BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian terdahulu

Penelitian-penelitian sebelumnya terkait penerapan teknologi digital pada UKM penting untuk dikaji karena memberikan gambaran empiris dan teoritis tentang bagaimana teknologi dapat membantu pelaku UKM dalam menghadapi tantangan bisnis di tengah persaingan yang semakin ketat. Dengan memahami hasil-hasil riset terdahulu, peneliti dapat mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, serta gap atau celah yang belum tergali secara mendalam.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

NO	Nama Penelitian Dan Tahun	Sumber	Metode	Hasil Peelitian
1.	(budi sihotang,2025), Peran Teknologi Digital dalam Meningkatkan Daya Saing UKM di Era Digitalisasi	Jurnal Transformasi Digital dalam Ekonomi, Bisnis, dan Manajemen	menggunakan pendekatan campuran (mixed-method), yaitu kombinasi antara pendekatan kuantitatif dan kualitatif,	Berdasarkan survei terhadap 120 pelaku UKM di wilayah Jakarta, Bandung, dan Surabaya, ditemukan bahwa adopsi teknologi digital memiliki dampak signifikan terhadap daya saing UKM.
2.	(Camelia Safitri1 Sri Astuti2 &Onny Fitriana S.2024) Analisis penerapan Teknologi Digital untuk Meningkatka Daya Saing	Jurnal Abdimas	Metode Kualitatif	Berdasarkan hasil pendampingan yang sudah dilakukan terlihat beberapa perkembangan dan peningkatan perubahan yang memberikan kontribusi terhadap UKM dengan mengintegrasikan eksistensi UKM dengan

				kehadiran Digitalisasi Bisnis.
3.	(Andi Batary Citta,2024) Penguatan Daya Saing UKM Melalui Literasi Keuangan Di Kecamatan Manggala Kota Makassar.	Jurnal Pengapdian Sosial	Pendekatan Partisipatif degan Unsur Kualitatif	Pembukaan kegiatan menekankan pentingnya literasi keuangan digital bagi pengembangan bisnis UKM, disampaikan oleh kepala komunitas UKM setempat
4.	(Sitaman Said 2023),Peran Teknologi Sebagai Media Pembelajaran Abad 21.	Jurnal PenKoMi : Kajian Pendidikan & Ekonomi.	pendekatan kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknologi sebagai media pembelajaran memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas pembelajaran.
4.	(S.Putrawangsa1 & U. Hasanah.2018), Integrasi Teknologi Digital Dalam Pembelajaran Di Era Industri.	Jurnal Pemikiran dan Penelitian Pendidikan	Pendekatan ini Menggunakan metode Analisis literatur.	Merujuk pada rumusan masalah dalam kajian ini adalah bagaimana peranan teknologi digital serta faktor-faktor apa saja yang mempengaruhinya
5.	(Rayyani, dkk. 2020),Peningkatan Daya Saing UKM Melalui Optimalisasi Penyusunan Laporan Keungan.	Jurnal Dedikasi Masyarakat	Pendekatan Metode Kualitatif .	Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku Usaha dan Kecil belum melaksanakan pencatatan akuntansi dengan baik dan benar.
6.	(Aditya Yoga Pratama.2024),Strategi Keuangan yang Diterapkan Dalam Sektor Manufaktur Untuk Meningkatkan Daya Saing	Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen	metode deskriptif kualitatif	Dalam pemaparan ini dapat dihasilkan dengan pembahasan sebagai berikut. Strategi Keuangan Untuk Meningkatkan Daya Saing Sektor Manufaktur
7.	(Mudrika Aqillah Sifwah, dkk. 2024), Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya	Journal of Management Accounting, Tax and Production,	Analisis Kualitatif yaitu meggunakan Pendekatan Studi Kasus.	Pemasaran digital telah mengubah paradigma pemasaran bagi UKM dengan memperluas pandangan mereka tentang interaksi konsumen, memperluas

	Saing UKM.			akses pasar, dan membina hubungan konsumen yang lebih kuat.
8	(Buci Morisson,2025), Digitalisasi UKM sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing di Era Ekonomi Digital.	jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis,.	Pendekatan ini Menggunakan Metode Studi Pustaka	Kolaborasi antara Pemerintah,Akademis,dan Sektor Swasta sangat Peting untuk Memastikan Keberlanjutan Transformasi Digital UKM.
9.	(D. Ramadhania, R. Soniab &Dwi Astutic. 2025), Analisis Adopsi Teknologi Digital Dalam Studi Kelayakan Bisnis UKM Di Era Transformasi Digital	Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital	metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif,	Adopsi teknologi digital memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap UKM, terutama dalam hal efisiensi operasional dan perluasan jangkauan pasar.

Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu, Penelitian terdahulu, seperti yang dilakukan oleh (Hidayat, 2023**)** dalam *Jurnal Inovasi dan Teknologi Bisnis Digital*, menyoroti bahwa penerapan strategi digital pada UKM dapat meningkatkan efisiensi operasional hingga 30% dan memperluas jangkauan pasar dua kali lipat dibandingkan metode konvensional. Fokus utama penelitian tersebut adalah pada dampak teknologi digital terhadap efisiensi dan perluasan pasar UKM secara umum.

Sementara itu, penelitian saat ini memiliki persamaan dalam hal membahas peran teknologi digital sebagai faktor peningkat daya saing UKM. Namun, perbedaannya terletak pada ruang lingkup dan fokus kajian. Penelitian ini secara khusus menitikberatkan pada sektor kerajinan tangan, dengan tujuan

mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan hambatan dalam proses digitalisasi yang dihadapi oleh para pelaku UKM kerajinan di Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga berupaya memberikan manfaat akademik dan praktis, yakni mengembangkan teori tentang digitalisasi usaha kecil sekaligus memberi rekomendasi strategi pemberdayaan bagi pemerintah dan pelaku usaha kreatif di era industri digital.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Penerapan Teknologi Digital

1. Pengertian Teknologi Digital

   Menurut (Laudon,2020), teknologi digital adalah sistem berbasis komputer yang menggunakan data dalam bentuk digital (angka biner) untuk memproses, menyimpan, dan mengirim informasi. Teknologi digital meliputi berbagai aplikasi seperti internet, media sosial, e-commerce, cloud computing, dan sistem informasi manajemen.

   Bagi UKM, teknologi digital memungkinkan otomatisasi proses bisnis, promosi daring, serta peningkatan interaksi dengan pelanggan secara lebih efisien dan luas (Kotler & Keller, 2016), teknologi digital memungkinkan pelaku usaha untuk melakukan otomatisasi proses bisnis, seperti pengelolaan stok, transaksi penjualan, pencatatan keuangan, hingga layanan pelanggan secara lebih cepat dan akurat. Otomatisasi ini mengurangi ketergantungan pada proses manual yang memakan waktu dan berisiko tinggi terhadap kesalahan manusia.

   Selain itu, penerapan promosi daring (digital marketing) memberikan peluang besar bagi UKM untuk memasarkan produk mereka secara lebih luas

dengan biaya yang relatif rendah dibandingkan media konvensional. Melalui platform seperti media sosial *(Instagram, TikTok, Facebook*) dan (*marketplace Shopee, Tokopedia, Bukalapak),* pelaku UKM dapat menampilkan produk kerajinan tangan mereka kepada audiens yang lebih besar tanpa batasan geografis. Strategi ini tidak hanya meningkatkan visibilitas merek, tetapi juga memperkuat hubungan dengan pelanggan melalui konten interaktif dan komunikasi dua arah.

Lebih lanjut, teknologi digital meningkatkan interaksi dan hubungan pelanggan (*customer relationship management*) dengan menyediakan berbagai saluran komunikasi daring seperti chat, email, dan media sosial. Hal ini memungkinkan UKM untuk memahami kebutuhan dan preferensi konsumen dengan lebih baik, menanggapi umpan balik secara cepat, serta membangun loyalitas pelanggan.

Menurut (Laudon, 2020), digitalisasi juga memberikan data berharga yang dapat dianalisis untuk mendukung pengambilan keputusan bisnis yang lebih tepat. Melalui analitik digital, UKM dapat memantau perilaku konsumen, tren pasar, dan efektivitas strategi pemasaran secara real-time. Dengan demikian, penerapan teknologi digital bukan hanya sekadar alat bantu operasional, tetapi menjadi faktor strategis dalam meningkatkan daya saing UKM, terutama bagi sektor kerajinan tangan yang menuntut kreativitas, inovasi, dan kemampuan menjangkau pasar yang lebih luas.

2. Teori Keunggulan Bersaing (*Competitive Advantage Theory*)

Menurut Porter, keunggulan bersaing dapat dicapai melalui strategi

diferensiasi, biaya rendah, dan fokus pasar. Dalam konteks ini, penerapan teknologi digital berperan penting karena mampu menurunkan biaya operasional melalui efisiensi digital, meningkatkan diferensiasi produk lewat inovasi dan pemasaran kreatif, serta memperluas jangkauan pasar melalui berbagai platform digital. Dengan demikian, teknologi digital menjadi alat strategis untuk memperkuat posisi dan daya saing usaha di pasar. Dengan demikian, teknologi digital menjadi alat strategis dalam memperkuat posisi UKM di pasar.

3. Konsep Transformasi Digital

Menurut (Westerman et al, 2014), transformasi digital adalah proses penggunaan teknologi digital untuk mengubah cara organisasi beroperasi dan memberikan nilai kepada pelanggan.

Bagi UMKM, transformasi ini mencakup adopsi sistem digital dalam produksi, pemasaran, keuangan, dan pelayanan pelanggan.

2.2.2 Daya saing UKM

1. Pengertian Daya saing

Menurut (Porter, 1990**)**, daya saing *(competitiveness)* adalah kemampuan suatu entitas baik individu, perusahaan, maupun negara untuk menghasilkan produk dan layanan yang mampu bersaing di pasar, sambil mempertahankan atau meningkatkan pendapatan jangka panjang. Dalam konteks UKM, daya saing mencerminkan kemampuan usaha kecil menengah untuk mempertahankan posisi di pasar, meningkatkan nilai tambah produk, serta menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan

bisnis. Menurut (Tambunan, *2019)*, daya saing UKM diukur melalui kemampuan dalam hal inovasi, kualitas produk, harga yang kompetitif, dan kemampuan beradaptasi terhadap teknologi serta kebutuhan pasar. Dengan demikian, semakin tinggi kemampuan UKM untuk berinovasi dan memanfaatkan teknologi, maka semakin tinggi pula daya saing yang dimiliki. Lebih lanjut, Tambunan menekankan bahwa daya saing UKM tidak hanya ditentukan oleh faktor internal seperti modal dan tenaga kerja, tetapi juga oleh kemampuan dalam membaca peluang pasar dan merespons perubahan lingkungan bisnis. Di era globalisasi dan revolusi industri 4.0, pelaku UKM dituntut untuk mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi digital dan tren konsumen yang terus berubah. Misalnya, pergeseran perilaku konsumen dari belanja offline ke belanja online mendorong UKM untuk beradaptasi melalui penggunaan e-commerce dan media sosial sebagai sarana promosi dan penjualan, Selain itu, inovasi produk dan proses produksi menjadi elemen penting dalam meningkatkan daya saing. UKM yang mampu menciptakan desain produk baru, menggunakan bahan baku lokal secara kreatif, atau menerapkan teknologi sederhana untuk meningkatkan efisiensi produksi, akan memiliki posisi kompetitif yang lebih kuat dibandingkan pesaingnya. Inovasi tidak hanya mencakup penciptaan produk baru, tetapi juga perbaikan berkelanjutan terhadap kualitas, kemasan, layanan, dan cara pemasaran. Kualitas produk juga merupakan indikator penting daya saing. Produk yang berkualitas tinggi akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas

pelanggan, memperkuat citra merek, serta membuka peluang ekspansi pasar. Dalam konteks UKM kerajinan tangan, menjaga konsistensi kualitas, keunikan desain, dan nilai estetika menjadi faktor utama untuk bersaing di pasar domestik maupun internasional.

Lebih lanjut, *World Economic Forum (WEF, 2020*) mendefinisikan daya saing sebagai serangkaian institusi, kebijakan, dan faktor-faktor yang menentukan tingkat produktivitas suatu negara atau pelaku usaha. Jika diterapkan dalam konteks UKM, maka daya saing dapat diartikan sebagai kemampuan UKM untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan kemampuan berinovasi, sehingga mampu menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan di pasar domestik maupun global.

Menurut (Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, 2020), daya saing UMKM merupakan kemampuan untuk menghasilkan produk unggulan yang mampu bersaing di pasar, baik dari segi kualitas, inovasi, maupun keberlanjutan. Daya saing juga mencerminkan kemampuan pelaku UKM dalam memanfaatkan sumber daya manusia, keuangan, teknologi, dan jejaring usaha secara efektif untuk menghadapi persaingan. Dengan kata lain, daya saing bukan hanya diukur dari seberapa besar kemampuan suatu usaha dalam menghasilkan keuntungan, tetapi juga dari kemampuannya dalam menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan bisnis dan teknologi digital.

Menurut (Rivai dan Basri, 2018*),* daya saing adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memproduksi barang atau jasa dengan mutu dan

harga yang mampu bersaing di pasar, baik domestik maupun internasional. Dalam konteks UKM, hal ini berarti bahwa pelaku usaha harus mampu mengelola faktor-faktor produksi seperti tenaga kerja, bahan baku, dan modal dengan efisien, serta menerapkan strategi bisnis yang adaptif terhadap perkembangan pasar dan teknologi. Selain itu, (Lall, 2001**)** menyatakan bahwa daya saing suatu usaha kecil dapat dilihat dari tiga aspek utama, yaitu: Kemampuan untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi, Kemampuan untuk berinovasi dalam produk dan proses bisnis. Kemampuan untuk memanfaatkan peluang pasar dan teknologi secara berkelanjutan**.**

Dalam konteks UKM kerajinan tangan, daya saing tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menghasilkan produk yang menarik dan berkualitas tinggi, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha untuk menonjolkan nilai budaya, kreativitas, dan keunikan lokal yang menjadi ciri khas produk tersebut. Penerapan teknologi digital seperti pemasaran online, e-commerce, dan media sosial membantu UKM kerajinan tangan memperluas pasar dan memperkuat citra merek melalui komunikasi visual dan interaksi dengan pelanggan secara langsung.

2. **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Daya Saing UKM**

Daya saing UKM tidak muncul secara tiba-tiba, tetapi dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal yang saling berkaitan. Menurut (Tambunan, 2019)**,** faktor-faktor yang memengaruhi daya saing UKM mencakup kemampuan inovasi, kualitas sumber daya manusia, akses

terhadap teknologi, serta kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan pasar.

Selain itu, menurut **(**Porter, 1990**)** dalam model *Diamond of National Advantage*, terdapat empat faktor utama yang menentukan tingkat daya saing, yaitu:

1. Kondisi faktor **(***factor conditions***)** meliputi sumber daya manusia, infrastruktur, dan teknologi yang dimiliki.
2. Kondisi permintaan *(demand conditions*) karakteristik dan tuntutan pasar domestik.
3. Industri terkait dan pendukung (*related and supporting industries*) ketersediaan jaringan pemasok dan mitra usaha.
4. Strategi, struktur, dan persaingan perusahaan (*firm strategy, structure, and rivalry)* mencakup cara organisasi mengelola sumber daya dan menghadapi kompetisi.

a. Inovasi Produk dan Proses

Menurut *Schumpeter (1934)*, Inovasi adalah kunci utama dalam menciptakan keunggulan bersaing. UKM yang mampu berinovasi dalam desain, bahan baku, maupun metode produksi akan memiliki peluang lebih besar untuk bertahan di pasar.

Inovasi tidak hanya terbatas pada penciptaan produk baru, tetapi juga mencakup inovasi dalam proses produksi, kemasan, pelayanan, serta cara distribusi. Dalam UKM kerajinan tangan, inovasi sering kali terkait dengan kombinasi antara nilai budaya

lokal dan tren modern yang disesuaikan dengan selera pasar global.

b. Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM**)**

Kualitas tenaga kerja menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Menurut (*Kuncoro,2013**)**,* SDM yang terampil, kreatif, dan adaptif terhadap teknologi memiliki pengaruh signifikan terhadap kemampuan inovasi dan efisiensi usaha.

Pelatihan, peningkatan keterampilan digital, dan pengembangan jiwa kewirausahaan menjadi bagian penting dalam memperkuat kapasitas SDM UKM agar mampu mengha dapi persaingan dan perubahan pasar.

c. Pemanfaatan Teknologi Digital

Teknologi digital telah menjadi pendorong utama peningkatan daya saing UKM di era industri 4.0. Menurut (OECD, 2021), penggunaan teknologi digital memungkinkan UKM untuk memperluas pasar, mengurangi biaya transaksi, meningkatkan efisiensi produksi, serta mempercepat komunikasi dengan pelanggan. Melalui *e-commerce*, media sosial, dan sistem informasi manajemen, UKM dapat menjangkau pasar global, membangun merek, dan mengoptimalkan pengelolaan sumber daya.

d. Kualitas Produk

Menurut (Kotler dan Keller, 2016*),* kualitas produk adalah kemampuan suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan

pelanggan. Produk yang berkualitas tinggi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, memperkuat loyalitas, dan menciptakan citra positif bagi usaha.

Bagi UKM kerajinan tangan, kualitas produk mencakup keunikan desain, ketahanan bahan, dan nilai estetika yang menjadi pembeda dari produk massal pabrikan

e. Harga yang Kompetitif

Faktor harga menjadi salah satu elemen penting dalam menentukan daya saing. UKM harus mampu menawarkan harga yang sesuai dengan daya beli konsumen tanpa mengurangi kualitas produk.

Menurut (Porter 1985), salah satu strategi keunggulan bersaing adalah *cost leadership*, yaitu menekan biaya operasional agar dapat menawarkan produk dengan harga yang kompetitif.

Efisiensi dalam penggunaan bahan baku dan teknologi dapat membantu UKM menekan biaya produksi.

2.2.3 Manajemen Teknologi Digital terhadap Daya Saing

Menurut (Porter,& Heppelmann, 2014), Manajemen teknologi digital terhadap daya saing merupakan proses pengelolaan dan pemanfaatan teknologi secara strategis untuk meningkatkan efisiensi, inovasi, dan keunggulan kompetitif suatu organisasi. Melalui penerapan teknologi seperti *artificial intelligence, big data, Internet of Things*, dan *e-commerce*, perusahaan dapat mengoptimalkan proses produksi, mempercepat pengambilan keputusan, serta memperluas akses pasar.

Dalam konteks UKM, khususnya sektor kerajinan tangan, manajemen teknologi digital membantu pelaku usaha menekan biaya operasional, menciptakan desain produk yang lebih kreatif, dan memperkuat strategi pemasaran. Keberhasilan pengelolaan teknologi digital tidak hanya bergantung pada ketersediaan perangkat, tetapi juga pada kemampuan organisasi dalam mengintegrasikan teknologi dengan sumber daya manusia, inovasi, dan strategi bisnis. Dengan demikian, manajemen teknologi digital menjadi faktor penting dalam membangun daya saing berkelanjutan di era industri modern.

2.3 Kerangka Berpikir

Peneliti ini variabel Penerapan Teknologi Digita mencakup penggunaan berbagai teknologi berbasis digital dalam proses bisnis UKM, seperti: *E-commerce* atau *platform* penjualan online, Media sosial untuk promosi dan komunikasi, Aplikasi keuangan digital, Penggunaan perangkat lunak manajemen usaha (*point of sales, inventory, dsb).* Menurut (Davis, 1989**)** dalam *Technology Acceptance Model (TAM)*, penerimaan terhadap teknologi ditentukan oleh *perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan) dan *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan). Semakin tinggi tingkat pemanfaatan teknologi digital, semakin besar pula peluang UKM untuk meningkatkan efisiensi, pemasaran, dan inovasi produk.

Variabel Daya Saing UKM Daya saing mencerminkan kemampuan UKM untuk menghasilkan produk unggulan yang berkualitas, memiliki harga kompetitif, dan mampu beradaptasi terhadap perubahan pasar. Menurut (Porter, 1985**)**, daya saing dapat diperoleh melalui strategi diferensiasi, biaya rendah, dan

fokus pada segmen tertentu. Dalam konteks UKM kerajinan tangan, daya saing ditunjukkan oleh kemampuan pelaku usaha untuk: Menghasilkan produk kreatif dan bernilai estetika, Menjaga kualitas dan keunikan produk, Memasarkan produk ke pasar yang lebih luas, Mempertahankan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu *(*Tambunan, 2019; OECD, 2021), penerapan teknologi digital terbukti memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan daya saing UKM. Teknologi digital membantu pelaku usaha untuk: Meningkatkan efisiensi dalam produksi dan distribusi, Memperluas akses pasar melalui promosi online, Mempercepat inovasi produk melalui informasi pasar yang cepat, Membangun hubungan pelanggan yang lebih baik melalui interaksi digital.

2.3.1 Kerangka Konsep



Gambar 2.1 kerangka konsep

Keterangan Gambar Kerangka Berpikir**:**

Gambar menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital seperti e-*commerce*, media sosial, dan digital marketing dapat meningkatkan daya saing inovasi, pada UKM pengrajinan tangan. Peningkatan tersebut kemudian berpengaruh terhadap daya saing UKM pengrajinan tangan yang terlihat dari kualitas produk, harga yang kompetitif, dan kemampuan beradaptasi dengan pasar.