PENGARUH LITERASI DIGITAL DAN PEMANFAATAN *ARTIFICIAL INTELLIGENCE* TERHADAP KINERJA UMKM SEKTOR *F&B* DI KOTA DEPOK

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan
Memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh :

Aldiansyah Anggoro Putra

092022090287

PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS GLOBAL JAKARTA
2026

PENGARUH LITERASI DIGITAL DAN PEMANFAATAN *ARTIFICIAL INTELLIGENCE* TERHADAP KINERJA UMKM SEKTOR *F&B* DI KOTA DEPOK

Disusun oleh:
Nama : Aldiansyah Anggoro Putra
NIM : 0920220902387

PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS GLOBAL JAKARTA
2026

Depok, Agustus 2026
Menyetujui,

Pembimbing I	Pembimbing II
Yuni Pambreni, S.S.T., M.Mgt.	Agnemas Yusoep Islami, S.S.T., M.Sc.

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa berdasarkan hasil penelusuran berbagaikarya ilmiah, gagasan dan masalah ilmiah yang diteliti dan diulas di dalam Naskah Skripsi ini adalah asli dari pemikiran saya. Tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik disuatu PerguruanTinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalamsumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah Skripsi inidapat dibuktikan terdapat unsurunsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Depok, Agustus 2026

Mahasiswa,



Aldiansyah Anggoro Putra

NIM. 092022090287

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

Skripsi ini diajukan oleh

Nama	:	Aldiansyah Anggoro Putra
NPM	:	092022090287
Program Studi	:	Manajemen
Judul Skripsi	:	Pengaruh Literasi Digital dan *Artificial Intelligence* Terhadap Kinerja UMKM Sektor F&B di Kota Depok

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk Memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Study Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jakarta Global University.

DEWAN PEMBIMBING

Pembimbing 1	:	Yuni Pambreni, S.S.T., M.Mgt.	( )
Pembimbing 2	:	Agnemas Yusoep Islami, S.S.T., M.Sc.	( )

Ditetapkan di	:	Depok
Tanggal	:	8 Agustus 2026

MENGETAHUI

Ketua Program Studi Manajemen

Dwi Rahmawati, S.S.T., M.Mgt.

NIK. S092019030013

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

Skripsi ini diajukan oleh

Nama	:	Aldiansyah Anggoro Putra
NPM	:	092022090287
Program Studi	:	Manajemen
Judul Skripsi	:	Pengaruh Literasi Digital dan *Artificial Intelligence* Terhadap Kinerja UMKM Sektor F&B di Kota Depok

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk Memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Study Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jakarta Global University.

DEWAN PENGUJI

Penguji 1	:	Udriyah S.S.T, M.Mgt.	( )
Penguji 2	:	Suci Ayu Sudari S.S.T, M.Mgt.	( )
Penguji 3	:	Dwi Rachmawati S.S.T, M.Mgt.	( )

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 8 Agustus 2026

MENGETAHUI

Ketua Program Studi Manajemen

Dwi Rahmawati, S.S.T., M.Mgt.

NIK. S092019030013

Form I2 – Lembar Monitoring Revisi Sidang Skripsi	Revisi ke: 1 Tanggal revisi: 13 Agustus 2020

LEMBAR MONITORING REVISI SIDANG SKRIPSI

Nama Mahasiswa : ALDIANSYAH ANGGORO PUTRA

NIM : 092022090287

Prodi : S1 - Manajemen

Judul Skripsi : **Pengaruh Literasi Digital dan Artificial Intelligence Terhadap Kinerja UMKM Sektor F&B Di Kota Depok**

Dosen Penguji I : Udriyah, S.S.T., M.Mgt.

No	Isi Komentar/ Saran	Revisi/jawaban penulis	Paraf Penguji /Tanggal Persetujuan
1.	Tambahkan tabel data UMKM per sektor di kota Depok.	Sudah di sesuaikan.	31/7/26
2.	Penambahan kata "Pemanfaatan" atau "Kompetensi" pada judul	Sudah di sesuaikan	31/7/26
3.	Berikan contoh konkrit LD dan AI di UMKM.	Sudah di sesuaikan	31/7/26
4.	Perbaiki kerangka & hipotesis. Populasi, sampel, & teknik sampling	Sudah di sesuaikan Sesuai aturan Hal 77-85	31/7/26
5.	Perbaiki Penulisan & bab 4 terutama interpretasi hasil.	Sudah disesuaikan Hal 91	31/7/26
6.	Perbaiki kesimpulan, saran, daftar pustaka, dan lampiran.	Sudah disesuaikan Hal 99	31/7/26

Depok, 5 AGUSTUS 2026

Mengetahui,

Ketua Program Studi

(Dwi Rachmawati, S.S.T., M.Mgt.)

NIP 509201903013

Form I2 – Lembar Monitoring Revisi Sidang Skripsi	Revisi ke: 1 Tanggal revisi: 13 Agustus 2020

LEMBAR MONITORING REVISI SKRIPSI

Nama Mahasiswa : ALDIANSYAH ANGGORO PUTRA

NIM : 092022090287

Prodi : S1 - Manajemen

Judul Skripsi : **Pengaruh Literasi Digital dan Artificial Intelligence Terhadap Kinerja UMKM Sektor F&B Di Kota Depok**

Dosen Penguji II : Suci Ayu Sudari, S.S.T., M.Mgt

No	Isi Komentar/ Saran	Revisi/jawaban penulis	Paraf Penguji /Tanggal Persetujuan
1.	Data masih belum menunjukan permasalahan penelitian	Sudah di sesuaikan	
2.	Cari lagi referensi penelitian terdahulu yg relevan	Sudah di sesuaikan	
3.	Perbaiki kuesioner	Sudah di sesuaikan	
4.	Perbaiki interpretasi hasil + pembahasan	Sudah di sesuaikan	
5.	Kaji lagi variabel yg digunakan	Sudah di sesuaikan	
6.	Rapikan daftar pustaka	Sudah di sesuaikan	

7. Perbaiki saran dan kesimpulan
8. Tambahkan referensi di b.b 2 dan buku
9. Tambahkan grant teori

Depok, 5 agustus 2026

Mengetahui,
Ketua Program Studi

(Dwi Rachmawati, S.S.T., M.Mgt.)
NIP. 509201903 00013

Form I2 – Lembar Monitoring Revisi Sidang Skripsi	Revisi ke: 1 Tanggal revisi: 13 Agustus 2020

LEMBAR MONITORING REVISI SKRIPSI

Nama Mahasiswa : ALDIANSYAH ANGGORO PUTRA

NIM : 092022090287

Prodi : S1 - Manajemen

Judul Skripsi : **Pengaruh Literasi Digital dan Artificial Intelligence Terhadap Kinerja UMKM Sektor F&B Di Kota Depok**

Dosen Penguji III : Dwi Rachmawati, S.S.T., M.Mgt .

No	Isi Komentar/ Saran	Revisi/jawaban penulis	Paraf Penguji /Tanggal Persetujuan
1	Data di bab 1 di perbaiki yg relate, setiap variabel tambahkan data pendukung.	Sudah di sesuaikan	
2	Bab 2. tambahkan indikator dari 3 sumber untuk setiap variabel	Sudah di sesuaikan	
4.	~~Arti~~ Artikel jurnal max 5 tahun terakhir.	Sudah di sesuaikan	
5	lampiran kuesioner perbaiki yg terbaru, mohkan deskripsi analisis semua pertanyaan yg sesuai kriteria.	Sudah di sesuaikan	
6	Sesuaikan Bab 3 dan 4. tencana dan hasil penelitian	Sudah di sesuaikan	

Depok, 5 agustus 2026

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Dwi Rachmawati, S.S.T., M.Mgt.

NIP. S092019030013

FM/UGJ/L.053

Form B2 – Lembar Konsultasi Skripsi	Revisi ke: 3 Tanggal revisi: 01 Oktober 2024

LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Aldiansyah Anggoro Putra

NIM : 092022090287

Judul : Pengaruh Literasi Digital dan Artificial Intelligence Terhadap Kinerja UMKM sektor F&B di Kota Depok

Dosen Pembimbing I : Yuni Pambreni, S.S.T., M.Mgt

No.	Tanggal	Uraian Kegiatan yang Dilakukan	Paraf Dosen
1	17/4/26	Revisi bab 1- bab 3	
2	24/4/26	draft bab 4	
3	7/5/26	Revisi bab 4	
4	14/5/26	draf bab 5	
5	15/6/26	Revisi bab 5 dan lampiran	
6	30/6/26	acc bab 1- dan 5	
7			
8			

* Minimal 6 kali pertemuan

Depok, 28 Juni 2026
Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

(Dwi Rachmawati, S.ST., M.Mgt.)
NIK. S092019030013

LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI

FM/UGJ/L.053

Form B2 – Lembar Konsultasi Skripsi	Revisi ke: 3 Tanggal revisi: 01 Oktober 2024

Nama Mahasiswa : Aldiansyah Anggoro Putra

NIM : 092022090287

Judul : Pengaruh Literasi Digital dan Artificial Intelligence Terhadap Kinerja UMKM sektor F&B di Kota Depok

Dosen Pembimbing II : Agnemas Yusoep Islami, S.S.T., M.Sc.

No.	Tanggal	Uraian Kegiatan yang Dilakukan	Paraf Dosen
1	17/4/26	Revisi bab 1 - bab 3	
2	24/4/26	draft bab 4	
3	7/5/26	Revisi bab 4	
4	15/5/26	draft bab 5	
5	5/6/26	Revisi bab 5 dan lampiran	
6	20/6/26	ACC bab 1 - dan bab 5	
7			
8			

* Minimal 6 kali pertemuan

Depok, 28 Juni 2026
Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

(Dwi Rachmawati, S.ST., M.Mgt.)
NIK. S092019030013

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat- Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "Pengaruh Literasi Digital dan *Artificial Intelligence* Terhadap Kinerja Umkm Sektor F&B di Kota Depok". Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, dan kelancaran dalam penyusunan skripsi ini.
2. Kepada kedua orang tuaku tercinta, meskipun kita bukan keluarga yang terbiasa berbicara dari hari ke hati, penulis tahu bahwa dibalik keheningan itu tersimpan doa yang tak pernah putus untuk penulis. penulis memahami dan merasakan bahwa dukungan yang kalian berikan selama ini hadir dalam bentuk yang berbeda, kalian mungkin tidak selalu mengucapkannya, tetapi tindakan dan keberadaan kalian adalah bukti kasih sayang yang tak terhingann. Setiap langkah dan pencapaian yang penulis raih, termasuk selesainya skripsi ini, adalah bagian dari doa dan harapan kalian. Terima kasih atas segala pengorbanan, restu, dan kebahagiaan yang telah kalian berikan.
3. Ibu Yuni Pambreni, S.S.T., M.Mgt dan Bapak Agnemas Yusoep Islami, S.S.T., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing saya yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan arahan serta bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Ir. Djoko Setyo Widodo, SE., MM., MSI., CHRA., P.h.D, Selaku Rektor Universitas Global Jakarta beserta jajarannya.
5. Ibu Alfi Maghfuriyah, S.S.T., M.Sc, sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Global Jakarta.

6. Ibu ketua Program Studi Manajemen yaitu Dwi Rachmawati, S.ST., M.Mgt. yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman selama masa perkuliahan.
7. Kepada seseorang yang tidak kalah penting kehadirannya, Pocut Dara. Terima kasih telah menjadi bagian dalam proses perjalanan penulis menyusun skripsi. Berkontribusi baik tenaga, waktu, menemani, mendukung, serta menghibur penulis dalam kesedihan. mendengarkan keluh kesah dan meyakinkan penulis untuk pantang menyerah hingga penyusuan skripsi ini terselesaikan.
8. Teman-teman dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dan memberikan semangat selama proses penyusunan skripsi.

Depok, 8 Agustus 2026

Aldiansyah Anggoro Putra

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Skripsi ini diajukan oleh

Nama	:	Aldiansyah Anggoro Putra
NIM	:	092022090287
Program Studi	:	Manajemen
Judul Skripsi	:	Pengaruh Literasi Digital dan Pemanfaatan *Artificial Intelligence* Terhadap Kinerja Umkm Sektor F&B di Kota Depok

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Jakarta Global University Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

"Pengaruh Literasi Digital dan Pemanfaatan *Artificial Intelligence* Terhadap Kinerja Umkm Sektor F&B di Kota Depok"

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Jakarta Global University berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data *(database)*, merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Depok, Agustus 2026

Yang Menyatakan



(Aldiansyah Anggoro Putra)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Literasi Digital dan Pemanfaatan *Artificial Intelligence* Terhadap Kinerja UMKM Sektor F&B di Kota Depok. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif. Populasi penelitian berjumlah 1,886 UMKM sektor *food and beverage*, ditentukan menggunakan rumus slovin dengan jumlah sampel adalah 100 pemilik UMKM dan menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi dengan bantuan SPSS versi 31.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM dengan nilai t hitung sebesar 6.566 dan signifikansi 0.001 < 0.05. Pemanfaatan *Artificial Intelligence* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM dengan nilai t hitung sebesar 2.068 dan signifikansi 0.047 < 0.05. Secara simultan, literasi digital dan Pemanfaatan *Artificial Intelligence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM dengan nilai F hitung sebesar 136.874 dan signifikansi 0.001 < 0.05. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,733 menunjukkan bahwa 73.3% variasi kinerja UMKM dapat dijelaskan oleh literasi digital dan Pemanfaatan *Artificial Intelligence*, sedangkan 27.7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa literasi digital dan Pemanfaatan *Artificial Intelligence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM Sektor F&B di Kota Depok. Oleh karena itu, UMKM perlu menerapkan literasi digital dan Pemanfaatan *Artificial Intelligence* untuk mendukung peningkatan kinerja UMKM.

Kata Kunci: Literasi Digital, Pemanfaatan *Artificial Intelligence*, Kinerja UMKM, Manajemen Sumber Daya Manusia.

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of Digital Literacy and Artificial Intelligence on the performance of Food and Beverage (F&B) SMEs in Depok City. The study employed a quantitative approach with an associative research method. The population consisted of 1,886 food and beverage SMEs, and the sample size of 100 SME owners was determined using the Slovin formula and selected through purposive sampling. Data were collected through questionnaires and analyzed using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination with the assistance of SPSS version 31.

The results indicate that digital literacy has a positive and significant effect on SME performance, with a t-value of 6.566 and a significance value of 0.001 < 0.05. Artificial Intelligence Utilization also has a positive and significant effect on SME performance, with a t-value of 2.068 and a significance value of 0.047 < 0.05. Simultaneously, digital literacy and Artificial Intelligence Utilization have a positive and significant effect on SME performance, with an F-value of 136.874 and a significance value of 0.001 < 0.05. The coefficient of determination (R Square) of 0.733 indicates that 73.3% of the variation in SME performance can be explained by digital literacy and Artificial Intelligence Utilization, while the remaining 27.7% is influenced by other factors outside this study.

Based on the research results, it can be concluded that digital literacy and Artificial Intelligence Utilization have a positive and significant effect on the performance of F&B SMEs in Depok City. Therefore, SMEs need to adopt digital literacy and Artificial Intelligence to support the improvement of their business performance.

Keywords: *Digital Literacy, Artificial Intelligence Utilization, SME Performance, Human Resource Management.*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI ..... **ii**
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING ..... **iii**
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI ..... **iv**
LEMBAR MONITORING REVISI SIDANG SKRIPSI ..... **v**
LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI ..... **viii**
KATA PENGANTAR ..... **x**
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS ..... **xii**
ABSTRAK ..... **xiii**
ABSTRACT ..... **xiv**
DAFTAR ISI ..... **xv**
DAFTAR GAMBAR ..... **xix**
DAFTAR TABEL ..... **xx**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 16
1.3 Tujuan Penelitian 16
1.4 Manfaat Penelitian 16
1.4.1 Manfaat Teoretis 16
1.4.2 Manfaat Praktis 17
1.5 Batasan Penelitian 18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **19**
2.1 *Grand Theory* 19
2.1.1 Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) 19
2.1.2 Literasi Digital 20
2.1.3 Pemanfaatan *Artificial Intelligence* 28
2.1.4 Kinerja UMKM 37
2.2 Penelitian Terdahulu 47
2.3 Kerangka Pemikiran 53

2.4 Rumusan Hipotesis 53
2.4.1 Pengaruh Literasi Digital terhadap Kinerja UMKM 53
2.4.2 Pengaruh Pemanfaatan *Artificial Intelligence* terhadap Kinerja UMKM 54
2.4.3 Pengaruh Literasi Digital dan Pemanfaatan *Artificial Intelligence* terhadap Kinerja UMKM 55
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 56
3.1 Jenis dan Metode Penelitian 56
3.2 Fokus Penelitian 56
3.3 Sumber Data Penelitian 57
3.3.1 Data Primer 57
3.3.2 Data Sekunder 57
3.4 Variabel Penelitian 57
3.4.1 Variabel Independen (Variabel Bebas) 58
3.4.2 Variabel Dependen (Variabel Terikat) 58
3.5 Definisi Operasional 58
3.6 Lokasi dan Objek Penelitian 60
3.7 Populasi dan Sampel 61
3.7.1 Populasi 61
3.7.2 Sampel 61
3.8 Teknik Pengambilan Sampel 62
3.9 Teknik Pengumpulan Data 63
3.9.1 Kuesioner (Angket) 63
3.9.2 Observasi 64
3.10 Instrumen Penelitian 64
3.11.1 Analisis Deskriptif 71
3.12 Uji Instrumen 71
3.12.1 Uji Validitas 71
3.12.1 Uji Reliabilitas 72
3.13 Uji Asumsi Klasik 72
3.13.1 Uji Normalitas 72
3.13.2 Uji Multikolinearitas 73
3.13.3 Uji Heteroskedastisitas 73

3.14 Uji Hipotesis 73
3.14.1 Uji Parsial (Uji T) 73
3.14.2 Uji Simultan (Uji F) 74
3.15 Analisis Regresi Linear Berganda 74
3.16 Uji Koefisien Determinasi (R^2) 75
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 76
4.1 Deskripsi Data 76
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian 76
4.2 Hasil Penelitian 76
4.3 Hasil Uji Instrumen 77
4.3.1 Hasil Uji Validitas 77
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas 79
4.4 Analisis Deskriptif 80
4.4.1 Deskripsi Karakteristik Responden 80
4.4.2 Deskripsi Variabel Penelitian 86
4.5 Uji Asumsi Klasik 94
4.5.1 Uji Normalitas 94
4.5.2 Uji Multikolinearitas 95
4.5.3 Uji Heterokedatisitas 96
4.6 Uji Hipotesis 97
4.6.1 Uji Parsial (Uji t) 97
4.6.2 Uji Simultan (Uji F) 99
4.7 Analisis Regresi Liniear Berganda 100
4.8 Uji Koefisien Determinasi 101
4.9 Pembahasan 102
4.9.1 Pengaruh Literasi Digital Kerja Terhadap Kinerja UMKM 102
4.9.2 Pengaruh Pemanfaatan *Artificial Intelligence (AI)* Terhadap Kinerja UMKM 104
4.9.3 Pengaruh Simultan Literasi Digital dan Pemanfaatan *Artificial Intelligence (AI)* Terhadap Kinerja UMKM 105
BAB V KESIMPULAN 107
5.1 Kesimpulan 107
5.2 Saran 108

DAFTAR PUSTAKA 110
LAMPIRAN 124
Lampiran 1. Biodata Peneliti 124
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian 125
Lampiran 3. Dokumentasi Sebar Kuesioner 132
Lampiran 4. Tabulasi Data 133
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas 136
Lampiran 6. Hasil Uji Reliabilitas 139
Lampiran 7. Hasil Uji Asumsi Klasik 140
Lampiran 8. Hasil Uji Hipotesis 141
Lampiran 9. Hasil Analisis 142
Lampiran 10. r tabel 143
Lampiran 11. t tabel 144
Lampiran 12. F tabel 145
Lampiran 13. Lembar Konsultasi Skripsi 146
Lampiran14. Lembar Monitoring Revisi Sidang Skripsi 148

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkat Penggunaan AI oleh UMKM berdasarkan Jenis Aktivitas Kerja 6
Gambar 1.2Hasil Observasi Penerapan Literasi Digital pada UMKM Sektor Food and Beverage di Kota Depok 8
Gambar 1.3 Hasil Observasi Penerapan Artificial Intelligence pada UMKM Sektor Food and Beverage di Kota Depok 8
Gambar 1.4 Laju Pertumbuhan dan peranan kategori industri Makanan dan Minuman terhadap PDRB Kota Depok 2021 - 2025 9
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran 53
Gambar 4.1 Hasil Uji Heterokedastisitas 97

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 UMKM Di Indonesia Yang Belum Mengadopsi Digitalisasi 2
Tabel 1.2 Jumlah UMKM di Jawa Barat 3
Tabel 1.3 Kondisi UMKM Kota Depok 4
Tabel 1.4 Kendala Literasi Digital UMKM di Indonesia 4
Tabel 1.5 Jumlah UMKM Antar Kota di Provinsi Jawa Barat Pada Tahun 2021 – 2025 9
Tabel 1.6 Proyeksi Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan Kategori Usaha di Jawa Barat 10
Tabel 1. 7 Jumlah UMKM Food & Beverage di Kota Depok Pada Tahun 2022 - 2024 11
Tabel 1.8 Program Digitalisasi UMKM Dari Pemkot Depok 12
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu 47
Tabel 3.1 Definisi Operasional 59
Tabel 3.2 Skala Likert 64
Tabel 3.3 Instrumen Penelitian 65
Tabel 4.1 Distribusi Pernyataan Berdasarkan Variabel 77
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas 78
Tabel 4.3 Hasil Uji Reabilitas 80
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Jenis Kelamin 81
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Usia 82
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Domisili Kecamatan 83
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan 84
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Lama Usaha 85
Tabel 4.9 Kategori Kelas interval 87
Tabel 4.10 Data Analisis Deskriptif Variabel Literasi Digital (X1) 87
Tabel 4.11 Data Analisis Deskriptif Variabel Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) (X2) 89
Tabel 4.12 Data Analisis Deskriptif Variabel Kinerja UMKM (Y) 92
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas Klomogorov-Smirnov 94

Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolieritas 96
Tabel 4.15 Hasil Uji Hipotesis Uji t..... 98
Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis Uji F..... 99
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Liniear Berganda..... 100
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi..... 102

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital dan Pemanfaatan *Artificial Intelligence* telah menjadi fenomena global yang menandai transformasi besar dalam dunia kerja. Di banyak negara, Pemanfaatan *Artificial Intelligence* dan digitalisasi telah mengubah struktur pekerjaan yang mana mempercepat otomatisasi proses, serta meningkatkan permintaan terhadap keterampilan digital pada tenaga kerja. Seperti literasi digital, yang menjadi kunci bagi pekerja untuk tetap relevan di era digital ini dan untuk memaksimalkan Pemanfaatan *Artificial Intelligence* dalam lingkungan kerja modern (Makela & Stephany, 2024).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan strategis dalam penyerapan tenaga kerja serta pemerataan pendapatan dan merupakan tulang punggung perekonomian nasional (Pradyaningrum dkk., 2026). Menurut (Rachmawati et al., 2023), perkembangan teknologi yang semakin pesat telah mengubah berbagai aspek kegiatan ekonomi sehingga UMKM dituntut untuk menerapkan strategi bisnis berbasis digital agar mampu mempertahankan dan meningkatkan keberlangsungan usahanya. Digitalisasi usaha diperlukan sebagai strategi penjualan untuk menghadapi perubahan perilaku konsumen dan perkembangan teknologi (Pambreni et al., 2023). Dalam situasi tersebut, literasi digital dipandang sebagai kompetensi utama yang berperan penting dalam menentukan kemampuan UMKM untuk menyesuaikan diri sekaligus mempertahankan keberlanjutan dan pertumbuhan usahanya di tengah ekosistem ekonomi digital (Tamyiz dkk., 2025).

Meskipun demikian, Kementerian Koperasi dan UKM mengungkapkan bahwa masih sangat sedikit UMKM yang berhasil memasarkan usahanya melalui platform online, yaitu hanya sekitar 4–10% (Pambreni dkk., 2023). Terdapat studi empiris yang menunjukkan bahwa hubungan tersebut tidak selalu terjadi secara langsung dan efektif di semua konteks bisnis, khususnya di UMKM yang masih menghadapi hambatan dasar dalam penerapan teknologi baru, sehingga adopsi digitalisasi dan Pemanfaatan *Artificial Intelligence* sering terhambat oleh faktor eksternal seperti infrastruktur,

sumber daya manusia, dan ketidaksiapan organisasi, bukan semata karena literasi digital itu sendiri (Tamyiz dkk.,2025).

Tabel 1.1 UMKM Di Indonesia Yang Belum Mengadopsi Digitalisasi

Tahun	Total UMKM (Unit)	UMKM *Go Digital* (Unit)	UMKM Belum *Go Digital* (Unit)
2022	65 Juta	19 Juta	46 Juta
2023	66 Juta	22,8 Juta	43,2 Juta
2024	>65 Juta	27 Juta	38 Juta

Sumber : linkumkm.id (2025), KADIN (2024), Kemenkeu RI (2024), Kementerian UMKM (2025), Komdigi (2024)

Berdasarkan Tabel 1.1, terlihat bahwa jumlah UMKM yang belum mengadopsi digitalisasi mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2022, jumlah UMKM yang belum mengadopsi digitalisasi tercatat sebesar 46 juta unit dari total 65 juta unit UMKM di indonesia. Angka tersebut menurun pada tahun 2023 menjadi 43,2 juta UMKM dari total 66 juta UMKM. Tren penurunan ini berlanjut pada tahun 2024, di mana jumlah UMKM yang belum mengadopsi transformasi digital masih mencapai 38 juta unit dari total >65 juta UMKM. Meskipun menunjukkan adanya kemajuan, data tersebut mengindikasikan bahwa lebih dari setengah UMKM di Indonesia hingga tahun 2024 masih belum menerapkan transformasi digital secara optimal. kementerian Koperasi dan UKM menyatakan bahwa terdapat sekitar 88,8 dan usaha di Indonesia merupakan UMKM, yang berpotensi menyerap tenaga kerja hingga 51,7 hingga 97,2% dari total penduduk (Pambreni dkk., 2023).

Kondisi ini menegaskan bahwa percepatan digitalisasi UMKM belum berjalan merata dan masih menghadapi berbagai kendala, terutama pada aspek kesiapan sumber daya manusia dan pemanfaatan teknologi dalam aktivitas operasional usaha (linkumkm.id,2023, Antara News, 2024, & Kementrian PANRB, 2025).

Tabel 1.2 Jumlah UMKM di Jawa Barat

Tahun	Total UMKM (Unit)
2023	±4,6 juta
2024	±4,5 juta
2025	±5 juta

Sumber: Kementrian UMKM (2025), BPS (2024)

Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu wilayah dengan jumlah UMKM terbesar di Indonesia. Berdasarkan data Pemerintah Provinsi Jawa Barat, jumlah UMKM di Jawa Barat mencapai sekitar 4,9 juta unit usaha. Jumlah tersebut menunjukkan besarnya potensi ekonomi daerah yang dapat dikembangkan melalui pemanfaatan teknologi digital. Besarnya jumlah UMKM di Jawa Barat menjadi peluang sekaligus tantangan dalam proses transformasi digital. Meskipun jumlah UMKM yang mengadopsi teknologi digital terus meningkat, masih terdapat banyak pelaku usaha yang belum mampu memanfaatkan teknologi secara optimal (BPS Kota Depok, 2025).

Salah satu kota yang mengalami perkembangan UMKM cukup pesat di Jawa Barat adalah Kota Depok. Kota Depok merupakan wilayah penyanggah Jakarta yang memiliki jumlah penduduk lebih dari 2 juta jiwa dan tingkat aktivitas ekonomi yang tinggi. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Depok (2025), pertumbuhan jumlah penduduk serta meningkatnya aktivitas perdagangan dan jasa telah menciptakan peluang yang besar bagi perkembangan UMKM, khususnya pada sektor makanan dan minuman (*Food and Beverage/F&B*). Sektor F&B menjadi salah satu sektor yang paling dinamis karena memiliki ketertarikan langsung dengan kebutuhan konsumsi masyarakat sehari-hari. Selain itu, perkembangan layanan digital seperti GoFood, GrabFood, ShopeeFood, dan berbagai marketplace lainnya telah menciptakan peluang baru bagi pelaku usaha untuk memperluas pasar dan meingkatkan penjualan. Oleh karena itu, sektor F&B menjadi salah satu sektor yang paling terdampak oleh proses transformasi digital. UMKM memiliki kontribusi yang cukup besar terhadap

perekonomian Kota Depok sehingga keberlangsungan dan peningkatan kinerja UMKM menjadi hal yang penting (Pambreni dkk., 2023).

Tabel 1.3 Kondisi UMKM Kota Depok

Indikator	Kondisi Terbaru
Jumlah Penduduk	>2 juta jiwa
UMKM Binaan Pemerintah Kota	>20.000 UMKM
Sektor Dominan	F&B, Perdagangan, Jasa
Potensi Digitalisasi	Marketplace, Qris, Media sosial
Tantangan	Literasi digital dan Adopsi Teknologi

Sumber: BPS Kota Depok (2025; Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Depok (2024)

Meskipun peluang digitalisasi semakin besar, masih banyak pelaku UMKM yang menghadapi berbagai kendala dalam mengadopsi teknologi digital. Salah satu kendalanya adalah rendahnya tingkat literasi digital. Rendahnya kemampuan dalam mengakses dan memanfaatkan teknologi dapat menyebabkan pelaku usaha kesulitan dalam melakukan pemasaran digital, mengelola transaksi elektronik, serta memanfaatkan data untuk mendukung pengambilan keputusan bisnis. Penelitian mengenai UMKM kuliner menunjukkan bahwa tingkat literasi digital yang rendah masih menjadi salah satu hambatan dalam optimalisasi pemanfaatan teknologi digital oleh pelaku usaha (Dafitri *et al*., 2026).

Tabel 1.4 Kendala Literasi Digital UMKM di Indonesia

No	Kendala	Persentase
1.	Dukungan pendanaan	57%
2.	Pelatihan dan pembelajaran digital	49%
3.	Dukungan regulasi	43%
4.	Layanan konsultasi/pendampingan bisnis	32%

Sumber: Boston Consulting Group & PT Telkom Indonesia (2022).

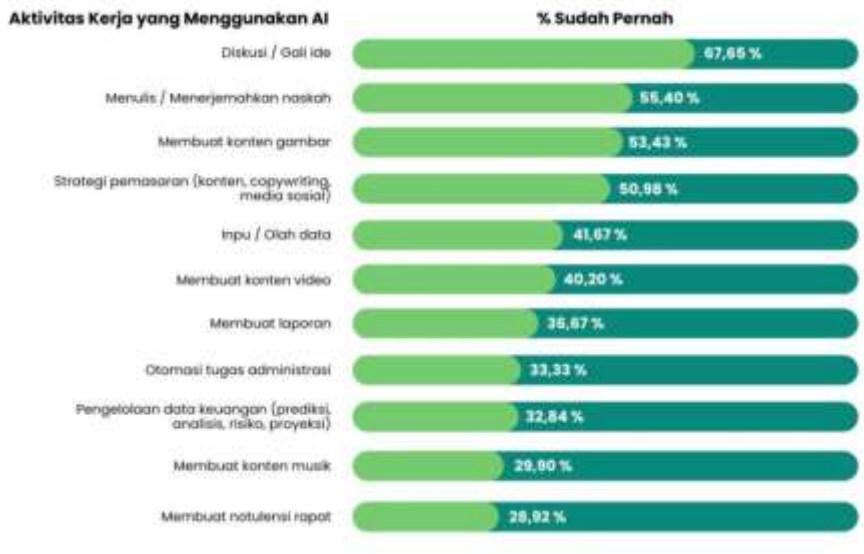
Literasi digital merupakan kemampuan individu dalam mengakses, memahami, mengevaluasi, serta memanfaatkan teknologi dan informasi digital secara efektif. Dalam konteks UMKM, literasi digital menjadi salah satu kompetensi penting yang

harus dimiliki pelaku UMKM dalam menghadapi perkembangan teknologi di era digital. Namun, pelaku UMKM masih menghadapi berbagai hambatan dalam proses digitalisasi usaha. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Boston Consulting Group (BCG) dan PT Telkom Indonesia, tantangan terbesar yang dihadapi UMKM adalah dukungan pendanaan sebesar 57%, diikuti keterbatasan dalam pelatihan dan pembelajaran digital sebesar 49%, dukungan regulasi sebesar 43%, serta kebutuhan layanan konsultasi dan pendampingan bisnis sebesar 32%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kemampuan dan keterampilan digital pelaku UMKM sebagai sumber daya manusia masih perlu ditingkatkan agar mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal dalam mendukung efisiensi operasional dan pengembangan usaha (Boston Consulting Group & PT Telkom Indonesia, 2022).

Pelaku UMKM yang memiliki tingkat literasi digital yang baik cenderung mampu menggunakan berbagai platform digital seperti media sosial, marketplace, aplikasi pencatat keuangan, sistem pembayaran digital dan aplikasi manajemen usaha. Sebaliknya, rendahnya tingkat literasi digital dapat menyebabkan pelaku usaha mengalami kesulitan dalam mengembangkan usahanya di era digital Selain literasi digital, Pemanfaatan teknologi *Artificial Intellegence* (AI) juga mulai mengubah cara UMKM menjalankan aktivitas bisnisnya. *Artificial Intellegence* merupakan teknologi yang memungkinkan sistem komputer untuk meniru kemampuan berpikir manusia dalam melakukan analisis data, pengambilan keputusan, prediksi, serta otomatisasi berbagai proses bisnis (Affandi et al., 2025).

Dalam sektor F&B, pemanfaatan AI dapat dilakukan melalui berbagai aktivitas bisnis, seperti pembuatan konten pemasaran digital, penyusunan strategi promosi, analisis preferensi pelanggan, pengelolaan hubungan pelanggan, hingga pengembangan ide produk baru. Berbagai aplikasi berbasis AI seperti ChatGPT, Gemini, Canva AI dan Meta AI memungkinkan pelaku UMKM memperoleh dukungan teknologi yang sebelumnya hanya dapat diakses oleh perusahaan besar. Menurut Kumar *et al*., (2024) pemanfaatan *Artificial Intellegence* memiliki pengaruh positif terhadap pertumbuhan pendapatan dan peningkatkan kinerja UMKM melalui peningkatan efisiensi operasional dan efektivitas pengambilan keputusan. Harahap *et*

al., (2024) juga menekankan bahwa penerapan *Artificial Intellegence* pada UMKM dapat meningkatkan produktivitas usaha dan membantu pelaku usaha beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis digital yang semakin kompleks.



Gambar 1.1 Tingkat Penggunaan AI oleh UMKM berdasarkan Jenis Aktivitas Kerja

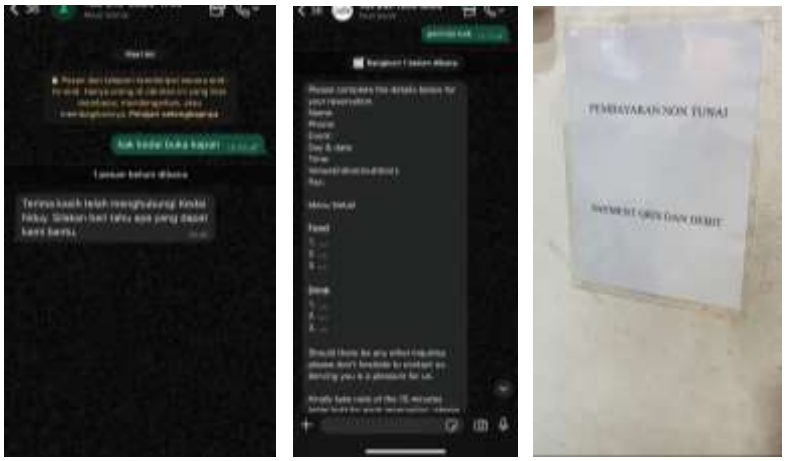
Sumber : ukmindonesia.id (2025)

Berdasarkan hasil survei, tingkat penggunaan *Artificial Intelligence* (AI) pada pelaku UMKM masih tergolong rendah, hanya sekitar 67,65% responden yang benar-benar memanfaatkannya dalam kegiatan usaha. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan mengenai AI belum sepenuhnya diikuti oleh penerapan teknologi AI dalam aktivitas bisnis UMKM. Selain itu, hasil survei juga menunjukkan bahwa pemanfaatan AI oleh UMKM masih belum optimal dalam mendukung peningkatan produktivitas kerja. Sebagian pelaku UMKM diketahui masih menggunakan AI secara terbatas dan belum memaksimalkan teknologi tersebut untuk meningkatkan efisiensi operasional, pemasaran digital, maupun pengembangan usaha. (UKM Indonesia, 2025).

Secara umum AI baru dimanfaatkan untuk berdiskusi atau menggali ide (67,65%), belum sampai untuk menyelesaikan tugas-tugas tertentu yang sebenarnya dapat menghemat banyak waktu pemilik UMKM dan meningkatkan produktivitas

karyawannya. 33,33% yang menggunakan AI untuk otomasi tugas administrasi tertentu, dan baru sekitar 32.84% yang menggunakannya untuk mengolah data. Namun, penggunaan untuk membuat konten gambar dan video untuk mendukung promosi sudah cukup populer, yaitu sekitar 53,43% dan 40,20%. Sementara sekitar 32.3% UMKM belum menggunakan AI sama sekali (UKM Indonesia, 2025). Keberhasilan adopsi teknologi pada UMKM sangat dipengaruhi oleh tingkat keterampilan digital dan kesiapan sumber daya manusia yang dimiliki pelaku usaha (Mohammed & Shanthi, 2024).

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan peneliti pada beberapa UMKM sektor Food and Beverage di Kota Depok, pelaku UMKM telah mulai menerapkan literasi digital dan *Artificial Intelligence* (AI) dalam mendukung kegiatan usahanya. Dari aspek literasi digital, beberapa UMKM telah memanfaatkan WhatsApp Business sebagai media komunikasi dan reservasi pelanggan melalui fitur pesan otomatis (auto-reply), serta menyediakan metode pembayaran digital melalui QRIS dan kartu debit untuk mempermudah proses transaksi. Sementara itu, dari aspek pemanfaatan AI, UMKM Kedai Nduy menggunakan AI untuk membantu pembuatan caption pada media sosial Instagram, UMKM Waroeng Aceh Kemang Margonda memanfaatkan AI sebagai pendukung dalam penyusunan desain menu, sedangkan UMKM Cemilanruby menggunakan AI sebagai chatbot untuk merespons pertanyaan pelanggan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa penerapan literasi digital dan AI pada UMKM sektor Food and Beverage di Kota Depok telah mulai dilakukan, namun masih berfokus pada aktivitas operasional tertentu. Pemanfaatannya belum dioptimalkan untuk mendukung fungsi bisnis yang lebih luas, seperti analisis data pelanggan, pengelolaan operasional, pengambilan keputusan, maupun peningkatan produktivitas usaha secara menyeluruh.

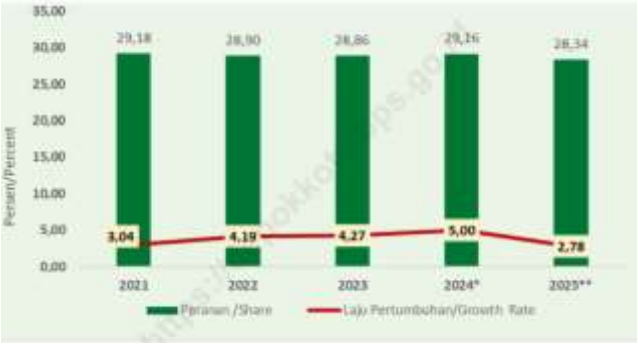


Gambar 1.2Hasil Observasi Penerapan Literasi Digital pada UMKM Sektor Food and Beverage di Kota Depok





Gambar 1.3 Hasil Observasi Penerapan Artificial Intelligence pada UMKM Sektor Food and Beverage di Kota Depok



Sumber: ppid.depok.go.id (2023)

Gambar 1.4 Laju Pertumbuhan dan peranan kategori industri Makanan dan Minuman terhadap PDRB Kota Depok 2021 - 2025

Berdasarkan Gambar 1.3, Kinerja Industri Makanan dan Minuman pada periode 2021-2025 mengalami kenaikan dimana kenaikan tertinggi di tahun 2024 sebesar 5 persen, sedangkan tahun 2025 kategori industri Makanan dan Minuman mengalami peningkatan sebesar 2,78 persen melambat dibanding tahun sebelumnya. Meskipun demikian, industri makanan dan minuman masih menjadi salah satu sektor yang berkontribusi terhadap pertumbuhan industri di Kota Depok (bps.go.id, 2026).

Tabel 1.5 Jumlah UMKM Antar Kota di Provinsi Jawa Barat Pada Tahun 2021 – 2025

No	Kota/ Kabupaten	2021	2022	2023	2024	2025
1.	Bogor	11.692	39.589	46.774	117.344	58.377
2.	Sukabumi	11.044	9.532	23.283	68.599	32.277
3.	Cianjur	3.102	12.917	28.624	102.467	30.060
4.	Bandung	8.681	32.833	39.776	81.826	44.522
5.	Garut	4.011	32.172	40.521	71.394	47.578
6.	Tasikmalaya	9.763	19.910	48.049	53.394	42.160
7.	Ciamis	2.807	8.624	33.503	25.949	16.762
8.	Depok	13.969	22.012	28.333	39.743	27.621
9.	Cirebon	4.002	18.180	28.783	58.883	31.797
10.	Majalengka	1.547	7.331	27.384	58.072	12.329

Sumber : BPS Provinsi Jawa Barat (2026)

Berdasarkan Tabel 1.5, Kota Depok merupakan salah satu daerah di Provinsi Jawa Barat yang memiliki jumlah UMKM yang relatif tinggi. Menempatkan Kota Depok sebagai salah satu wilayah dengan aktivitas UMKM yang cukup berkembang. Besarnya jumlah UMKM tersebut menunjukkan bahwa sektor usaha, termasuk sektor Food and Beverage (F&B), memiliki peran penting dalam perekonomian daerah. Namun, meningkatnya jumlah UMKM juga diikuti dengan semakin ketatnya persaingan usaha sehingga pelaku UMKM dituntut untuk memiliki sumber daya manusia yang mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi (OECD, 2023). Dalam menghadapi kondisi tersebut, literasi digital dan pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI) menjadi kompetensi yang penting bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan efisiensi operasional, mendukung pengambilan keputusan, serta meningkatkan kinerja usaha (UNESCO, 2023).

Tabel 1.6 Proyeksi Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan Kategori Usaha di Jawa Barat

No.	Kategori	2021	2022	2023
1.	Aksesoris	510	542	575
2.	Batik	510	542	575
3.	Bordir	73	77	82
4.	Craft	18227	19355	20553
5.	Fashion	17790	18891	20059
6.	Jasa	24789	26323	27952
7.	Konveksi	10863	11536	12249
8.	Kuliner	78450	83304	88458
9.	Makanan	57380	60930	64700
10.	Minuman	10645	11303	12003

Sumber : Opendata.jabarprov.go.id

Berdasarkan Tabel 1.6, jumlah usaha pada berbagai kategori di Jawa Barat menunjukkan perkembangan dari tahun 2021 hingga 2023. Salah satu kategori yang memiliki jumlah usaha paling tinggi adalah kategori kuliner, yang meningkat dari

78.450 unit pada tahun 2021 menjadi 88.458 unit pada tahun 2023. Selain itu, kategori makanan juga mengalami peningkatan dari 57.380 unit menjadi 64.700 unit, sedangkan kategori minuman meningkat dari 10.645 unit menjadi 12.003 unit. Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa bidang Food and Beverage (F&B) memiliki aktivitas usaha yang cukup besar dan terus mengalami peningkatan. Kondisi tersebut menjadi salah satu pertimbangan dalam memilih sektor F&B sebagai objek penelitian, karena besarnya jumlah usaha menunjukkan bahwa sektor ini memiliki peran penting dalam kegiatan UMKM dan relevan untuk dikaji lebih lanjut, khususnya dalam kaitannya dengan literasi digital, pemanfaatan *Artificial Intelligence*, dan peningkatan kinerja UMKM.

Tabel 1. 7 Jumlah UMKM Food & Beverage di Kota Depok Pada Tahun 2022 - 2024

Tahun	Jumlah UMKM (Unit)
2022	1,520 Unit Usaha
2023	1,795 Unit Usaha
2024	1,886 Unit Usaha

Sumber : Opendata.jabarprov.go.id

Gambaran perkembangan jumlah UMKM sektor *Food and Beverage (F&B)* di Kota Depok dapat dilihat pada Tabel 1.4, yang menunjukkan adanya peningkatan jumlah unit usaha dari tahun 2022 ke tahun 2024 berdasarkan Open Data Provinsi Jawa Barat pada tahun 2025. Peningkatan tersebut mencerminkan tingginya minat pelaku usaha untuk mengembangkan bisnis kuliner, yang didorong oleh permintaan pasar yang relatif stabil, karakteristik produk makanan dan minuman sebagai kebutuhan dasar, serta pertumbuhan jumlah penduduk dan aktivitas ekonomi perkotaan di Kota Depok.

Menurut BINUS University (2024), UMKM sektor Food and Beverage (F&B) memiliki potensi pasar yang besar, tetapi juga menghadapi berbagai tantangan, seperti menjaga kualitas dan konsistensi produk, tingginya biaya operasional, ketatnya persaingan, pengelolaan tenaga kerja, serta risiko kerugian akibat bahan baku dan

produk yang mudah rusak. Seiring waktu, industri UMKM *food and beverage* menunjukkan laju perkembangan yang cukup cepat, di mana tingkat permintaan berpotensi meningkat apabila pelaku usaha mampu berkreasi dan berinisiatif dalam memberikan nilai tambah, mulai dari inovasi kemasan, penerapan strategi pemasaran, pengembangan produk, kualitas rasa, hingga berbagai faktor pendukung lainnya. Khusus pada aspek kemasan, UMKM di sektor *food and beverage* dituntut untuk terus menghadirkan pembaruan agar dapat menarik minat konsumen secara lebih optimal (Pambreni dkk., 2023).

Meskipun peningkatan jumlah UMKM sektor *Food and Beverage (F&B)* di Kota Depok menunjukkan tren pertumbuhan unit usaha, realitas operasional yang dihadapi pelaku UMKM tidak selalu menunjukkan kinerja yang meningkat secara signifikan seiring pertambahan jumlah usaha. Banyak UMKM masih menghadapi tantangan serius terkait adopsi teknologi digital dan kemampuan internal untuk meningkatkan produktivitas, sehingga kinerja UMKM dan efisiensi operasional dapat terhambat (Nasution & Wulandari, 2025).

Tabel 1.8 Program Digitalisasi UMKM Dari Pemkot Depok

Tahun	Nama Program	Sasaran / Fokus
2022	Program 5.000 Wirausaha Baru (WUB)	Program pelatihan kewirausahaan (digitalisasi usaha termasuk startup digital sebagai bagian dari dukungan UMKM); berkolaborasi dengan berbagai pihak untuk mencetak wirausaha baru
2023	DKUM Dorong UMKM *Go Digital*	Integrasi pemasaran digital melalui pelatihan dan kerjasama dengan

Tahun	Nama Program	Sasaran / Fokus
		perguruan tinggi serta pemasaran online; kurasi produk agar siap dipasarkan digital; pendekatan e-katalog dan e-procurement untuk UMKM
2024	Program Belanja Online DEPROK	Peluncuran platform belanja online Depok Ekonomi Pro Rakyat-Ok (DEPROK) bekerjasama dengan Mbizmarket untuk mendorong UMKM naik kelas dan go digital
2025	Kolaborasi Digitalisasi UMKM x DKUM Kota Depok & GrabMerchant	Pendampingan onboarding UMKM ke GrabMerchant untuk digitalisasi operasional usaha termasuk pemasaran dan pembayaran digital

Sumber : ANTARA News (2022), berita.depok.go.id (2023 & 2024), umkmdkerens (2025)

Pemerintah Kota Depok secara konsisten mendorong digitalisasi UMKM melalui berbagai program strategis sejak tahun 2022 hingga 2025 sebagai upaya meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Pada tahun 2022, Pemkot Depok melalui Dinas Koperasi dan Usaha Mikro (DKUM) melaksanakan Program 5.000 Wirausaha Baru (WUB) yang tidak hanya berfokus pada penciptaan pelaku usaha baru, tetapi juga

membekali UMKM dengan dasar kewirausahaan dan kesiapan adaptasi terhadap ekosistem digital (ANTARA News, 2022).

Upaya ini berlanjut pada tahun 2023 dengan penguatan program UMKM *Go Digital*, yang menitikberatkan pada pelatihan pemasaran digital, kurasi produk, serta pengenalan UMKM pada platform e-katalog dan e-procurement pemerintah (berita.depok.go.id, 2023). Pada tahun 2024, komitmen tersebut semakin diperkuat melalui peluncuran program belanja online DEPROK (Depok Ekonomi Pro Rakyat-Ok) yang memfasilitasi UMKM untuk memasarkan produknya secara daring melalui platform resmi yang terintegrasi dengan pengadaan pemerintah. Selain itu, Pemkot Depok juga menyelenggarakan pelatihan Digital Entrepreneurship Academy (DEA) bekerja sama dengan Kementerian Kominfo untuk meningkatkan literasi digital dan kemampuan pengelolaan usaha berbasis teknologi (berita.depok.go.id, 2024).

Memasuki tahun 2025, program digitalisasi UMKM diperluas melalui kolaborasi dengan platform digital seperti *GrabMerchant* serta kerja sama dengan institusi pendidikan, seperti Politeknik Negeri Jakarta, guna mendampingi UMKM dalam pemasaran digital dan manajemen keuangan berbasis teknologi. Rangkaian program ini menunjukkan adanya komitmen berkelanjutan Pemkot Depok dalam mendorong transformasi digital UMKM, meskipun tingkat pemanfaatan teknologi lanjutan seperti *Artificial Intelligence* di kalangan UMKM masih memerlukan penguatan lebih lanjut (umkmdkerens, 2025).

Meskipun sejumlah studi sebelumnya telah mengeksplorasi hubungan antara literasi digital, *Artificial Intelligence* dan kinerja UMKM, masih terdapat kekosongan empiris yang signifikan ketika variabel-variabel tersebut diteliti bersama dalam konteks UMKM F&B di Depok. Menurut Dahman dkk., (2023), Kinerja UMKM dapat ditingkatkan melalui penguatan keunggulan kompetitif yang dimiliki, khususnya dengan cara meningkatkan tingkat literasi digital sehingga kemampuan bersaing pegawai menjadi lebih optimal. Penelitian yang dilakukan oleh Prasetio (2024) di sektor ekonomi menemukan bahwa baik literasi digital maupun *Artificial Intelligence* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kinerja UMKM karena

kemampuan dan literasi digital dan pemanfaatan *Artificial Intelligence* meningkatkan efektivitas kerja serta kualitas output karyawan.

Hasil serupa juga ditunjukkan dalam studi terkait peran literasi digital dan *Artificial Intelligence* dalam menentukan efektivitas dan efisiensi kerja dalam sektor ekonomi, yang menunjukkan bahwa kombinasi kedua faktor dapat mempercepat proses kerja dan mengurangi beban administratif sehingga memberikan kontribusi pada kinerja (Niam dkk., 2025). Namun, terdapat penelitian yang memberikan temuan tidak signifikan atau parsial, seperti studi di perusahaan logistik yang menemukan bahwa meskipun literasi digital berpengaruh signifikan terhadap dan kinerja UMKM, sedangkan *Artificial Intelligence* tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap kinerja UMKM tanpa peran mediasi variabel lain seperti motivasi (Sudarman dkk., 2025).

Selain itu, riset yang mengkaji kesiapan karyawan dalam era *Artificial Intelligence* mengungkap bahwa literasi digital sendiri tidak selalu berdampak signifikan terhadap kinerja UMKM (Jagad, 2025). Lebih jauh lagi, sebagian besar literatur yang ada masih memisahkan literasi digital dan *Artificial Intelligence* sebagai fenomena yang berdiri sendiri, tanpa mengintegrasikan kedua konsep tersebut secara simultan dalam model penelitian yang sama. Meskipun ada kajian yang membahas secara konseptual bagaimana literasi digital dan *Artificial Intelligence* dapat bersama-sama mempengaruhi efektivitas dan efisiensi karyawan, studi empiris yang menggabungkan kedua variabel ini dengan pendekatan kuantitatif masih sangat terbatas dan sering bersifat deskriptif atau berbasis kajian literatur.

Selain itu, penelitian – penelitian tersebut belum fokus secara spesifik pada UMKM sektor *Food and Beverage (FnB)*, apalagi dengan lokus geografis yang sempit seperti Kota Depok. Banyak studi yang dilakukan pada sektor industri lain atau pada UMKM secara umum tanpa memisahkan sektor *food and beverage (FnB)*, sehingga konteks unik UMKM *FnB* yang memiliki karakter operasi berbeda dari sektor lain belum teruji secara empiris dalam hubungan literasi digital ditambah *Artificial Intelligence* terhadap kinerja UMKM. Dengan demikian, terdapat kebutuhan yang jelas untuk penelitian yang mengintegrasikan kedua variabel teknologi literasi digital dan

Artificial Intelligence sekaligus dalam satu model, menggunakan pendekatan empiris kuantitatif yang kuat, dan berfokus pada UMKM sektor *food and beverage* di Kota Depok untuk mengisi gap ini sekaligus memberikan temuan yang lebih kontekstual dan aplikatif di era digital saat ini.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Literasi Digital berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM sektor *Food and Beverage* di Kota Depok?
2. Apakah *Artificial Intelligence* berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM sektor *Food and Beverage* di Kota Depok?
3. Apakah Literasi Digital dan *Artificial Intelligence* secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM sektor *Food and Beverage* di Kota Depok?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh yang signifikan literasi digital terhadap kinerja UMKM sektor *Food and Beverage* di Kota Depok.
2. Mengetahui pengaruh yang signifikan Pemanfaatan *Artificial Intelligence* terhadap kinerja UMKM sektor *Food and Beverage* di Kota Depok.
3. Mengetahui pengaruh yang signifikan literasi digital dan Pemanfaatan *Artificial Intelligence* secara simultan (bersama-sama) terhadap kinerja UMKM sektor *Food and Beverage* di Kota Depok.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoretis

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengembangan ilmu manajemen sumber daya manusia dan manajemen UMKM, khususnya dalam konteks kinerja UMKM di era transformasi digital. Hasil penelitian ini memberikan kontribusi konseptual dengan memperluas pemahaman mengenai peran literasi digital sebagai kapabilitas individu yang mampu meningkatkan efektivitas, efisiensi, dan kualitas kinerja UMKM sektor *Food and Beverage*. Dengan mengkaji literasi digital sebagai faktor penentu kinerja, penelitian ini dapat memperkuat dan mengembangkan teori-

teori sebelumnya yang menempatkan kompetensi digital sebagai bagian dari keunggulan kompetitif sumber daya manusia dalam organisasi berskala kecil dan menengah. Selain itu, penelitian ini juga memberikan kontribusi teoretis melalui integrasi variabel *Artificial Intelligence* dan literasi digital dalam satu model empiris yang diuji secara simultan terhadap kinerja UMKM. Pendekatan ini diharapkan dapat mengisi kekosongan literatur yang selama ini masih memisahkan pembahasan antara literasi digital dan pemanfaatan *Artificial Intelligence*, khususnya pada konteks UMKM. Dengan fokus pada UMKM sektor *Food and Beverage* di Kota Depok, penelitian ini dapat memperkaya kajian kontekstual dan menjadi referensi akademik bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengembangkan model kinerja UMKM berbasis teknologi digital dan kecerdasan buatan pada sektor usaha dan wilayah yang serupa.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi UMKM (Sektor *FnB*)

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan praktis bagi pelaku UMKM sektor *Food and Beverage* di Kota Depok dalam merumuskan strategi pengelolaan sumber daya manusia berbasis teknologi. Temuan penelitian dapat memberikan gambaran mengenai pentingnya peningkatan literasi digital serta pemanfaatan *Artificial Intelligence* secara tepat guna untuk mendukung aktivitas operasional, pemasaran, dan pengambilan keputusan usaha. Dengan demikian, UMKM *FnB* dapat mengoptimalkan kinerja UMKM, meningkatkan produktivitas kerja, serta memperkuat daya saing usaha di tengah persaingan bisnis yang semakin dinamis dan berbasis digital.

2. Bagi Peneliti

   Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi sarana bagi peneliti untuk mengaplikasikan dan mengembangkan pemahaman teoritis terkait literasi digital, *Artificial Intelligence*, dan kinerja UMKM dalam konteks UMKM *FnB*. Penelitian ini juga memberikan pengalaman empiris dalam mengkaji fenomena transformasi digital pada UMKM sektor F&B di tingkat lokal, khususnya di Kota Depok. Selain itu, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi

awal dan acuan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik mengkaji topik serupa, baik dengan pengembangan variabel, metode penelitian, maupun perluasan objek dan wilayah penelitian.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa batasan masalah agar fokus tetap terjaga, yaitu:

1. Lingkup Penelitian:

   Penelitian ini hanya dilakukan di Kota Depok.

2. Aspek yang Diteliti:

   Fokus penelitian ini hanya pada tiga variable, yaitu Literasi Digital, *Artificial Intelligence* dan Kinerja UMKM.

3. Subjek Penelitian:

   Penelitian ini hanya melibatkan pemilik Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sektor *FnB* di Kota Depok dengan total 100 pemilik UMKM Sektor *FnB* di Kota Depok sebagai populasi.

4. Metode Pengumpulan Data:

   Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan observasi.

DAFTAR PUSTAKA

Aboelmaged, M. G. (2021). An Empirical Investigation of Technology Acceptance and AI Adoption in Organizations. Technology in Society, 66.

Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2022). Metodologi penelitian kuantitatif. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.

Adzra, A., Sa'diah, H., & Gusmaneli, G. (2025). Meningkatkan Kemampuan Literasi Digital Siswa Melalui Pembelajaran Berbasis Teknologi. Journal of Media and Communication| E-ISSN: 3063-9581, 2(2), 47-51.

Amira, B., & Nasution, M. I. P. (2023). Pemanfaatan Kecerdasan Buatan (Ai) Dalam Meningkatkan Efesiensi Dan Pengembangan Usaha Mikro,Kecil Dan Menengah (Umkm). JURMA: Jurnal Riset Manajemen, 1(4), 362–371.

Aula, S., Hanoum, S., & Prihananto, P. (2022). Peran Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Resiliensi Organisasi: Sebuah Studi Literatur. Jurnal Sains Dan Seni Its, 11(1), 143–148.

Affandi, Y., Ridhwan, M. M., Trinugroho, I., & Adiwibowo, D. H. (2024). Digital adoption, business performance, and financial literacy in ultra-micro, micro, and small enterprises in Indonesia. Research in International Business and Finance, 70, 102376.

Ahdiat, A. (2024, October 10). Pertumbuhan jumlah UMKM Indonesia sampai 2023. Databoks. https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/67076f98cbd24/pertumbuhan-jumlah-umkm-indonesia-sampai-2023

Armstrong, M., & Taylor, S. (2023). *Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice*.

Arraniri, I., Rois, T., Masruroh, R., & Kartika, N. E. (2026). Sosialisasi pemanfaatan kecerdasan buatan untuk peningkatan literasi digital UMKM Desa Babakanmulya Kabupaten Kuningan. JAMARI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Mandiri, 3(1), 60–73. https://doi.org/10.37577/jamari.v3i1.1078

A’yun, Q., Anatasya, N. D., Rosyadi, M. I., Saptoulan, R. P., Manasikana, A., Azmila, H. U., ... & Dewa, S. (2023). Pendampingan Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran Produk UMKM di Desa Bandilan Kecamatan Prajekan 131|AL-KHIDMAT:JurnalPengabdianMasyarakatejournal.staialutsmani.ac.id/alkhdimatKabupaten Bondowoso. Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global, 2(3), 234-239.

Alyza, S. N. (2019). Pengaruh faktor-faktor internal terhadap kinerja usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) keripik nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kampar (Skripsi, Program Studi S1 Manajemen, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).

ANTARA News Megapolitan. (2024, 13 Maret). UMKM Depok punya potensi besar. https://megapolitan.antaranews.com/berita/372029/umkm-depok-punya-potensi-besar

Atto, A. (2025). *Pengaruh pelatihan akuntansi sederhana terhadap pengelolaan keuangan UMKM penerima kredit bank di Kota Kupang*. Jurnal Administrasi Terapan, 4(2), 266. e-ISSN: 2964-3619.

Apriliana, H. K., Kornarius, Y. P., Caroline, A., Gusti, T. E. P., & Gunawan, A. (2024). Perkembangan penerapan teknologi Artificial Intelligence di Indonesia. Syntax Admiration, 5(10). https://doi.org/10.46799/syntax-admiration.v5i10.1703

Bougie, R. (2016) Research Methods for Business: A Skill-Building Approach. 7th Edition, John Wiley & Sons, Haddington.

BPS Provinsi Jawa Barat. 2025. Banyaknya Industri Mikro dan Kecil Menurut Kabupaten/Kota. https://jabar.bps.go.id/id/statistics-table/2/NzUyIzI=/banyaknya-usaha-mikro-dan-kecil-menurut-kabupaten-kota.html.

Bidasari, Goso, Sahrir, & Hamid, R. (2025). Peran Literasi Keuangan dan Literasi Digital dalam Meningkatkan Kinerja UKM. Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS).

BINUS University. (2024, May 7). Permasalahan yang sering dihadapi oleh UMKM F&B. SMEEI BINUS University.

https://research.binus.ac.id/smeei/2024/05/07/permasalahan-yang-sering-dihadapi-oleh-umkm-fb/

Boston Consulting Group, & PT Telkom Indonesia. (2022). Powering up a post-pandemic rebound for MSMEs through digital transformation. Boston Consulting Group & PT Telkom Indonesia.

Chatterjee, S., Rana, N. P., Tamilmani, K., & Sharma, A. (2022). *The Adoption of Artificial Intelligence in Organizations: A Systematic Literature Review and Future Research Agenda*. Technological Forecasting and Social Change, 174.

Chen, J., Zhang, W., & Liu, H. (2023). Artificial intelligence adoption and organizational performance: The mediating role of digital capabilities. Technological Forecasting and Social Change, 190, 122393. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122393

Chayati, S. N. (2023). Literasi Digital dalam Dunia Pendidikan. Yogyakarta: Hikam Media Utama. https://books.google.co.id/books?id=v9RlEQAAQBAJ

Dwivedi, Y. K., Kshetri, N., Hughes, L., Slade, E. L., Jeyaraj, A., Kar, A. K., Baabdullah, A. M., Koohang, A., Raghavan, V., Ahuja, M., Albanna, H., Albashrawi, M. A., Al-Busaidi, A. S., Balakrishnan, J., Barlette, Y., Basu, S., Bose, I., Brooks, L., Buhalis, D., ... Wright, R. (2023). So what if ChatGPT wrote it? Multidisciplinary perspectives on opportunities, challenges and implications of generative conversational AI for research, practice and policy. International Journal of Information Management, 71, 102642

Desmaryani, S. (2019). Wirausaha dan daya saing. Deepublish.

Dahman, Y., Goso, G., Sahrir, S., & Salju, S. (2023). Peran Literasi Digital, Motivasi Kerja, Kemampuan Kerja dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan UMKM. Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah), 6(2), 1784-1793. https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1191

Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Ismagilova, E., et al. (2021). Artificial Intelligence (AI): Multidisciplinary Perspectives on Emerging Challenges, Opportunities, and Agenda for Research, Practice and Policy. International Journal of Information Management, 57.

Diah, Y. M., Siregar, L. D., & Saputri, N. D. M. (2021). Strategi Mengelola Sumber Daya Manusia (Sdm) Unggul Dalam Tatanan Normal Baru Bagi Pelaku Umkm Di Kota Palembang. Sricommerce: Journal Of Sriwijaya Community Services, 2(1), 67–76.

Desanti, G., & Ariusni, A. (2021). Pengaruh Umur, Jenis Kelamin, Jam Kerja, Status Pekerjaan Dan Pendidikan Terhadap Pendapatan Tenaga Kerja Di Kota Padang. Jurnal Kajian Ekonomi Dan Pembangunan, 3(4), 17. https://doi.org/10.24036/jkep.v3i4.12377

Fajarika, D., Trapsilawati, F., & Sopha, B. M. (2024). *Influential Factors of SMEs Growth Across Developed and Developing Countries: A Systematic Literature Review*

Farhan, M., Eryanto, H., & Saptono, A. (2022). Pengaruh literasi digital dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha umkm. Transekonomika Akuntansi Bisnis Dan Keuangan, 2(6), 35-48.

Fahmi, S. (2024). Pemanfaatan teknologi AI untuk menunjang pemasaran produk UMKM di Kota Malang. Berdaya Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2(2).

Fanisa, S., Finindi, F. H., Sari, Y. I., Ecuela, F., Santika, A. P., & Putri, L. (2025). Smart business: Pemanfaatan AI untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing UMKM di era digital. Jurnal Manajemen Industri dan Sistem Bisnis (JMISB), 1(1).

Febianti, A., Shulthoni, M., Masrur, M., & Aris Safi, M. (2023). Pengaruh Tingkat Pendidikan, umur, jenis kelamin, dan Pengalaman Kerja Terhadap Produktivitas Kerja di Indonesia. Jurnal Sahmiyya, 2(1), 198–204.

Ghozali, I. (2021). APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Guslina, Indri, et al. UMKM & Pertumbuhan Ekonomi. Bukuloka Literasi Bangsa, 2025.

Hasibuan, M. S. P. (2017). Manajemen Sumber Daya Manusia (Edisi Revisi). Jakarta: Bumi Aksara.

Hague, C., & Payton, S. (2020). Digital Literacy Across the Curriculum. Bristol: Futurelab. Diakses dari https://www.nfer.ac.uk/media/1555/futl06.pdf

Harahap, A. R., Munthe, C., Hariri, M. F., & Lubis, S. P. (2024). Peran AI dalam UMKM: Bagaimana kecerdasan buatan membantu UMKM bertahan dan berkembang di era digital. IKRAITH-EKONOMIKA, 8(3), 150–159.

Huang, M. H., & Rust, R. T. (2021). *A Strategic Framework for Artificial Intelligence in Marketing*. Journal of the Academy of Marketing Science, 49(1), 30–50.

Hasibuan. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia. Penerbit Bumi Aksara.*

Husaini, R. N., & Sutama. (2021). Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Instansi Pendidikan. Didaktis: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Pengetahuan, 21(1), 60–75.

Irhandayaningsih, A. (2020). Pengukuran Literasi Digital Pada Peserta Pembelajaran Daring Di Masa Pandemi Covid-19. Anuva, 4(2), 231–240.

Jarrahi, M. H. (2018). Artificial Intelligence and the Future of Work: Human-AI Symbiosis in Organizational Decision Making. Business Horizons, 61(4), 577–586.

Kurniawan, Y. (2025). Pengaruh Ekonomi Digital Terhadap Kinerja Umkm Dengan Literasi Digital Sebagai Variabel Moderasi (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negri Palopo).

Kementerian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Republik Indonesia. (2025, 13 Januari). Menteri UMKM: Sinergi lintas sektor jadi kunci sehatnya ekosistem bisnis digital. https://umkm.go.id/news/n9riyncvpjk1jjtoonlv1uif

Kementerian Komunikasi dan Digital Republik Indonesia. (2024, 13 Desember). Digitalisasi dorong ekonomi inklusif usaha "wong cilik". Kementerian Komunikasi dan Digital

Kamar Dagang dan Industri Indonesia. (2024, June). Kadin Indonesia ajak UMKM Solo go digital. https://kadin.id/kabar/kadin-indonesia-ajak-umkm-solo-go-digital/

Liando, I. B., Rumokoy, L. J., & Tumewu, F. J. (2025). The impact of AI adoption, digital marketing, and customer engagement on the perceived business growth

of small and medium enterprises in Manado. Asian Journal of Applied Business and Management, 4(4), 1583–1602. https://doi.org/10.55927/ajabm.v4i4.603

Long, D., & Magerko, B. (2020). *What Is AI Literacy? Competencies and Design Considerations*. Proceedings of the CHI Conference on Human Factors in Computing Systems.

Luo, Wenqi, dan Jiexian Cheng. 2023. "Transition to Sustainable Business Modelsfor Green Economic Recovery: Role of Financial Literacy, Innovation and Environmental Sustainability." Economic Change and Restructuring56(6):3787–3810. doi:10.1007/s10644-022-09408-1.

Mäkelä, E., Bone, M., Nanji, F., Sehrer, M., & Stephany, F. (2025). Complement or substitute? How AI increases the demand for human skills. arXiv. https://doi.org/10.48550/arXiv.2505.17489

Machali, I. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Maharani, S. H., Pebrianto, A., & Rohayati. (2021). Dampak Pemasaran Di Masa Pandemi Covid-19 Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Banjarbaru. urnal INTEKNA: Informasi Teknik dan Niaga, 21(1), 48–53.

Mäkelä, E., & Stephany, F. (2024). Complement or substitute? How AI increases the demand for human skills. arXiv preprint arXiv:2412.19754.

Malesios, C., Dey, P. K., & Abdelaziz, F. B. (2018). *Supply Chain Sustainability Performance Measurement of SMEs*

Milyane, T. M., Darmaningrum, K., Natasari, N., Setiawan, G. A., Sembiring, D., Irwanto, Kraugusteleiana, Fitriyah, N., Sutisnawati, A., Sagena, U., Nurhayati, S., Indriana, I. H., & Putri, M. S. (2023). Literasi Media Digital. Bandung: Widina Media Utama. https://books.google.co.id/books?id=J1hHEQAAQBAJ

Maulana, M. Indra, dan Eko Suyono. 2023. "Pengaruh Litersi Keuangan Dan Literasi Digital Terhadap Keberlanjutan Bisnis Pelaku Umkm Berbasis Syariah." Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam9(3):4256–71. doi:10.29040/jiei.v9i3.10856.

Masdiantini dkk. (2024) “Peran Literasi Keuangan dan Modal Sosial terhadap Kinerja dan Keberlanjutan Usaha Pelaku UMKM”.

Mulyadi, M. R., Sururi, A., Rini, M. M., Gazani, H., & Faraby, M. E. (2025). PENGARUH DAN DAMPAK TEKNOLOGI DIGITAL TERHADAP GLOBAL HALAL INDUSTRI DAN UMKM DI ERA SEKARANG. Jurnal Media Akademik (JMA), 3(12).

Mustafa, H. N., Ab Ghani, N. I., & Adam, A. (2025). Enhancing Performance In Smes: A Conceptual Framework For Ai Adoption Through Digital Readiness And Employee Digital Skills. International Journal Of Entrepreneurship And Management Practises (IJEMP), 8(31). https://doi.org/10.35631/IJEMP.831015

Martono, M. D., & Simatupang, A. (2026, April 16). *Peran pemanfaatan AI dan TikTok terhadap kinerja bisnis UMKM melalui pengetahuan wirausaha di Tangerang*. Paper presented at 9th NCBMA 2026 (National Conference on Business, Management, and Accounting), Universitas Pelita Harapan, Tangerang, Indonesia.

Mulyanto, D., & Budi, A. P. (2025). Penerapan pemasaran digital dan kinerja UMKM: Dukungan faktor lingkungan internal dan eksternal. Jurnal Ilmiah Bisnis & Kewirausahaan (JBK), 14(2).

Nasution, W. A., & Lubis, D. S. W. (2025). Optimalisasi Digital Marketing Berbasis AI untuk UMKM: Menjawab Tantangan dan Peluang di Era 5. 0. Senashtek, 3(1), 1279-1283.

Naufal, Haickal Attallah. (2021). Literasi Digital. Jurnal Perspektif, 1(2), 195–202. https://doi.org/10.53947/perspekt.v1i2.32

Ng, D. T. K., Leung, J. K. L., Chu, S. K. W., & Qiao, M. S. (2021). *AI Literacy: Definition, Teaching, Evaluation and Ethical Issues*. Proceedings of the Association for Information Science and Technology.

Ng, D. T. K., Leung, J. K. L., Chu, S. K. W., & Qiao, M. S. (2021). Conceptualizing AI literacy: An exploratory review. Computers and Education: Artificial Intelligence, 2, 100041. https://doi.org/10.1016/j.caeai.2021.100041

Novantara, P., Sugiharto, T., & Nursyamsu, R. (2024). Pemanfaatan AI Ads untuk digital marketing produk UMKM di Desa Cimaranten Kuningan. Journal of Innovation and Sustainable Empowerment, 3(1), 56–62. https://doi.org/10.25134/jise.v1i2.96

Ng, W. (2012). Can we teach digital natives digital literacy? Computers & Education, 59(3), 1065–1078. https://doi.org/10.1016/j.compedu.2012.04.016

Novela, I., Runing Sawitri, H. S., Riani, A. L., Istiqomah, S., Suprapti, A. R., & Harson, M. (2024). Digital Literacy On Sme Business Performance And The Mediating Role Of Entrepreneurial Skills. Journal of Application Business & Management/Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen, 10(3).

Niam, A., Insani, M. R., Sukmawati, & Hike, F. (2025). The role of artificial intelligence and digital literacy in enhancing employee effectiveness and efficiency in the economic sector. Journal of Economics and Management, 3(1), 18–25. https://doi.org/10.70716/ecoma.v3i1.134

Nurmaningsih, R., Muttaqi'in, N., Karomah, N. G., & Hutabarat, M. I. (2026). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Akuntansi dan Literasi Digital terhadap Kinerja UMKM. RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 4(4), 8144-8152.

Opendatajabar. 2026. Jumlah Usaha Restoran dan Rumah Makan dan Cafe Berdasarkan Kabupaten Kota di Jawa Barat. http://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-usaha-restoran-rumah-makan-dan-cafe-berdasarkan-kabupatenkota-di-jawa-barat.

OECD. (2023). SME and Entrepreneurship Outlook 2023. OECD Publishing.

Permana, I. P. (2020). Kinerja Usaha Bumdes Di Kabupaten Bekasi Dipengaruh Oleh Orientasi Kewirausahaan, Teknologi Digital Kewirausahaan Dan Motivasi Usaha. Jurnal Usaha, 1(2), 11-18.

Prasetyo, R. J., & Andrilla, R. (2025). Balikpapan micro, small, and medium enterprises (MSMEs) and artificial intelligence adoption: TOE framework. Jurnal GeoEkonomi, 16(1), 11–20.

Prima, K. W., Jannah, D. M., & Nirmala S, A. (2025). Analisis faktor-faktor penentu penggunaan chatbot AI dalam lingkungan hybrid learning. Innovation and Applied Education Journal, 2(2), 94–103.

Pambreni, Y., Udriyah, U., Mumtaz, N. A., & Firmansyah, H. (2023). Optimasi Desain Packaging dan Digital Marketing UMKM Dapoer Umi Navisah. Jurnal Pemberdayaan Umat, 2(2), 69–87. https://doi.org/10.35912/jpu.v2i2.1569

Prasetio, T. (2024). Pengaruh artificial intelligence dan literasi digital terhadap kinerja karyawan di bidang ekonomi. Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis, 8(2), 66-73.

Pradyaningrum, S., Adrunisapta, A., Pradana, M. A., Turahma, R. E., Sudari, A. L., Pambreni, S. A., Listiana, Y., Udriyah, N., & Dewi, U. F. (2026). Pengembangan dan Pelatiha

Promalessy, R., & Pratiwi, D. (2026). PEMANFAATAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI) DALAM DIGITAL MARKETING DAN PERANANNYA TERHADAP KINERJA PEMASARAN UMKM MIKRO FOOD AND BEVERAGE DI KOTA PEKANBARU. Jurnal Media Akademik (JMA), 4(1).

Putri, R. A. F., & Iffan, M. (2024). Pengaruh literasi digital dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha pada UMKM makanan dan minuman. Journal of Economics Management Business and Accounting, 4(1), 13-25.

Qoriah Verdiana, Y., Fachir, Z. A., & Ghouzul, D. M. (2023). The Growth Role of Artificial Intelligence (AI) in Strategy Management in UMKM. 2(2), 201–210. https://doi.org/10.55927/snimekb.v2i2.6981

Rahayu, Wening Patmi,Djoko Dwi Kusumojanto, Jefry Aulia Martha, Giarti Ningsih, dan Novia Tri Hapsari. 2021. “The Role Of Digital Marketing, Innovation, Self-Efficacy In Business Sustainability At The Rengginang Industrial Centre In The New Normal.” 24(6).

Rahmadani, Y., Sari, T., Al Huda, M. A., & Faiman, A. (2026). Pemanfaatan Artificial Intelligence sebagai strategi peningkatan inovasi dan kinerja pemasaran UMKM di era transformasi digital. Jurnal Media Akademik (JMA), 4(7).

Relifra, R., Mardiah, A., & Fikriando, E. AmkopI adoption and functional performance in MSMEs: Evidence across marketing, HR, finance, and operations. Amkop Management Accounting Review (AMAR), 5(2), 1212–1233. https://doi.org/10.37531/amar.v5i2.3299

Rachmawati, D., Wijaya, H., & Pambreni, Y. (2023). Analysis of digital marketing and green marketing strategies to maintain business sustainability on MSMEs Bandung Regency in digital era. Journal of Applied Business Administration, 7(2), 237-244.

Rahayu, Wening Patmi, Djoko Dwi Kusumojanto, Jefry Aulia Martha, Giarti Ningsih, dan Novia Tri Hapsari. 2021. "The Role Of Digital Marketing, Innovation, Self-Efficacy In Business Sustainability At The Rengginang Industrial Centre In The New Normal." 24(6).

Ramdhan, M. (2023). *Pengaruh pelatihan kewirausahaan, kemampuan memanfaatkan teknologi, dan tingkat pendidikan terhadap produktivitas pelaku UMKM di wilayah Situ Panjalu Ciamis*. ASIK: Jurnal Administrasi, Bisnis, Ilmu Manajemen & Kependidikan, 1(1), 1–11. https://doi.org/10.59639/asik.v1i1.9

Raisch, S., & Krakowski, S. (2021). *Artificial Intelligence and Management: The Automation–Augmentation Paradox*. Academy of Management Review, 46(1), 192–210.

Rani, S., Dharmayanti, G. C., & Adnyana, I. B. R. (2017). Strategi Peningkatan Kinerja Sumber Daya Manusia Pada Perusahaan Konstruksi PT. Jaya Kusuma Sarana Bali Melalui Pendekatan Budaya Organisasi. Jurnal Spektran.

Rizan, J., & Utama, L. (2020). Pengaruh keterampilan kewirausahaan, orientasi pasar dan orientasi penjualan terhadap kinerja usaha UMKM. Jurnal Manajerial dan kewirausahaan, 2(4), 961-968.

Rini Dkk. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar Dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Usaha (Studi Pada Usaha Kecil Pengolah Makanan Di Kota Palembang). Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis, Vol.1 No.1.

Russell, S., & Norvig, P. (2021). *Artificial Intelligence: A Modern Approach* (4th Edition). Pearson.

Ratnawati, Selviana, R., Octiva, C. S., Eldo, H., & Lorens, D. (2026). Pelatihan pemanfaatan artificial intelligence untuk optimalisasi pemasaran produk UMKM pada platform e-commerce. JIPITI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 3(2), 103–109.n Literasi Digital dan Strategi Branding Sosial Media UMKM Sektor Laundry di Kota Depok. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *2*(1), 89. https://doi.org/10.63822/b4t6cp82

Rapih S et al (2015) Analisi Pengaruh Kompetensi Sumber Daya manusia, Modal Sosial dan Modal Finansial Terhadap Kinerja UMKM Bidang garmen di Kabupaten Klaten

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

Sahputra, Juliandi. 2022. "Penerapan Nilai -Nilai Pendidikan Ekonomi Keluarga Dalam Sektor Bisnis Umkm Pada Kelurahan Menteng Kota Medan." Jurnal Ilmiah SMARTV1(1):34–42.

Safitri, I., Marsidin, S., Pendidikan, A. S.-E. J. I., & 2020, Undefined. (2020). Analisis Kebijakan Terkait Kebijakan Literasi Digital Di Sekolah Dasar. Core.Ac.Uk, 2(2), 176–180. Https://Doi.Org/10.31004/Edukatif.V2i2.123

Santosa, S. (2026). Artificial Intelligence, Inovasi Produk, dan Kinerja UMKM: Perspektif Strategis dalam Ekosistem Ekonomi Digital. Jurnal Minfo Polgan, 15(1), 95-104.

Salmanzadeh-Meydani, Navid, S. M. T. Fatemi Ghomi, Seyedhamidreza Shahabi Haghighi, dan Kannan Govindan. 2023. "A Multivariate Quantitative Approach for Sustainability Performance Assessment: An Upstream Oil and Gas Company." Environment, Development and Sustainability 25(3).

(Statistik) Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2024). UMKM Hebat, Perekonomian Nasional Meningkat. https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/curup/id/data-publikasi/artikel/2885-umkm-hebat%2C-perekonomian-nasional-meningkat.

Sugiyono, P. (2022). Dr. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV Alfabeta

Spante, M., Hashemi, S. S., Lundin, M., & Algers, A. (2022). *A Systematic Review on Digital Literacy*. Smart Learning Environments, 9(21).

Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Alfabeta.

Sumiati, E., & Wijonarko. (2020). Manfaat Literasi Digital Bagi Masyarakat Dan Sektor Pendidikan Pada Saat Pandemi Covid-19. Buletin Perpustakaan Universitas Islam Indonesia, 3(2), 65–80.

Sidi, A. P., Yogatama, A. N., Anjaningrum, W. D., Dura, J., & Cahyaningtyas, F. (2024). Pemanfaatan AI dalam branding dan pemasaran UMKM. JOMPA ABDI: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 3(4), 155–163.

Sundararajan, S., Mohammed, A., & Lawal, T. (2023). Role of human resource management in the post-COVID-19 era: Experiential study. Bio Gecko: A Journal for New Zealand Herpetology,12(2).

Saragih, J. F. L., Faradilla, A. J., Nasution, R. A., Tafonao, D. F. A., Pitaloka, D., Amelia, B., Hasibuan, M., & Dongoran, D. (2024). Menutup kesenjangan digital: Studi tentang meningkatkan kehidupan UMKM melalui literasi digital. Jurnal Kolaboratif Sains, 7(5), 1788–1795.

Sumardi, & Zulpahmi. (2017). Peran Baitul Maal Wat Tamwil Husnayain Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. Jurnal Ekonomi Syariah Dan Filantropfi Islam, 1(1), 69–87. https://doi.org/10.22236/alurban

Tamyiz, U. M. H., Furqon, C., & Dirgantari, P. D. (2025). Literasi Digital di UMKM: Tinjauan Sistematis dan Pengembangan Kerangka Teoretis Terintegrasi Menggunakan Metode PRISMA. Jurnal Algoritma, 22(2), 412-421.

Tasliah, A. L., Nuraeni, A., & Rachman, I. F. (2024). Literasi Digital: Kunci Menuju Pendidikan Berkualitas Melalui Perspektif Sdgs 2030. Jurnal multidisiplin ilmu akademik, 1(3), 154-165.

Tinmaz, H., Lee, Y. T., Fanea-Ivanovici, M., & Baber, H. (2022). *A Systematic Review on Digital Literacy*.

Trifia, A., Alimuddin, S. M., Fitra, S., Mutiara, M., & Nita, R. (2024). Transformasi Digital: Pemanfaatan Artificial Intelligence Dan Inovasi Produk Layanan Umkm Untuk Menarik Minat Pelanggan Di Era Digital. Journal Of Institution And Sharia Finance, 7(1), 47-61.

UNESCO. (2018). A Global Framework of Reference on Digital Literacy Skills for Indicator http://www.uis.unesco.org

UNESCO. (2023). Global Education Monitoring Report 2023: Technology in Education.

Van Deursen, A. J. A. M., Helsper, E. J., & Eynon, R. (2015). Development and Validation of the Internet Skills Scale (ISS). Information, Communication & Society, 19(6), 804–823. DOI: 10.1080/1369118X.2015.1078834.

Van Deursen, A. J. A. M., & Van Dijk, J. A. G. M. (2016). Modeling Traditional Literacy, Internet Skills and Internet Usage: An Empirical Study. Interacting with Computers, 28(1), 13–26. DOI: 10.1093/iwc/iwu027.

Wahyuni, Ldra, Maghfirah, dan Zalkha Soraya. 2024. "Economics On Business Sustainability (Study On Msmes In Makassar City)." International Journal of Economic Research and Financial Accounting2(4). doi:10.55227/ijerfa.v2i4.158.

Widiastuti, C. T., UniversSosioN., & Kurniawati, E. (2024). Literasi keuangan dan inovasi digital: Kunci keberlanjutan dan ketahanan UMKM. Jurnal Sosio Dialektika, 9(1). https://doi.org/10.31942/sd.v9i1.10395

Widianto, A. (2025). Pengaruh penerapan artificial intelligence dan literasi keuangan dalam mencapai efisiensi dan dampaknya terhadap kinerja UMKM. Skripsi, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/85134

Wahyuni, L., Sutanto, H., & Manan, A. (2022). *Pengaruh bantuan produktif usaha mikro (BPUM), pemanfaatan e-commerce, dan lama usaha terhadap peningkatan pendapatan pengusaha mikro di Kecamatan Kopang*. Journal of

Economics and Business, 8(2), 232–244. https://doi.org/10.29303/ekonobis.v9i2.115

Yuliani, I. (2023). *Manajemen Sumber Daya Manusia. Depok: Pt Rajagrafindo Persada*.

‘