

**PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUSAHA DAN KEMATANGAN
DIGITAL TERHADAP KETAHANAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN
MENENGAH DI KOTA BANDAR LAMPUNG**

(Skripsi)

Oleh

REVANDO BENNEDIC AGUSRIYANTO

NPM 2111011001



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

ABSTRAK

PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUSAHA DAN KEMATANGAN DIGITAL TERHADAP KETAHANAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH DI KOTA BANDAR LAMPUNG

Oleh

REVANDO BENNEDIC AGUSRIYANTO

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia; namun, ketahanan mereka sering kali menghadapi berbagai tantangan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh karakteristik wirausaha dan kematangan digital terhadap ketahanan UMKM di Kota Bandar Lampung. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, data dikumpulkan dari 100 pemilik UMKM melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik wirausaha berpengaruh positif terhadap ketahanan usaha dengan koefisien regresi sebesar 0,137 dan tingkat signifikansi 0,061. Sementara itu, kematangan digital memiliki pengaruh yang lebih signifikan dengan koefisien regresi sebesar 0,729 dan tingkat signifikansi 0,000. Nilai *R Square* sebesar 0,668 menunjukkan bahwa 66,8% variasi dalam ketahanan usaha dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut. Temuan ini menegaskan bahwa kematangan digital memiliki peran yang lebih dominan dibandingkan karakteristik wirausaha dalam meningkatkan ketahanan UMKM. Oleh karena itu, pemilik UMKM didorong untuk mengadopsi teknologi digital guna memperkuat daya saing dan ketahanan usaha mereka.

Kata Kunci: UMKM; Ketahanan Usaha; Karakteristik Wirausaha; Kematangan Digital; Teknologi Digital

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF ENTREPRENEURIAL CHARACTERISTICS AND DIGITAL MATURITY ON THE RESILIENCE OF MICRO, SMALL, AND MEDIUM ENTERPRISES IN BANDAR LAMPUNG

By

REVANDO BENNEDIC AGUSRIYANTO

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in Indonesia's economy; however, their resilience often faces numerous challenges. This study aims to analyze the influence of entrepreneurial characteristics and digital maturity on MSME resilience in Bandar Lampung City. Using a quantitative approach, data were collected from 100 MSME owners through questionnaires and analyzed using multiple linear regression. The findings reveal that entrepreneurial characteristics positively influence business resilience, with a regression coefficient of 0.137 and a significance level of 0.061. Meanwhile, digital maturity has a more significant impact, with a regression coefficient of 0.729 and a significance level of 0.000. The R Square value of 0.668 indicates that 66.8% of the variation in business resilience can be explained by these two variables. These findings confirm that digital maturity plays a more dominant role than entrepreneurial characteristics in enhancing MSME resilience. Therefore, MSME owners are encouraged to adopt digital technology to strengthen their competitiveness and business resilience.

Keywords: MSMEs; Business Resilience; Entrepreneurial Characteristics; Digital Maturity; Digital Technology

**PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUSAHA DAN KEMATANGAN
DIGITAL TERHADAP KETAHANAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN
MENENGAH DI KOTA BANDAR LAMPUNG**

Oleh

REVANDO BENNEDIC AGUSRIYANTO

2111011001

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA MANAJEMEN**

Pada

Jurusan Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

Judul Skripsi

**: PENGARUH KARAKTERISTIK
WIRUSAHA DAN KEMATANGAN
DIGITAL TERHADAP KETAHANAN USAHA
MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH DI KOTA
BANDAR LAMPUNG**

Nama Mahasiswa

: Revando Bennedic Agusriyanto

Nomor Pokok Mahasiswa

: 2111011001

Jurusan

: Manajemen

Fakultas

: Ekonomi dan Bisnis



1. Komisi Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

Prof. Dr. Ayi Ahadiat, S.E., M.B.A.

Nuzul Inas Nabila, S.E., M.S.M.

NIP. 19650307 199103 1 001

NIP. 19910403 201903 2 027

2. Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Ribhan, S.E., M.Si.

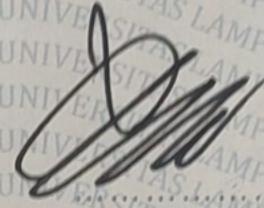
NIP. 19680708 200212 1 003

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

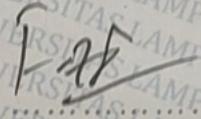
Ketua

Prof. Dr. Ayi Ahadiat, S.E., M.B.A.



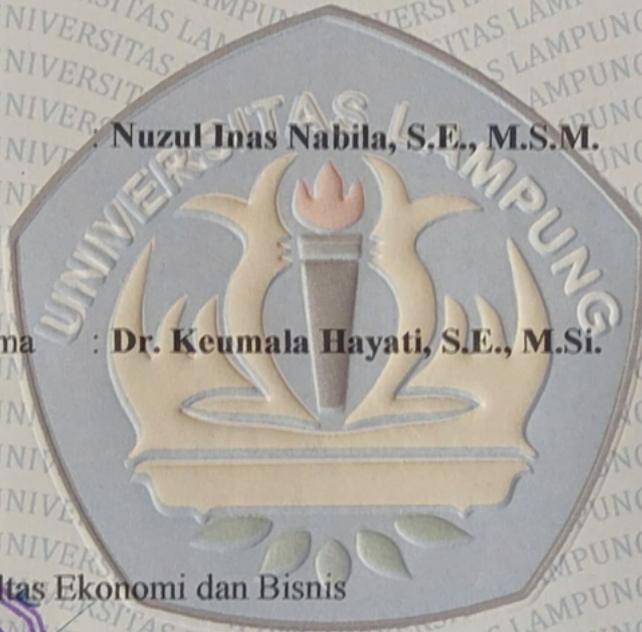
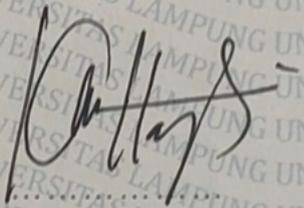
Sekretaris

Nuzul Inas Nabila, S.E., M.S.M.



Penguji Utama

Dr. Keumala Hayati, S.E., M.Si.



2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si.
NIP. 19660621 199003 1 003

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 25 April 2025

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Nama : Revando Bennedic Agusriyanto
Nomor Pokok Mahasiswa : 2111011001
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Karakteristik Wirausaha dan
Kematangan Digital Terhadap
Ketahanan Usaha Mikro, Kecil, dan
Menengah di Kota Bandar Lampung

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian ini adalah hasil karya saya sendiri, dan dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian dari orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat pemikiran dari peneliti lain tanpa pengakuan peneliti aslinya. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Bandar Lampung, 02 Mei 2025

Yang membuat pernyataan,



Revando Bennedic Agusriyanto
2111011001

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 26 Agustus 2003, merupakan anak kedua dari dua bersaudara dari pasangan Alm. Bapak Fariyanto, S.E. dan Ibu Yanti, S.E. Pendidikan penulis dimulai dari Taman Kanak-Kanak (TK) di TK Immanuel Bandar Lampung selama dua tahun dan diselesaikan pada tahun 2009. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SD Immanuel Bandar Lampung selama enam tahun yang diselesaikan pada tahun 2015. Lalu penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Immanuel Bandar Lampung selama tiga tahun yang diselesaikan pada tahun 2018. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Xaverius Bandar Lampung selama tiga tahun yang diselesaikan dan lulus pada tahun 2021.

Penulis kemudian melanjutkan pendidikan perguruan tinggi pada tahun 2021 melalui jalur SNMPTN ke jenjang Sarjana (S1) di Universitas Lampung, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen dengan konsentrasi pada Manajemen Kewirausahaan atau Bisnis. Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif di bangku perkuliahan dan juga aktif mengikuti kegiatan organisasi, yaitu menjadi anggota aktif di Unit Kegiatan Mahasiswa Universitas Buddha Universitas Lampung (UKM-U Buddha Unila) Dhamma Dipa. Lalu penulis diamanahkan untuk menjadi Wakil Ketua Umum Unit Kegiatan Mahasiswa Tingkat Universitas Buddha Unila (UKM-U Buddha Unila) Dhamma Dipa pada periode kepengurusan tahun 2024. Selanjutnya, penulis mengikuti kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Lampung Periode 1 Tahun 2024 yang bertempat di Desa Kasui Lama, Kecamatan Kasui, Kabupaten Way Kanan, Provinsi Lampung. Terakhir, penulis juga mengikuti kegiatan dan menerima sertifikasi *Digital Marketing* pada tahun 2025.

MOTTO

Kalau mimpimu belum tercapai, jangan pernah ubah mimpinya, tapi ubah strateginya.

(Merry Riana)

Jika kamu tidak menyerah, kamu masih memiliki kesempatan. Menyerah adalah kegagalan terbesar.

(Jack Ma)

Teruslah untuk melangkah, karena setiap langkah walaupun kecil sekalipun tetap akan membawa kepada kemajuan, daripada hanya berdiam.

(Revando Bennedic Agusriyanto)

PERSEMBAHAN

Puji dan syukur kepada Sanghyang Adi Buddha, Tuhan Yang Maha Esa karena atas segala berkah yang diberikan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Maka skripsi ini kupersembahkan kepada:

Orangtuaku tercinta,

yang senantiasa selalu mendoakan, membimbing, dan mendukung di setiap langkahku sejak kecil, saat ini, hingga seterusnya. Terima kasih atas doa dan dukungannya kepadaku untuk dapat terus semangat serta tidak mudah menyerah menggapai cita-cita.

Kakak-ku tercinta,

yang selalu memberikan dukungan untuk-ku terus semangat. Terima kasih telah menjadi kakak yang luar biasa, semoga di kemudian hari nanti kita dapat meraih kesuksesan bersama.

SANWACANA

Puji dan syukur kepada Sanghyang Adi Buddha, Tuhan Yang Maha Esa karena atas segala berkah yang diberikan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi dengan judul “Pengaruh Karakteristik Wirausaha dan Kematangan Digital Terhadap Ketahanan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kota Bandar Lampung” adalah sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung beserta jajaran-nya yang telah memberikan bantuan kepada penulis selama masa perkuliahan dan proses penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Ribhan, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen yang telah memberikan bantuan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Zainnur M. Rusdi, S.E., M.Sc. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen yang telah memberikan bantuan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Prof. Dr. Sri Hasnawati, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bantuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
5. Bapak Prof. Dr. Ayi Ahadiat, S.E., M.B.A. selaku Dosen Pembimbing I yang telah membantu memberikan arahan, masukan, dan bantuan dengan penuh kesabaran dan bijaksana kepada penulis demi kelancaran proses penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Nuzul Inas Nabila, S.E., M.S.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah membantu memberikan arahan, masukan, dan bantuan dengan penuh

kesabaran dan bijaksana kepada penulis demi kelancaran proses penyusunan skripsi ini.

7. Ibu Dr. Keumala Hayati, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembahas I yang telah membantu memberikan arahan dan masukan dengan penuh kesabaran dan bijaksana kepada penulis demi kelancaran proses penyusunan skripsi ini.
8. Bapak Dr. Ribhan S.E., M.Si. selaku Dosen Pembahas II yang telah membantu memberikan arahan, masukan, dan bantuan dengan penuh kesabaran dan bijaksana kepada penulis demi kelancaran proses penyusunan skripsi ini.
9. Bapak Dr. E. Angga Febrian, S.A.N., M.M. selaku Dosen Pembahas III yang telah membantu memberikan arahan, masukan, dan bantuan dengan penuh kesabaran dan bijaksana kepada penulis demi kelancaran proses penyusunan skripsi ini.
10. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah mengajarkan banyak ilmu mengenai manajemen kepada penulis.
11. Seluruh Bapak dan Ibu Jajaran Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah memberikan bantuan kepada penulis selama masa perkuliahan dan proses penyusunan skripsi ini.
12. Seluruh keluarga besar, terutama orangtuaku, Alm. Bapak Fariyanto, S.E. dan Ibu Yanti, S.E. serta kakak-ku Raven Alberic Febriyanto yang telah memberikan doa dan dukungannya kepada penulis.
13. Sahabatku Chris, Russel, Salno, dan Bagus atas hiburan, semangat, bantuan, dan dukungan kepada penulis selama masa perkuliahan maupun proses penyusunan skripsi ini, serta selalu ada untuk menjadi tempat berbagi cerita.
14. Sahabatku Vicky, Dicky, Ijal, Luna, Nikchi, dan Peni yang telah menjadi teman seperjuangan, banyak membantu penulis, serta atas kebersamaan, hiburan, semangat, bantuan, dan dukungan kepada penulis selama masa perkuliahan dan proses penyusunan skripsi ini.
15. Teman-teman seperjuangan lainnya di Jurusan Manajemen Angkatan 2021 yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas kebersamaan dan pengalaman yang telah dilalui selama masa perkuliahan.

16. Teman-teman keluarga besar UKM-U Buddha Dhamma Dipa Universitas Lampung atas kebersamaan dan pengalaman yang telah dilalui, serta dukungan yang telah diberikan kepada penulis.
17. Teman-teman KKN Universitas Lampung Periode 1 Tahun 2024 Desa Kasui Lama yaitu Alfa, Dika, Maya, Sofi, Dhea, dan Leyna atas kebersamaan, kerja sama, serta pengalaman yang telah dilalui.
18. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) KKN Universitas Lampung Periode 1 Tahun 2024 Kabupaten Way Kanan, Kecamatan Kasui, seluruh teman-teman KKN Universitas Lampung Periode 1 Tahun 2024 Kecamatan Kasui, dan seluruh warga Desa Kasui Lama atas dukungan yang telah diberikan serta kebersamaan dan pengalaman yang telah dilalui.
19. Seluruh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kota Bandar Lampung yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian yang dilakukan penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan proses penyusunan skripsi ini.
20. Seluruh pihak lain yang mungkin belum disebutkan karena telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
21. Almamaterku tercinta, Universitas Lampung atas ilmu dan pengalamannya yang telah diberikan kepada penulis.

Semoga dukungan yang diberikan kepada penulis mendapat balasan kebaikan dari Sanghyang Adi Buddha, Tuhan Yang Maha Esa. Kemudian penulis menyadari sepenuhnya bahwa penelitian ini masih jauh dari kata kesempurnaan, maka dari itu kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan demi kesempurnaan penelitian ini. Penulis juga berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya terkait dengan Jurusan Manajemen.

Bandar Lampung, 25 April 2025
Penulis,

Revando Bennedic Agusriyanto

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|-----------|
| DAFTAR ISI | i |
| DAFTAR TABEL | iv |
| DAFTAR GAMBAR | v |
| DAFTAR LAMPIRAN | vi |
| I. PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 8 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 8 |
| 1.4 Kontribusi/Manfaat Penelitian..... | 9 |
| 1.4.1 Manfaat Teoretis | 9 |
| 1.4.2 Manfaat Praktisi | 9 |
| II. TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS | 10 |
| 2.1 Landasan Teoretis..... | 10 |
| 2.1.1 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)..... | 10 |
| 2.1.2 Karakteristik Wirausaha | 11 |
| 2.1.3 Kematangan Digital | 13 |
| 2.1.4 Ketahanan Usaha | 14 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu..... | 16 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran | 19 |
| 2.4 Pengembangan Hipotesis | 20 |
| 2.4.1 Karakteristik Wirausaha dan Ketahanan Usaha..... | 20 |
| 2.4.2 Kematangan Digital dan Ketahanan Usaha | 21 |
| III. METODE PENELITIAN | 23 |
| 3.1 Desain Penelitian | 23 |

| | |
|---|-----------|
| 3.2 Populasi dan Sampel | 23 |
| 3.2.1 Populasi..... | 23 |
| 3.2.2 Sampel | 24 |
| 3.2.3 Teknik Sampling..... | 24 |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian | 25 |
| 3.3.1 Data Primer | 25 |
| 3.3.2 Data Sekunder..... | 26 |
| 3.4 Definisi Operasional Penelitian..... | 26 |
| 3.4.1 Variabel Penelitian..... | 26 |
| 3.4.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian | 26 |
| 3.5 Instrumen Penelitian..... | 27 |
| 3.6 Pengujian Kelayakan Instrumen Penelitian..... | 28 |
| 3.6.1 Uji Validitas..... | 28 |
| 3.6.2 Uji Reliabilitas | 28 |
| 3.7 Uji Data | 29 |
| 3.7.1 Uji Normalitas..... | 29 |
| 3.8 Analisis Data | 29 |
| 3.8.1 Alat Analisis Data..... | 29 |
| 3.8.2 Analisis Statistik Deskriptif..... | 29 |
| 3.8.3 Analisis Kuantitatif | 30 |
| 3.9 Pengujian Hipotesis | 30 |
| 3.9.1 Uji Parsial (Uji-T)..... | 30 |
| IV. HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 32 |
| 4.1 Karakteristik Responden | 32 |
| 4.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 32 |
| 4.1.2 Berdasarkan Usia | 33 |
| 4.1.3 Berdasarkan Bidang/Jenis Usaha..... | 34 |
| 4.1.4 Berdasarkan Lama Usaha | 36 |
| 4.1.5 Berdasarkan Teknologi Digital Yang Telah Digunakan Pada Usaha... 37 | |
| 4.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian | 38 |
| 4.2.1 Uji Validitas..... | 38 |
| 4.2.2 Uji Reliabilitas | 39 |
| 4.3 Uji Normalitas Data..... | 40 |
| 4.4 Analisis Statistik Deskriptif..... | 40 |

| | |
|--|-----------|
| 4.4.1 Jawaban Mengenai Variabel Bebas Pertama (X1) | 41 |
| 4.4.2 Jawaban Tentang Variabel Bebas Kedua (X2) | 43 |
| 4.4.3 Jawaban Tentang Variabel Terikat (Y)..... | 46 |
| 4.5 Analisis Kuantitatif..... | 48 |
| 4.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda | 48 |
| 4.5.2 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T) | 48 |
| 4.5.3 Hasil Analisis Kuantitatif | 50 |
| 4.6 Pembahasan | 50 |
| V. SIMPULAN DAN SARAN | 56 |
| 5.1 Simpulan..... | 56 |
| 5.2 Saran | 57 |
| DAFTAR PUSTAKA | 60 |
| LAMPIRAN..... | 68 |

DAFTAR TABEL

| Tabel | Halaman |
|---|---------|
| 1.1 Jumlah UMKM di Kota Bandar Lampung Tahun 2020 dan 2021..... | 2 |
| 1.2 Jumlah UMKM di Kota Bandar Lampung Tahun 2022 dan 2023..... | 2 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 16 |
| 3.1 Skala Likert | 26 |
| 3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian..... | 27 |
| 4.1 Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 32 |
| 4.2 Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Lama Usaha..... | 36 |
| 4.3 Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Teknologi Digital Yang Telah Digunakan Pada Usaha | 37 |
| 4.4 Hasil Uji Validitas..... | 38 |
| 4.5 Hasil Uji Reliabilitas | 39 |
| 4.6 Hasil Uji Normalitas dengan One Sample Kolmogrov-Smirnov..... | 40 |
| 4.7 Jawaban Responden Mengenai Karakteristik Wirausaha | 41 |
| 4.8 Jawaban Responden Mengenai Kematangan Digital..... | 43 |
| 4.9 Jawaban Responden Tentang Ketahanan Usaha..... | 46 |
| 4.10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda..... | 48 |
| 4.11 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial atau Uji T | 49 |
| 4.12 Hasil Koefisien Determinasi | 50 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Halaman |
|--|---------|
| 2.1 Model Kerangka Pemikiran | 20 |
| 4.1 Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Usia | 33 |
| 4.2 Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Bidang/Jenis Usaha | 34 |

DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran | Halaman |
|--|---------|
| 1 Desain Kuesioner | 68 |
| 2 Tabel Data 110 UMKM Yang Dihubungi Untuk Menjadi Sampel | 71 |
| 3 Hasil Analisis Karakteristik Responden..... | 73 |
| 4 Hasil Uji Validitas..... | 76 |
| 5 Hasil Uji Reliabilitas | 78 |
| 6 Hasil Uji Normalitas | 79 |
| 7 Hasil Analisis Statistik Deskriptif | 80 |
| 8 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis | 85 |

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh perorangan maupun badan usaha milik perorangan yang telah memenuhi kriteria yang diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Lebih jelasnya, umumnya UMKM adalah usaha yang dijalankan oleh individu, rumah tangga, maupun badan usaha kecil. UMKM memegang peranan yang sangat penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia. Karena, melalui UMKM, kondisi ekonomi di wilayah-wilayah kecil bisa ikut terdorong dengan tersedianya barang atau jasa yang dibutuhkan. Selama ini UMKM juga dinilai mampu menopang 80% konsumsi dalam negeri berkontribusi sebesar 65% dari total Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia, serta mampu menyerap 96% tenaga kerja (Juminto, 2020). Maka, UMKM menjadi salah satu roda penting penggerak perekonomian Indonesia. Oleh karena itu, perkembangan UMKM di Indonesia sangat didukung oleh pemerintah.

Termasuk di Kota Bandar Lampung sendiri, dimana UMKM memegang peranan penting dalam perekonomian Kota Bandar Lampung, yaitu menyediakan lapangan pekerjaan baru dan menggerakkan ekonomi lokal. Sehingga UMKM saat ini, terutama di Kota Bandar Lampung sangat perlu untuk dilakukan dukungan terhadap pertumbuhan dan perkembangannya. Dengan jumlah UMKM yang berada di Kota Bandar Lampung pada tahun 2021 adalah sebanyak 118.533 dengan dominasi pada usaha mikro dan terjadi kenaikan jumlah dari tahun 2020, namun terjadi penurunan jumlah pada usaha kecil. Kemudian pada tahun 2022, jumlah UMKM di Kota Bandar Lampung adalah sebanyak 4.460 yang mengalami penurunan drastis pada usaha mikro tahun sebelumnya, bahkan usaha kecil dan

menengah tidak ada. Selanjutnya pada tahun 2023, jumlah UMKM di Kota Bandar Lampung adalah sebanyak 30.940 yang sudah mulai mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya dengan dominasi di usaha mikro dan mulai menumbuhkan usaha kecil serta menengah.

Tabel 1.1 Jumlah UMKM di Kota Bandar Lampung Tahun 2020 dan 2021

| Usaha Mikro | | Usaha Kecil | | Usaha Menengah | | Jumlah Usaha | |
|-------------|---------|-------------|-------|----------------|------|--------------|---------|
| 2020 | 2021 | 2020 | 2021 | 2020 | 2021 | 2020 | 2021 |
| 116.590 | 116.615 | 1.900 | 1.875 | 43 | 43 | 118.533 | 118.533 |

Sumber: BPS Kota Bandar Lampung (2023)

Tabel 1.2 Jumlah UMKM di Kota Bandar Lampung Tahun 2022 dan 2023

| Usaha Mikro | | Usaha Kecil | | Usaha Menengah | | Jumlah Usaha | |
|-------------|--------|-------------|------|----------------|------|--------------|--------|
| 2022 | 2023 | 2022 | 2023 | 2022 | 2023 | 2022 | 2023 |
| 4.460 | 30.934 | - | 2 | - | 4 | 4.460 | 30.940 |

Sumber: BPS Kabupaten Pringsewu (2024)

Pada umumnya bentuk dari UMKM adalah industri rumah tangga dan industri kecil yang bergerak pada bidang usaha yang menjual jenis barang konsumsi dan usaha kuliner (Abubakar dan Palisuri, 2018). Yang mana barang konsumsi sendiri adalah barang yang diproduksi untuk digunakan oleh masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya (Dumairy, 2004). Maka barang konsumsi ini bersentuhan langsung dengan kebutuhan dasar dan akan selalu dicari serta dibeli oleh konsumen, misalnya seperti industri ritel. Yang mana proses pertukaran barang dan uang di industri ritel ini sendiri berlangsung dengan relatif lebih cepat dibandingkan dengan di industri lainnya (Simanjuntak dan Mukhlis, 2012 dalam Wahyudin dan Yuliando, 2018).

UMKM sendiri saat ini menghadapi tantangan yang dapat memengaruhi tingkat ketahanan usahanya, yaitu lingkungan usaha yang sangat berpengaruh, berupa kondisi ekonomi, politik, sosial budaya, demografi, teknologi, dan industri, misalnya dikarenakan dengan terjadinya persaingan saat ini yang semakin ketat dan perubahan lingkungan usaha yang secara cepat ke arah digital (Indarto dan Santoso,

2020). Yang membuat UMKM harus membangun daya saingnya, oleh karena itu jika suatu usaha tidak dapat beradaptasi dan mengikuti perubahan yang ada, maka usaha tersebut tidak memiliki daya saing sehingga kemungkinan usaha tersebut untuk tidak dapat bertahan menjadi sangat tinggi (Indarto dan Santoso, 2020). Untuk dapat bersaing, UMKM sendiri harus melakukan inovasi terhadap produknya dan menggunakan teknologi digital, karena dianggap dapat meningkatkan kinerja, yang nantinya akan berdampak juga meningkatkan ketahanan UMKM (Armiani et al., 2021). UMKM harus mengadopsi teknologi digital untuk dapat bertahan dalam persaingan di era perkembangan teknologi digital yang pesat (Harto et al., 2024). Di sisi lain, masih terdapat banyak UMKM yang belum menerapkan teknologi digital secara efektif dalam operasionalnya (Hendrawan et al., 2024). Hal ini dapat menyebabkan UMKM tersebut tidak bertahan karena kehilangan pasar dan pelanggannya, hingga pada akhirnya gulung tikar.

Di sisi lain, pemerintah Indonesia sendiri menginginkan perkembangan UMKM secara terus-menerus, karena memiliki dampak yang cukup besar terhadap perekonomian Indonesia. Dalam banyak kasus, penyebab UMKM memiliki tingkat ketahanan yang rendah dalam persaingan lingkungan usaha di era digital saat ini adalah karena faktor internal dan eksternal. Dimana faktor internal adalah dilihat dari sisi wirausahawan atau pemilik usaha tersebut yang dapat disebut sebagai karakteristik dari seorang wirausaha yang tepat, agar dapat selalu belajar hal-hal baru dan menerapkannya demi ketahanan usahanya (Indarto dan Santoso, 2020; Steinmetz, 1969; Struwig et al., 2019). Kemudian faktor eksternal adalah lingkungan usaha dan terjadinya perubahan perilaku konsumen yang beralih ke arah digital, sehingga penting untuk melakukan adopsi digital hingga pada kematangan digital pada usahanya (Robertson et al., 2022). Karena adanya kemajuan teknologi dan perubahan perilaku konsumen itu sendiri yang semakin ke penggunaan platform digital.

Terjadinya ketahanan dan pertumbuhan atau kegagalan dari sebuah usaha kecil dapat dipengaruhi berdasarkan faktor atau lingkungan internalnya, yaitu

kemampuan dan upaya manajerial yang dilakukan oleh pemilik usaha tersebut untuk mengatasi tantangan dari eksternal dan mengelola secara usaha baik dengan tujuan mempertahankan usahanya (Steinmetz, 1969; Struwig et al., 2019). Maka, sebagai seorang wirausahawan tentunya memerlukan sebuah karakteristik wirausaha, karena menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan ketahanan usahanya dan bagaimana cara menghadapi tantangan dan perubahan yang ada. Karakteristik wirausaha ini terdiri dari kecenderungan untuk mengambil risiko, inovasi, lokus kendali, kebutuhan untuk prestasi, kepercayaan diri, dan toleransi ambiguitas (Anwar dan Saleem, 2019). Karena seorang wirausaha yang berani untuk mengambil risiko, bersikap kreatif dan inovatif, memiliki kontrol atas hidupnya, kebutuhan untuk mencapai sesuatu atau berprestasi, percaya diri, dan kemampuan menghadapi ketidakpastian akan dapat beradaptasi lebih baik terhadap tantangan dan perubahan (Anwar dan Saleem, 2019; Indarto dan Santoso, 2020). Dengan mengadopsi karakter-karakter wirausaha tersebut, maka dapat juga menunjang kemampuan dan kesuksesan wirausahawan untuk mengelola usahanya dengan baik. Lalu seorang wirausahawan juga dituntut untuk selalu optimis, berpikiran positif, kreatif dan inovatif agar dapat menghadapi segala keadaan yang memengaruhi usahanya dalam lingkungan usaha saat ini yang sangat dinamis (Essel et al., 2019).

Kemudian lingkungan usaha saat ini di revolusi industri 4.0 telah sangat berubah dari lingkungan usaha sebelumnya yang diakibatkan karena adanya perkembangan teknologi digital. Ditambah dengan terjadinya pandemi global Covid-19, maka keduanya telah mengubah berbagai bidang kehidupan manusia, yaitu mengubah perilaku, gaya hidup, termasuk cara pembelian barang dan jasa yang dibutuhkan konsumen ke arah digital. Oleh karena itu, suatu usaha perlu untuk memberikan kepuasan kepada pelanggannya agar dapat berhasil dan terus bertahan (Naumzik et al., 2022). Sehingga mengadopsi teknologi digital dalam suatu usaha sangat diperlukan saat ini untuk dapat memenuhi kepuasan pelanggan dengan tujuan ketahanan usahanya. Terlebih lagi jika adopsi digital telah sampai pada tingkat kematangan digital, yang menunjukkan kemampuan dan transformasi dalam memanfaatkan teknologi digital (Rader, 2019). Yang kemudian akan

membantu usaha tersebut dalam menghadapi tantangan dan perubahan secara lebih efektif, sehingga dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar, maka akan memperkuat daya saing dan ketahanan usaha (Westerman et al., 2012, 2014). Pada intinya, kematangan digital nantinya akan berfokus pada memberikan pelayanan dengan lebih baik kepada pelanggan dan pasar (Bonnet dan Westerman, 2021 dalam Robertson et al., 2022) melalui penerapan teknologi digital untuk mendorong terjadinya efisiensi dan inovasi (Rader, 2019).

Bentuk dari perkembangan teknologi digital ini adalah adanya *e-commerce* dan media sosial. *E-commerce* adalah proses jual beli dan memasarkan barang serta jasa melalui sistem elektronik, seperti radio, televisi dan jaringan komputer atau internet (Wong, 2010). Kemudian media sosial adalah platform internet yang memungkinkan bagi individu untuk berbagi secara segera dan berkomunikasi secara terus menerus dengan komunitasnya (Valenza et al., 2014). Contoh dari *e-commerce* adalah Tokopedia, Lazada, dan Shopee. Sedangkan contoh dari media sosial adalah Facebook, WhatsApp, dan Instagram. Dengan berkembangnya *e-commerce* dan media sosial membuat tingkat persaingan di lingkungan usaha modern menjadi semakin luas dan ketat, karena tidak hanya bersaing dengan usaha yang sejenis di pasar lokal, namun juga di pasar nasional bahkan pasar global. Jika kalah dalam persaingan, maka tidak akan mendapatkan pasar dan pelanggan yang akan berdampak pada ketahanan usaha. Oleh karena itu, dengan *e-commerce* dan media sosial sendiri dapat menjadi potensi dan wadah untuk mempromosikan, mendorong dan meningkatkan transaksi bisnis bertujuan peningkatan kinerja UMKM (Armiani et al., 2021).

Penggunaan *e-commerce* dan media sosial sebenarnya tidak hanya selalu berfokus pada penjualan saja, tetapi juga harus berfokus pada pemenuhan kebutuhan dan kepuasan pelanggan melalui strategi *omni-channel*, karena itu diperlukan untuk dapat menang dalam persaingan (Jocevski et al., 2019). Pada saat ini setidaknya terdapat tiga saluran umum bagi pelanggan untuk melakukan pembelian, yaitu secara tradisional atau fisik, interaksi komputer berbasis web, dan

perangkat seluler (Dennis et al., 2016). Mencapai integrasi ketiga saluran tersebut dan memungkinkan pelanggan berbelanja dengan baik di seluruh saluran tersebut adalah yang dimaksud sebagai strategi *omni-channel* (Brynjolfsson et al., 2013; Hagberg et al., 2016). Dalam hal ini, pengalaman pembelian pelanggan digambarkan ke dalam tiga tahap, yaitu pra pembelian, pembelian, dan pasca pembelian yang kemudian aktivitas yang dapat dilakukan di setiap tahapan ini telah berubah karena adanya strategi *omni-channel* (Lemon dan Verhoef, 2016). Misalnya, pelanggan dapat menggunakan ponsel cerdasnya untuk memeriksa harga dan opsi lain pada tahap yang pertama pra-pembelian, lalu memilih beragam pilihan pembayaran dalam proses pembeliannya baik di toko fisik atau memesan secara *online* pada tahap yang kedua. Terakhir mereka kemudian dapat mengambil produk dari toko fisik secara langsung atau mengirimkannya ke alamat rumah mereka pada tahap yang ketiga (Lemon dan Verhoef, 2016).

Penggunaan strategi *omni-channel* dapat diterapkan pada UMKM, yaitu dengan cara menjual produk-produknya secara langsung di toko fisiknya dan juga secara digital melalui *e-commerce* dan media sosial, sehingga UMKM tersebut dapat unggul dalam persaingan, memperluas jangkauan pasarnya, dan mendapatkan konsumen baru (Robertson et al., 2022). Namun jika UMKM yang hanya bergerak secara tradisional atau hanya mengandalkan penjualan melalui toko fisiknya saja, maka UMKM seperti ini mungkin sulit untuk menang di persaingan lingkungan usaha pada dunia digital saat ini. Hal ini menunjukkan bahwa adanya perbedaan antara UMKM yang sudah menerapkan teknologi digital dan yang belum menerapkannya dalam hal ketahanan dalam persaingan (Robertson et al., 2022). Bahkan UMKM yang sudah matang secara digital juga akan lebih sadar dan terbiasa melakukan pemindaian lingkungan untuk mempersiapkan diri secara internal menghadapi masalah eksternal (Robertson et al., 2022). Dengan memiliki respon yang cepat tanggap dalam persaingan dan perubahan, maka dapat berdampak baik pada ketahanan usaha tersebut juga (Robertson et al., 2022).

Misalnya saja seperti beberapa UMKM yang akan diambil sebagai sampel dalam penelitian ini, yaitu sebanyak 100 UMKM yang terdapat di Kota Bandar

Lampung yang telah mengadopsi teknologi digital dalam proses operasionalnya dan beberapa sudah menggunakan strategi *omnichannel*. Dari dua jenis perkembangan teknologi digital yang telah disebutkan sebelumnya, di antaranya telah menggunakan *e-commerce* saja dan keduanya (*e-commerce* dan media sosial).

Bagi suatu UMKM untuk dapat mengadopsi teknologi digital sampai pada kematangan digital dan mengintegrasikan saluran tradisional atau fisiknya dengan saluran *online*, tentunya juga memerlukan karakteristik wirausaha yang memiliki kemampuan teknis yang memadai, yaitu kemampuan di bidang teknologi digital. Kemudian karakteristik wirausaha yang kreatif dan inovatif juga tentunya diperlukan untuk dapat mewujudkan kebutuhan pelanggan yang sudah dipahami dan memberikan sesuatu yang berbeda dari produk atau layanan yang dihasilkan oleh pesaing. Dengan memberikan sesuatu yang berbeda ini, maka nantinya dapat menjadi daya tarik bagi pelanggan untuk memilih produk atau layanan tersebut. Lalu jika seorang wirausaha juga memiliki karakteristik wirausaha yang kuat, maka mampu untuk menerima dan mengatasi kesulitan atau hambatan yang ada karena memiliki kesadaran dan rasa percaya diri dalam mengelola usahanya, serta mampu memecahkan masalah dan mengambil keputusan yang tepat (Abubakar dan Palisuri, 2018). Maka, hal-hal ini menunjukkan bahwa karakteristik wirausaha dapat menentukan ketahanan usaha (Islam et al., 2011).

Suatu UMKM yang sudah matang secara digital juga menunjukkan tingkat ketahanan usaha yang lebih tinggi, khususnya dalam hal kesadaran situasional, pengelolaan kerentanan dasar, dan kapasitas adaptif dibandingkan dengan UMKM yang kurang atau belum matang secara digital, dengan kata lain bahwa kematangan digital merupakan pendorong ketahanan usaha yang lebih besar dibandingkan kemampuan digital (Robertson et al., 2022). Untuk mencapai ketahanan usaha tentunya memerlukan proses pembelajaran berkelanjutan agar dapat membangun kekuatan pada usaha tersebut (Abubakar dan Palisuri, 2018). Lebih jelasnya adalah proses pembelajaran berkelanjutan pada kemampuan digital hingga pada kematangan digital. Dengan fokus pada membangun kematangan digital, maka suatu usaha dapat menghadapi dan belajar dari kejadian tidak terduga dengan lebih

baik, yang kemudian secara khusus bahwa kematangan digital akan berhubungan positif dengan inovasi dan kreativitas, serta pengambilan keputusan akan terdiversifikasi dan responsif bagi usaha tersebut (Robertson et al., 2022). Kemudian terdapat dukungan bukti empiris bahwa terdapat hubungan antara karakteristik wirausaha dengan ketahanan usaha UMKM, yang mana semakin kuat karakteristik wirausaha dalam menjalankan usahanya, maka semakin terjamin ketahanan usahanya, sehingga karakteristik wirausaha adalah variabel dominan yang berpengaruh terhadap ketahanan usaha (Dwiastanti dan Mustapa, 2020).

Oleh karena itu penelitian ini akan mencoba untuk menggali wawasan yang lebih dalam tentang apakah karakteristik wirausaha diperlukan untuk ketahanan UMKM di Kota Bandar Lampung. Kemudian penelitian ini akan menggali kemungkinan karakteristik wirausaha dalam memengaruhi ketahanan UMKM di Kota Bandar Lampung. Selanjutnya, penelitian ini juga akan menggali apakah faktor kematangan digital memengaruhi ketahanan UMKM di Kota Bandar Lampung. Hal ini sesuai dengan perubahan lingkungan saat ini yang terjadi terus-menerus dan memberikan tekanan baru pada operasional suatu UMKM untuk dapat mengadopsi teknologi digital hingga pada kematangan digital.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka masalah dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah karakteristik wirausaha berpengaruh terhadap ketahanan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Bandar Lampung?
2. Apakah kematangan digital berpengaruh terhadap ketahanan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Bandar Lampung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh dari karakteristik wirausaha terhadap ketahanan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui pengaruh dari kematangan digital terhadap ketahanan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Bandar Lampung.

1.4 Kontribusi/Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai manajemen kewirausahaan, khususnya faktor karakteristik wirausaha serta kematangan digital yang memengaruhi ketahanan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan landasan pada transformasi digital melalui *omnichannel*. Kemudian diharapkan juga dapat menjadi referensi dan sarana pengembangan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang.

1.4.2 Manfaat Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, wawasan, dan pengetahuan, serta menjadi bahan pertimbangan bagi UMKM terkait faktor apa saja yang perlu diperhatikan agar usahanya dapat terus berkembang dan bertahan.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teoretis

2.1.1 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terdiri dari tiga jenis usaha, yang akan dijelaskan lebih lanjut masing-masing sebagai berikut:

1. Usaha Mikro

Usaha Mikro adalah usaha produktif yang dimiliki orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Kriteria yang dimaksud Usaha Mikro adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak sebesar Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak sebesar Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

2. Usaha Kecil

Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik secara langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Kriteria yang dimaksud adalah memiliki kekayaan bersih sebesar lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak sebesar Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk

tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan sebesar lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak sebesar Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah).

3. Usaha Menengah

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Kriteria yang dimaksud adalah memiliki kekayaan bersih sebesar lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak sebesar Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan sebesar lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak sebesar Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, ketiga jenis usaha ini sangat didukung oleh pemerintah karena merupakan kegiatan usaha yang membantu memperluas lapangan pekerjaan dan berperan dalam proses pemerataan serta peningkatan pendapatan masyarakat juga mendorong pertumbuhan ekonomi. Sehingga UMKM menjadi salah satu pilar ekonomi nasional, selain dari Usaha Besar dan Badan Usaha Milik Negara. Namun UMKM ini dapat menghadapi hambatan dan kendala dalam operasionalnya, baik secara internal maupun eksternal, yaitu dalam hal produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, desain dan teknologi, permodalan, dan lingkungan usaha.

2.1.2 Karakteristik Wirausaha

Karakteristik adalah karakter yang dimiliki oleh seseorang dan menjadi ciri-ciri yang menggambarkan bagaimana orang tersebut serta yang membedakannya

satu orang dengan orang lainnya (Fauziah, 2019). Kemudian wirausaha adalah seorang yang menjalankan usaha baru yang berbeda dari lainnya dan melakukan pengelolaan usahanya melalui proses inovatif dengan mengenali dan mengembangkan peluang, mengubah peluang menjadi ide yang diterima pasar, menambah nilai ide tersebut dengan waktu, upaya, modal, dan keterampilan yang dimiliki, serta menghadapi risiko pada saat penerapan ide ke pasar (Frederick et al., 2007). Maka, karakteristik wirausaha adalah sifat tetap terus menerus yang menjadi faktor pendorong dan dapat dijadikan ciri seseorang berdasarkan kepribadian masing-masing individu dari sudut pandang etis dan moral untuk menjalankan keterampilan serta mencapai suatu prestasi atau standar yang tinggi (Setyawati et al., 2013). Sehingga karakteristik wirausaha adalah karakter atau ciri-ciri yang menggambarkan perilaku dan sifat yang dimiliki oleh seorang wirausaha.

Karakteristik yang dimiliki wirausaha adalah kemampuan manajemen, pengambilan risiko, berorientasi pada tujuan, kepercayaan diri, oportunistik, intuisi, realitas, belajar dari kesalahan, dan keterampilan hubungan manusia (Frederick et al., 2007). Kemudian penelitian lain menunjukkan bahwa karakteristik wirausaha yang tepat untuk menggambarkan perilaku kewirausahaan terdiri dari enam, yaitu kecenderungan mengambil risiko, inovasi, lokus kendali, kebutuhan untuk berprestasi, kepercayaan diri, dan toleransi ambiguitas (Anwar dan Saleem, 2019). Lalu didukung juga dengan penelitian lain bahwa karakteristik wirausaha adalah ciri-ciri yang mencerminkan wirausaha, seperti: rasa percaya diri, fokus pada tugas dan hasil, berani mengambil risiko dan menyukai tantangan, jiwa pemimpin, keorsinilan, dan berorientasi pada masa depan (Rajagukguk, 2016). Kemudian juga seorang wirausahawan harus selalu optimis, positif, dan kreatif untuk menghadapi situasi apa pun (Rajagukguk, 2016).

Indikator dari Karakteristik Wirausaha ini adalah mencakup (Anwar dan Saleem, 2019):

1. Kecenderungan mengambil risiko;
2. Inovasi;
3. Lokus kendali;

4. Kebutuhan untuk berprestasi;
5. Kepercayaan diri;
6. Toleransi ambiguitas.

2.1.3 Kematangan Digital

Berkaitan dengan kematangan digital, maka perlu adanya digitalisasi atau adopsi maupun penerapan digital terlebih dahulu. Digitalisasi sendiri adalah penggunaan teknologi digital untuk menginovasi model usaha dan memberikan aliran pendapatan baru dan peluang yang menghasilkan nilai dalam ekosistem industri (Parida et al., 2019). Mengejar "peluang usaha baru" yang ditawarkan oleh media baru dan teknologi internet disebut sebagai kewirausahaan digital (Davidson dan Vaast, 2010). Penelitian lain menyatakan bahwa digitalisasi telah membantu usaha di banyak negara, termasuk Cina, India, Brasil, Rusia, Meksiko, Indonesia, Turki, Thailand, Afrika Selatan, dan Malaysia (Jawad et al., 2021).

Kematangan digital itu sendiri adalah sebuah kemampuan ketika suatu organisasi dapat menyelaraskan manusia, budaya, struktur, dan tugasnya untuk bersaing secara efektif dengan memanfaatkan peluang yang ada dengan menggunakan infrastruktur teknologi digital. Suatu organisasi yang matang secara digital akan dapat merespons perubahan dengan lebih efektif, karena cenderung lebih tanggap, kolaboratif, eksperimental, dan toleran terhadap risiko (Westerman et al., 2012, 2014). Kematangan digital juga dapat memberikan gambaran yang jelas untuk mengetahui transformasi digital dari suatu organisasi (Rader, 2019). Saat ini, ada sebuah tuntutan bagi suatu usaha untuk dapat melakukan transformasi digital atau hanya mengubah model bisnisnya ke digital saja, maka pengukuran kemampuan teknologi digital bagi usaha tersedia (Robertson et al., 2022).

Yang mana transformasi digital adalah salah satu tahap yang cukup penting karena dapat menggambarkan bagaimana suatu usaha bergerak menuju ke arah operasional bisnis yang baru (Kane et al., 2015; Pagani dan Pardo, 2017). Kemudian transformasi digital juga dapat didefinisikan sebagai suatu proses yang dilakukan untuk meningkatkan suatu usaha dengan melakukan perubahan yang

signifikan pada sumber dayanya dengan melakukan adopsi teknologi informasi, komputerisasi, komunikasi dan konektivitas (Putri et al., 2021). Dengan transformasi digital membuat suatu usaha memberikan prioritasnya untuk memiliki kemampuan memanfaatkan dan beradaptasi dengan teknologi digital untuk dapat terus relevan dan berdaya saing di lingkungan yang bergerak cepat dan terus berubah dengan mengintegrasikan kedua saluran tradisional dan *online* melalui strategi *omnichannel* (Rader, 2019). Namun, untuk dapat mencapai transformasi digital yang sukses, maka suatu organisasi perlu untuk membangun kemampuan digital dan kepemimpinan digitalnya (Westerman et al., 2014). Artinya bahwa kematangan digital akan berfokus pada memberikan layanan yang lebih baik kepada pelanggan dan pasar (Bonnet dan Westerman, 2021 dalam Robertson et al., 2022) dengan menerapkan teknologi digital untuk mendorong suatu efisiensi dan inovasi (Rader, 2019).

Dimensi dari dari Kematangan Digital ini adalah mencakup (Schumacher et al., 2016):

1. Strategi;
2. Kepemimpinan;
3. Pelanggan;
4. Produk;
5. Operasional;
6. Budaya;
7. Karyawan;
8. Pemerintah;
9. Teknologi.

2.1.4 Ketahanan Usaha

Ketahanan suatu usaha yang akan mengacu pada kemampuan usaha tersebut untuk membangun dan menggunakan kemampuan yang dimilikinya untuk berinteraksi dengan lingkungan dengan cara yang positif dalam menyesuaikan dan mempertahankan fungsinya sebelum, selama, dan setelah masa kesulitan (Williams et al., 2017). Ketahanan usaha berkaitan dengan kemampuan suatu usaha untuk

tetap menjaga stabilitas dan konfigurasinya, serta menghadapi perubahan yang terjadi dengan lebih baik dan belajar dengan cepat dari kejadian tidak terduga untuk dapat pulih kembali (Hillmann dan Guenther, 2021).

Pada sebuah usaha kecil sendiri memiliki tiga fase pertumbuhan untuk bertahan di pasar. Tahap pertama disebut hidup atau mati, yaitu tahap awal dalam menentukan kemampuan usaha kecil untuk bertahan setelah memasuki pasar. Tahap kedua disebut manajerial, yang akan ditandai bahwa pemilik mampu memimpin para karyawan dan tidak lagi menjabat sebagai karyawan di usaha yang mereka rintis. Terakhir, tahap ketiga yaitu ketika usaha rintisan tersebut menjadi usaha yang lebih besar, sehingga artinya tidak lagi berstatus sebagai usaha kecil (Steinmetz, 1969). Namun, ini hanya berfokus pada faktor ketahanan usaha kecil secara internal dan tidak mempertimbangkan pengaruh faktor dari eksternal, yaitu sebagai upaya dan kemampuan pemilik usaha dan terlepas dari gangguan atau dukungan lingkungan bisnis (Steinmetz, 1969). Namun, yang menentukan ketahanan usaha juga dapat ditentukan oleh faktor eksternal yang terkait langsung dengan kegiatan operasi usaha tersebut atau sangat bergantung pada kepuasan konsumen (Naumzik et al., 2022). Lebih lanjutnya, ketahanan sebuah usaha ditentukan oleh kemampuannya untuk mempertahankan kualitas kepuasan para pelanggannya (Naumzik et al., 2022). Ketika kualitas kepuasan pelanggan tidak memenuhi harapan, pada akhirnya dapat menyebabkan kegagalan dan penutupan usaha tersebut (Naumzik et al., 2022).

Dapat dikatakan bahwa terdapat sejumlah faktor yang membuat usaha menjadi kuat dan bertahan, seperti membuat rencana usaha, mengubah rencana usaha secara keseluruhan, melihat pesaing, kemudahan memasuki usaha, dan kemampuan untuk memperhitungkan risiko. Maka, seorang wirausaha harus terus meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasinya sebagai akibat dari adanya perkembangan teknologi, perilaku pesaing, dan perubahan pelanggan. Pada saat yang sama juga, perlu ada upaya terus menerus untuk menemukan ide-ide baru yang inovatif dan kreatif (Dwiastanti dan Mustapa, 2020). Menurut kerangka yang telah dikembangkan sebelumnya (Lee et al., 2013), ketahanan organisasi dapat dibingkai

menjadi tiga dimensi, yaitu kesadaran situasional, pengelolaan kerentanan utama, dan kapasitas adaptif.

Dimensi dari Ketahanan Usaha ini adalah mencakup (Lee et al., 2013):

1. Kesadaran situasional (KS)
2. Pengelolaan kerentanan dasar (PKD)
3. Kapasitas adaptif (KA)

Indikator dari Ketahanan Usaha ini adalah mencakup (Lee et al., 2013):

1. Pemantauan dan pelaporan (KS)
2. Tanggapan yang dilakukan (PKD)
3. Kemampuan untuk meminimalkan silo (KA)
4. Informasi dan pengetahuan (KA)
5. Struktur kepemimpinan, manajemen, dan tata kelola (KA)

2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut adalah tabel dari beberapa penelitian terdahulu:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

| No. | Nama Peneliti | Judul Penelitian | Perbedaan Penelitian | Hasil Penelitian |
|-----|-------------------------|---|---|--|
| 1. | Robertson et al. (2022) | Fortune favours the digitally mature: the impact of digital maturity on the organisational resilience of SME retailers during COVID19 | Terdapat perbedaan pada jumlah variabel, dimana penelitian terdapat dua variabel. Kemudian perbedaan dimana variabelnya adalah hanya masing-masing satu variabel, yaitu X dan Y saja. Variabel X adalah hanya | Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang memiliki kematangan digital menunjukkan tingkat ketahanan organisasi yang lebih tinggi, khususnya dalam hal kesadaran situasional, |

Lanjutan Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

| No. | Nama Peneliti | Judul Penelitian | Perbedaan Penelitian | Hasil Penelitian |
|-----|----------------------------------|---|---|--|
| | | | kematangan digital dan variabel Y adalah ketahanan usaha. Lalu perbedaan pada objek penelitian ini, yaitu UMKM ritel. Perbedaan juga terdapat pada metode penelitian yang digunakan, dimana pada penelitian ini menggunakan metode campuran. | pengelolaan kerentanan utama, dan kapasitas adaptif. |
| 2. | Mayr et al. (2020) | Entrepreneur characteristics and differences in reasons for business failure: evidence from bankrupt Austrian SMEs (2020) | Terdapat perbedaan pada jumlah variabel, dimana penelitian terdapat dua variabel. Kemudian perbedaan dimana variabelnya adalah hanya masing-masing satu variabel, yaitu X dan Y saja. Variabel X adalah karakteristik wirausaha dan variabel Y adalah kegagalan bisnis. | Perusahaan yang dipimpin oleh pengusaha yang lebih tua mempunyai kemungkinan yang lebih kecil untuk mengalami kebangkrutan karena kurangnya ekuitas, sementara perempuan mengurangi kemungkinan kegagalan karena rendahnya kompetensi ekonomi. Secara khusus, pengalaman manajemen nampaknya juga penting karena secara signifikan mengurangi risiko kebangkrutan akibat kompetensi ekonomi bisnis yang buruk dan tekanan biaya yang tinggi. |
| 3. | Indarto dan Djoko Santoso (2020) | Karakteristik Wirausaha, | Terdapat perbedaan pada jumlah | Dalam penelitian ini ditemukan bahwa |

Lanjutan Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

| No. | Nama Peneliti | Judul Penelitian | Perbedaan Penelitian | Hasil Penelitian |
|-----|---|--|---|--|
| | | Karakteristik Usaha dan Lingkungan Usaha Penentu Kesuksesan Usaha Mikro Kecil dan Menengah | variabel, dimana penelitian ini ini terdapat empat variabel. Kemudian perbedaan pada variabel X2, yaitu pada penelitian ini variabel X2 adalah karakteristik usaha dan lingkungan usaha. Pada variabel Y juga terdapat perbedaan, yaitu pada penelitian ini variabel Y adalah kesuksesan usaha. | karakteristik wirausaha berpengaruh positif signifikan terhadap kesuksesan usaha. Karakteristik usaha tidak berpengaruh terhadap kesuksesan usaha UMKM. Lingkungan usaha memoderasi pengaruh karakteristik wirausaha dan juga karakteristik usaha terhadap kesuksesan usaha UMKM dengan kategori quasi moderasi. |
| 4. | Herminawaty Abubakar dan Palipada Palisuri (2018) | Karakteristik Wirausaha Terhadap Keberlanjutan Industri Kuliner Tradisional | Terdapat perbedaan pada variabel X, yaitu pada penelitian hanya terdapat satu variabel X adalah karakteristik wirausaha. Kemudian pada variabel Y terdapat perbedaan, dimana pada penelitian ini Variabel Y adalah keberlanjutan usaha. Perbedaan juga terdapat pada objek penelitian, yaitu pada penelitian ini memiliki objek industri kuliner tradisional. | Karakteristik wirausaha memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keberlanjutan industri kuliner tradisional. |
| 5. | Anis Dwiastanti dan Gusnar Mustapa (2020) | Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Lingkungan | Terdapat perbedaan pada jumlah variabel, dimana penelitian ini | Karakteristik wirausaha, lingkungan strategi bertahan |

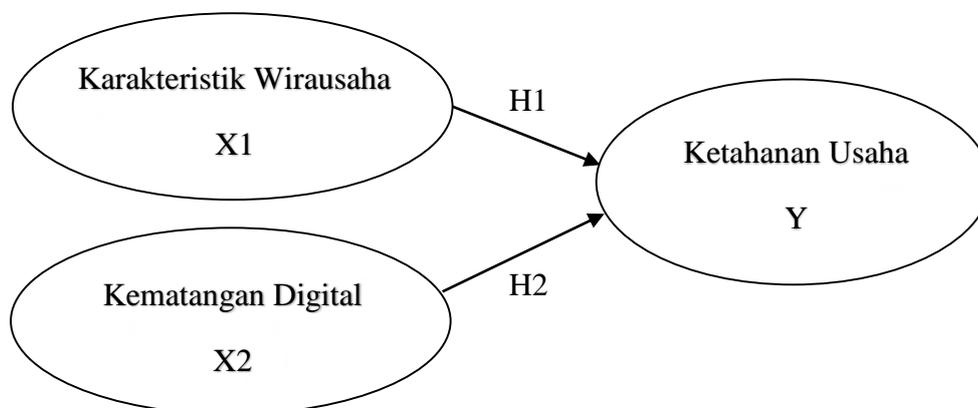
Lanjutan Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

| No. | Nama Peneliti | Judul Penelitian | Perbedaan Penelitian | Hasil Penelitian |
|-----|--------------------|---|--|--|
| | | Eksternal dan Strategi Bertahan UMKM dalam Menjaga Keberlangsungan Usaha di Musim Pandemi Covid 19 | terdapat empat variabel. Kemudian perbedaan pada variabel X2 dan X3 yaitu pada penelitian ini variabel X2 adalah lingkungan eksternal dan X3 adalah strategi bertahan. Pada variabel Y terdapat perbedaan, dimana pada penelitian ini variabel Y adalah keberlangsungan usaha. | UMKM secara parsial memengaruhi keberlangsungan usaha dan karakteristik wirausaha sendiri merupakan variabel dominan yang dapat mempengaruhi keberlangsungan usaha. |
| 6. | Dari et al. (2022) | Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Lingkungan Eksternal, Kecanggihan Teknologi dan Strategi Bertahan Terhadap Keberlangsungan UMKM di Kecamatan Gerung, Kabupaten Lombok Barat Selama Pandemi Covid-19 | Terdapat perbedaan pada jumlah variabel pada penelitian ini terdapat lima variabel, yaitu pada variabel X2, X3, dan X4. Dimana pada penelitian ini variabel X2 adalah lingkungan eksternal, X3 adalah kecanggihan teknologi, dan X4 adalah strategi bertahan. Perbedaan juga terdapat pada objek penelitian yaitu di Kecamatan Gerung, Kabupaten Lombok Barat selama pandemi Covid-19. | Karakteristik wirausaha dan kecanggihan teknologi tidak memengaruhi keberlangsungan UMKM, tetapi lingkungan eksternal dan strategi bertahan memengaruhi keberlangsungan UMKM secara positif dan signifikan. yaitu di Kecamatan Gerung, Kabupaten Lombok Barat selama pandemi Covid-19. |

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah konsep tentang penelitian yang saling berhubungan, di mana variabel akan berhubungan satu sama lain secara detil dan

sistematis. Maka, model kerangka pemikiran pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Model Kerangka Pemikiran

2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Karakteristik Wirausaha dan Ketahanan Usaha

Karakteristik wirausaha yang mencakup karakteristik demografi (usia dan jenis kelamin), karakteristik individu (kompetensi atau kemampuan teknis yang dimiliki individu), perilaku personal (percaya diri, ketekunan, berani, pekerja keras dan memiliki komunikasi yang baik), dan kesiapan menjadi wirausahawan terbukti berpengaruh terhadap kesuksesan suatu usaha (Indarto dan Santoso, 2020). Seorang wirausaha yang berani mengambil risiko, menerima tanggung jawab dengan sebaik mungkin, ingin berprestasi, dan memiliki semangat tinggi, yang merupakan faktor internal yang dapat menentukan keberlanjutan usaha (Essel et al., 2019).

Kemudian hasil penelitian terdahulu menyebutkan bahwa karakteristik wirausaha memiliki dampak yang sangat signifikan terhadap kesuksesan UMKM (Bhatt dan Sankhla, 2018). Hal ini sejalan juga dengan penelitian lainnya yang menunjukkan bahwa karakteristik wirausaha memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keberlanjutan industri kuliner tradisional (Abubakar dan Palisuri, 2018). Maka, hipotesis pertama yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

H1: Karakteristik wirausaha memiliki pengaruh terhadap ketahanan usaha

2.4.2 Kematangan Digital dan Ketahanan Usaha

Kematangan digital adalah kemampuan yang dipelajari yang berfungsi untuk memperkuat ketahanan dari suatu UMKM selama masa ketidakpastian yang dihadapi (Fletcher dan Griffiths, 2020; Klein dan Todesco, 2021). Selanjutnya, kematangan digital juga dapat memberikan dampak positif terhadap kinerja suatu UMKM (Guo et al., 2020) dengan memungkinkan kelangsungan dari operasional (Papadopoulos et al., 2020) dan ketangkasan model bisnis ketika menghadapi suatu gangguan (He et al., 2022).

Ketahanan usaha yang terdiri dari kesadaran situasional, pengelolaan kerentanan dasar, dan kapasitas adaptif (Lee et al., 2013). Kesadaran situasional sendiri mewakili kemampuan organisasi untuk secara akurat memahami dan mengatasi terjadinya masa krisis eksternal (misalnya pada saat pandemi global COVID-19) dan potensi dampaknya terhadap organisasi (Lee et al., 2013; McManus, 2008). Pada saat yang sama juga, kematangan digital memastikan kemampuan atau kesiapan yang unggul dalam merespons gangguan operasional (He et al., 2022).

Pengelolaan kerentanan dasar suatu UMKM terdiri dari beberapa komponen yang mendukung, yaitu mencakup peningkatan investasi dalam teknologi digital, sumber daya internal (misalnya tenaga kerja, informasi, pengetahuan), serta komponen dan pasokan nyata (misalnya peralatan, tenaga ahli, pengambil keputusan) yang dapat membantu organisasi untuk menghadapi gangguan (Lee et al., 2013; McManus, 2008). Kematangan digital yang mewakili kemampuan digital dan infrastruktur teknologi digital yang dimiliki suatu organisasi, serta strategi, kepemimpinan, dan visinya seputar masa depan dalam bidang digital organisasi tersebut (Westerman et al., 2012).

Suatu usaha yang tangguh menunjukkan kapasitas adaptifnya dengan berinvestasi pada kepemimpinan yang kuat, mengembangkan kemampuan manajemennya, dan menciptakan serta mengomunikasikan pengetahuan untuk memungkinkan pengambilan keputusan yang otonom (Soluk et al., 2021). Suatu

UMKM yang memanfaatkan peluang dari penerapan teknologi digital dan secara proaktif memanfaatkan kemampuan digital yang dimilikinya untuk merespon pasar dengan solusi yang inovatif, maka dapat dikatakan mengungguli UMKM lainnya yang kurang berorientasi pada digital (Quinton et al., 2017). Maka, hipotesis kedua yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

H2: Kematangan digital memiliki pengaruh terhadap ketahanan usaha

III. METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah sebuah teknik perancangan, pola, atau rencana secara ilmiah untuk melakukan pengumpulan, pengukuran, dan analisis data dengan tujuan menjawab pertanyaan penelitian (Sekaran dan Bougie, 2016:95). Berdasarkan permasalahan dalam penelitian ini, maka penelitian ini akan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang dilakukan pada umumnya dengan membuat tabulasi dan mengumpulkan data dalam bentuk diagram atau bagan yang nantinya data tersebut akan dianalisis dengan tujuan mengidentifikasi hubungan atau menguji hipotesis penelitian (Hair et al., 2020:36). Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang dimulai dengan pengumpulan data, diproses, dan diakhiri dengan hasil yang didominasi oleh data berbentuk numerik atau angka.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan kelompok baik orang, peristiwa atau hal menarik lainnya yang ingin diteliti atau ditarik kesimpulannya oleh peneliti (Sekaran dan Bougie, 2016:236). Kemudian populasi adalah total dari semua anggota dengan memiliki serangkaian karakteristik yang sama dapat berupa orang, tempat, dan sebagainya (Hair et al., 2020:180). Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pemilik UMKM yang ada di Kota Bandar Lampung dan diketahui bahwa jumlah UMKM yang ada di Kota Bandar Lampung sendiri hingga tahun 2023 adalah 30.940.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah sebagian kecil dari populasi yang diambil untuk mendapatkan kesimpulan mengenai karakteristik populasi (Hair et al., 2020:180). Kemudian sampel adalah subkelompok atau bagian dari populasi yang akan dipelajari oleh peneliti untuk ditarik kesimpulan yang dapat digeneralisasikan ke populasi yang dimaksud (Sekaran dan Bougie, 2016:237). Jumlah sampel yang ingin diteliti adalah minimal 50 dan sebaiknya berjumlah 100 atau lebih, dengan rumus memiliki rasio 5-10 kali terhadap jumlah indikator variabel (Hair et al., 2019). Maka, dalam penelitian ini sendiri yang dilakukan di wilayah Kota Bandar Lampung, beberapa pemilik UMKM atau lebih tepatnya sebanyak 100 pemilik UMKM akan menjadi sampel. Jumlah sampel tersebut diperoleh dari perhitungan menggunakan rumus rasio, yaitu 5 dikali jumlah indikator variabel dengan alasan bahwa indikator variabel yang digunakan cukup baik untuk menggambarkan konstruk, sehingga melalui rasio 5 yang walaupun menghasilkan jumlah sampel terbilang kecil tetap dapat memberikan hasil yang valid dan reliabel. Yang mana dapat dilihat dalam landasan teoretis pada bab 2 dan tabel 3.2 pada penelitian ini memiliki sejumlah 20 indikator variabel, oleh karena itu didapatkan hasil perhitungan 5 dikali 20 adalah 100.

3.2.3 Teknik Sampling

Teknik atau metode pengambilan sampel atau yang juga dikenal sebagai "*sampling*" adalah proses memilih elemen dari populasi untuk digunakan sebagai sampel penelitian berdasarkan pada masalah teoritis dan praktis terkait, yaitu sifat penelitian, tujuan penelitian, serta waktu dan anggaran yang ada (Hair et al., 2020:183). Metode pengambilan sampel pada penelitian ini sendiri menggunakan jenis *Probability Sampling* dengan teknik *Simple Random Sampling*. Dimana *Probability Sampling* adalah metode pengambilan sampel di mana setiap anggota populasi memiliki peluang atau probabilitas yang diketahui dan telah ditentukan sebelumnya oleh peneliti atau bukan nol untuk dipilih sebagai sampel yang akan dipilih secara acak selanjutnya (Sekaran dan Bougie, 2016:240; Hair et al., 2020:183-184). Lalu *Simple Random Sampling* adalah metode untuk mengambil

sampel di mana setiap elemen populasi memiliki peluang yang diketahui atau sama untuk dipilih sebagai subjek (Sekaran dan Bougie, 2016:242; Hair et al., 2020:185).

Keputusan untuk menggunakan jenis *Probability Sampling* dengan teknik *Simple Random Sampling* adalah karena kemampuannya untuk mengumpulkan sampel yang representatif dari populasi secara keseluruhan dan setiap elemen populasi tersebut memiliki peluang yang sama untuk dipilih, sehingga dapat meningkatkan generalisasi hasil penelitian nantinya (Sekaran dan Bougie, 2016:243). Kemudian juga karena populasi pada penelitian ini yang bersifat homogen dan tidak memerlukan stratifikasi khusus (Sekaran dan Bougie, 2016). Selain itu, dengan teknik ini juga dapat mengurangi terjadinya bias atau kecenderungan berpihak pada satu anggota dan langsung mengetahui jika terjadi kesalahan baku dalam penelitian (Sekaran dan Bougie, 2016:243). Sampel yang dipilih secara acak, yaitu merupakan pemilik UMKM yang ada di Kota Bandar Lampung. Oleh karena itu, teknik *Simple Random Sampling* adalah teknik yang tepat untuk digunakan pada penelitian ini.

3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

3.3.1 Data Primer

Data dalam penelitian ini yang pertama berjenis dan bersumber dari data primer atau data yang diperoleh secara langsung dari pihak pertama. Pengumpulan data primer akan dilakukan dengan kuesioner yang akan diisi oleh pemilik UMKM di Kota Bandar Lampung yang menjadi sampel. Kuesioner sendiri adalah serangkaian pertanyaan secara tertulis yang pada umumnya berbentuk alternatif yang telah didefinisikan atau dirumuskan sebelumnya oleh peneliti dan akan dijawab oleh subjek yang menjadi sampel atau responden (Sekaran dan Bougie, 2016:142). Kemudian kuesioner pada penelitian ini akan diukur dengan menggunakan skala Likert, yaitu skala yang menguji seberapa kuat subjek menyatakan setuju atau tidak setuju dengan pernyataan yang didasarkan pada skala lima poin (Sekaran dan Bougie, 2016:215) dengan keterangan pada tabel sebagai berikut ini:

Tabel 3.1 Skala Likert

| No. | Pernyataan | Skala Poin |
|-----|---------------------------|------------|
| 1. | Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |
| 2. | Tidak Setuju (TS) | 2 |
| 3. | Netral (N) | 3 |
| 4. | Setuju (S) | 4 |
| 5. | Sangat Setuju (SS) | 5 |

Sumber: Sekaran dan Bougie (2016:215)

3.3.2 Data Sekunder

Data dalam penelitian ini yang pertama berjenis dan bersumber dari data sekunder atau data yang diperoleh dari pihak lain. Pengumpulan data sekunder akan dilakukan dengan menggunakan internet untuk memperoleh jurnal maupun artikel penelitian pendukung dan data tambahan yang diperlukan.

3.4 Definisi Operasional Penelitian

3.4.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah sesuatu yang dapat memiliki nilai yang berbeda atau bervariasi yang tergantung pada berbagai waktu untuk objek atau orang yang sama, maupun pada waktu yang sama untuk objek atau orang yang berbeda (Sekaran dan Bougie, 2016:72). Kemudian variabel penelitian adalah karakteristik yang dapat diamati dan diukur dalam model konseptual (Hair et al., 2020:149). Dalam penelitian ini sendiri, terdapat dua jenis variabel yang dibahas. Yang pertama adalah variabel bebas (independen) dengan arti bahwa variabel ini akan mempengaruhi variabel lainnya (biasa diberi tanda X), yaitu Karakteristik Wirausaha sebagai X1 dan Kematangan Digital sebagai X2. Yang kedua adalah variabel terikat (dependen) dengan arti bahwa variabel ini yang akan diukur untuk mempengaruhi besarnya efek atau pengaruh dari variabel lain (biasa diberi tanda Y), yaitu Ketahanan Usaha.

3.4.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel penelitian adalah sekumpulan dimensi, aspek, atau sifat perilaku dari variabel yang dilambangkan oleh konsep kemudian

didefinisikan ke dalam elemen untuk dapat diamati dan diukur sehingga dapat mengembangkan indeks pengukuran konsep (Sekaran dan Bougie, 2016:195). Maka, definisi operasional variabel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian

| Variabel | Definisi | Indikator | Pengukuran |
|------------------------------|---|---|-------------------|
| Karakteristik Wirausaha (X1) | Bentuk dari watak, karakter, kepribadian, dan perilaku yang dimiliki dan menjadi tanda khusus bagi setiap wirausaha dalam mengelola usahanya untuk mencapai tujuan yang diharapkan. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Kecenderungan mengambil risiko 2. Inovasi 3. Lokus kendali 4. Kebutuhan untuk prestasi 5. Kepercayaan diri 6. Toleransi ambiguitas (Anwar dan Saleem, 2019) | Skala Likert |
| Kematangan Digital (X2) | Kondisi yang menggambarkan dengan jelas tingkat transformasi digital dari suatu organisasi dalam menerapkan teknologi digital untuk mendorong efisiensi dan inovasi. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Strategi 2. Kepemimpinan 3. Pelanggan 4. Produk 5. Operasional 6. Budaya 7. Karyawan 8. Pemerintah 9. Teknologi (Schumacher et al., 2016) | Skala Likert |
| Ketahanan Usaha (Y) | Serangkaian kemampuan adaptif yang kompleks dan kolektif yang memungkinkan organisasi berhasil mengatasi dan belajar dari kejadian tidak terduga, serta pengalaman untuk menjadi lebih kuat dan lebih banyak ide. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemantauan dan pelaporan 2. Tanggapan yang dilakukan 3. Kemampuan untuk meminimalkan silo 4. Informasi dan pengetahuan 5. Struktur kepemimpinan, manajemen, dan tata kelola (Lee et al., 2013) | Skala Likert |

3.5 Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah dengan kuesioner berupa pernyataan-pernyataan yang diadaptasi berdasarkan penelitian lain terdahulu. Untuk variabel bebas pertama (X1), yaitu Karakteristik Wirausaha, yang

diadaptasi dari (Anwar dan Saleem, 2019) sebanyak enam pernyataan, salah satu contohnya adalah “Saya bersedia mengambil risiko yang lebih tinggi untuk mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi juga”. Selanjutnya, untuk variabel bebas kedua (X2), yaitu Kemantangan Digital, yang diadaptasi dari Schumacher et al., 2016 sebanyak sembilan pernyataan, salah satu contohnya adalah “Usaha yang saya jalankan telah meningkatkan kepuasan bagi pelanggan karena mengadopsi teknologi digital dalam proses penjualan”. Terakhir, untuk variabel terikat (Y), yaitu Ketahanan Usaha, yang diadaptasi dari Lee et al., 2013 sebanyak lima pernyataan, salah satu contohnya adalah “Usaha yang saya jalankan secara proaktif memantau apa yang terjadi di industrinya untuk mendapatkan peringatan awal terhadap kemungkinan masalah yang akan muncul”. Maka, secara keseluruhan terdapat sebanyak dua puluh pernyataan yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini untuk mengumpulkan data.

3.6 Pengujian Kelayakan Instrumen Penelitian

3.6.1 Uji Validitas

Sebelum melakukan analisis terhadap data yang telah dikumpulkan, penting untuk terlebih dahulu memastikan bahwa instrumen penelitian yang digunakan adalah valid atau tidak. Karena dengan melakukan uji validitas, maka serangkaian pertanyaan dalam instrumen penelitian, yaitu kuesioner yang digunakan adalah benar-benar dapat mengukur konsep yang ingin diukur, bukan konsep yang lain (Sekaran dan Bougie, 2016:220). Dengan nilai validitas yang semakin tinggi menunjukkan bahwa semakin valid sebuah instrumen penelitian.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Selanjutnya, penting juga untuk terlebih dahulu memastikan bahwa instrumen penelitian yang digunakan adalah reliabel atau tidak, yaitu dengan melakukan uji reliabilitas. Karena dengan melakukan uji reliabilitas sendiri, maka akan menunjukkan bahwa instrumen penelitian, yaitu kuesioner yang digunakan bebas dari bias atau kesalahan dan juga memastikan hasil pengukuran yang konsisten dari waktu ke waktu (Sekaran dan Bougie, 2016:223). Sehingga ketika

suatu instrumen penelitian menunjukkan stabilitas dan konsistensi dalam mengukur konsep maka instrumen penelitian tersebut dikatakan reliabel atau handal (Sekaran dan Bougie, 2016:223).

3.7 Uji Data

3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah salah satu pengujian yang berguna untuk mengetahui apakah data yang telah dikumpulkan memiliki status distribusi yang normal, artinya bahwa distribusi rata-rata dari sampel sesuai dengan yang diharapkan terhadap populasi yang ada untuk dapat diambil kesimpulan (Hair et al., 2020:342-343).

3.8 Analisis Data

3.8.1 Alat Analisis Data

Dalam melakukan analisis data yang bersifat kuantitatif atau berbentuk numerik, penelitian ini akan menggunakan perangkat lunak komputer bernama SPSS (*Statistical Program for Social Sciences*) yang sudah umum digunakan karena merupakan alat analisis statistik dengan kemampuan dan keandalannya yang cukup baik. SPSS sendiri menawarkan berbagai macam alat analisis statistik, misalnya analisis data, analisis faktor, analisis korelasi, dan analisis regresi. Kemudian tersedia juga berbagai macam alat uji, misalnya uji asumsi dasar, uji asumsi klasik, uji deskriptif, dan uji perbedaan. Alat-alat analisis dan uji yang tersedia dalam SPSS ini dapat digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian atau melakukan uji hipotesis.

3.8.2 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah salah satu teknik untuk menganalisis data dengan memberikan gambaran awal pada setiap variabel yang ada dalam penelitian, artinya bahwa menggambarkan data yang telah dikumpulkan tanpa membuat kesimpulan yang umum (Sahir, 2021:38). Yang mana dalam gambaran data

tersebut, setiap variabelnya akan dilihat berdasarkan nilai mean, maksimum - minimum dan standar deviasinya (Sahir, 2021:38).

3.8.3 Analisis Kuantitatif

Analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan analisis regresi linear berganda, karena terdapat lebih dari satu jumlah variabel bebas atau lebih tepatnya pada penelitian ini sendiri terdapat dua buah variabel bebas. Maka analisis ini dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menjelaskan atau memprediksi nilai antara variabel bebas terhadap variabel terikat apakah masing-masing variabel bebas tersebut berhubungan satu sama lain dengan cara yang positif atau negatif (Hair et al., 2020:458-459).

Rumus dari analisis regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

| | |
|----------------|--|
| Y | = Ketahanan Usaha (Variabel Terikat) |
| X ₁ | = Karakteristik Wirausaha (Variabel Bebas 1) |
| X ₂ | = Kematangan Digital (Variabel Bebas 2) |
| α | = Konstanta |
| β _x | = Koefisien regresi |
| ε | = <i>Standard Error</i> |

3.9 Pengujian Hipotesis

3.9.1 Uji Parsial (Uji-T)

Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan secara parsial menggunakan uji-T. Uji-T sendiri digunakan untuk menguji kebenaran suatu hipotesis secara kebetulan atau yang sebenarnya terkait dengan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat (Hair et al., 2020:368). Kemudian uji-T adalah salah satu metode pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial dengan tujuan untuk mengetahui signifikansi secara parsial atau masing-masing variabel

bebas terhadap variabel terikat (Sahir, 2021:53). Artinya bahwa nantinya pengambilan keputusan hipotesis akan diambil berdasarkan tabel koefisien dari hasil perhitungan nilai signifikansi. Pengujian hipotesis dengan uji-T sendiri biasanya dilakukan pada taraf signifikan 5 persen atau sebesar 0,05, namun jika pengujian telah dilakukan berulang-ulang dengan hasil menolak hipotesis walaupun seharusnya adalah diterima, maka uji-T juga dapat dilakukan pada taraf signifikan 10 persen atau sebesar 0,1 (Hair et al., 2020:361).

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya. Maka, simpulan yang didapat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Karakteristik wirausaha berpengaruh positif terhadap ketahanan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kota Bandar Lampung. Artinya bahwa karakteristik yang dimiliki oleh seorang wirausaha berpengaruh nyata terhadap tingkat ketahanan usaha yang dijalankannya, walaupun tidak memiliki pengaruh yang besar atau dominan. Di sisi lain, tetap dapat dikatakan bahwa semakin kuat karakteristik wirausahanya, maka semakin kuat ketahanan usahanya. Terutama dalam penelitian ini sendiri karakteristik wirausaha yang berpengaruh tersebut adalah kecenderungan mengambil risiko, inovasi, lokus kendali, kebutuhan untuk berprestasi, kepercayaan diri, dan toleransi ambiguitas. Dengan demikian, hal ini menerima hipotesis pertama.
2. Kematangan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap ketahanan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kota Bandar Lampung. Artinya bahwa semakin baik adopsi teknologi digital dari suatu usaha sampai pada tingkat kematangan digital yang menunjukkan kemampuan dan transformasi dalam memanfaatkan teknologi digital hingga dengan penerapan strategi *omnichannel*, maka akan berpengaruh nyata terhadap tingkat ketahanan suatu usaha. Terutama dalam penelitian ini sendiri teknologi digital yang digunakan pada UMKM di Kota Bandar Lampung adalah *e-commerce* dan media sosial

sebagai wadah untuk mempromosikan, melakukan kampanye pemasaran, memahami dan menyesuaikan pasar, serta memperluas jangkauan pasar secara lebih efisien dan efektif yang dapat memperkuat daya saing dan meningkatkan ketahanan usaha tersebut. Dengan demikian, hal ini menerima hipotesis kedua.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan simpulan di atas, maka terdapat beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Karakteristik wirausaha walaupun tidak memiliki dampak atau pengaruh yang terlalu besar atau dominan terhadap ketahanan usaha, namun menurut peneliti penting bagi UMKM untuk memperkuat lagi karakteristik dari seorang wirausaha karena terdapat pengaruh nyata terhadap ketahanan usaha yang dijalankannya. Dalam menjalankan suatu usaha, sebaiknya tidak hanya sekedar menjadi pekerjaan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, namun juga perlu kegigihan lebih menjadi seorang wirausahawan dengan karakteristik wirausaha yang kuat, sehingga akan dapat berpengaruh lebih besar lagi terhadap peningkatan ketahanan usahanya. Terutama kompetensi dari seorang wirausaha yang penting untuk dimiliki adalah kecenderungan mengambil risiko karena dapat membantu dalam menghadapi tantangan yang mungkin dihadapi pada lingkungan usaha saat ini yang sangat dinamis. Hal ini didasarkan pada hasil jawaban responden dalam analisis statistik deskriptif variabel Karakteristik Wirausaha (X1) menunjukkan tingkat jawaban persetujuan tidak setinggi pernyataan lainnya, sehingga perlu untuk diperhatikan dan ditingkatkan terkait dengan kecenderungan mengambil risiko bagi seorang wirausahawan.
2. Kematangan digital yang memiliki pengaruh signifikan terhadap ketahanan usaha, maka bagi UMKM penting untuk dapat mengadopsi dan lebih aktif dalam menggunakan teknologi digital dalam proses operasionalnya pada saat ini karena lingkungan usaha yang beralih ke

arah digital, agar memiliki daya saing yang kuat dan memiliki ketahanan usaha yang tinggi. Kemudian bagi UMKM juga penting untuk menerapkan strategi *omnichannel* karena akan membantu memperluas jangkauan pasar tidak hanya dari toko fisiknya saja, namun secara *online*, sehingga memiliki dua saluran untuk menjangkau pasar. Misalnya saja dengan pemanfaatan *e-commerce* dan media sosial untuk memperluas jangkauan pasarnya serta sarana dalam melakukan pemasaran, promosi, dan penjualan secara lebih efektif dan efisien. Sehingga memiliki keterampilan penggunaan teknologi digital dan meningkatkan literasi digital sangat diperlukan. Lalu usaha tersebut juga harus tetap memerhatikan regulasi pemerintah tentang ketenagakerjaan yang sesuai dengan industri 4.0 dan menggunakan standar teknologi yang sesuai dengan aktivitas industri 4.0. Hal ini didasarkan pada hasil jawaban responden dalam analisis statistik deskriptif variabel Kematangan Digital (X2) menunjukkan tingkat jawaban persetujuan tidak setinggi pernyataan lainnya, sehingga perlu untuk diperhatikan dan disesuaikan kembali bagi suatu UMKM agar tingkat kematangan digital dapat semakin tinggi.

3. Untuk dapat meningkatkan ketahanan suatu usaha yang dijalankan, maka penting untuk memperhatikan bahwa usaha tersebut juga telah menginvestasikan sumber daya yang cukup untuk bersiap menanggapi keadaan darurat apa pun yang akan dihadapi. Hal ini didasarkan pada hasil jawaban responden dalam analisis statistik deskriptif variabel Ketahanan Usaha (Y) menunjukkan tingkat jawaban persetujuan tidak setinggi pernyataan lainnya, sehingga perlu untuk diperhatikan dan dilakukan agar tingkat ketahanan usaha dapat semakin meningkat.
4. Dengan tingginya persentase teknologi digital yang telah digunakan pada usaha untuk melakukan promosi dan penjualan yaitu media sosial (57%), maka bagi UMKM sebaiknya dapat memanfaatkan penggunaan *e-commerce* untuk memperluas pasar yang dituju dan lebih

memaksimalkan penggunaan media sosial melalui strategi pemasaran konten, seperti dalam mengunggah foto atau video menggunakan visual yang berkualitas, membuat video singkat yang interaktif sehingga dapat meningkatkan daya tarik konsumen, dan melakukan promosi serta penjualan secara *live streaming* atau dengan fitur keranjang pada konten yang diunggah melalui aplikasi media sosial *commerce* TikTok. Selanjutnya yaitu kombinasi keduanya antara *e-commerce* dan media sosial (28%), maka bagi UMKM perlu untuk mengintegrasikan pemasaran pada keduanya, misalnya dengan membuat *traffic* yang mana konsumen setelah melihat konten di media sosial dan memiliki ketertarikan terhadap produk tersebut dapat langsung menuju ke toko *online* untuk melakukan pembelian, sehingga meningkatkan penjualan. Terakhir yaitu *e-commerce* (15%), maka bagi UMKM dapat menggunakan media sosial sebagai sarana melakukan promosi untuk menjangkau lebih banyak calon konsumen dan juga memaksimalkan penggunaan *e-commerce*, misalnya dengan memanfaatkan fitur yang saat ini tersedia adalah konten video serta melakukan penjualan secara *live streaming*.

5. Penelitian lain selanjutnya dapat melakukan penelitian lebih komprehensif dengan menambahkan atau menganalisis variabel lain yang relevan, misalnya lingkungan usaha, inovasi, strategi, dan manajemen untuk dapat memahami faktor-faktor yang memengaruhi ketahanan bagi UMKM lebih luas lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, H., & Palisuri, P. (2018). Karakteristik Wirausaha Terhadap Keberlanjutan Industri Kuliner Tradisional. *Seminar Nasional Dan Call for Paper: Manajemen, Akuntansi Dan Perbankan 2018*, 403–410.
- Anwar, I., & Saleem, I. (2019). Exploring entrepreneurial characteristics among university students: an evidence from India. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(3), 282–295. <https://doi.org/10.1108/apjie-07-2018-0044>
- Armiani, A., Basuki, B., & Suwarno, N. (2021). Teknologi Digital Memediasi Dampak Strategi Bisnis Terhadap Kinerja UMKM Di Nusa Tenggara Barat. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(3). <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i3.4892>
- Audretsch, D. B., Belitski, M., Caiazza, R., Drapeau, M. D., Menter, M., & Wales, W. J. (2024). Resilience and Digitally-Advanced Entrepreneurship. *Entrepreneurship and Regional Development*, 36(1–2), 1–9. <https://doi.org/10.1080/08985626.2023.2275193>
- Bhatt, M. K., & Sankhla, M. P. (2018). A Study on Impact of Entrepreneurial Characteristics on Success of Business. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development (IJTSRD)*, 2(5), 1112–1115. www.ijtsrd.com
- Brynjolfsson, E., Hu, Y. J., & Rahman, M. S. (2013). Competing in the age of omnichannel retailing. *MIT Sloan Management Review*, 54(4), 23–29.
- Dari, S. W., Inapty, B. A., & Mariadi, Y. (2022). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Lingkungan Eksternal, Kecanggihan Teknologi dan Strategi

Bertahan Terhadap Keberlangsungan UMKM di Kecamatan Gerung, Kabupaten Lombok Barat Selama Pandemi Covid-19. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 94–101. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v9i2.30676>

Davidson, E., & Vaast, E. (2010). Digital Entrepreneurship and Its Sociomaterial Enactment. *Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences*, 1–10. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2010.150>

Dennis, C., Alamanos, E., Papagiannidis, S., & Bourlakis, M. (2016). Does social exclusion influence multiple channel use? The interconnections with community, happiness, and well-being. *Journal of Business Research*, 69(3), 1061–1070.

Dumairy. (2004). *Perekonomian Indonesia* (Y. Sumiharti (Ed.); 5th ed.). Erlangga.

Dwiastanti, A., & Mustapa, G. (2020). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Lingkungan Eksternal dan Strategi Bertahan Umkm dalam Menjaga Keberlangsungan Usaha di Musim Pandemi Covid 19. *Business and Accounting Education Journal*, 1(3), 228–240. <https://doi.org/10.15294/baej.v1i3.42740>

Essel, B. K. C., Adams, F., & Amankwah, K. (2019). Effect of entrepreneur, firm, and institutional characteristics on small-scale firm performance in Ghana. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-019-0178-y>

Fauziah, N. H. (2019). Pengaruh Karakteristik Individu dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Twisting Pada PT. Dewa Sutratex II Cimahi The Influence of Individual Characteristics and Organizational Culture on The Twisting Employee at PT. Dewa Sutratex II Cimahi. *Prosiding Manajemen*, 5(1), 192–199.

Fletcher, G., & Griffiths, M. (2020). Digital Transformation During a Lockdown. *International Journal of Information Management*, 55. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.10218>

- Frederick, H., Kuratko, D. F., & Hodgetts, R. M. (2007). *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice Asia Pacific Edition*. Thomson Learning Australia.
- Guo, H., Yang, Z., Huang, R., & Guo, A. (2020). The digitalization and public crisis responses of small and medium enterprises: Implications from a COVID-19 survey. *Frontiers of Business Research in China*, 14(1), 1–25. <https://doi.org/10.1186/s11782-020-00087-1>
- Hagberg, J., Sundstrom, M., & Egels-Zandén, N. (2016). The digitalization of retailing: an exploratory framework. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 44(7), 694–712. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-09-2015-0140>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (Eighth). Cengage Learning. www.cengage.com/highered
- Hair, J. F., Page, M., & Brunsveld, N. (2020). *Essentials of Business Research Methods* (Fourth). Routledge.
- Harto, B., Pramuditha, P., Marhanah, S., Juliawati, P., & Rukmana, A. Y. (2024). Mendorong Kesuksesan Transformasi Digital UMKM ADZ Craft Melalui Harmonisasi Digital (Digital Marketing, Adopsi Teknologi Digital, Literasi Digital, Kapabilitas Digital). *Jurnal IKRAITH-ABDIMAS*, 9(1), 202–214. <https://doi.org/https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v9i1>
- He, Z., Huang, H., Choi, H., & Bilgihan, A. (2022). Building Organizational Resilience With Digital Transformation. *Journal of Service Management*. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/JOSM-06-2021-0216>
- Hendrawan, S. A., Chatra, A., Iman, N., Hidayatullah, S., & Suprayitno, D. (2024). Digital Transformation in MSMEs: Challenges and Opportunities in Technology Management. *Jurnal Informasi Dan Teknologi*, 6(2), 141–149. <https://doi.org/10.60083/jidt.v6i2.551>
- Hillmann, J., & Guenther, E. (2021). Organizational Resilience: A Valuable Construct for Management Research? *International Journal of Management Reviews*, 23(1), 7–44. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12239>

- Hokmabadi, H., Rezvani, S. M. H. S., & de Matos, C. A. (2024). Business Resilience for Small and Medium Enterprises and Startups by Digital Transformation and the Role of Marketing Capabilities—A Systematic Review. *Systems*, 12(6), 220. <https://doi.org/10.3390/systems12060220>
- Indarto, I., & Santoso, D. (2020). Karakteristik Wirausaha, Karakteristik Usaha dan Lingkungan Usaha Penentu Kesuksesan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 54–69.
- Islam, M. A., Khan, M. A., Obaidullah, A. Z. M., & Alam, M. S. (2011). Effect of Entrepreneur and Firm Characteristics on the Business Success of Smal. *International Journal of Business and Management*, 6(3), 289–299. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5539/ijbm.v6n3p289>
- Jawad, M., Naz, M., & Maroof, Z. (2021). Era of Digital Revolution: Digital Entrepreneurship and Digital Transformation in Emerging Economies. *Business Strategy and Development*, 4(3), 220–228. <https://doi.org/10.1002/bsd2.145>
- Jocevski, M., Arvidsson, N., Miragliotta, G., Ghezzi, A., & Mangiaracina, R. (2019). Transitions towards omni-channel retailing strategies: a business model perspective. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 47(2), 78–93. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-08-2018-0176>
- Juminto, M. S. (2020, June). *Adaptasi UMKM saat New Normal*. <https://www.jawapos.com/opini/01275798/adaptasi-umkm-saat-new-normal>
- Jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Lampung, 2020 dan 2021*. (2023). BPS Kota Bandar Lampung. <https://lampung.bps.go.id/id/statistics-table/1/NTU1IzE=/jumlah-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-umkm-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-lampung-2020-dan-2021.html>
- Jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Lampung, 2022-2023*. (2024). BPS Kabupaten Pringsewu. <https://pringsewakab.bps.go.id/id/statistics-table/2/MzQ1IzI=/jumlah-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-umkm-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi->

lampung.html

- Kane, G. C., Palmer, D., Phillips, A. N., Kiron, D., & Buckley, N. (2015). Strategy, not Technology, Drives Digital Transformation. *MIT Sloan Management Review and Deloitte University Press*. <https://doi.org/10.1176/appi.ajp.159.9.1620>
- Khurana, I., Dutta, D. K., & Ghura, A. S. (2022). SMEs and digital transformation during a crisis: The emergence of resilience as a second-order dynamic capability in an entrepreneurial ecosystem. *Journal of Business Research*, *150*, 623–641. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.06.048>
- Klein, V. B., & Todesco, J. L. (2021). COVID-19 Crisis and SMEs Responses: The Role of Digital Transformation. *Knowledge and Process Management*, *28*(2), 117–133. <https://doi.org/10.1002/kpm.1660>
- Kwiotkowska, A. (2022). The Relationship Between Entrepreneurial Orientation and Organizational Resilience in The Digital Context. *Scientific Papers of Silesian University of Technology Organization and Management Series No. 166*, 473–488. <https://doi.org/10.29119/1641-3466.2022.166.30>
- Lee, A. V. ., Vargo, J., & Seville, E. (2013). Developing a Tool to Measure and Compare Organizations ' Resilience. *Natural Hazards Review*, *14*(1), 29–41. [https://doi.org/10.1061/\(ASCE\)NH.1527-6996.0000075](https://doi.org/10.1061/(ASCE)NH.1527-6996.0000075).
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, *80*(6), 69–96. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0420>
- Levy-Tadjine, T., Agulhon, S., Hani, M., Velmuradova, M., Tokatlioglu, S., & Satouri, T. (2022). Entrepreneurial Action: Redefining the Sense and Building Resilience as Coping Strategies for SMEs and Traditional Enterprises Facing the New Digital and Crises Environment. *RUDN Journal of Psychology and Pedagogics*, *19*(2), 320–335. <https://doi.org/10.22363/2313-1683-2022-19-2-320-335>
- Mayr, S., Mitter, C., Kücher, A., & Duller, C. (2020). Entrepreneur characteristics

and differences in reasons for business failure: evidence from bankrupt Austrian SMEs. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 1–20. <https://doi.org/10.1080/08276331.2020.1786647>

McManus, S. T. (2008). *Organisational Resilience in New Zealand*. University of Canterbury.

Naumzik, C., Feuerriegel, S., & Weinmann, M. (2022). I Will Survive: Predicting Business Failures from Customer Ratings. *Marketing Science*, 41(1), 188–207. <https://doi.org/10.1287/mksc.2021.1317>

Pagani, M., & Pardo, C. (2017). The impact of digital technology on relationships in a business network. *Industrial Marketing Management*, 67, 185–192. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2017.08.009>

Papadopoulos, T., Baltas, K. N., & Balta, M. E. (2020). The Use of Digital Technologies by Small and Medium Enterprises During COVID-19: Implications For Theory and Practice. *International Journal of Information Management*, 55. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102192>

Parida, V., Sjödin, D., & Reim, W. (2019). Reviewing Literature on Digitalization, Business Model Innovation, and Sustainable Industry: Past Achievements and Future Promises. *Sustainability (Switzerland)*, 11(2), 391. <https://doi.org/10.3390/su11020391>

Putri, N. I., Herdiana, Y., Suharya, Y., & Munawar, Z. (2021). Kajian Empiris Pada Transformasi Bisnis Digital. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 7(1), 1–15. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v7i1.600>

Quinton, S., Canhoto, A., Molinillo, S., Pera, R., & Budhathoki, T. (2017). Conceptualising a Digital Orientation: Antecedents of Supporting SME Performance in The Digital economy. *Journal of Strategic Marketing*, 26(5), 427–439. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2016.1258004>

Rader, D. (2019). Digital maturity – the new competitive goal. *Strategy and Leadership*, 47(5), 28–35. <https://doi.org/10.1108/SL-06-2019-0084>

Rajagukguk, Z. (2016). Karakteristik Kewirausahaan Pengusaha Kecil dan Strategi

Pengembangan Usahanya di Masa Depan: Studi Kasus Pengusaha Pakaian Jadi di Depok. *Jurnal Kependudukan Indonesia*, 11(1), 49–62.

Robertson, J., Botha, E., Walker, B., Wordsworth, R., & Balzarova, M. (2022). Fortune favours the digitally mature: the impact of digital maturity on the organisational resilience of SME retailers during COVID-19. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 50(8–9), 1182–1204. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-10-2021-0514>

Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Penerbit KBM Indonesia.

Schumacher, A., Erol, S., & Sihh, W. (2016). A Maturity Model for Assessing Industry 4.0 Readiness and Maturity of Manufacturing Enterprises. *Procedia CIRP*, 52, 161–166. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2016.07.040>

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach* (Seventh). John Wiley and Sons Ltd.

Setyawati, E. C. N., Nugraha, H. S., & Ainuddin, I. (2013). Karakteristik Kewirausahaan Dan Lingkungan Bisnis Sebagai Faktor Penentu Pertumbuhan Usaha. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1), 41–50. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jab.v2i1.5353>

Soluk, J., Kammerlander, N., & Massis, A. De. (2021). Exogenous Shocks and The Adaptive Capacity of Family Firms: Exploring Behavioral Changes and Digital Technologies in The COVID-19 Pandemic. *R&D Management*, 51(4), 364–380. <https://doi.org/10.1111/radm.12471>

Steinmetz, L. L. (1969). Critical stages of small business growth: When they occur and how to survive them. *Business Horizons*, 12(1), 29–36. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(69\)90107-4](https://doi.org/10.1016/0007-6813(69)90107-4)

Struwig, F. W., Krüger, J., & Nuwagaba, G. (2019). The influence of the business environment on the growth of informal businesses in Uganda. *The Southern African Journal of Entrepreneurship and Small Business Management*, 11(1), 1–10. <https://doi.org/10.4102/sajesbm.v11i1.200>

Valenza, J. K., Boyer, B. L., & Curtis, D. (2014). *Curation Platforms in Social*

Media Curation. ALA TechSource.

- Wahyudin, M., & Yuliando, H. (2018). The Implementation of Knowledge Management on Traditional retail. *KnE Life Sciences*, 4(2), 117–127. <https://doi.org/10.18502/cls.v4i2.1663>
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). *Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation*. Harvard Business Review Press.
- Westerman, G., Tannou, M., Bonnet, D., Ferraris, P., & McAfee, A. (2012). The Digital Advantage: How Digital Leaders Outperform their Peers in Every Industry. *MIT Sloan Management Review*, 2, 1–24. http://www.capgemini.com/resource-file-access/resource/pdf/The_Digital_Advantage__How_Digital_Leaders_Outperform_their_Peers_in_Every_Industry.pdf
- Williams, T. A., Gruber, D. A., Sutcliffe, K. M., Shepherd, D. A., & Zhao, E. Y. (2017). Organizational response to adversity: Fusing crisis management and resilience research streams. *Academy of Management Annals*, 11(2), 733–769. <https://doi.org/10.5465/annals.2015.0134>
- Wong, J. (2010). *Internet Marketing for Beginners*. Elex Media Komputindo.