



Transformasi Digital dan Karakteristik Wirausaha sebagai Solusi dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Kuliner di Kota Bandung

Salsa Satriani Setiawan^{1*}, Suryana², Heny Hendrayati³

^{1,2,3}Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia

Alamat: Jl. Dr. Setiabudi No.229, Isola, Kec.Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat, 40154

Korespondensi penulis: salsasatriani@upi.edu

Abstract. *The culinary business has grown fast in the age of globalization and digitalization. However, despite this expansion, culinary MSMEs confront a number of obstacles, including a decrease in the number of firms and revenues, which has a negative influence on overall business performance. This study seeks to investigate the impact of digital transformation and entrepreneurial characteristics on the performance of culinary MSMEs in Bandung. The study uses a descriptive and verification quantitative approach using a saturated sampling technique. The unit of analysis in this study is culinary MSME actors, with a total sample of 100 respondents. Classical assumption testing and multiple regression analysis are among the data analysis techniques. The findings show that digital transformation and entrepreneurial characteristics have a favorable and considerable impact on business success, both concurrently and partially. These findings suggest that applying digital transformation and boosting entrepreneurial characteristics are crucial factors in enhancing the performance of culinary MSMEs.*

Keywords: *Business Performance, Digital Transformation, Entrepreneurial Characteristics, MSMEs, Culinary Business*

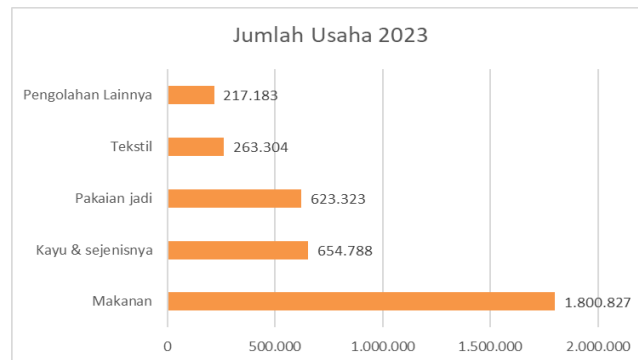
Abstrak. Perkembangan bisnis kuliner di era globalisasi dan digitalisasi semakin pesat. Namun, di tengah pertumbuhan tersebut, UMKM kuliner menghadapi berbagai tantangan, seperti penurunan jumlah usaha dan penurunan penjualan, yang berimbas pada kinerja usaha secara keseluruhan. Tujuan dari penelitian adalah untuk menganalisis pengaruh transformasi digital dan karakteristik wirausaha terhadap kinerja UMKM kuliner di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dan verifikatif dengan teknik sampling jenuh. Unit analisis dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM sektor kuliner, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Analisis data menggunakan uji asumsi klasik dan regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan transformasi digital dan karakteristik wirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha, baik secara simultan maupun parsial. Temuan ini menegaskan bahwa penerapan transformasi digital dan penguatan karakteristik wirausaha merupakan faktor penting dalam meningkatkan kinerja UMKM kuliner.

Kata kunci: Kinerja Usaha, Transformasi Digital, Karakteristik Wirausaha, UMKM, Bisnis Kuliner

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan pesat teknologi digital telah merevolusi cara berbisnis di berbagai sektor, termasuk UMKM, yang kini dituntut untuk menyesuaikan diri dengan perubahan tersebut. Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa sektor kuliner merupakan salah satu sub-sektor UMKM yang mengalami pertumbuhan pesat, dengan industri makanan dan minuman menyumbang sekitar 41% terhadap produk domestik bruto (PDB) sektor nonmigas di Indonesia (BPS, 2024). Pertumbuhan signifikan sektor kuliner di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir ditandai dengan menjamurnya restoran, kafe, warung makan, hingga bisnis makanan kaki lima di berbagai daerah, seiring meningkatnya antusiasme masyarakat terhadap ragam kuliner dan pengalaman makan yang baru (Halim, 2023). Sektor kuliner di

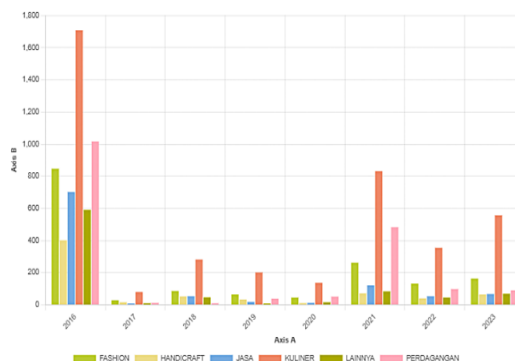
Kota Bandung menjadi salah satu bagian penting dari UMKM yang berperan besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah.



Gambar 1. Grafik 5 Besar Usaha IMK Menurut KBLI

Sumber: Survei Industri Mikro dan Kecil Tahun 2021 (bps.go.id)

Berdasarkan data jumlah UMKM dari beberapa sektor di Kota Bandung tahun 2016-2023, sektor kuliner memiliki potensi yang lebih tinggi dibandingkan dengan sektor fashion, handcraft, jasa, perdagangan, dan lainnya. Pada tahun 2016, jumlah UMKM sektor kuliner mencapai lebih dari 1600 unit. Namun, setelah itu, sejak 2017, terjadi penurunan kinerja yang cukup drastis, dengan angka yang relatif rendah pada 2017, 2018, dan 2020. Meskipun ada tren positif pada 2019, 2021, dan 2023, tapi belum mencapai angka di tahun 2016 (Open Data Kota Bandung, 2024). Kewirausahaan telah lama menjadi bagian penting dalam struktur ekonomi Indonesia, namun menurut Masbukhin Pradhana selaku Ketua Umum APKULINDO, pelaku usaha kuliner skala UMKM mengalami penurunan penjualan hingga 20% pada semester kedua 2023, yang disebabkan oleh penurunan daya beli masyarakat akibat resesi global dan meningkatnya harga bahan baku karena kemarau panjang (Rhamadanty, 2023), sejalan dengan temuan Survei Penjualan Eceran Bank Indonesia yang mencatat penurunan kinerja penjualan kelompok makanan, minuman, dan tembakau sebesar 8,3% pada Mei 2023 (Ramli & Djumena, 2023).



Gambar 2. Grafik Jumlah Sektor UMKM 2016-2023

Sumber: <https://opendata.bandung.go.id/>

Fluktuasi ini dapat mengindikasikan semakin ketatnya persaingan di sektor kuliner, serta pengaruh faktor eksternal seperti pasca pandemi yang memengaruhi operasional, daya saing UMKM, resesi ekonomi, dan penurunan daya beli masyarakat. Tren pertumbuhan dan penurunan yang dialami oleh UMKM kuliner di Kota Bandung juga dapat menjadi cerminan tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya di tengah perubahan pasar yang dinamis. Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), rendahnya kompetensi dalam digitalisasi dapat berdampak negatif, berpotensi mengancam keberlangsungan usaha mereka. Di Indonesia, Kementerian Perdagangan tahun 2023 mencatat bahwa dari total 65 juta UMKM, hanya sekitar 22 juta atau 33,6% yang telah mengadopsi transformasi digital dalam operasional bisnis mereka (INDEF), (2024). Data dari Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman 2023 yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik mengungkapkan bahwa baru sekitar 33,13% pelaku usaha di sektor makanan dan minuman yang memanfaatkan internet untuk kegiatan promosi, penjualan, maupun transaksi pembayaran. Sementara itu, mayoritas lainnya, yaitu 66,87%, belum memanfaatkan sarana digital tersebut (BPS, 2023). Fakta ini menegaskan pentingnya peningkatan literasi dan keterampilan digital di kalangan UMKM kuliner agar dapat bersaing dan bertahan dalam arus digitalisasi yang terus berkembang.

Pada kajian mengenai dampak transformasi digital dan karakteristik wirausaha terhadap kinerja UMKM, sejumlah penelitian terdahulu telah memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman fenomena ini. Berdasarkan temuan (Hendrayati, Achyarsyah, dkk., 2024) pemimpin usaha yang memiliki karakteristik wirausaha yang kuat cenderung lebih inovatif dan adaptif terhadap dinamika pasar, sehingga lebih berpeluang mengadopsi teknologi baru seperti AI dalam strategi pemasaran mereka. Raj dkk., (2024) menyoroti bahwa adopsi

teknologi oleh UMKM di negara berkembang, seperti India, didorong oleh manfaat fungsional dan simbolis, termasuk penghematan biaya, peningkatan efisiensi operasional, serta peningkatan reputasi dan nilai merek, yang menciptakan lingkungan kondusif untuk integrasi digital. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kemampuan live-streaming sebagai bagian dari transformasi digital mencerminkan karakteristik adaptif wirausaha dan berperan signifikan dalam meningkatkan daya saing usaha, khususnya di kalangan pelaku usaha perempuan (Hendrayati, Kurnia, dkk., 2024).

Berdasarkan kajian sebelumnya terdapat beberapa kelemahan dari penelitian. Banyak penelitian terbatas pada konteks UMKM di beberapa negara, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasi ke negara lain, termasuk Indonesia. Selain itu, fokus yang sempit pada sektor kreatif atau kerajinan mengabaikan beragam jenis UMKM, seperti sektor kuliner, yang memiliki karakteristik unik. Penelitian-penelitian tersebut juga tidak mempertimbangkan variabel lain yang mempengaruhi dan tidak memisahkan responden berdasarkan skala bisnis. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi ruang celah tersebut dengan mengeksplorasi dampak transformasi digital dan karakteristik wirausaha terhadap kinerja UMKM sektor kuliner di Kota Bandung.

2. KAJIAN TEORITIS

Transformasi Digital

Peningkatan signifikan dalam penggunaan dan pengembangan teknologi, informasi, dan komunikasi turut mendorong meningkatnya kompetisi dalam lingkungan bisnis akibat globalisasi dan digitalisasi, yang dikenal sebagai transformasi digital (Caliskan dkk., 2020). Pesatnya kemajuan dalam transformasi digital ini mempengaruhi berbagai sektor kehidupan, termasuk dunia bisnis modern, dengan menawarkan peluang sekaligus tantangan yang harus dihadapi (Abdul Wahab dkk., 2024). Teori *Business Process Management* menekankan bahwa pengelolaan proses bisnis yang efektif dapat meningkatkan produktivitas dan fleksibilitas usaha, di mana pemanfaatan teknologi digital memungkinkan otomatisasi dan optimalisasi berbagai proses bisnis agar lebih adaptif terhadap dinamika pasar, sehingga transformasi digital berkontribusi pada efisiensi operasional dan daya saing dengan memperkuat proses bisnis serta meningkatkan kepuasan pelanggan melalui layanan yang lebih cepat dan inovatif. Hasil temuan Kumar dkk., (2023) mengidentifikasi bahwa faktor-faktor adopsi ICT (*information, communication, and technology*) yang berbeda memengaruhi manfaat yang dirasakan dari kinerja organisasi UMKM. Penelitian oleh Charfeddine dkk., (2024) menunjukkan bahwa penggunaan ICT (*information, communication, and technology*) dan digitalisasi dapat

mengurangi kendala keuangan yang dihadapi UMKM di pasar yang sedang berkembang. Rita & Nastiti, (2024) menekankan bahwa efisiensi biaya dapat dicapai melalui transformasi digital dalam kegiatan operasional bisnis, yang pada gilirannya akan meningkatkan kinerja keuangan UMKM.

Karakteristik Wirausaha

Dikutip dari Ratar dkk., (2023); Suryana, (2013), dalam kaitannya dengan karakteristik wirausaha, Teori Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil (Scarborough & Zimmer, 1993) mengungkapkan bahwa keberhasilan bisnis sangat dipengaruhi oleh kreativitas, inovasi, kemampuan mengambil risiko, dan keterampilan manajerial wirausaha dalam mengelola serta mengembangkan usaha kecil. Wirausahawan yang memiliki karakteristik positif cenderung lebih mampu mengatasi tantangan, menghadapi ketidakpastian, dan melihat peluang bisnis yang menguntungkan (Herawaty dkk., 2019). Karakteristik wirausaha seperti keberanian mengambil risiko, ketekunan, kreativitas, dan kepemimpinan sangat berpengaruh terhadap keputusan bisnis dan kesuksesan dalam menghadapi persaingan (Suryana, 2013). Penelitian terdahulu yang mengkaji wirausaha perempuan menunjukkan bahwa karakteristik kewirausahaan, seperti berpegang pada nilai religius, memiliki dorongan kuat untuk mencapai keseimbangan antara peran sosial, keluarga, dan aktivitas bisnis, menjadi faktor penting dalam proses pengambilan keputusan usaha. Meskipun para pelaku usaha perempuan menghadapi tantangan berupa norma sosial dan keterbatasan akses terhadap sumber daya, karakteristik tersebut justru dapat menjadi keunggulan tersendiri dalam menjaga keberlanjutan dan meningkatkan kinerja bisnis mereka (Hendrayati dkk., 2025).

Kinerja Usaha

Kinerja usaha mengacu pada tingkat pencapaian tujuan bisnis dalam aspek operasional, keuangan, dan pelanggan. Dikutip dari Ratar dkk., (2023); Suryana, (2013), dalam perspektif peningkatan kinerja usaha, Teori *Balanced Scorecard* (Kaplan & Norton, 1996) menjelaskan bahwa kinerja bisnis dapat diukur melalui empat sudut pandang utama, yaitu keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, serta pembelajaran dan pertumbuhan. Penelitian yang dilakukan oleh Yuwono dkk., (2025) menemukan bahwa penerapan informasi, teknologi, dan komunikasi yang efektif dapat secara signifikan meningkatkan kinerja pemasaran UMKM. Tatik & Setiawan, (2024) menambahkan bahwa perkembangan teknologi digital sejalan dengan tuntutan bisnis, di mana pemasaran melalui media sosial berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Selain itu, Chaniago, (2023) mengungkapkan bahwa kepemimpinan kewirausahaan dan transformasi digital memiliki pengaruh signifikan terhadap kesuksesan bisnis. Penelitian Bouncken & Kraus, (2022) menunjukkan bahwa ekosistem kewirausahaan,

yang terdiri dari berbagai aktor saling bergantung seperti pemerintah, sektor swasta, universitas, dan masyarakat, dapat diperkuat melalui digitalisasi, yang meningkatkan akses terhadap sumber daya dan kinerja usaha.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengaplikasikan metode kuantitatif melalui pendekatan deskriptif dan verifikasi. Pengumpulan data menggunakan survei instrumen kuesioner menggunakan skala *likert* dengan lima tingkatan. Penelitian ini terdiri dari tiga variabel, yaitu variabel transformasi digital sebagai variabel independen kesatu yang memiliki empat dimensi yang perlu dijadikan fokus dalam penelitian ini, yaitu: penggunaan media sosial, adopsi *e-commerce*, sistem pembayaran digital, dan automasi bisnis (Berman, 2012; Priyono dkk., 2020; Verhoef dkk., 2021). Variabel karakteristik wirausaha independen kedua dengan dimensi sebagai berikut: memiliki motif berprestasi, berorientasi masa depan, memiliki kemampuan manajemen, serta berani mengambil risiko dan tantangan (Rafiq dkk., 2024; Suryana, 2013). Selanjutnya, terdapat variabel kinerja usaha sebagai variabel dependen dengan dimensi sebagai berikut: peningkatan omset, efisiensi operasional, daya saing, kepuasan pelanggan (Agarwal dkk., 2003; Kurniawan dkk., 2021; Nwokah, 2008).

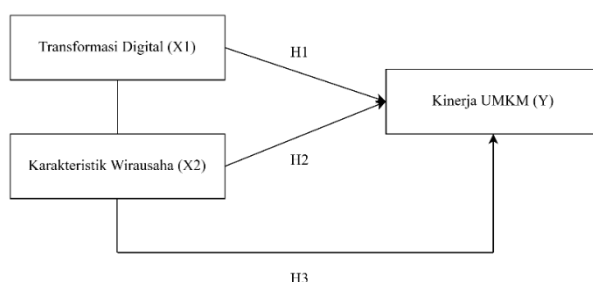
Penelitian ini dilakukan pada Maret 2025 dengan populasi seluruh pelaku UMKM sektor kuliner di Kota Bandung, Jawa Barat. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *sampling* jenuh, yaitu seluruh unit dalam populasi yang memenuhi kriteria penelitian dijadikan sampel. Berdasarkan data dari Open Data Kota Bandung tahun 2024 tercatat sebanyak 2.886 UMKM. Namun, dalam penelitian ini, sampel yang digunakan adalah 100 UMKM yang memenuhi kriteria transformasi digital, sehingga data yang diperoleh lebih akurat dan relevan dengan tujuan penelitian.

Dalam penelitian ini menggunakan aplikasi statistik IBM SPSS 25 *for windows*. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda. Uji instrumen dilakukan melalui uji validitas dan reliabilitas guna memastikan kelayakan data. Selanjutnya, uji asumsi klasik seperti uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas diterapkan agar model regresi memenuhi syarat statistik. Pengujian hipotesis mencakup uji t untuk analisis parsial, uji F untuk pengaruh simultan, serta koefisien determinasi (R^2) untuk melihat sejauh mana variabel independen menjelaskan variabel dependen. Hasil pengujian dan analisis data selanjutnya disajikan serta diinterpretasikan dan langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1: Transformasi digital berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM

H2: Karakteristik wirausaha berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM

H3: Transformasi digital dan karakteristik wirausaha berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM



Gambar 3. Model Penelitian

Sumber: Penulis (2025)

Instrumen penelitian dikatakan valid dan dapat digunakan apabila '*hitung*' > '*tabel*' (A. M. Yusuf, 2014). Berdasarkan pengujian validitas dilakukan terhadap 100 responden dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dan memiliki nilai *r* hitung lebih besar dari *r* tabel sebesar 0,195.

Tabel 1 Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
Transformasi Digital (X1)	0.910	Sangat Reliabel
Karakteristik Wirausaha (X2)	0.921	Sangat Reliabel
Kinerja Usaha (Y)	0.819	Sangat Reliabel

Sumber: Output SPSS (2025)

Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan syarat koefisien reliabilitas (r_{11}) > 0,7. Maka berdasarkan hasil tabel tersebut, keseluruhan variabel dinyatakan sangat reliabel karena > 0,8. Sehingga setiap item pertanyaan dalam kuesioner dapat digunakan dalam pengukuran.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Tabel 2 Karakteristik Responden

Variabel	Kategori	Jumlah	Persentase
Usia	18-27 tahun	41	41%
	28-47 tahun	46	46%
	48-57 tahun	12	12%

	>57 tahun	1	1%
Lama Usaha Berjalan	<1 tahun	24	24%
	1-3 tahun	29	29%
	3-5 tahun	17	17%
	>5 tahun	30	30%
Jumlah Karyawan	Tidak ada/usaha sendiri	38	38%
	1-3 orang	38	38%
	4-10 orang	17	17%
	>10 orang	7	7%
Omset	<5 juta	25	25%
	5-10 juta	10	10%
	10-25 juta	24	24%
	25-50 juta	27	27%
	>50 juta	14	14%

Sumber: Output SPSS (2025)

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui mayoritas responden berada dalam rentang usia 28-47 tahun (46%), dengan sebagian besar usaha telah berjalan antara 1-3 tahun (29%) dan >tahun (30%). Sebanyak 38% responden tidak memiliki karyawan atau menjalankan usaha secara mandiri, sementara 38% lainnya memiliki 1-3 karyawan. Dari segi omset, sebagian besar usaha memiliki pendapatan antara 10-25 juta rupiah per bulan (24%), diikuti oleh usaha dengan omset 25-50 juta rupiah (27%). Data ini menggambarkan bahwa mayoritas pelaku UMKM sektor kuliner di Kota Bandung berada dalam usia produktif, dengan usaha yang relatif masih berkembang dan didominasi oleh skala kecil hingga menengah.

Uji Normalitas

Tabel 3 Uji Normalitas

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		
		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>		100
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	3.05000102
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.042
	<i>Positive</i>	.042
	<i>Negative</i>	-.036
<i>Test Statistic</i>		.042
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.200 ^{c,d}
<i>a. Test distribution is Normal.</i>		
<i>b. Calculated from data.</i>		
<i>c. Lilliefors Significance Correction.</i>		

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Output SPSS (2025)

Tabel 3 menunjukkan Uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar 0,200, atau menunjukkan nilai probabilitas $> 0,05$, menandakan data semua variabel terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4 Uji Multikolinearitas

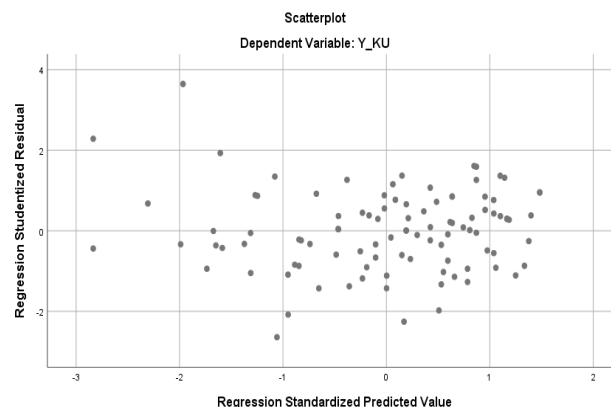
<i>Coefficients^a</i>								
<i>Model</i>		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>	<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>			<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	(Constant)	18.150	1.481		12.252	.000		
	X1	.136	.051	.273	2.647	.009	.462	2.165
	X2	.338	.070	.500	4.848	.000	.462	2.165

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS (2025)

Tabel 4 uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai VIF variabel transformasi digital (X1) dan variabel karakteristik wirausaha (X2) < 10 dan untuk nilai *tolerance* sebesar $0.462 > 0,1$, Sehingga dapat disimpulkan bahwa dari hasil uji data tersebut tidak terjadi multikolinearitas

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4. Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Output SPSS (2025)

Gambar 4 uji heteroskedastisitas tidak menunjukkan pola tertentu, yang berarti tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas dalam model regresi.

Analisis Uji T

Tabel 5 Uji T

Coefficients^a							
<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>			<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	(Constant)	18.150	1.481		12.252	.000	
	X1	.136	.051	.273	2.647	.009	.462
	X2	.338	.070	.500	4.848	.000	.462

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS (2025)

Tabel 5 uji t menunjukkan bahwa transformasi digital (X1) memiliki nilai sig 0,009 < 0,05, sedangkan karakteristik wirausaha (X2) memiliki nilai sig 0,000 < 0,05, yang berarti kedua variabel berpengaruh secara parsial terhadap kinerja UMKM.

Analisis Uji F

Tabel 6 Uji F

ANOVA^a						
<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>	
1	<i>Regression</i>	1014.362	2	507.181	53.419	.000 ^b
	<i>Residual</i>	920.948	97	9.494		
	<i>Total</i>	1935.310	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Output SPSS (2025)

Tabel 6 uji F menghasilkan nilai sig 0,000 < 0,05, yang menegaskan bahwa secara simultan transformasi digital dan karakteristik wirausaha berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kinerja UMKM.

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 7 Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.724 ^a	.524	.514	3.08128

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS (2025)

Tabel 7 koefisien determinasi (R²) menunjukkan hasil sebesar 0,524 atau 52,4%. Hal

itu dapat diartikan 52,4% kinerja UMKM dipengaruhi oleh transformasi digital dan karakteristik kewirausahaan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Model Transformasi Digital terhadap Kinerja Usaha

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa model transformasi digital memiliki kontribusi positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja UMKM kuliner di Kota Bandung. Hal ini dibuktikan dengan nilai uji t sebesar 2,647 dan tingkat signifikansi sebesar $0,009 < 0,05$ yang berarti semakin tinggi penerapan transformasi digital maka kinerja usaha semakin meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Yadav dkk. (2024) yang menyatakan bahwa penggunaan teknologi digital dan inovasi secara signifikan meningkatkan kinerja bisnis khususnya pada sektor industri kreatif dan UMKM. Adopsi Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) memiliki dampak yang signifikan terhadap peningkatan kinerja UMKM. Studi tersebut menyoroti bahwa penggunaan teknologi digital membantu UMKM dalam meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional, serta mendorong pengembangan kompetensi khas yang menjadi faktor utama dalam kesuksesan bisnis (Yuwono dkk., 2025).

Model Karakteristik Wirausaha terhadap Kinerja Usaha

Berdasarkan hasil analisis, model karakteristik wirausaha menunjukkan hubungan positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja UMKM kuliner di Kota Bandung. Hal ini dibuktikan dengan nilai uji t sebesar 4,848 dan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, yang berarti semakin baik karakteristik kewirausahaan maka kinerja usaha semakin meningkat. Temuan ini sejalan dengan penelitian Ayu Susanti & Nida Laili (2023) yang mengungkapkan bahwa karakteristik kewirausahaan berperan penting dalam meningkatkan kinerja UMKM. Selain itu, penelitian Mukoffi & As'adi (2021) menunjukkan bahwa karakteristik kewirausahaan, seperti ketekunan, kreativitas, dan kepemimpinan, berkontribusi positif terhadap kesuksesan bisnis. Penelitian mereka menekankan bahwa wirausahawan dengan keterampilan kepemimpinan yang baik lebih cenderung mengembangkan strategi bisnis yang efektif dan beradaptasi dengan perubahan pasar, yang pada gilirannya mengarah pada peningkatan kinerja usaha.

Model Transformasi Digital dan Karakteristik Wirausaha terhadap Kinerja Usaha

Hasil persamaan regresi pada penelitian ini adalah $Y = 18,150 + 0,136X_1 + 0,338X_2$. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa model gabungan transformasi digital dan

karakteristik wirausaha secara simultan memberikan kontribusi terhadap peningkatan kinerja UMKM dengan nilai uji F sebesar 53,419 dan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 52,4% menunjukkan bahwa model ini menjelaskan lebih dari setengah variasi dalam kinerja UMKM. Sejalan dengan (R. Yusuf dkk., 2024) transformasi digital menjadi strategi utama yang diadopsi oleh pelaku UMKM, khususnya di sektor kuliner, untuk bertahan dan meningkatkan kinerja usaha di tengah ketidakpastian. Melalui pemanfaatan *platform* digital seperti media sosial dan *e-commerce*, pelaku usaha tidak hanya memperkuat merek dan memperluas pasar, tetapi juga menunjukkan karakteristik wirausaha yang adaptif dan inovatif dalam menghadapi perubahan. Hasil penelitian ini didukung dengan keadaan di lapangan yang telah dilakukan langsung oleh peneliti yang menunjukkan bahwa transformasi digital dan karakteristik wirausaha berpengaruh terhadap kinerja UMKM sektor kuliner di Kota Bandung. Sehingga dapat disimpulkan bahwa transformasi digital dan karakteristik wirausaha tidak hanya menjadi faktor pendukung, tetapi merupakan elemen utama dalam meningkatkan kinerja UMKM di era digital.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian, dapat disimpulkan bahwa model transformasi digital dan karakteristik wirausaha secara simultan memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan kinerja usaha UMKM sektor kuliner di Kota Bandung. Dari segi transformasi digital, penggunaan media sosial, adopsi *e-commerce*, sistem pembayaran digital, dan automasi bisnis terbukti meningkatkan kinerja UMKM, terutama dalam peningkatan omset, efisiensi operasional, daya saing, serta kepuasan pelanggan. Selain itu, karakteristik wirausaha yang mencakup motif berprestasi, orientasi masa depan, kemampuan manajemen, serta keberanian mengambil risiko dan tantangan juga berkontribusi secara positif terhadap peningkatan kinerja usaha. Secara simultan, kedua faktor ini mampu menjelaskan sebagian besar variasi peningkatan kinerja UMKM, sehingga dapat disimpulkan bahwa transformasi digital dan karakteristik wirausaha bukan hanya faktor pendukung, tetapi elemen utama dalam keberlanjutan dan daya saing usaha UMKM di era digital. Dengan demikian, pelaku UMKM perlu terus meningkatkan pemanfaatan teknologi digital serta mengembangkan karakteristik wirausaha yang adaptif dan inovatif guna mencapai keberlanjutan usaha yang lebih optimal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan rasa syukur kepada Allah Subhanahu wa Ta'ala atas segala limpahan Rahmat yang diberikan selama proses penelitian ini. Ucapan terima kasih disampaikan kepada dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi dalam penyusunan artikel ini. Penulis juga berterima kasih kepada para pelaku UMKM sektor kuliner di Kota Bandung atas partisipasinya sebagai responden. Tidak lupa, apresiasi dan terimakasih yang mendalam diberikan kepada kedua orang tua, kakak, keluarga, dan rekan-rekan, serta pihak lainnya atas doa, dukungan, serta semangat yang selalu menguatkan dan menjadi bagian penting dalam penyelesaian penelitian ini.

DAFTAR REFERENSI

- Abdul Wahab, D., Dewi Anggadini, S., Sulistiyo Soegoto, D., & Yunanto, R. (2024). Building the success of culinary SMEs in food processing: Perspectives on business ecosystem analysis and digital transformation in West Java, Indonesia. *Edelweiss Applied Science and Technology*, 8(6), 8281–8293. <https://doi.org/10.55214/25768484.v8i6.3791>
- Agarwal, S., Krishna Erramilli, M., & Dev, C. S. (2003). Market orientation and performance in service firms: Role of innovation. *Journal of Services Marketing*, 17(1), 68–82. <https://doi.org/10.1108/08876040310461282>
- Ayu Susanti, D., & Nida Laili, K. (2023). Pengaruh E-Commerce, Pengetahuan Akuntansi, Modal Usaha, Dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Kinerja UMKM di Kabupaten Demak. *Jurnal Akuntansi Edukasi Nusantara ICMA*, 1(1), 23–29. <http://finance.detik.com>
- Badan Pusat Statistik (BPS - Statistics Indonesia). (2023). *Statistik penyediaan makanan dan minuman 2023*. <https://www.bps.go.id/id/publication/2024/12/23/f2c7743c4712aaeaa4abf694/statistik-penyediaan-makanan-dan-minuman-2023.html>
- Badan Pusat Statistik (BPS - Statistics Indonesia). (2024). *Profil industri mikro dan kecil 2023*. <https://www.bps.go.id/id/publication/2024/09/18/52d85cbe9de005b6f5d69f95/profil-industri-mikro-dan-kecil-2023.html>
- Berman, S. J. (2012). Digital transformation: Opportunities to create new business models. *Strategy and Leadership*, 40(2), 16–24. <https://doi.org/10.1108/10878571211209314>
- Bouncken, R. B., & Kraus, S. (2022). Entrepreneurial ecosystems in an interconnected world: Emergence, governance and digitalization. *Review of Managerial Science*, 16(1). <https://doi.org/10.1007/s11846-021-00444-1>
- Caliskan, A., Özkan Özen, Y. D., & Ozturkoglu, Y. (2020). Digital transformation of traditional marketing business model in new industry era. *Journal of Enterprise Information Management*, 34(4), 1252–1273. <https://doi.org/10.1108/JEIM-02-2020-0084>

- Chaniago, H. (2023). Investigation of entrepreneurial leadership and digital transformation: Achieving business success in uncertain economic conditions. *Journal of Technology Management & Innovation*, 18(2). <http://jotmi.org>
- Charfeddine, L., Umlai, M. I., & El-Masri, M. (2024). Impact of financial literacy, perceived access to finance, ICT use, and digitization on credit constraints: Evidence from Qatari MSME importers. *Financial Innovation*, 10(1). <https://doi.org/10.1186/s40854-023-00557-4>
- Halim, S. E. (2023). Improving business performance results through evaluating business information needs in Makassar City culinary industry businesses. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 4(2). <https://journal.unm.ac.id/index.php/JE3S/index>
- Hendrayati, H., Achyarsyah, M., Marimon, F., Hartono, U., & Putit, L. (2024). The impact of artificial intelligence on digital marketing: Leveraging potential in a competitive business landscape. *Emerging Science Journal*, 8(6), 2343–2359. <https://doi.org/10.28991/ESJ-2024-08-06-012>
- Hendrayati, H., Achyarsyah, M., Pradana, M., Mahphoth, M. H., & Syahidah, R. K. (2025). Revisiting literature on women entrepreneurs and religiosity: A bibliometric analysis. *Cogent Business and Management*, 12(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2446703>
- Hendrayati, H., Kurnia, D., Sukmayadi, V., Marimon, F., & Denan, Z. (2024). Enhancing women entrepreneurs' competitiveness in the livestreaming age. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(2), 95–101.
- Herawaty, N., Yustien, R., & Jambi, U. (2019). Influence of capital, use of accounting information and characteristics of entrepreneurship to success of small businesses (Survey on pempek production houses in Jambi City). *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Finansial Indonesia*, 3(1).
- Institute for Development of Economics and Finance (INDEF). (2024). *Peran platform digital terhadap pengembangan UMKM di Indonesia*. <https://indef.or.id/wp-content/uploads/2024/01/Laporan-Final-Peran-Platform-Digital-Terhadap-Pengembangan-UMKM-di-Indonesia-INDEF.pdf>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2023, August 24). *Dorong UMKM naik kelas dan go export, pemerintah siapkan ekosistem pembiayaan yang terintegrasi*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5318/dorong-umkm-naik-kelas-dan-go-export-pemerintah-siapkan-ekosistem-pembiayaan-yang-terintegrasi>
- Kumar, V., Verma, P., Mittal, A., Tuesta Panduro, J. A., Singh, S., Paliwal, M., & Sharma, N. K. (2023). Adoption of ICTs as an emergent business strategy during and following COVID-19 crisis: Evidence from Indian MSMEs. *Benchmarking*, 30(6), 1850–1883. <https://doi.org/10.1108/BIJ-11-2021-0685>
- Kurniawan, R., Manurung, A. H., Hamsal, M., & Kosasih, W. (2021). Orchestrating internal and external resources to achieve agility and performance: The centrality of market orientation. *Benchmarking*, 28(2), 517–555. <https://doi.org/10.1108/BIJ-05-2020-0229>
- Mukoffi, A., & As'adi, A. (2021). Karakteristik wirausaha, modal usaha dan kecanggihan teknologi terhadap kinerja UMKM di masa pandemi Covid-19. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 16(2), 235–246. <https://doi.org/10.22437/jpe.v16i2.12552>

- Nwokah, N. G. (2008). Strategic market orientation and business performance: The study of food and beverages organisations in Nigeria. *European Journal of Marketing*, 42(3–4), 279–286. <https://doi.org/10.1108/03090560810852922>
- Open Data Kota Bandung. (2024). *Jumlah usaha mikro berdasarkan jenis usaha di Kota Bandung*. <https://opendata.bandung.go.id/dataset/jumlah-usaha-mikro-berdasarkan-jenis-usaha-di-kota-bandung>
- Open Data Kota Bandung. (2024). *Jumlah usaha mikro, kecil dan menengah berdasarkan jenis usaha di Kota Bandung*. <https://opendata.bandung.go.id/dataset/jumlah-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-berdasarkan-jenis-usaha-di-kota-bandung>
- Priyono, A., Moin, A., & Putri, V. N. A. O. (2020). Identifying digital transformation paths in the business model of SMEs during the COVID-19 pandemic. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 1–22. <https://doi.org/10.3390/joitmc6040104>
- Rafiq, A., Wulan Ayu, I., & Rahayu, S. (2024). Pengaruh karakteristik wirausaha terhadap keberhasilan UMKM di Kabupaten Sumbawa. <http://e-journalpppmunsa.ac.id/index.php/jrktl>
- Raj, A., Shukla, D., Quadir, A., & Sharma, P. (2024). What drives the adoption of digital technology in the micro, small, and medium enterprises sector in a developing economy? *Journal of Business and Industrial Marketing*, 39(9), 1984–2002. <https://doi.org/10.1108/JBIM-09-2023-0512>
- Ramli, R. R., & Djumena, E. (2023, August 10). UMKM makanan dan minuman keluhkan penurunan omzet: Kacau, malah lebih parah dari masa pandemi. *Kompas.com*. <https://money.kompas.com/read/2023/08/10/154000726/umkm-makanan-dan-minuman-keluhkan-penurunan-omzet--kacau-malah-lebih-parah>
- Ratar, M., Putra, F., Se'u, D. R., & Malik, R. A. (2023). *Transformasi digital dalam manajemen bisnis: Mengoptimalkan kinerja dan inovasi* (1 ed.). PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.
- Rhamadanty, S. (2023, November 22). APKULINDO sebut penjualan sektor kuliner turun hingga 20%. *KONTAN.CO.ID*. <https://amp.kontan.co.id/news/apkulindo-sebut-penjualan-di-sektor-kuliner-turun-hingga-20>
- Rita, M. R., & Nastiti, P. K. Y. (2024). The influence of financial bootstrapping and digital transformation on financial performance: Evidence from MSMEs in the culinary sector in Indonesia. *Cogent Business and Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2363415>
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan: Kiat dan proses menuju sukses* (Edisi 4). Salemba Empat.
- Tatik, T., & Setiawan, D. (2024). Does social media marketing important for MSMEs performance in Indonesia? *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. <https://doi.org/10.1108/APJML-01-2024-0090>
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Qi Dong, J., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122, 889–901. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>
- Yadav, U. S., Vyas, S., Kanchan, Ghosal, I., & Yadav, A. K. (2024). Impact of entrepreneurial leadership, social media, digital technology, entrepreneurial

orientation and innovation on business performance in the handicraft sector: Talent management as mediating construct. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00434-z>

Yusuf, A. M. (2014). *Metode penelitian: Kuantitatif, kualitatif, dan penelitian gabungan*. Kencana.

Yusuf, R., Hendrayati, H., Bastian, Z., Nurhasan, R., & Adnan, A. Z. (2024). Survival strategy for culinary micro small medium enterprise through digital marketing. *AIP Conference Proceedings*, 2867(1). <https://doi.org/10.1063/5.0237300>

Yuwono, T., Novandari, W., Suroso, A., & Setyanto, R. P. (2025). The importance of ICT adoption on MSMEs performance: The mediating role of distinctive competencies. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*. <https://doi.org/10.1108/JEC-06-2024-0113>