

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia dari tahun ke tahun mengalami pertumbuhan yang signifikan, terutama dalam sektor UMKM *food and beverage* (F&B), dari sektor ini juga memberikan kontribusi yang tinggi dalam PDB Indonesia. Menurut (Tulus T.H.Tambunan; 2017 dalam Wange et al., 2024) Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha disemua sektor ekonomi.

UMKM merupakan komponen penting dalam struktur perekonomian Indonesia dan pondasi pembangunan ekonomi. Berdasarkan peraturan perundang-undangan resmi, seperti yang ditetapkan oleh Kementerian Koperasi dan UKM Indonesia (2023), Usaha Mikro Kecil Menengah dicirikan oleh jumlah karyawan, aset, dan pendapatan tahunan. Kualitas utamanya meliputi fleksibilitas tinggi, struktur sederhana, dan sumber daya rendah dibandingkan dengan organisasi yang lebih besar (TAMBUNAN, 2022 dalam Priono et al., 2025).

Tabel I-I
Jumlah UMKM *Food and Beverage* di Banyumas

No	Tahun	<i>Number of MSMEs</i>
1	2022	5288
2	2023	5555
3	2024	5769

Sumber : Data BPS Kabupaten Banyumas 2026

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Banyumas, jumlah UMKM di Kabupaten Banyumas mengalami peningkatan dari 5.288 unit usaha pada tahun 2022 menjadi 5.555 unit usaha pada tahun 2023 dan 5.769 unit usaha pada tahun 2024. Menurut (Faturrahman et al., 2025) peningkatan jumlah UMKM di era digital didorong oleh teknologi yang maju, sehingga bisa meningkatkan akses pasar.

Peningkatan jumlah UMKM tersebut menunjukkan bahwa UMKM di Banyumas memiliki potensi besar dalam mendukung perekonomian daerah. Salah satu sektor UMKM yang dominan dan terus berkembang adalah UMKM *Food and Beverage* (F&B). Sektor ini tidak hanya berperan dalam pemenuhan kebutuhan konsumsi masyarakat, tetapi juga menjadi sumber pendapatan utama bagi pelaku usaha lokal. Namun, di tengah pertumbuhan kuantitas UMKM tersebut, tantangan utama yang dihadapi adalah bagaimana meningkatkan kinerja usaha (*performance*) agar UMKM mampu bertahan dan bersaing di era digital.

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan dalam pola pengelolaan bisnis, terutama pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bidang *Food and Beverage* (F&B). Pemanfaatan berbagai platform digital, seperti media sosial, marketplace, aplikasi pesan-antar makanan, pembayaran digital, dan sistem manajemen usaha, menjadi kebutuhan penting agar UMKM mampu bertahan dan bersaing di tengah perubahan perilaku konsumen. Meski demikian, masih banyak UMKM F&B, termasuk di Kabupaten Banyumas, yang belum dapat mengoptimalkan penggunaan

teknologi digital dalam proses bisnisnya. Hambatan berupa keterbatasan infrastruktur teknologi, rendahnya kompetensi sumber daya manusia, minimnya dukungan organisasi, serta tekanan dari lingkungan bisnis menyebabkan transformasi digital belum berjalan secara optimal. Kondisi ini berdampak pada belum maksimalnya peningkatan kinerja UMKM, yang dapat dilihat dari produktivitas, efisiensi operasional, pertumbuhan penjualan, dan daya saing usaha. Oleh karena itu, diperlukan penelitian untuk menganalisis pengaruh faktor Technology, Organization, dan Environment (TOE) terhadap kinerja UMKM dengan transformasi digital sebagai variabel intervening.

Teknologi digital, inovasi digital, dan digitalisasi secara fundamental mengubah proses bisnis, produk, layanan, dan hubungan, serta mendorong perusahaan untuk secara fundamental mengubah cara mereka berbisnis dan pola pikir karyawan mereka, serta memaksa restrukturisasi untuk bertahan hidup. *Digital Transformation* telah menjadi pendekatan baru bagi banyak perusahaan untuk memperoleh keunggulan kompetitif dalam konteks persaingan pasar yang intens dan dinamis. Banyak organisasi telah menerapkan *Digital Transformation*, dengan dampak positif pada kinerja bisnis organisasi dan produktivitas, yang menyebabkan peningkatan keunggulan mereka, dan mencapai inovasi terobosan dan pembangunan berkelanjutan. (Zhang et al., 2022)

Tabel I-II
Hasil Mini Riset *Performance* UMKM F&B di Banyumas

No	Nama Variabel	Jumlah	Presentase
1	<i>Technology</i>	17	40,5%
2	<i>Organization</i>	8	19%
3	<i>Environment</i>	9	21,4%

4	<i>Product Quality</i>	6	14,3%
5	<i>Product Innovation</i>	2	4,8%
Jumlah		42	100%

Sumber : Data Mini Riset Tahun 2026

Bedasarkan hasil mini riset yang dilakukan terhadap 42 reponden UMKM *Food and Beverage* di Banyumas, maka peneliti tertarik untuk mengambil variabel penelitian sesuai dengan kondisi fenomena yang terjadi pada peningkatan *performance* UMKM F&B di Banyumas. Prosentase tertinggi yang mempengaruhi *performance* yaitu variabel *Technology* dengan perolehan prosentase 40,5%, *Organization* dengan perolehan prosentase 19%, dan *Environment* dengan perolehan prosesntase 21,4%. Berdasarkan fenomena dan hasil mini riset diatas maka peneliti tertarik lebih dalam lagi mengenai ketiga variabel tersebut.

Kerangka TOE dianggap relevan bagi UMKM karena UMKM sangat bergantung pada kesiapan teknologi (seperti perangkat dan internet), kesiapan internal (dukungan pemilik dan SDM), serta pengaruh lingkungan (kompetitor, pelanggan, dan program dukungan). Dengan demikian, TOE memberikan sudut pandang yang komprehensif dalam menjelaskan mengapa suatu UMKM mampu melakukan *transformasi digital*, sementara UMKM lainnya tertinggal. (Baker, 2011).

Penelitian ini memposisikan *Digital Transformation* sebagai variabel *intervening*. Artinya, TOE dapat memengaruhi *Performance* UMKM secara langsung, namun juga dapat memengaruhi *performance* melalui *digital transformation* terlebih dahulu. Hal ini masuk akal karena performa usaha tidak hanya ditentukan oleh kesiapan teknologi atau dukungan organisasi saja, tetapi

juga oleh bagaimana UMKM benar-benar menerapkan teknologi tersebut ke dalam strategi dan proses bisnisnya. Dengan kata lain, *digital transformation* menjadi “jembatan” yang menjelaskan bagaimana TOE dapat berdampak pada *Performance* UMKM.

Performance UMKM pada penelitian ini dipahami sebagai capaian kinerja usaha yang meliputi aspek finansial maupun non-finansial. Dari sisi finansial, *performance* dapat dilihat dari pertumbuhan penjualan, peningkatan omzet, atau peningkatan pendapatan. Dari sisi non-finansial, *performance* dapat dilihat dari efisiensi operasional hemat (biaya dan waktu), meningkatnya kepuasan pelanggan, meningkatnya loyalitas pelanggan, meningkatnya daya saing, serta bertambah luasnya pasar. UMKM yang mampu mengoptimalkan transformasi digital umumnya memiliki peluang lebih besar untuk mencapai kinerja yang lebih baik, karena akses pasar menjadi lebih luas, proses operasional lebih efisien, dan pelanggan lebih mudah dijangkau. (Verhoef et al., 2021).

Technology Organization Environment (TOE) menjadi kerangka yang relevan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan adopsi teknologi dan transformasi digital pada UMKM. Faktor *Technology* berkaitan dengan kesiapan dan kemanfaatan teknologi yang digunakan, faktor *Organization* mencakup sumber daya, struktur, dan dukungan manajerial, sedangkan faktor *Environment* meliputi tekanan persaingan, dukungan pemerintah, serta kondisi pasar. Ketiga faktor ini diyakini memiliki pengaruh

penting terhadap keberhasilan *digital transformation*, yang pada akhirnya berdampak pada *performance* UMKM.

Perubahan perilaku konsumen juga menjadi salah satu faktor penting yang mendorong UMKM *Food and Beverage* F&B untuk beradaptasi secara digital. Saat ini konsumen semakin terbiasa mencari informasi produk melalui media sosial, membaca ulasan pelanggan, memesan melalui aplikasi, serta menggunakan pembayaran non-tunai seperti transfer bank, *e-wallet*, atau QRIS. Banyak konsumen juga mengutamakan kemudahan pemesanan melalui layanan pesan antar serta respons cepat dari penjual melalui platform chat. Pola konsumsi semacam ini memaksa UMKM untuk meningkatkan kemampuan digitalnya agar tetap relevan dengan ekspektasi pasar. (Verhoef et al., 2021).

Terdapat berbagai fenomena menarik pada UMKM *food and beverage* F&B. Misalnya, Banyak UMKM sudah memiliki akun media sosial, namun penggunaannya belum konsisten atau belum efektif untuk meningkatkan penjualan. Sebagian UMKM sudah masuk platform *delivery*, tetapi belum mampu mengelola strategi promosi digital sehingga margin keuntungan kecil. Beberapa UMKM sudah memakai pembayaran digital, tetapi pencatatan keuangan masih manual sehingga rawan kesalahan. Banyak UMKM memiliki keterbatasan SDM yang mampu mengelola konten, iklan, atau layanan pelanggan secara digital. Ada UMKM yang mengalami peningkatan penjualan setelah digitalisasi, namun ada juga yang belum merasakan dampak karena transformasi digital belum berjalan menyeluruh. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital tidak hanya soal menggunakan

teknologi, melainkan terkait kesiapan internal dan dukungan eksternal yang memengaruhi keberhasilan implementasinya.

Penelitian mengenai TOE dan *performance* UMKM sudah cukup banyak, namun terdapat beberapa gap yang membuat penelitian ini penting dilakukan. Yang pertama sebagian penelitian hanya menilai hubungan TOE terhadap *performance* secara langsung, tanpa menempatkan *digital transformation* sebagai variabel mediasi. Yang Kedua Ada penelitian yang fokus pada industri tertentu (misalnya manufaktur atau jasa), namun belum banyak yang secara spesifik meneliti UMKM sektor F&B di Kabupaten Banyumas. Yang Ketiga Beberapa penelitian mengukur transformasi digital secara sederhana (misalnya hanya penggunaan media sosial), padahal transformasi digital dapat mencakup pemasaran, transaksi, operasional, dan inovasi layanan sekaligus kondisi digitalisasi UMKM di daerah memiliki karakteristik yang berbeda dengan kota besar, sehingga perlu pembuktian empiris pada konteks lokal di Kabupaten Banyumas.

Penelitian ini penting dilakukan karena transformasi digital menjadi faktor kunci untuk memperkuat daya saing UMKM, terutama F&B (*Food and beverage*) yang sangat kompetitif. Hasil penelitian dapat membantu pelaku UMKM memahami faktor apa yang paling berpengaruh dalam mendorong transformasi digital dan peningkatan *performance*. Pemerintah daerah atau instansi pendamping UMKM dapat menggunakan hasil penelitian sebagai dasar menyusun program pelatihan dan dukungan digitalisasi yang lebih tepat.

Orisinalitas penelitian ini terletak pada pengujian hubungan TOE terhadap *Performance* dengan *Digital Transformation* sebagai variabel *intervening* pada konteks UMKM F&B di Banyumas. Dengan model ini, penelitian tidak hanya melihat pengaruh langsung, tetapi juga melihat apakah transformasi digital merupakan mekanisme utama yang menghubungkan kesiapan TOE dengan kinerja usaha (*Performance*).

Dengan latar belakang demikian, penelitian ini penting untuk mengidentifikasi faktor utama yang mendorong maupun menghambat transformasi digital, serta melihat dampaknya terhadap *performance* UMKM *food and beverage* di Banyumas dalam menghadapi era ekonomi digital.

Untuk mempelajari secara lebih lanjut, penelitian ini berjudul : **“Pengaruh *Technology Organization Environment* (TOE) terhadap *Performance* dengan *Digital Transformation* sebagai Variabel *Intervening* pada UMKM *Food and Beverage* di Kabupaten Banyumas.”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah faktor *Technology* berpengaruh terhadap *Digital Transformation* pada UMKM *food and beverage* di Kabupaten Banyumas?
2. Apakah faktor *Organization* berpengaruh terhadap *Digital Transformation* pada UMKM *food and beverage* di Kabupaten Banyumas?

3. Apakah faktor *Environment* berpengaruh terhadap *Digital Transformation* pada UMKM *Food and Beverage* di Kabupaten Banyumas?
4. Apakah faktor *Technology* berpengaruh terhadap *Performance* pada UMKM *Food and Beverage* di Kabupaten Banyumas?
5. Apakah faktor *Organization* berpengaruh terhadap *Performance* pada UMKM *Food and Beverage* di Kabupaten Banyumas?
6. Apakah faktor *Environment* berpengaruh terhadap *Performance* pada UMKM *Food and Beverage* di Kabupaten Banyumas?
7. Apakah *Digital Transformation* berpengaruh terhadap *Performance* pada UMKM *Food and Beverage* di Jawa Tengah?
8. Apakah *Digital Transformation* memediasi pengaruh *Technology* terhadap *Performance* pada UMKM *food and beverage* di Kabupaten Banyumas?
9. Apakah *Digital Transformation* memediasi pengaruh *Organization* terhadap *Performance* pada UMKM *food and beverage* di Kabupaten Banyumas?
10. Apakah *Digital Transformation* memediasi pengaruh *Environment* terhadap *Performance* pada UMKM *Food and Beverage* di Kabupaten Banyumas?

1.3. Batasan Masalah

Guna menghindari perluasan masalah dalam penelitian ini, peneliti membatasi masalah sebagai berikut :

1. Membatasi responden dalam penelitian ini adalah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) *food and beverage* di Banyumas.
2. Membatasi variabel yang diteliti yaitu hanya berfokus pada variabel *Technology, Organization, Environment, Digital Transformation*, dan *Performance*.
3. Membatasi indikator yang digunakan pada masing-masing variabel penelitian yaitu :

a. *Performance*

Kinerja usaha (*business performance*) bagi UMKM di Indonesia biasanya dirumuskan sebagai capaian hasil operasional bisnis, yang diukur lewat aspek keuangan, pelanggan, proses internal, serta pembelajaran dan pengembangan, dengan fokus khusus pada adaptasi teknologi digital serta kapabilitas dinamis. Pendekatan ini sering mengacu pada *Balanced Scorecard (BSC)* atau metrik utama seperti kenaikan penjualan, laba, dan tingkat kepuasan pelanggan. (Ongkowijoyo et al., 2025)

Indikator *Performance* pada penelitian *Performance* Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM *Food and Beverage* di Kabupaten Banyumas adalah sebagai berikut :

- 1) Pertumbuhan penjualan
- 2) Efisiensi operasional
- 3) Kepuasan pelanggan
- 4) Daya saing usaha

5) Perluasan pasar

b. *Digital Transformation*

Transformasi digital (*digital transformation*) diartikan sebagai upaya mengintegrasikan teknologi digital secara menyeluruh ke dalam seluruh ranah operasional bisnis, sehingga mengubah pola kerja organisasi, menghasilkan nilai tambah bagi pelanggan, serta membentuk model bisnis inovatif secara mendasar. Khusus untuk UMKM di Indonesia, pendekatan ini berfokus pada pemanfaatan teknologi seperti e-commerce, komputasi awan, dan analitik data guna meningkatkan efisiensi proses, daya saing, serta jangkauan pasar. (Prihandono et al., 2024)

Indikator *Digital Transformation* menurut (Prihandono et al., 2024) adalah sebagai berikut :

- 1) Digitalisasi pemasaran (media sosial)
- 2) Digitalisasi transaksi (qris, ewallet)
- 3) Digitalisasi operasional (kasir)
- 4) Pemanfaatan platform digital (*Delivery/marketplace*)

c. *Technology*

Technology Organization Environment (TOE) framework merupakan sebuah teori yang diadopsi untuk melakukan kajian faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan, penggunaan, dan pemanfaatan teknologi informasi dalam sebuah organisasi (Nanda et al., 2024 dalam Setiyawan et al., 2025).

Menurut Tornatzky & Fleischer (1990) Dimensi *Technology* mengacu pada ketersediaan teknologi internal dan eksternal organisasi, termasuk teknologi yang sudah digunakan (*existing technologies*) maupun teknologi baru yang tersedia di pasar, yang karakteristiknya dapat memengaruhi keputusan adopsi atau kondisi dan karakteristik teknologi yang tersedia bagi perusahaan, baik internal maupun eksternal.

Indikator *Technology* pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Ketersediaan perangkat Teknologi Informasi
- 2) Infrastruktur internet
- 3) Kompatibilitas teknologi
- 4) Kemudahan penggunaan
- 5) Keamanan teknologi

d. *Organization*

Dimensi *organisasi* menekankan kesiapan internal UMKM, meliputi sumber daya manusia serta kapabilitas manajerial. Aspek tersebut mencakup evaluasi kompetensi SDM, kesiapan organisasi menghadapi perubahan, dan kemampuan kepemimpinan dalam menyusun strategi strategis UMKM. (Prasetyo & Andrilla, 2025)

Menurut Tornatzky & Fleischer (1990) *Organization* merujuk pada karakteristik internal perusahaan seperti ukuran organisasi, struktur manajerial, sumber daya yang tersedia, komunikasi internal,

serta tingkat formalisasi dan sentralisasi yang memengaruhi kemampuan organisasi dalam mengadopsi inovasi teknologi.

Indikator *organization* pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Dukungan pemilik / manajemen
- 2) Kompetensi SDM
- 3) Ketersediaan sumber daya
- 4) Budaya inovasi
- 5) Pelatihan digital

e. *Environment*

Dimensi *environment* (lingkungan) meliputi faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah, dinamika sektor industri, serta dukungan dari komunitas bisnis setempat. (Prasetyo & Andrilla, 2025)

Menurut Tornatzky & Fleischer (1990) *Environment* mengacu pada lingkungan eksternal organisasi yang memengaruhi adopsi teknologi, termasuk struktur industri, tingkat persaingan, hubungan dengan pemasok dan pelanggan, serta regulasi pemerintah.

Indikator *environment* pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Tekanan persaingan
- 2) Tuntutan konsumen
- 3) Tren industri digital
- 4) Dukungan mitra / ekosistem
- 5) Dukungan pemerintah

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan peneliti dalam melakukan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui faktor *Technology* berpengaruh terhadap *Digital Transformation* pada UMKM *food and beverage* di Kabupaten Banyumas.
2. Untuk mengetahui faktor *Organization* berpengaruh terhadap *Digital Transformation* pada UMKM *food and beverage* di Kabupaten Banyumas.
3. Untuk mengetahui faktor *Environment* berpengaruh terhadap *Digital Transformation* pada UMKM *Food and Beverage* di Kabupaten Banyumas.
4. Untuk mengetahui faktor *Technology* berpengaruh terhadap *Performance* pada UMKM *Food and Beverage* di Kabupaten Banyumas.
5. Untuk mengetahui faktor *Organization* berpengaruh terhadap *Performance* pada UMKM *Food and Beverage* di Kabupaten Banyumas.
6. Untuk mengetahui faktor *Environment* berpengaruh terhadap *Performance* pada UMKM *Food and Beverage* di Kabupaten Banyumas.
7. Untuk mengetahui *Digital Transformation* berpengaruh terhadap *Performance* pada UMKM *Food and Beverage* di Jawa Tengah.
8. Untuk mengetahui *Digital Transformation* memediasi pengaruh *Technology* terhadap *Performance* pada UMKM *food and beverage* di Kabupaten Banyumas.

9. Untuk mengetahui *Digital Transformation* memediasi pengaruh *Organization* terhadap *Performance* pada UMKM *food and beverage* di Kabupaten Banyumas.
10. Untuk mengetahui *Digital Transformation* memediasi pengaruh *Environment* terhadap *Performance* pada UMKM *Food and Beverage* di Kabupaten Banyumas.

1.5. Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian manajemen dan sistem informasi terkait penerapan kerangka TOE pada UMKM.
 - b. Menambah referensi ilmiah mengenai peran transformasi digital dalam meningkatkan performance UMKM sektor *Food and Beverage*.
 - c. Menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengembangkan model TOE dengan variabel mediasi atau variabel lain.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Pelaku UMKM

Memberikan wawasan mengenai faktor TOE yang perlu diperkuat agar transformasi digital berjalan efektif dan berdampak pada *performance*.

b. Bagi Pemerintah/Instansi Pembina UMKM

Memberikan masukan dalam penyusunan program pelatihan, fasilitasi teknologi, serta penguatan ekosistem digital UMKM.

c. Bagi Akademisi dan Peneliti

Menjadi sumber tambahan untuk pengembangan kajian digitalisasi UMKM, terutama pada sektor *food and beverage* di wilayah Kabupaten Banyumas.

