

Peran Teknologi Analitik Digital untuk Pengambilan Keputusan Strategis bagi Pengusaha UMKM Perempuan di Kota Bandung

Yoki Oktorian Sukardi¹, Nurjamilah^{2*}

Universitas Wanita Internasional, Jl. Pasir Kaliki No.179a Bandung, Indonesia

*corresponding author

nurjamilah@iwu.ac.id

<https://doi.org/10.29407/nusamba.v10i2.23709>

Informasi Artikel

Abstract

Tanggal masuk	23 September 2025
Tanggal revisi	28 Februari 2025
Tanggal diterima	24 April 2025

Keywords :

Digital analytics; mixed method; TAM; Technology Acceptance Model



Research aim : Objective of this study is to assess and investigate the impact of digital analytics technology on strategic decision-making, its effect on the business performance of small and medium-sized enterprises (SMEs), and the experiences of female SME entrepreneurs in Bandung regarding the adoption of digital analytics technology through the Technology Acceptance Model (TAM) framework.

Design/Method/Approach : A sequential explanatory mixed-method approach was used, engaging 60 female small and medium-sized enterprise owners in Bandung. Participants were selected via Stratified Random Sampling.

Research Finding : This research revealed that, despite the promise of digital analytics technology to enhance strategic decision-making for female MSME owners in Bandung City, opinions of its utility and simplicity of use remain low. A considerable number of respondents perceived that technology did not provide substantial advantages in their company operations and encountered challenges in its use.

Theoretical contribution/Originality : Focus of this study is the application of the Technology Acceptance Model (TAM) to strategic decision-making among female small and medium-sized enterprise (SME) entrepreneurs.

Practitioner/Policy implication : The study highlights the need for enhanced digital literacy through training programs for female SME entrepreneurs in Bandung and the development of supportive policies to facilitate access to and use of digital analytics technology.

Research limitation : The study is limited to female SME entrepreneurs in Bandung.

Abstrak

Tujuan Penelitian : untuk memahami dan menganalisis fungsi teknologi analitik digital didalam pengambilan keputusan strategis, efeknya kepada kinerja bisnis UMKM, dan pengalaman pengusaha UMKM perempuan di Kota Bandung dengan penerimaan teknologi analitik digital didalam proses pengambilan keputusan strategis menggunakan kerangka model *Technology Acceptance Model* (TAM) .

Desain/ Metode/ Pendekatan : Studi ini melibatkan 60 pengusaha UMKM perempuan di Kota Bandung dan menggunakan metode campuran dengan pendekatan penjelasan sequential. Sampling stratified random dipergunakan.

Temuan Penelitian : Penelitian ini menemukan bahwasanya teknologi analitik digital bisa membantu pengusaha UMKM perempuan di Kota Bandung membuat keputusan strategis yang lebih baik. Namun, banyak responden merasa teknologi tidak memberikan manfaat yang relevan bagi operasional bisnis mereka merasa sulit untuk menggunakannya.

Kontribusi Teoritis/ Originalitas: pada penelitian ini terletak pada penerapan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) didalam pengambilan Keputusan strategis bagi pengusaha UMKM perempuan

Implikasi Praktis : peningkatan literasi digital melalui program pelatihan bagi pengusaha UMKM Perempuan di Kota Bandung serta pengembangan kebijakan dukungan yang mempermudah akses dan penggunaan teknologi analitik digital.

Keterbatasan Penelitian : Fokus penelitian ini adalah pengusaha UMKM perempuan di Kota Bandung.

Kata kunci : Analitik Digital, Pengambilan Keputusan Strategis, Pengusaha Perempuan, UMKM, *Technology Acceptance Model* (TAM)



1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah memberikan dampak besar dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk dunia usaha. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran penting dalam perekonomian Indonesia, baik dalam kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) maupun penciptaan lapangan kerja [1]. Dalam menghadapi tantangan globalisasi dan meningkatnya persaingan, pemanfaatan teknologi digital menjadi elemen kunci agar UMKM dapat bertahan dan berkembang. Namun, penerapan teknologi ini masih belum merata di kalangan pelaku UMKM, terutama bagi perempuan [2]. Digitalisasi pada UMKM perempuan di Kota Bandung berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi baik di tingkat daerah maupun nasional. Berdasarkan data [3], jumlah UMKM di Kota Bandung mencapai 41.220 unit pada tahun 2023, mengalami kenaikan dari 40.136 unit pada tahun 2021. Secara keseluruhan, pengusaha perempuan menyumbang sekitar 37,12% dalam sektor UMKM. Meskipun demikian, masih banyak UMKM perempuan yang mengalami keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital akibat kurangnya pengetahuan dan keterampilan, sehingga berpengaruh terhadap daya saing mereka di pasar digital. Para pelaku UMKM perempuan menghadapi berbagai tantangan, seperti minimnya akses terhadap teknologi, keterbatasan modal, serta hambatan sosial dan budaya [4]. Oleh sebab itu, pemahaman mengenai bagaimana perempuan dalam UMKM mengadopsi inovasi digital serta faktor-faktor yang memengaruhi proses tersebut menjadi penting untuk dikaji lebih lanjut [5]. Peran perempuan dalam transformasi digital tidak hanya berkontribusi terhadap kesetaraan gender, tetapi juga menjadi motor penggerak bagi pertumbuhan ekonomi serta kesejahteraan masyarakat secara lebih luas. Inovasi digital bertujuan menciptakan solusi bisnis yang lebih efisien dan praktis melalui berbagai platform digital, seperti *startup*, aplikasi *e-commerce*, layanan berlangganan, dan perbankan digital [6].

Sejumlah penelitian telah mengkaji peran digitalisasi dalam pemberdayaan UMKM perempuan. Studi yang dilakukan oleh [7] menyoroti pentingnya pelatihan teknologi informasi dalam meningkatkan kompetensi digital pelaku UMKM perempuan di Desa Lengkong, Bandung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan keterampilan digital memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan bisnis mereka. Sementara itu, penelitian [8] di Yogyakarta mengungkapkan bahwa penggunaan media sosial dan platform *e-commerce* secara signifikan membantu pemasaran serta peningkatan penjualan UMKM, meskipun kendala seperti keterbatasan akses terhadap teknologi dan minimnya pelatihan teknis masih menjadi tantangan. Selain itu, penelitian [9] menekankan bahwa perempuan pengusaha dapat berperan sebagai penggerak transformasi digital UMKM melalui kolaborasi strategis yang didukung oleh kebijakan tepat, pelatihan yang sesuai, dan ekosistem bisnis yang inklusif. Studi lain yang dilakukan oleh [10] mengonfirmasi bahwa partisipasi UMKM dalam ekonomi digital berdampak positif terhadap peningkatan penjualan serta penyerapan tenaga kerja, yang secara tidak langsung berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Penelitian dari [11] juga menyoroti efektivitas pemasaran digital dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan volume penjualan UMKM, meskipun rendahnya literasi digital masih menjadi kendala utama bagi pengusaha perempuan. Sementara itu, [12] [13] menemukan bahwa pemanfaatan teknologi informasi dalam pemberdayaan UMKM binaan KADIN Kota Bandung dapat meningkatkan efisiensi operasional serta daya saing di pasar. Meskipun berbagai penelitian telah membuktikan manfaat digitalisasi, masih belum ada kesimpulan yang menunjukkan bahwa seluruh pelaku UMKM perempuan yang telah mengadopsi inovasi digital merasa



diuntungkan secara berkelanjutan. Oleh karena itu, pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) menjadi relevan dalam menganalisis faktor yang memengaruhi adopsi teknologi digital oleh UMKM perempuan [14], TAM menjelaskan bahwa keputusan individu dalam mengadopsi teknologi bergantung pada persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) serta manfaat yang diperoleh (*perceived usefulness*) [15] Dengan mengintegrasikan model ini, penelitian dapat menggali lebih dalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi adopsi teknologi digital oleh UMKM perempuan serta dampaknya terhadap keberlanjutan bisnis mereka.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam bidang studi adopsi teknologi dan pemberdayaan perempuan. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pembuat kebijakan, praktisi, dan akademisi untuk merumuskan strategi yang lebih efektif dalam mendukung adopsi teknologi digital oleh UMKM perempuan, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan ketahanan usaha mereka di era digital.

Pernyataan Masalah Penelitian

Pernyataan masalah penelitian ini berfokus pada keterbatasan pemahaman dan implementasi teknologi analitik digital didalam proses pengambilan keputusan strategis untuk optimalisasi kinerja Pengusaha UMKM perempuan di Kota Bandung sehingga diperlukan sebuah pendekatan pemecahan masalah yang akan dilaksanakan menggunakan dua cara yaitu dengan menggunakan tools SEMrush untuk Analisis Kompetitor dan Ahrefs untuk Penelitian Kata Kunci. Ketika kedua pemecahan masalah tersebut dilaksanakan maka diharapkan akan Pengambilan Keputusan Strategis. Tools SEMrush membantu UMKM didalam pemasaran digital serta optimasi mesin pencari menggunakan fitur-fitur seperti penelitian kata kunci, analisis kompetitor, audit SEO, pemantauan peringkat, penelitian backlink, dan analisis lalu lintas. Fitur-fitur ini membantu UMKM didalam merencanakan strategi konten, menaikkan visibilitas situs web, memperoleh wawasan kompetitif, memperbaiki masalah teknis, membangun otoritas domain, dan memahami audiens mereka untuk menaikkan lalu lintas situs web dan efektivitas kampanye pemasaran. Tools Ahrefs memberikan berbagai manfaat penting bagi UMKM, seperti penelitian kata kunci, analisis backlink, audit SEO, analisis kompetitor, penelitian konten, dan pelacakan peringkat kata kunci. Dengan memanfaatkan fitur-fitur ini, UMKM bisa menaikkan visibilitas online, mengoptimalkan situs web, dan bersaing secara efektif didalam pasar digital.

Tujuan Penelitian

Penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi, menemukan, serta menganalisis secara mendalam tentang bagaimana faktor-faktor dalam TAM mempengaruhi niat perilaku Pengusaha UMKM perempuan di Kota Bandung untuk menggunakan teknologi analitik digital dalam pengambilan keputusan strategis

2. Metode

Jenis penelitian yang digunakan *mixed method*, yaitu gabungan antara penelitian kualitatif dan penelitian kuantitatif. [16] Studi ini dirancang berdasarkan pendekatan penelitian *Sequential exploratory design* melalui rencana eksplorasi dua tahap untuk menggunakan hasil

metode kualitatif untuk mendorong langkah kuantitatif. Berikut adalah langkah-langkah dalam *sequential exploratory design*:

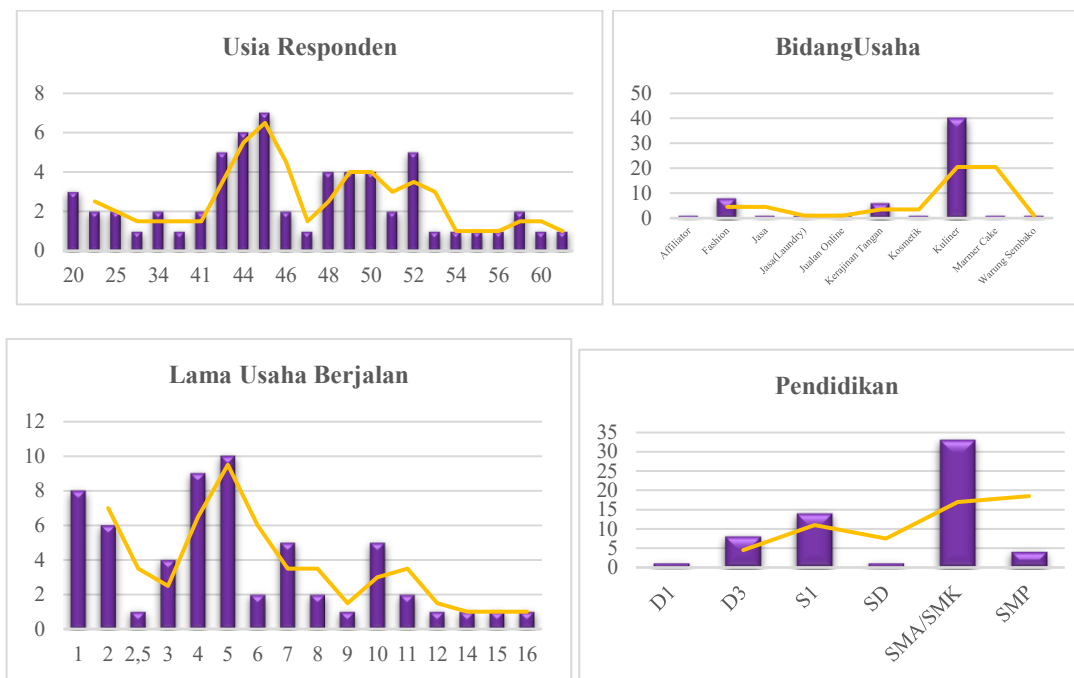
1. Peneliti melakukan pengumpulan data kualitatif, seperti wawancara, observasi, atau studi dokumen. Data kualitatif tersebut kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis kualitatif, seperti analisis isi atau analisis naratif. Penelitian ini mengumpulkan data dari lima narasumber yaitu pelaku UMKM Perempuan yang ada di Kota Bandung dengan usia 30 sampai 50 tahun, dengan latar belakang yang berbeda, Pimpinan DP3AKB, Dinas UMKM Kota Bandung dan DP2M-KW IWU.
2. Setelah data kualitatif terkumpul, peneliti menganalisis data kualitatif tersebut untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang fenomena yang sedang diteliti. Analisis data kualitatif tersebut dapat dijadikan sebagai landasan untuk merancang instrumen pengumpulan data kuantitatif, serta sebagai acuan dalam menginterpretasi hasil analisis data kuantitatif nantinya.
3. Setelah analisis data kualitatif selesai dilakukan, peneliti melakukan pengumpulan data kuantitatif. Data kuantitatif tersebut dapat dikumpulkan dengan cara *survey* melalui Kuesioner. Dengan metode *Random Sampling* [16] dalam penelitian ini adalah 60 Pengusaha Perempuan <30 Kecamatan> di wilayah Kota Bandung menggunakan [16], Pengambilan sampel ini, telah memenuhi syarat yang dipergunakan untuk metode PLS-SEM bahwasanya [17] merekomendasikan didalam pengambilan sampel minimal 30-100 sampel atau juga bisa menggunakan syarat jumlah sampel harus sepuluh kali dari jumlah variabel endogen didalam model
4. Setelah data kuantitatif terkumpul, peneliti melakukan analisis data kuantitatif menggunakan teknik analisis kuantitatif, seperti analisis regresi atau uji hipotesis. Hasil analisis data kuantitatif tersebut kemudian dikonfirmasi atau diperjelas dengan hasil analisis data kualitatif yang telah dilakukan sebelumnya [18].
5. Setelah analisis data kuantitatif dan kualitatif selesai dilakukan, peneliti melakukan integrasi hasil dari kedua jenis data tersebut. Integrasi hasil dilakukan untuk memperoleh pemahaman yang lebih lengkap dan mendalam mengenai fenomena yang sedang diteliti. Hasil integrasi tersebut kemudian dapat digunakan untuk membuat kesimpulan dan rekomendasi penelitian.

3. Hasil dan Pembahasan

a. Karakteristik Responden dan Jawaban Responden

Usia responden, bidang usaha, lama usaha berjalan, dan tingkat pendidikan digambarkan. Responden berusia 44 tahun, berpendidikan SMA, memperlihatkan potensi yang relevan untuk mengembangkan bisnis dengan menggunakan alat analitik digital. Pengalaman usaha yang telah cukup stabil membuka peluang bagi responden untuk mengoptimalkan proses bisnis, menaikkan efisiensi, dan memahami perilaku pelanggan lebih baik. Meskipun latar belakang pendidikan SMA mungkin membatasi akses kepada pemahaman teknis lanjutan, alat analitik

digital yang intuitif dan mudah dipergunakan, seperti *Google Analytics*, *Ahrefs*, atau *SEMrush*, bisa membantu didalam pengambilan keputusan strategis. Misalnya, responden bisa menggunakan data analitik untuk memantau tren penjualan, menganalisis preferensi konsumen, dan mengidentifikasi waktu promosi yang paling efektif. Didalam menghadapi persaingan yang semakin sengit di industri kuliner, responden bisa memanfaatkan teknologi ini untuk merancang strategi pemasaran yang lebih terarah, menaikkan daya saing, dan mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.



Gambar 1 Karakteristik Responden

Berdasarkan rekapitulasi jawaban responden, hasil untuk setiap variabel $\langle \text{PU, PEOU, AT, BI, dan AU} \rangle$ memperlihatkan kategori "Lemah". Ini memperlihatkan bahwasanya responden mempunyai persepsi yang rendah kepada aspek-aspek yang diukur: persepsi kegunaan $\langle \text{PU} \rangle$, kemudahan penggunaan $\langle \text{PEOU} \rangle$, sikap kepada penggunaan $\langle \text{AT} \rangle$, niat perilaku $\langle \text{BI} \rangle$, dan adopsi penggunaan $\langle \text{AU} \rangle$. Beberapa faktor bisa menyebabkan skor rendah pada aspek-aspek ini, seperti Selain itu, tingkat pendidikan yang sebagian besar setingkat sekolah menengah atas bisa menjadi hambatan untuk memahami dan menerapkan teknologi canggih yang membutuhkan pemahaman khusus. Hal ini juga bisa memperlihatkan resistensi kepada perubahan, kurangnya pelatihan, atau kurangnya dukungan teknis, yang semuanya berkontribusi pada kurangnya adopsi dan pemanfaatan alat analitik digital didalam kegiatan usaha responden. Tabel 1 menggabungkan jawaban responden.

Tabel 1 Rekapitulasi Jawaban Responden

No	Pernyataan	Frekuensi					TS	Mean	Kriteria
		5	4	3	2	1			
1	PU.1	24	24	12	0	0	252	2.52	Lemah
2	PU.2	20	28	12	0	0	248	2.48	Lemah
3	PU.3	19	29	12	0	0	247	2.47	Lemah
4	PU.4	20	25	15	0	0	245	2.45	Lemah
5	PU.5	21	31	8	0	0	253	2.53	Lemah
6	PEOU.1	6	16	22	16	0	192	1.92	Lemah
7	PEOU.2	5	19	25	10	1	197	1.97	Lemah
8	PEOU.3	7	18	29	6	0	206	2.06	Lemah
9	PEOU.4	7	21	27	3	2	208	2.08	Lemah
10	PEOU.5	1	8	19	23	9	149	1.49	Sangat Lemah
11	AT.1	15	20	23	2	0	228	2.28	Lemah
12	AT.2	12	18	28	1	0	218	2.18	Lemah
13	AT.3	12	26	21	1	0	229	2.29	Lemah
14	AT.4	12	22	24	2	0	224	2.24	Lemah
15	AT.5	13	19	27	1	0	224	2.24	Lemah
16	BI.1	13	19	27	1	0	224	2.24	Lemah
17	BI.2	13	18	29	0	0	224	2.24	Lemah
18	BI.3	19	18	23	0	0	236	2.36	Lemah
19	BI.4	14	21	24	1	0	228	2.28	Lemah
20	BI.5	17	18	24	1	0	231	2.31	Lemah
21	AU.1	5	23	26	6	0	207	2.07	Lemah
22	AU.2	7	22	26	5	0	211	2.11	Lemah
23	AU.3	7	22	27	4	0	212	2.12	Lemah
24	AU.4	6	22	26	6	0	208	2.08	Lemah
25	AU.5	12	19	23	6	0	217	2.17	Lemah

Evaluasi Model Pengukuran

Pengujian reliabilitas, validitas konvergen, dan validitas diskriminan adalah bagian dari evaluasi model pengukuran luar Untuk mengevaluasi validitas konvergen dari indikator reflektif, penjelasan nilai faktor pengisi untuk setiap indikator konstruk digunakan. Sejauh mana indikator yang mengukur satu konstruk tertentu saling berkorelasi disebut validitas konvergen. Agar validitas konvergen terpenuhi, nilai faktor pengisi harus melebihi 0,7, yang mengindikasikan adanya hubungan yang kuat antara faktor tersebut dengan konstruk yang diukur. Disamping itu, nilai *Average Variance Extracted* (AVE) perlu melebihi 0,5, yang memperlihatkan bahwasanya konstruk bisa menjelaskan lebih dari separuh variasi indikatornya. Tabel 3 berisi rincian nilai loading factor ini, yang menunjukkan seberapa baik indikator tersebut mendukung konstruk yang diukur. [14]

Tabel 2 nilai *loading factor*

Konstruk	Indikator	Outer Loading
<i>Persepsi kegunaan atau manfaat</i> ⟨Perceived Usefulness⟩	PU.1	0.882
	PU.2	0.891
	PU.3	0.901
	PU.4	0.874
	PU.5	0.879
<i>Persepsi kemudahan pengguna</i> ⟨Perceived Ease of Use⟩	PEOU.1	0.138
	PEOU.2	0.763
	PEOU.3	0.760
	PEOU.4	0.839
	PEOU.5	0.097
<i>Sikap menggunakan teknologi</i> ⟨Attitude Toward Using⟩	AT.1	0.810
	AT.2	0.882
	AT.3	0.872
	AT.4	0.829
	AT.5	0.751
<i>Keinginan Berperilaku untuk Menggunakan teknologi</i> ⟨Behavioral Intention to Use⟩	BI.1	0.793
	BI.2	0.925
	BI.3	0.876
	BI.4	0.831
	BI.5	0.889
<i>Penggunaan</i> ⟨Actual Use⟩	AU.1	0.880
	AU.2	0.732
	AU.3	0.872
	AU.4	0.841
	AU.5	0.829

Semua indikator konstruk telah memenuhi validitas konvergen, seperti yang diperlihatkan didalam Tabel 4 dan Tabel 3, Ini karena nilai faktor pengisi, atau faktor pengisi, Setiap indikator konstruk harus memiliki nilai yang melebihi 0,7. Angka-angka ini mencerminkan bahwa setiap indikator memiliki hubungan yang signifikan dan kuat dengan konstruk yang diukur, sehingga memenuhi syarat validitas konvergen, dan juga menunjukkan bahwasanya indikator tersebut mengukur konstruk yang dimaksud secara konsisten.

Tabel 3 nilai *Average Variance Extracted* ⟨AVE⟩

Konstruk	Average Variance Extracted ⟨AVE⟩
<i>Persepsi kegunaan atau manfaat</i> ⟨Perceived Usefulness⟩	0.784
<i>Persepsi kemudahan pengguna</i> ⟨Perceived Ease of Use⟩	0.378
<i>Sikap menggunakan teknologi</i> ⟨Attitude Toward Using⟩	0.689
<i>Keinginan Berperilaku untuk Menggunakan teknologi</i> ⟨Behavioral Intention to Use⟩	0.747
<i>Penggunaan</i> ⟨Actual Use⟩	0.693

Didalam validitas diskriminan, prinsip dasar adalah bahwasanya tidak mungkin ada korelasi yang tinggi antara variabel manifest dari konstruk yang berbeda. Akibatnya, validitas diskriminan dianggap telah terpenuhi. Salah satu dari dua metode yang dapat diterapkan untuk menilai reliabilitas suatu konstruk yang menggunakan indikator reflektif adalah gabungan reliabilitas, juga dikenal sebagai Dillon-Goldstein, atau Cronbach's Alpha. Pengujian

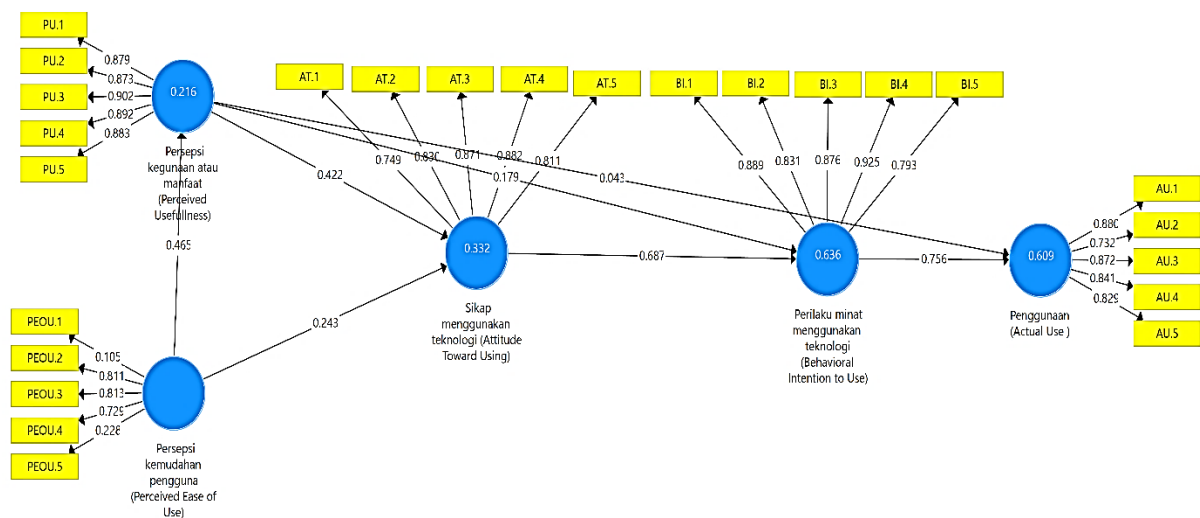
reliabilitas dengan kedua pendekatan ini harus menghasilkan nilai lebih dari 0,7 untuk memverifikasi reliabilitas konstruk. [19]

Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas

	Konstruk	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Persepsi kegunaan atau manfaat	⟨Perceived Usefulness⟩	0.931	0.948
Persepsi kemudahan pengguna	⟨Perceived Ease of Use⟩	0.709	0.850
Sikap menggunakan teknologi	⟨Attitude Toward Using⟩	0.886	0.917
Keinginan Berperilaku untuk Menggunakan teknologi	⟨Behavioral Intention to Use⟩	0.914	0.936
Penggunaan	⟨Actual Use⟩	0.888	0.918

Reliabilitas komposit setiap konstruk lebih besar dari 0,7 dan memiliki nilai alfa Cronbach di Tabel 6. Pada dasarnya, bisa disimpulkan bahwasanya konstruk-konstruk tersebut sudah reliabel.

Evaluasi Model Struktural



Gambar 2 Model SEM-PLS

Untuk mengevaluasi model struktural ⟨inner model⟩, pengujian relevansi dilaksanakan dengan estimasi koefisien jalur dan perubahan nilai R-Square. Nilai R-Square sejumlah 0,75, 0,5, ataupun 0,25 memperlihatkan bahwasanya model ini dapat dikategorikan sebagai kuat, moderat, atau lemah. [20] [21]

Tabel 5 Nilai R-Square

Konstruk	R-Square
----------	----------

<i>Sikap menggunakan teknologi</i> $\langle$ Attitude Toward Using $\rangle$	0.332
<i>Keinginan Berperilaku untuk Menggunakan teknologi</i> $\langle$ Behavioral Intention to Use $\rangle$	0.636
<i>Penggunaan</i> $\langle$ Actual Use $\rangle$	0.609
<i>Persepsi kegunaan atau manfaat</i> $\langle$ Perceived Usefulness $\rangle$	0.216

Dianggap moderat, dengan nilai R-Square lebih tinggi 0,5, menurut hasil Tabel 7. Dengan menggunakan H0, hipotesis diuji, dan ditemukan bahwasanya variabel Xi tidak memdampaki variabel Yj, dengan $i \neq j$. Tingkat relevansi $\langle \alpha \rangle$ ditetapkan pada P.Value < 0.05, seperti yang diperlihatkan didalam tabel berikut.

Tabel 6 Path Coeficient

Indikator	Original Sampel Estimate	T statistics	P.Value	Keterangan
<i>Keinginan Berperilaku untuk Menggunakan teknologi</i> $\langle$ Behavioral Intention to Use $\rangle$ -> <i>Penggunaan</i> $\langle$ Actual Use $\rangle$	0.756	11.603	0.000	Berdampak
<i>Sikap menggunakan teknologi</i> $\langle$ Attitude Toward Using $\rangle$ -> <i>Keinginan Berperilaku untuk Menggunakan teknologi</i> $\langle$ Behavioral Intention to Use $\rangle$	0.687	6.589	0.000	Berdampak
<i>Persepsi kegunaan atau manfaat</i> $\langle$ Perceived Usefulness $\rangle$ -> <i>Sikap menggunakan teknologi</i> $\langle$ Attitude Toward Using $\rangle$	0.465	4.447	0.000	Berdampak
<i>Persepsi kemudahan pengguna</i> $\langle$ Perceived Ease of Use $\rangle$ -> <i>Sikap menggunakan teknologi</i> $\langle$ Attitude Toward Using $\rangle$	0.422	3.009	0.003	Bedampak
<i>Persepsi kegunaan atau manfaat</i> $\langle$ Perceived Usefulness $\rangle$ -> <i>Keinginan Berperilaku untuk Menggunakan teknologi</i> $\langle$ Behavioral Intention to Use $\rangle$	0.179	1.745	0.082	Tidak Berdampak
<i>Persepsi kemudahan pengguna</i> $\langle$ Perceived Ease of Use $\rangle$ -> <i>Persepsi kegunaan atau manfaat</i> $\langle$ Perceived Usefulness $\rangle$	0.243	1.473	0.141	Tidak Berdampak
<i>Persepsi kemudahan pengguna</i> $\langle$ Perceived Ease of Use $\rangle$ -> <i>Penggunaan</i> $\langle$ Actual Use $\rangle$	0.043	0.469	0.639	Tidak Berdampak

Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam dan validasi terhadap temuan penelitian ini, dilakukan konfirmasi dengan pakar UMKM yang memiliki pengalaman dan pengetahuan mendalam dalam bidang adopsi teknologi digital oleh pelaku UMKM perempuan. Pakar yang diwawancarai yaitu dari Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak dan Keluarga Berencana (DP3AKB) Provinsi Jawa Barat seorang pelaku usaha, praktisi dan penggiat UMKM yang memiliki fokus penelitian pada pengembangan UMKM dan transformasi digital. Validasi faktor pendorong adopsi teknologi digital oleh pakar mengonfirmasi bahwa faktor-faktor seperti persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, dan



dukungan eksternal memang menjadi pendorong utama dalam adopsi teknologi digital oleh pelaku UMKM perempuan. DP3AKB juga menekankan pentingnya peningkatan literasi digital melalui pelatihan dan edukasi. Konfirmasi dari pakar juga menyebutkan bahwa keterbatasan pengetahuan dan keterampilan teknis, biaya tinggi implementasi, dan ketidakpastian hasil adalah tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM perempuan. Ibu Dr. Ari salah satu narasumber berbagi pengalaman pribadi tentang bagaimana sulitnya mengadopsi teknologi digital pada tahap awal usahanya, tetapi dengan dukungan yang tepat, tantangan tersebut dapat diatasi. Menurut pakar, pemerintah perlu merancang kebijakan yang mendukung transformasi digital untuk UMKM perempuan. Termasuk pemberian insentif finansial, penyediaan infrastruktur teknologi, dan penyelenggaraan program pelatihan yang berkelanjutan. Selain itu, perlu adanya upaya untuk mengurangi hambatan sosial dan budaya yang dapat menghalangi perempuan untuk mengadopsi teknologi digital.

Didalam penelitian ini, tujuh hipotesis diuji untuk mengevaluasi dampak berbagai faktor kepada adopsi teknologi analitik digital oleh pengusaha UMKM perempuan di Kota Bandung. Berdasarkan hasil analisis, empat hipotesis dinyatakan diterima, sedangkan tiga hipotesis ditolak. Penjelasan ilmiah mengenai temuan tersebut adalah Meskipun berbagai program pelatihan dan insentif telah diberikan, tingkat adopsi teknologi analitik digital oleh UMKM perempuan masih tergolong rendah. Salah satu faktor utama yang memengaruhi hal ini adalah persepsi terhadap teknologi yang dianggap kompleks dan kurang relevan dengan skala bisnis mereka [14] Hal ini sejalan dengan temuan dalam penelitian [7] yang menunjukkan bahwa keterbatasan literasi digital menjadi hambatan signifikan dalam penerapan teknologi di kalangan pengusaha perempuan. Selain itu, faktor sosial dan budaya, seperti peran ganda perempuan dalam keluarga, turut membatasi waktu dan kesempatan mereka untuk belajar serta mengadopsi teknologi baru [5] Konteks ekonomi juga berperan dalam menentukan tingkat adopsi, di mana keterbatasan modal dan infrastruktur digital di beberapa wilayah menghambat pemanfaatan teknologi secara optimal [8] Dengan demikian, hasil yang tidak sesuai harapan ini dapat dijelaskan melalui kombinasi faktor psikologis, sosial, dan ekonomi yang memengaruhi pengusaha UMKM perempuan dalam mengadopsi teknologi analitik digital. Ketika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, hasil ini mendukung studi dari [11] yang menekankan bahwa tingkat literasi digital yang rendah berdampak pada efektivitas pemasaran digital dalam UMKM. Namun, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa meskipun pelatihan diberikan, masih terdapat kesenjangan antara pemahaman dan penerapan teknologi, yang memperluas temuan dari [12] tentang perlunya strategi pendampingan yang lebih berkelanjutan. Untuk meningkatkan adopsi teknologi analitik digital, disarankan agar program pelatihan tidak hanya berfokus pada keterampilan teknis, tetapi juga mencakup strategi bisnis berbasis data serta mentoring jangka panjang. Studi dari [10] menegaskan bahwa pendekatan berbasis komunitas, seperti peer learning dan kolaborasi dengan startup digital, dapat membantu mengurangi hambatan psikologis dalam mengadopsi teknologi. Dengan rekomendasi ini, diharapkan UMKM perempuan dapat lebih mudah mengintegrasikan

teknologi analitik digital ke dalam operasional bisnis mereka dan meningkatkan daya saing di era digital.

4. Simpulan

Penelitian ini menegaskan bahwa adopsi teknologi analitik digital oleh UMKM perempuan masih menghadapi berbagai tantangan, termasuk keterbatasan literasi digital, hambatan sosial dan budaya, serta akses terhadap infrastruktur dan modal. Melalui analisis yang dilakukan, ditemukan bahwa meskipun pelatihan telah diberikan, efektivitas implementasi teknologi masih bergantung pada dukungan berkelanjutan dan pendekatan berbasis komunitas. Dengan demikian, penelitian ini menjawab pertanyaan utama mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi serta menawarkan solusi berupa program pelatihan yang lebih strategis dan berbasis kebutuhan spesifik pengusaha perempuan. Namun, masih terdapat gap penelitian yang perlu dieksplorasi lebih lanjut, khususnya terkait faktor-faktor non-teknis yang dapat memengaruhi adopsi teknologi, seperti norma budaya, modal sosial, dan peran gender dalam pengambilan keputusan bisnis. Penelitian mendatang dapat menggali bagaimana dinamika sosial dan dukungan komunitas dapat mempercepat penerapan teknologi di kalangan UMKM perempuan serta mengkaji dampak jangka panjang dari digitalisasi terhadap keberlanjutan bisnis mereka.

Daftar Rujukan

- [1] Pusparisa, Dominasi Sektor UMKM, Perempuan Hadapi Sederet Tantangan, 2023.
- [2] N. H. Anjani, Potensi dan Tantangan UMKM Perempuan dalam Perekonomian Indonesia, 2021.
- [3] B. P. S. (. J. Barat, Jumlah UMKM di Kota Bandung, 2023.
- [4] A. A. J. & T. U. Arsyad, Transformasi Umkm Melalui Pendampingan Keterampilan Literasi, 2023.
- [5] A. Wreta, Pengertian Usaha Mikro Adalah: Kriteria, Ciri-ciri, dan Perannya. DetikFinance, 2022.
- [6] Y. A. (. Almira, Tantangan dan Solusi dalam Pengembangan UMKM Milik Perempuan dengan Pemanfaatan Layanan, 2023.
- [7] N. Setyaningsih, Pemberdayaan Perempuan Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi pada UMKM Desa Lengkong, Bandung. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat, 5(1), 45-60, 2022.
- [8] R. e. a. Afiane, Mengulik Peran Pelaku UMKM Perempuan dalam Adopsi Inovasi Digital di Yogyakarta. Journal Moestopo, 12(2), 150-165., 2024.
- [9] A. M. A. R. P. Tri Wulandari Nurrisa Octhariany, Peranan Wanita Pengusaha Dalam Berkolaborasi Dengan UMKM Di Era Digitalisasi, 2024.
- [10] Indef, Peran Platform digital terhadap pengembangan UMKM di Indonesia, 2024.

- [11] D. H. I. A. D. ris Fatia Maharani, PENERAPAN DIGITAL MARKETING PADA KONTEKS USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH WOMENPRENEURMAIMA INDONESIA, 2021.
- [12] S. A. P. G. S. U. K. S. Sunardi Sembiring Brahmana, Pemberdayaan Pengusaha UMKM Binaan KADIN Kota Bandung Berkarakter Technopreneurship Yang Berdaya Saing Global Melalui Implementasi Digital Marketing, 2022.
- [13] F. J. S.-A. M. T. a. D. D. C. R. Marín, Value Chain digitalization and technological development as innovation catalysts in small and medium-sized enterprises,” *Journal of Innovation & Knowledge*, vol. 8, no. 4, p. 100454, 2020.
- [14] F. D. G. A. & M. N. Davis, The technology acceptance model: 30 years of TAM., 2024.
- [15] L. R. G. Afiane Parlyna, Mengulik Peran Pelaku UMKM Perempuan Dalam Adopsi Inovasi, 2024.
- [16] Sugiono, Metode Penelitian Kauntitatif, Kualitatif, dan R&D, 2024.
- [17] W. W. Chin, The partial least squares approach for structural equation modeling.,” in *Modern methods for business research.*, in *Methodology for business and management.*, Mahwah, NJ, US: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 1998, pp. 295–336., 1998.
- [18] Y. A. M. R. A. Ramadhan, Determinants Analysis of Ride-Hailing Application Acceptance: SEM -Neural Network Approach,” *JURNAL NUSANTARA APLIKASI MANAJEMEN BISNIS*, vol. 8, no. 1, pp. 131-150, 2023.
- [19] I. G. A. H. Latan, Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0 Untuk Penelitian Empiris, 2nd Ed. Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro,, 2014.
- [20] C. M. R. A. M. S. J. F. Hair, “Pls-Sem: Indeed A Silver Bullet’, *Journal,” Journal Of Marketing Theory And Practice*, vol. 19, no. 2, pp. 139-152, 2011.
- [21] I. G. A. H. Latan, Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0 Untuk Penelitian Empiris, 2nd Ed. Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2014.
- [22] “E. Martínez-Caro, J. G. Cegarra-Navarro, and F. J. Alfonso-Ruiz, “Digital technologies and firm performance: The role of digital organisational culture,” *Technol Forecast Soc Change*, vol. 154, p. 119962, 2020, doi: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2>”.
- [23] “inews.id, “Tingkatkan Rasio Pengusaha, Kadin Dorong Perempuan Jadi Entrepreneur,” <https://kadin.id/>.”.
- [24] “kominfo, “Menteri Budi Arie Dorong Perempuan Pelaku UMKM Optimalkan Teknologi Digital,” www.kominfo.go.id.”.
- [25] “A. Hendratmi, T. S. Agustina, P. S. Sukmaningrum, and M. A. Widayanti, “Livelihood strategies of women entrepreneurs in Indonesia,” *Heliyon*, vol. 8, no. 9, p. e10520, 2022, doi: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10520>.”.
- [26] “R. Marín, F. J. Santos-Arteaga, M. Tavana, and D. Di Caprio, “Value Chain digitalization and technological development as innovation catalysts in small and medium-sized enterprises,” *Journal of Innovation & Knowledge*, vol. 8, no. 4, p. 100454, Oct. 20”.

-
- [27] “T. W. A. Putra, A. Solechan, and B. Hartono, “Transformasi Digital Pada UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar,” Jurnal Informatika Upgris, vol. 9, no. 1, Jun. 2023, doi: 10.26877/jiu.v9i1.15096”.
 - [28] “A. Khan and M. Tao, “Knowledge absorption capacity’s efficacy to enhance innovation performance through big data analytics and digital platform capability,” Journal of Innovation & Knowledge, vol. 7, no. 3, p. 100201, Jul. 2022, doi: 10.1016/j.jik.202”.
 - [29] “W. W. Chin, “The partial least squares approach for structural equation modeling,” in Modern methods for business research., in Methodology for business and management., Mahwah, NJ, US: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 1998, pp. 295–336.]”.
 - [30] Y. A. M. R. Audi Ramadhan, “Determinants Analysis of Ride-Hailing Application Acceptance: SEM -Neural Network Approach,” *JURNAL NUSANTARA APLIKASI MANAJEMEN BISNIS*, vol. 8, no. 1, pp. 131-150, 2023.
 - [31] F. D. G. A. & M. N. Davis, The technology acceptance model: 30 years of TAM., 2024.
 - [32] I. G. A. H. Latan, Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0 Untuk Penelitian Empiris, 2nd Ed. Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro., 2014..
 - [33] L. R. G. Afiane Parlyna, Mengulik Peran Pelaku UMKM Perempuan Dalam Adopsi Inovasi, 2024.