



# Manajerial: Jurnal Manajemen dan Sistem Informasi

Journal homepage: <https://ejournal.upi.edu/index.php/manajerial>



## Strategi Adaptasi Teknologi Berbasis Nilai Sosial dan Budaya Pada UMKM di Kota Bandung

Dian Addinna\*, Yosep Hernawan, Gilang Garnadi Suryadi

Universitas Pendidikan Indonesia

\*Correspondence: E-mail: [dian.addinna@upi.edu](mailto:dian.addinna@upi.edu)

### ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) contribute more than 61,07% to Indonesia's Gross Domestic Product and absorb 97% of the national workforce. However, only 12% of MSMEs have effectively adopted digital technology. This gap is exacerbated by socio-cultural barriers that remain underexplored in the context of technology adaptation. This study aims to: (1) identify and analyze socio-cultural factors influencing technology adaptation among MSMEs in Bandung City, (2) map challenges faced in the technology adoption process, and (3) develop a technology adaptation strategy based on local socio-cultural values to enhance MSME competitiveness. Using a qualitative approach with a phenomenological design, data were collected through in-depth interviews with three MSME owners in Bandung from the training and consulting, frozen food, and laundry sectors. The findings reveal that MSMEs employ a 'hybrid adaptation' strategy combining digital technology with traditional values such as trust, personal communication, and humanistic service. Key barriers include resource limitations (human resources, time, cost), digital competence, structural support, and social resistance. Effective adaptation strategies encompass community-based learning, phased technology implementation, continuous coaching, integration of local cultural values, and financial support through technology subsidies. These findings emphasize the importance of contextual approaches that consider socio-cultural aspects in MSME digital transformation.

### ARTICLE INFO

#### Article History:

Submitted/Received 02 Mar 2026

First Revised 24 May 2026

Accepted 06 Jun 2026

First Available online 20 Jun 2026

Publication Date 20 Jun 2026

#### Keywords:

Hybrid Adaptation, Socio-Cultural Values, Digital Transformation, MSMEs

## 1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia yang memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Sektor ini menjadi motor penggerak utama dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan (Wahyudi & Herman, 2025). Berdasarkan data Kementerian Keuangan (2024), jumlah UMKM di Indonesia saat ini mencapai 64,2 juta unit, dengan kontribusi sebesar 61,07% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional atau setara dengan Rp8.573,89 triliun. Selain itu, UMKM juga menyerap sekitar 117 juta tenaga kerja atau 97% dari total tenaga kerja nasional, menjadikannya sektor yang paling dominan dalam penyerapan tenaga kerja (Kementerian Keuangan, 2024). Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa UMKM memiliki kontribusi signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi nasional (Sari & Fisabilillah, 2021).

Tidak hanya berkontribusi terhadap pasar domestik, UMKM juga berperan dalam ekspor nasional dengan kontribusi sebesar 15,7% terhadap total ekspor Indonesia (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, 2024). Angka-angka tersebut menegaskan bahwa UMKM tidak hanya menjadi tulang punggung ekonomi nasional, tetapi juga agen pemerataan pendapatan dan pengentasan kemiskinan di berbagai daerah. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa perkembangan UMKM memiliki hubungan yang erat dengan penurunan tingkat kemiskinan melalui penciptaan kesempatan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan penguatan ekonomi lokal (Jauhari & Periansya, 2021; Wahyudi & Herman, 2025).

UMKM tersebar di seluruh wilayah Indonesia, dari perkotaan hingga pedesaan, sehingga berperan penting dalam membuka akses ekonomi bagi masyarakat di berbagai lapisan sosial. Oleh karena itu, keberlanjutan dan peningkatan daya saing UMKM menjadi prioritas strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Namun, di tengah era transformasi digital, UMKM Indonesia menghadapi tantangan serius dalam hal adopsi teknologi. Berbagai studi menunjukkan bahwa transformasi digital telah menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing, efisiensi operasional, dan keberlanjutan UMKM di era ekonomi digital (Lokuge & Duan, 2023; Purnomo & Purwandari, 2024).

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) dan Kementerian Komunikasi dan Informatika (2024), hanya 12% dari total UMKM di Indonesia yang telah mengadopsi teknologi digital secara efektif. Kesenjangan digital (*digital gap*) ini menjadi hambatan utama dalam meningkatkan daya saing UMKM di pasar global. Salah satu penyebab utamanya adalah rendahnya literasi digital. Survei Kementerian Komunikasi dan Informatika (2024) mengungkapkan bahwa hanya sekitar 18% pelaku UMKM yang memiliki keterampilan digital dasar, seperti penggunaan aplikasi e-commerce atau media sosial untuk pemasaran produk, sementara 40% lainnya belum memiliki akses memadai terhadap pelatihan dan edukasi digital (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2024). Kondisi ini sejalan dengan temuan Wulandari et al. (2024) yang menunjukkan bahwa kapabilitas dan literasi digital merupakan prasyarat utama bagi keberhasilan transformasi UMKM, namun masih menjadi hambatan yang signifikan di Indonesia. Penelitian Purnomo dan Purwandari (2024) juga menemukan bahwa *facilitating conditions*, ekspektasi kemudahan penggunaan teknologi, serta tekanan

kompetitif menjadi faktor penting yang memengaruhi niat UMKM untuk mengadopsi teknologi digital.

Selain literasi digital, kesenjangan infrastruktur digital juga menjadi tantangan utama. Berdasarkan laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2024), meskipun penetrasi internet nasional mencapai 82,6%, masih terdapat ketimpangan akses internet di luar Pulau Jawa. Wilayah-wilayah tersebut kerap mengalami kendala jaringan yang lambat dan tidak stabil, sehingga menyulitkan pelaku UMKM dalam mengakses platform digital secara optimal. Penelitian mengenai transformasi digital UMKM menunjukkan bahwa ketersediaan infrastruktur dan dukungan teknologi merupakan faktor penentu keberhasilan digitalisasi usaha kecil dan menengah (Lokuge & Duan, 2023; Purnomo & Purwandari, 2024).

Tantangan lainnya adalah keterbatasan sumber daya finansial. Banyak UMKM yang tidak dapat mengakses pembiayaan dari lembaga keuangan formal karena keterbatasan agunan, kurangnya administrasi, serta minimnya pengetahuan mengenai layanan keuangan digital. Program Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang disediakan pemerintah memang membantu sebagian pelaku usaha, tetapi belum menjangkau seluruh pelaku UMKM, terutama di wilayah terpencil (Kementerian Keuangan, 2024). Sejumlah penelitian juga mengidentifikasi bahwa akses pembiayaan, kapasitas sumber daya, dan kesiapan organisasi menjadi kendala utama yang menghambat proses transformasi digital dan pengembangan UMKM di Indonesia (Wijaya & Ali, 2024; Purnomo & Purwandari, 2024).

Tidak hanya faktor ekonomi dan infrastruktur, hambatan sosial-budaya juga berperan signifikan dalam lambatnya adopsi teknologi. Banyak pelaku UMKM masih menunjukkan resistensi terhadap perubahan, lebih mempercayai cara-cara tradisional, serta terpengaruh norma sosial lokal yang kurang mendukung inovasi (Priyadharma, 2024). Hambatan ini menegaskan bahwa keberhasilan transformasi digital tidak hanya bergantung pada aspek teknis, tetapi juga pada aspek sosial dan budaya masyarakat lokal.

Penelitian oleh Priyadharma (2024) menekankan bahwa pendekatan *periphery-centric*, yaitu pendekatan yang menyesuaikan dengan konteks sosial dan budaya lokal, lebih efektif dalam mendorong inklusi digital dibandingkan pendekatan *top-down* yang seragam. Temuan ini diperkuat oleh kajian Arango-López et al. (2024) yang menunjukkan bahwa faktor sosiokultural, ekosistem kewirausahaan, dan pengaruh sosial eksternal sangat memengaruhi pola adopsi teknologi di UMKM negara berkembang. Faktor seperti sikap pemilik usaha terhadap inovasi, dukungan komunitas, dan norma sosial lokal berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan adaptasi teknologi pada UMKM.

Di sisi lain, berbagai studi juga menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital membawa dampak positif yang signifikan bagi peningkatan produktivitas dan efisiensi UMKM. Ikhwan dan Himawati (2024) menemukan bahwa transformasi digital berkaitan erat dengan konfigurasi ulang kinerja UMKM, di mana teknologi digital memungkinkan UMKM untuk mengotomatisasi proses bisnis, memperluas pasar melalui *e-commerce*, meningkatkan kualitas layanan pelanggan, serta mengoptimalkan strategi pemasaran melalui *big data analytics*. Berdasarkan latar belakang, penelitian ini memiliki tiga tujuan utama: (1) mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor sosial-budaya yang memengaruhi proses adaptasi teknologi pada UMKM di Kota Bandung; (2) memetakan tantangan-tantangan yang

dihadapi UMKM dalam proses adopsi teknologi digital; serta (3) mengembangkan model strategi adaptasi teknologi yang berbasis nilai sosial dan budaya lokal guna meningkatkan daya saing UMKM.

Meskipun sejumlah penelitian telah membahas adopsi teknologi pada UMKM dari perspektif teknis dan ekonomi, kajian yang secara eksplisit mengeksplorasi peran nilai sosial-budaya lokal, khususnya dalam konteks UMKM perkotaan Indonesia masih sangat terbatas. Penelitian terdahulu umumnya menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel besar dan cenderung mengabaikan keunikan konteks budaya lokal yang memengaruhi proses adopsi teknologi. Kesenjangan penelitian inilah yang menjadi justifikasi utama studi ini, yaitu upaya mengisi kekosongan pengetahuan mengenai bagaimana nilai-nilai sosial-budaya spesifik membentuk strategi adaptasi teknologi UMKM di Kota Bandung.

## 2. KAJIAN PUSTAKA

### 2.1. Transformasi Digital pada UMKM

Transformasi digital merupakan perubahan fundamental dalam cara organisasi beroperasi dan memberikan nilai kepada pelanggan melalui pemanfaatan teknologi digital. Dalam konteks UMKM, transformasi digital tidak hanya sebatas penggunaan teknologi, tetapi melibatkan perubahan mindset, proses bisnis, dan kultur organisasi. Zahiroh (2022) dalam penelitiannya tentang peluang dan tantangan transformasi digital UMKM Indonesia pasca pandemi COVID-19 menunjukkan bahwa transformasi digital menjadi kebutuhan mendesak bagi kelangsungan UMKM. Pandemi telah mempercepat adopsi teknologi digital sebagai respons terhadap pembatasan aktivitas fisik dan perubahan perilaku konsumen.

Arango-López et al. (2024) dalam tinjauan literatur sistematis mereka tentang transformasi digital dan adopsi teknologi pada UMKM di negara berkembang mengidentifikasi beberapa faktor kunci yang mempengaruhi adopsi teknologi: kesiapan organisasi, dukungan manajemen, ketersediaan sumber daya, dan faktor eksternal seperti tekanan kompetitif dan dukungan pemerintah. Penelitian Ikhwan dan Himawati (2024) menekankan pentingnya strategi inovatif dalam pengembangan bisnis digital untuk mengoptimalkan daya saing global UMKM. Mereka menemukan bahwa pemanfaatan perangkat digital memungkinkan UMKM untuk mengoptimalkan operasi dan menjangkau pasar yang lebih luas, yang penting untuk beradaptasi dengan persaingan lokal dan global. Kesiapan dari pengguna, termasuk literasi dan keterampilan digital, sangat penting bagi UMKM untuk terlibat secara efektif dengan teknologi digital (Fauzi et al., 2025).

Anatan (2023) menyatakan bahwa kesiapan transformasi digital UMKM dipengaruhi oleh faktor kepemimpinan, kesiapan teknologi, dan kemampuan inovasi organisasi. Verhoef et al. (2021) menjelaskan bahwa transformasi digital tidak hanya melibatkan penggunaan teknologi baru, tetapi juga perubahan strategi bisnis, struktur organisasi, dan pola interaksi dengan pelanggan secara menyeluruh. Rahayu dan Day (2017) menemukan bahwa kesiapan organisasi, persepsi manfaat, dan dukungan lingkungan eksternal menjadi faktor penting dalam adopsi *e-commerce* oleh UMKM di Indonesia.

### 2.2. Pengaruh Nilai Sosial-Budaya terhadap Adopsi Teknologi

Priyadharna (2024) dalam penelitiannya tentang pendekatan "periphery-centric" untuk inklusi dan eksklusi digital di desa-desa Indonesia mengungkapkan bahwa norma sosial lokal dan kebiasaan komunitas memiliki pengaruh signifikan terhadap adopsi teknologi digital. Penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan yang memperhatikan konteks lokal dan melibatkan komunitas dalam proses digitalisasi lebih efektif dibandingkan pendekatan *top-down* yang seragam. Shahadat et al. (2023) dalam studi mereka tentang peran budaya dan gender dalam adopsi teknologi UMKM di negara berkembang menemukan bahwa faktor budaya seperti nilai-nilai tradisional, struktur keluarga, dan peran gender mempengaruhi keputusan adopsi teknologi. Mereka menekankan pentingnya memahami konteks budaya lokal dalam merancang strategi implementasi teknologi.

### **2.3. Strategi Adaptasi Teknologi Berbasis Budaya**

Pratono et al. (2023) dalam studinya tentang digitalisasi karya kreatif pada usaha sosial di Indonesia menunjukkan bahwa pengembangan strategi berbasis nilai budaya dapat mendorong integrasi teknologi yang lebih efektif dengan mempertimbangkan karakteristik lokal. Penting menekankan sinergi antara pelestarian budaya dan modernisasi teknologi. Romprasert dan Trivedi (2021) meneliti ekonomi berkelanjutan pada usaha komunitas dan pemasaran digital, menemukan bahwa pemanfaatan teknologi informasi dalam pemasaran digital dapat meningkatkan kegiatan ekonomi usaha masyarakat sehingga dapat tumbuh secara berkelanjutan, terutama ketika teknologi diintegrasikan dengan nilai-nilai komunitas lokal.

## **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain fenomenologi untuk memahami pengalaman dan perspektif pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi dengan mempertimbangkan nilai sosial-budaya lokal. Pendekatan kualitatif dipilih untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang fenomena adaptasi teknologi dalam konteks sosial-budaya spesifik.

### **3.1 Partisipan Penelitian**

Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling dengan kriteria: (1) UMKM beroperasi di Kota Bandung, (2) Minimal 1 tahun beroperasi, (3) Sedang atau pernah mengadopsi teknologi digital. Jumlah tiga partisipan dalam penelitian ini dipilih berdasarkan kesesuaian dengan tradisi fenomenologi, yang memprioritaskan kedalaman pemahaman atas pengalaman subjektif dibandingkan keterwakilan statistik. Moustakas (1994) dan Creswell & Poth (2018) menyatakan bahwa penelitian fenomenologi umumnya melibatkan 3–10 partisipan, dengan fokus pada thick description yang kaya dan mendalam. Selain itu, proses pengumpulan data dilanjutkan hingga saturasi tematik tercapai, yakni saat tidak ditemukan lagi tema baru yang muncul dari data (Braun & Clarke, 2006), sehingga jumlah partisipan dinilai memadai untuk menjawab pertanyaan penelitian ini. Penelitian ini melibatkan 3 responden dari berbagai sektor usaha.

### **3.2 Teknik Pengumpulan Data**

Data dikumpulkan melalui: (1) Wawancara mendalam semi-terstruktur dengan durasi 60-90 menit per responden, (2) Observasi partisipatif terhadap penggunaan teknologi di lokasi usaha, (3) Dokumentasi berupa foto dan dokumen pendukung.

### 3.3 Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan analisis tematik Braun & Clarke (2006) melalui tahapan: (1) Familiarisasi dengan data, (2) Pemberian kode awal, (3) Pencarian tema, (4) Peninjauan tema, (5) Pendefinisian dan penamaan tema, (6) Penulisan laporan. Validitas data dijamin melalui triangulasi sumber dan *member checking*.

## 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Temuan penelitian ini didasarkan pada data yang diperoleh melalui tiga teknik pengumpulan data yang saling melengkapi. Data utama bersumber dari wawancara mendalam semi-terstruktur. Observasi partisipatif yang dilakukan di lokasi usaha masing-masing responden memberikan pemahaman kontekstual tentang bagaimana teknologi digunakan secara nyata dalam praktik bisnis sehari-hari, termasuk interaksi antara pelaku usaha dengan konsumen serta penggunaan perangkat digital di lapangan. Dokumentasi berupa foto dan dokumen pendukung melengkapi triangulasi sumber data. Berikut adalah hasil penelitian yang disajikan sesuai dengan tema-tema yang teridentifikasi.

### 4.1 Karakteristik Responden

**Tabel 1.** Identitas Responden

No.	Jenis Usaha	Lama Usaha (tahun)	Usia (tahun)	Pendidikan
1	Pelatihan dan Konsultasi	2	40	S2
2	Frozen Food	1,5	30	S2
3	Laundry	7	42	S1

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 1 di atas, responden penelitian memiliki karakteristik yang beragam dari segi jenis usaha, lama beroperasi, dan tingkat pendidikan. Keragaman ini memberikan perspektif yang komprehensif tentang adaptasi teknologi pada UMKM di berbagai sektor.

### 4.2 Tingkat Adopsi Teknologi Digital UMKM

Hasil wawancara menunjukkan bahwa ketiga UMKM telah mengadopsi teknologi digital pada tingkat dasar hingga menengah. Teknologi yang paling umum digunakan meliputi:

1. Media sosial (Instagram, WhatsApp Business, Facebook, TikTok) - digunakan oleh seluruh responden.
2. Sistem pembayaran digital (QRIS, GoPay, Dana, transfer bank) - digunakan oleh seluruh responden.
3. Platform e-commerce (Shopee, Inaproc) - digunakan oleh dua dari tiga responden.
4. Aplikasi meeting online (Zoom, Google Meet, Teams) - digunakan oleh satu dari tiga responden.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Zahiroh (2022) yang menunjukkan bahwa pandemi COVID-19 telah mempercepat adopsi teknologi digital pada level dasar, terutama untuk komunikasi dan transaksi. Namun, tingkat adopsi masih terbatas pada aplikasi-aplikasi yang sederhana dan familiar bagi pengguna.

### **4.3 Pengaruh Nilai Sosial-Budaya terhadap Adaptasi Teknologi**

#### **Persistensi Nilai-Nilai Tradisional**

Analisis data menunjukkan bahwa nilai-nilai tradisional tetap dipertahankan dalam proses adaptasi teknologi. Responden 1 menyatakan: *"Saya masih memegang nilai kejujuran, kepercayaan, dan pelayanan prima yang humanis. Nilai-nilai ini memengaruhi cara saya menggunakan teknologi digital. Misalnya, meskipun pemasaran dilakukan online, saya tetap berusaha menjaga komunikasi personal dengan klien, tidak hanya lewat chat otomatis, tapi juga interaksi langsung atau pertemuan tatap muka jika diperlukan."*

Pernyataan ini mengindikasikan adanya upaya untuk mengintegrasikan nilai-nilai tradisional dengan teknologi modern, bukan menggantikan satu dengan yang lain.

#### **Strategi Adaptasi Hibrida**

Penelitian menemukan pola 'adaptasi hibrida' di mana UMKM mengkombinasikan pendekatan digital dengan tradisional:

1. Pembayaran digital dengan tetap menerima pembayaran tunai
2. Pemasaran online dikombinasikan dengan promosi mulut ke mulut
3. Chat otomatis diimbangi dengan interaksi tatap muka
4. Transaksi e-commerce dengan tetap melayani pembelian langsung

Responden 2 menjelaskan: *"Masih ada pembayaran dengan menggunakan uang tunai. Kemudian dari segi marketing, promosi dari mulut ke mulut kepada konsumen dengan kategori lanjut usia yang umumnya tidak familiar dengan sosial media."* Hal ini mendukung temuan Priyadharna (2024) tentang pentingnya pendekatan 'periphery-centric' yang mempertimbangkan konteks lokal dalam implementasi teknologi.

### **4.4 Tantangan dalam Integrasi Teknologi**

Tantangan integrasi teknologi pada UMKM muncul dari berbagai dimensi yang saling berkaitan. Dari sisi sumber daya, pelaku UMKM menghadapi keterbatasan tenaga kerja yang mampu menangani aspek digital, disertai minimnya waktu untuk mempelajari aplikasi baru serta beban biaya berlangganan platform digital yang dianggap cukup tinggi. Hambatan kompetensi juga terlihat jelas, di mana pelaku usaha masih mengalami kesulitan dalam membuat desain digital maupun konten visual, serta kurang terampil dalam mengoperasikan aplikasi yang lebih kompleks. Selain itu, faktor struktural turut memperberat proses adaptasi, karena sosialisasi dari penyedia aplikasi masih terbatas dan tidak tersedia pelatihan tatap muka yang dapat memberikan pendampingan langsung. Di sisi sosial, sebagian konsumen terutama kelompok usia lanjut masih menunjukkan resistensi terhadap penggunaan teknologi digital, sementara dalam komunitas lokal masih terdapat persepsi bahwa teknologi merupakan sesuatu yang rumit dan membutuhkan biaya besar. Hambatan-hambatan ini menunjukkan bahwa proses digitalisasi UMKM tidak hanya dipengaruhi oleh faktor teknis,

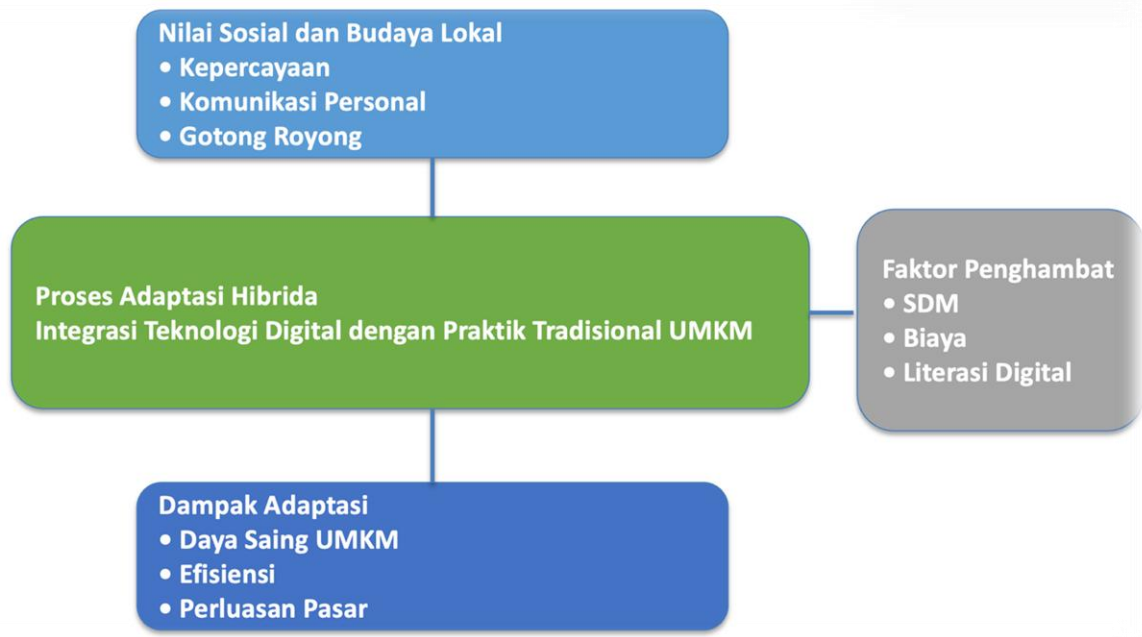
tetapi juga oleh dinamika sosial, budaya, dan ketersediaan dukungan ekosistem yang memadai.

#### **4.5 Strategi Adaptasi Teknologi Berbasis Nilai Lokal**

Strategi adaptasi teknologi pada UMKM tercermin melalui berbagai pendekatan yang saling melengkapi. Para responden menekankan pentingnya pembelajaran berbasis komunitas, di mana proses belajar dilakukan bersama dalam kelompok UMKM sehingga tercipta lingkungan yang suportif dan mampu mengurangi resistensi terhadap teknologi baru. Implementasi teknologi pun dianjurkan dilakukan secara bertahap, dimulai dari penggunaan aplikasi sederhana seperti WhatsApp Business, Instagram Shop, dan QRIS sebelum beralih ke platform yang lebih kompleks, agar pelaku usaha dapat beradaptasi dengan lebih percaya diri. Selain itu, kebutuhan akan pendampingan berkelanjutan juga muncul sebagai aspek penting, karena *coaching* langsung dinilai lebih efektif dalam membantu pelaku UMKM menyelesaikan persoalan teknis dibandingkan seminar satu kali. Integrasi nilai budaya lokal turut menjadi komponen strategis, di mana teknologi diharmonisasikan dengan identitas budaya, seperti menggabungkan konten pemasaran dengan narasi budaya Sunda atau tetap menjaga etika bisnis tradisional. Untuk mengatasi hambatan biaya, responden juga mengusulkan dukungan finansial berupa subsidi atau bantuan pendanaan berlangganan aplikasi digital, sehingga UMKM memiliki akses lebih besar terhadap teknologi yang diperlukan.

#### **4.6 Model Konseptual Adaptasi Teknologi Berbasis Nilai Sosial-Budaya**

Model konseptual yang dihasilkan dari penelitian ini menggambarkan bahwa proses adaptasi teknologi pada UMKM berlangsung melalui perpaduan harmonis antara aspek teknologi, sosial, dan budaya. Model tersebut menegaskan bahwa keberhasilan implementasi teknologi tidak semata-mata bergantung pada kesiapan teknis atau kemampuan operasional pelaku usaha, melainkan juga pada sejauh mana teknologi dapat diselaraskan dengan nilai-nilai sosial dan budaya yang hidup dalam komunitas lokal. Dengan kata lain, transformasi digital UMKM menjadi lebih efektif ketika inovasi teknologi diadopsi tanpa menghilangkan karakter budaya yang telah menjadi bagian penting dari praktik bisnis. Secara struktural, model konseptual ini terdiri dari tiga komponen utama: (1) Faktor Pendorong, yang mencakup nilai-nilai sosial-budaya lokal seperti kepercayaan, komunikasi personal, dan semangat gotong royong komunitas; (2) Proses Adaptasi Hibrida, yaitu mekanisme di mana UMKM mengintegrasikan teknologi digital dengan tetap mempertahankan praktik bisnis tradisional secara simultan; serta (3) Faktor Penghambat, yang meliputi keterbatasan sumber daya, rendahnya kompetensi digital, kurangnya dukungan struktural, dan resistensi sosial. Ketiga komponen ini berinteraksi secara dinamis dan pada akhirnya menentukan tingkat keberhasilan adaptasi teknologi yang berdampak pada peningkatan daya saing UMKM. Hoang (2024) menjelaskan bahwa faktor teknologi, organisasi, dan lingkungan eksternal saling memengaruhi dalam proses transformasi digital UMKM.



**Gambar 1.** Model Konseptual Adaptasi Teknologi Berbasis Nilai Sosial-Budaya pada UMKM

*sumber: hasil analisis peneliti (2025)*

Model konseptual di atas menggambarkan bahwa keberhasilan adaptasi teknologi pada UMKM dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengintegrasikan teknologi digital dengan nilai sosial dan budaya lokal yang telah melekat dalam praktik bisnis sehari-hari. Proses adaptasi berlangsung secara hibrida melalui kombinasi pendekatan digital dan tradisional secara simultan. Dalam implementasinya, proses tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor penghambat seperti keterbatasan sumber daya manusia, rendahnya literasi digital, biaya teknologi, resistensi sosial, serta minimnya dukungan struktural. Jika proses adaptasi hibrida dapat berjalan secara efektif, maka UMKM berpotensi meningkatkan daya saing, efisiensi operasional, perluasan pasar, dan keberlanjutan usaha.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa nilai sosial dan budaya memiliki peran penting dalam membentuk cara UMKM di Kota Bandung menyesuaikan diri dengan teknologi digital. Hasil penelitian mengungkap bahwa pelaku usaha cenderung mengadopsi strategi *adaptasi hibrida*, yakni memadukan penggunaan teknologi dengan nilai-nilai tradisional seperti kepercayaan, interaksi personal, serta pelayanan yang humanis. Pendekatan ini membantu UMKM memanfaatkan manfaat teknologi sekaligus mempertahankan identitas budaya dan hubungan kedekatan dengan para pemangku kepentingan. Tantangan yang ditemui dalam proses adaptasi mencakup keterbatasan sumber daya manusia, waktu, dan biaya; rendahnya kemampuan digital; kurangnya dukungan pada tingkat struktural; serta resistensi sosial dari kelompok konsumen tertentu. Seluruh hambatan tersebut saling memengaruhi sehingga perlu penanganan secara menyeluruh. Untuk itu, strategi adaptasi yang optimal perlu dilaksanakan melalui pembelajaran berbasis komunitas, penerapan teknologi secara bertahap, pendampingan berkelanjutan, serta integrasi nilai budaya lokal. Model konseptual

yang dihasilkan menegaskan bahwa transformasi digital UMKM hanya dapat berjalan efektif apabila mempertimbangkan konteks sosial-budaya dan tidak semata-mata berorientasi pada aspek teknis.

## 5.2 Saran

Bagi para pelaku usaha dapat memulai penggunaan teknologi melalui aplikasi sederhana yang sudah dikenal, aktif berpartisipasi dalam komunitas UMKM guna memperkuat proses belajar bersama, serta tetap menjaga nilai-nilai tradisional ketika memanfaatkan teknologi digital. Di sisi lain, pemerintah diharapkan menyediakan program pelatihan berbasis komunitas yang disertai pendampingan berkelanjutan, memberikan subsidi atau dukungan finansial bagi UMKM yang siap memasuki tahap transformasi digital, serta mengembangkan aplikasi yang selaras dengan kebutuhan dan konteks lokal. Selain itu, penelitian lanjutan perlu dilakukan untuk menguji secara kuantitatif model strategi adaptasi yang telah dikembangkan, khususnya dengan mengoperasionalkan variabel-variabel seperti intensitas nilai sosial-budaya, tingkat resistensi terhadap teknologi, ketersediaan dukungan komunitas, dan tahapan implementasi teknologi sebagai prediktor daya saing UMKM.

## 5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diakui secara jujur. Pertama, jumlah sampel yang sangat terbatas, yakni tiga responden, membatasi generalisabilitas temuan penelitian ini. Kedua, lingkup penelitian yang hanya mencakup Kota Bandung menyebabkan temuan ini tidak dapat serta-merta digeneralisasikan untuk seluruh wilayah Indonesia yang memiliki keberagaman budaya, infrastruktur, dan kondisi ekonomi yang sangat berbeda-beda. Ketiga, metode purposive sampling yang digunakan berpotensi menghasilkan bias dalam pemilihan responden, karena partisipan dipilih berdasarkan kriteria dan pertimbangan peneliti. Keempat, penelitian ini bersifat cross-sectional, sehingga tidak mampu menangkap dinamika perubahan strategi adaptasi teknologi dari waktu ke waktu. Kelima, metode observasi partisipatif yang digunakan mungkin memengaruhi perilaku responden selama pengamatan berlangsung (*reactivity bias*). Keterbatasan-keterbatasan ini hendaknya menjadi pertimbangan dalam menafsirkan temuan dan merancang penelitian lanjutan.

## 6. REFERENSI

- Anatan, L. (2023). Micro, small, and medium enterprises' readiness for digital transformation in Indonesia. *Economies*, 11(6), 156. <https://doi.org/10.3390/economies11060156>
- APJII. (2024). Laporan Survei Internet APJII 2024. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. Retrieved from <https://apjii.or.id/survei>
- Arango-López, J., Vidal-Castro, C., Bustamante-Mora, A., Hochstetter-Diez, J., & García-Gutiérrez, J. (2024). Navigating digital transformation and technology adoption: A literature review from small and medium-sized enterprises in developing countries. *Sustainability*, 16(14), 5946. <https://doi.org/10.3390/su16145946>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.

- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (4th ed.)*. Sage Publications.
- Fauzi, F., Siregar, H., Barus, B., & Indraprahasta, G. S. (2025). Merevitalisasi UMKM Kabupaten Bekasi Melalui Transformasi Digital: Tinjauan PCA dan Analisis Spasial. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 21(1), 43-65.
- Hoang, H. (2024). Navigating the digital landscape: An exploration of the relationship between technology-organization-environment factors and digital transformation adoption in SMEs. *SAGE Open*, 14(4). <https://doi.org/10.1177/21582440241276198>
- Ikhwan, H. S., & Himawati, D. (2024). Performance reconfiguration in Indonesian MSMEs: Digital transformation, emerging skills, and organizational health. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8(3), 1–22. <https://doi.org/10.24294/jipd.v8i3.3101>
- Jauhari, H., & Periansya. (2021). Economic Growth, Poverty, Urbanization, and the Small and Medium Enterprises (SMEs) in Indonesia: Analysis of Cointegration and Causality. *Binus Business Review*, 12(2), 95–104.
- Kementerian Keuangan. (2024). *Data UMKM dan Kontribusi terhadap Perekonomian Nasional*. Jakarta: Kementerian Keuangan Republik Indonesia. Retrieved from <https://www.kemenkeu.go.id>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2024). *Survei Literasi Digital Nasional 2024*. Jakarta: Kominfo. Retrieved from <https://www.kominfo.go.id>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. (2024). *Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional*. Jakarta: Kemenko Perekonomian. Retrieved from <https://www.ekon.go.id>
- Lokuge, S., & Duan, S. X. (2023). Exploring the enablers of digital transformation in small and medium-sized enterprises. *Handbook of research on business model innovation through disruption and digitalization*, 136-156.
- Moustakas, C. (1994). *Phenomenological research methods*. Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781412995658>
- Pratono, A. H., Nawangpalupi, C. B., & Sutanti, A. (2023). Achieving sustainable development goals through digitalising creative works: Some evidence from social enterprises in Indonesia. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10, 385. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01859-9>
- Priyadharma, S. (2024). “Periphery-centric” approach as a tactic for everyday digital in- and exclusion of Indonesian villages. *Media and Communication*, 12, Article 8162. <https://doi.org/10.17645/mac.8162>
- Purnomo, S., & Purwandari, S. (2024). Determinan Adopsi Teknologi Digital Pada UMKM di Indonesia. *Sketsa Bisnis*, 11(02), 296-318.
- Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-commerce adoption by SMEs in developing countries: Evidence from Indonesia. *Eurasian Business Review*, 7(1), 25–41. <https://doi.org/10.1007/s40821-016-0044-6>
- Romprasert, S., & Trivedi, A. (2021). Sustainable economy on community enterprise and digital marketing. *ABAC Journal*, 41(1), 62–80.

- Sari, L. T. A., & Fisabilillah, L. W. P. (2021). Pengaruh pertumbuhan umkm dan tingkat pengangguran terhadap pertumbuhan ekonomi di indonesia. *Independent: Journal of Economics*, 1(3), 178-190.
- Shahadat, M. M. H., Nekmahmud, M., Ebrahimi, P., & Fekete-Farkas, M. (2023). Digital technology adoption in SMEs: What technological, environmental and organizational factors influence in emerging countries? *Vision: The Journal of Business Perspective*, 27(1), 55–76. <https://doi.org/10.1177/09721509221137199>
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., 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>
- Wahyudi, W. & Herman, H. (2026). The Role of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Poverty Alleviation in Indonesia: A Systematic Literature Review. *The Kalimantan Social Studies Journal*, 7(2), 243-253.
- Wulandari, A., Marcelino, D., Suryawardani, B., & Adithya, D. (2024). Digital capability and literacy for MSME transformation: Perspectives of digital and business performance. *APMBA (Asia Pacific Management and Business Application)*, 13(2), 109-128. <https://doi.org/10.21776/ub.apmba.2024.013.02.2>
- Zahiroh, M. Y. (2022). Peluang dan tantangan transformasi digital UMKM di Indonesia pasca pandemi COVID-19. *Journal of Economics and Social Sciences (JESS)*, 1(2), 124–133. <https://doi.org/10.59525/jess.v1i2.150>