasi tantangan ini, UMKM dapat sepenuhnya memanfaatkan transformasi digital untuk mencapai pertumbuhan dan ketahanan berkelanjutan dalam ekonomi digital yang berkembang pesat.

5. SIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan pembahasan, maka diperoleh kesimpulan bahwa secara parsial, baik Domain Pelanggan, Domain Persaingan, dan Domain Inovasi berpengaruh signifikan terhadap Keberlangsungan Usaha di Kota Manado. Secara simultan, ketiga variabel yaitu Domain Pelanggan, Domain Persaingan, dan Domain Inovasi berpengaruh signifikan terhadap Keberlangsungan Usaha di Kota Manado.

5.2. Keterbatasan dan Rekomendasi

Berdasarkan temuan penelitian, peneliti menyarankan agar usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kota Manado berkonsentrasi pada ketiga domain transformasi digitial, yaitu: domain pelanggan, persaingan, dan inovasi untuk meningkatkan keberlangsungan usaha mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital dapat membantu UMKM untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan daya saing yang menghasilkan pertumbuhan dan keberlangsungan usaha. Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan dalam memahami bagaimana transformasi digital dapat menjadi motor penggerak keberlangsungan usaha UMKM, khususnya di Kota Manado, yang memiliki potensi ekonomi besar namun masih memerlukan akselerasi dalam bidang digitalisasi. Penelitian selanjutnya dapat menginvestigasikan pengaruh dari dua domain lainnya dari Transformasi Digital yang belum dibahas pada penelitian ini.

REFERENSI

Agrawal, B., & Sahu, N. (2020). Cause-related Marketing: A Trade-off between Marketers and Consumers. *Shanlax International Journal of Management*, *8*(2), 7-12.

Dewi, A. P & Hakiki, M. I. (2023). Transformasi Digital dalam Industri Halal di Indonesia (Studi Implementasi Teknologi Blockchain dalam Proses Sertifikasi Halal). Indo-Fintech Intellectuals: *Journal of Economics and Business*, 3 (2), 360-370. http://doi.org/10.54373/ifijeb.v3i2.240.

Farrukh, M., Khan, M., Raza, A., & Shahzad, I. (2021). Influence of high-performance work systems on intrapreneurial behavior. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 12(4), 609-626.

Fitriasari, F. (2020). How do Small and Medium Enterprises (SME) survive the COVID-19 outbreak? *Jurnal Inovasi Ekonomi*, 5(2), 53-62. https://doi.org/10.22219/jiko.v5i02.11838

Fitzgerald, M., Kruschwitz, N., Bonnet, D., & Welch, M. (2014). Embracing digital technology: A new strategic imperative. *MIT Sloan management review*, *55*(2), 1-16.

Gopalakrishnan, B.N., & Aitharaju, R. (2020). Digital Transformation and Sustainability: A Post-COVID Impact Analysis of Global Businesses. *Proceedings of Cloud based International Conference, "Global Business Trends in View of Lock Down and Role Of Digital Transformation for Sustainability*. May 15th.

Hawa, S. D., Raharja, M. C., & Rianto, S. (2023). Pengaruh Transformasi Digital Terhadap Keberlanjutan Bisnis UMKM Batik Banyumas Melalui Kinerja Pemasaran Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi Peradaban*, *4*(1), 40-44.

Hilali, W., Manouar, A., & Idrissi, M. A. J. (2020). Reaching sustainability during a digital transformation: A PLS approach. *International Journal of Innovation Science*. 12(1), 52-79. https://doi.org/10.1108/IJIS-08-2019-0083

Infografis SULUT dalam Angka, Dinas Koperasi & UKM Daerah Provinsi Sulawesi Utara, diakses dari: https://diskopukm.sulutprov.go.id/detailpost/umkm-sulut-dalam-angka

Krämer, A., Tachilzik, T., Bongaerts, R. (2017). Technology and Disruption: How the New Customer Relationship Influences the Corporate Strategy. In: Khare, A., Stewart, B., Schatz, R. (eds) Phantom Ex Machina. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-44468-0_4

Linggadjaya, Restiana Ie Tjoe, Sitio, Bontor, & Situmorang, Patar. (2022). Transformasi Digital Pt Bank Jago Tbk dari Bank Konvensional menjadi Bank Digital. *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business*, 3(1), 9–22.

Martin, A. (2008). Digital literacy and the "digital society". *Digital literacies: Concepts, policies and practices*, *30*(2008), 151-176.

Mas-verdú, F., Ribeiro-soriano, D., & Roig-tierno, N. 2015. Firm survival: The role of incubators and business characteristics. *Journal of Business Research*. 68(4), 793–796. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.11.030.

Maulana, B. R., & Bachtiar, N. K. (2022). Pengaruh Keberlangsungan Usaha, Kinerja Bisnis, Karakter Wirausaha, dan Pertumbuhan Usaha terhadap Keberlangsungan Usaha pada UMKM di Jawa Tengah. *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*, 1(1), 819–832. http://journal.unimma.ac.id/index.php/conference/article/view/7524%0A

Muthuraman, Dr. S. (2020). Digital Business Models for Sustainability. *Gedrag & Organisatie Review*, 33(2), 1095-1102. https://doi.org/10.37896/GOR33.02/115

Olivia Alvira Aurellia, Laras Puspa Kirana, Umi Kaltum (2022). Digital Transformation Strategies in The Banking Industry: A Case Study of The Implementation of New Technology at PT. Bank Mandiri (Persero) TBK. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora* 5(4), *5*(4), 474–481. https://doi.org/10.37329/ganaya.v5i4.2812

Rogers, D. L. (2016). *The digital transformation playbook: Rethink your business for the digital age*. Columbia University Press.

Roy, I. (2014). Policies and strategies for the development of small and medium-scale food processing enterprises in Bangladesh. Policy measures for micro, small and medium food processing enterprises in the Asian region, Report.

Shrivastava, S. (2017). Digital disruption is redefining the customer experience: The digital transformation approach of the communications service providers. *Telecom Business Review*, 10(1), 41-52.

Solis, B., Li, C., & Szymanski, J. (2014). Digital transformation. *Accessed on*, *25*.

Sugiyono, P. D. (2010). Metode Peneliian. *Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

Trimagnus. (2019, April 02). Sustainability Bisnis itu Penting, Mengapa? Retrieved from trimagnus.com. https://trimagnus.com/sustainability-bisnis-itupenting-mengapa/

Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation. Harvard Business Press.

Widayanti, R., Damayanti, R., & Marwanti, F. (2017). Pengaruh Financial Literacy Terhadap Keberlangsungan Usaha (Business Sustainability) Pada UMKM Desa Jatisari. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 18(2), 153.

Yousaf, Z., Radulescu, M., Nassani, A.A. and Haffar, M. (2022), Towards innovation performance of SMEs: investigating the role of digital platforms, innovation culture and frugal innovation in emerging economies, *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 14(5), 796-811. https://doi.org/10.1108/JEEE-08-2021-0318