PENGARUH *INTELLECTUAL CAPITAL* DAN TRANSFORMASI DIGITAL USAHA TERHADAP KINERJA UMKM KULINER KOTA BOGOR

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:
SHALZA RARAS AYUNDA FEBRIANA
092022090219

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

PENGARUH INTELLECTUAL CAPITAL DAN TRANSFORMASI DIGITAL USAHA TERHADAP KINERJA UMKM KULINER KOTA BOGOR

Disusun oleh:
Nama : Shalza Raras Ayunda Febriana
NIM : 092022090219

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS GLOBAL JAKARTA
2026

Depok, 07 Agustus 2026
Menyetujui,

Pembimbing I	Pembimbing II
Yuni Pambreni, S.S.T., M.Mgt.	Agnemas Yusoep Islami,S.S.T.,M.SC.
NIP. S092019090003	NIP. S092019090009

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, 07 Agustus 2026

Mahasiswa,



Shalza Raras Ayunda Febriana

NIM: 092022090219

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

Skripsi Ini Diajukan Oleh

Nama	: Shalza Raras Ayunda Febriana
NIM	: 092022090219
Program Studi	: Program Studi Manajeman
Judul Skripsi	: Pengaruh Intellectual Capital dan Transformasi Digital Usaha Terhadap Kinerja UMKM Kuliner Kota Bogor

Telah berhasil dipertahankan di hadapan dewan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Eonomi dan Bisnis, Universitas Global Jakarta.

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 : 07 Agustus 2026

MENGETAHUI

Ketua program Studi Manajemen

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

NIP. S0920199030013

HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi Ini Diajukan Oleh

Nama	: Shalza Raras Ayunda Febriana
NIM	: 092022090219
Program Studi	: Program Studi Manajeman
Judul Skripsi	: Pengaruh Intellectual Capital dan Transformasi Digital Usaha terhadap Kinerja UMKM Kuliner Kota Bogor

Telah berhasil dipertahankan di hadapan dewan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Eonomi dan Bisnis, Universitas Global Jakarta.

DEWAN PENGUJI

Penguji 1 : Dr. Ceskakusumadewi Baharuddin, SE., M.M. ( )

Penguji 2 : Dwi Rachmawati, S.S.T.,M.Mgt. ( )

Penguji 3 : Dr.AliRidho,S,HUM.,M.Mgt. ( )

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 07 Agustus 2026

MENGETAHUI

Ketua program Studi Manajemen

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

NIP. S0920199030013

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

LEMBAR MONITORING REVISI SIDANG SKRIPSI

Nama Mahasiswa : SHALZA RARAS AYUNDA FEBRIANA

NIM : 092022090219

Prodi : S1 - Manajemen

Judul Skripsi : **Pengaruh Intellectual Capital Dan Transformasi Digital Usaha Terhadap Kinerja UMKM Kuliner Kota Bogor**

Dosen Penguji I : Dr. Ceskakusumadewi Baharuddin, SE., MM.

No	Isi Komentar/ Saran	Revisi/jawaban penulis	Paraf Penguji /Tanggal Persetujuan
1	Tambahkan grand theory pada Bab II	Halaman 14 – 18	27/7 2026
2	Perbaiki penulisan abstraknya	Halaman ii	27/7 2026
3	Data awalnya masih kurang terutama berapa besar kualitas pengelolaan UMKM di Bga	Halaman 6	27/7 2026
4	Rumusan masalah dimulai dari bagaimana tapi belum dijelaskan seberapa besar signifikansinya.		22-7-2026
5	-Hilangkan tulisan etika penelitian di bab III - tuliskan item pernyataannya pada tabel 4.10 – 4.12		22-7-2026

Depok, _____ 2026

Mengetahui,

Ketua Program Studi

(_____)

NIP

Dipindai dengan CamScanner

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

LEMBAR MONITORING REVISI SKRIPSI

Nama Mahasiswa : SHALZA RARAS AYUNDA FEBRIANA

NIM : 092022090219

Prodi : S1 - Manajemen

Judul Skripsi : **Pengaruh Intellectual Capital Dan Transformasi Digital Usaha Terhadap Kinerja UMKM Kuliner Kota Bogor**

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

No	Isi Komentar/ Saran	Revisi/jawaban penulis	Paraf Penguji /Tanggal Persetujuan
1	data 2023 di update?	sudah DI revisi halaman 6-10	
2	Penulisan, margin., dan tanda baca.	margin - 0 kiri, atas, kanan bawah Paragraph - 0 justify	
3	Penelitian terdahulu (DI hapus)	sudah revisi halaman ~~6-13 Bab I mulai halaman~~ 19 Halaman 30	
4	Abstrak	Bab I - 0 merapihkan struktur, mempersejelas isi dan menyesuaikan hasil penelitian.	
5	Saran kurang lebih relevan.	sudah revisi halaman 80-89	

Depok, _____ 2026

Mengetahui,

Ketua Program Studi

(_____)

NIP.

Dipindai dengan CamScanner

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

LEMBAR MONITORING REVISI SKRIPSI

Nama Mahasiswa : SHALZA RARAS AYUNDA FEBRIANA

NIM : 092022090219

Prodi : S1 - Manajemen

Judul Skripsi : **Pengaruh Intellectual Capital Dan Transformasi Digital Usaha Terhadap Kinerja UMKM Kuliner Kota Bogor**

Dosen Penguji III : Dr. Ali Ridho, S.Hum., M.Mgt.

No	Isi Komentar/ Saran	Revisi/jawaban penulis	Paraf Penguji /Tanggal Persetujuan
1.	Dalami Pemahaman Indikator	Halaman 20-22.	
2.	Typo dan kesalahan penulisan diperbaiki.	Halaman 9	
3.	Kutipan Jurnal Ali Ridho Al Hadad.		

Depok, _____ 2026

Mengetahui,

Ketua Program Studi

(_____)

NIP.

Dipindai dengan CamScanner

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

LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI

Nama mahasiswa : Shalza Raras Ayunda Febriana

NIM : 092022090219

Judul : Pengaruh Intellectual Capital Dan Tranformasi Digital Usaha Terhadap Kinerja UMKM Kuliner Kota Bogor

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

No.	Tanggal	Uraian Kegiatan yang Dilakukan	Paraf Dosen
1	07/05/2026	Bimbingan Revisi Bab 1,2,3	
2	11/06/2026	Bimbingan Revisi Bab 3	
3	12/06/2026	Bimbingan Revisi kuesioner	
4	17/06/2026	Bimbingan Revisi Hasil kuesioner	
5	19/06/2026	Bimbingan Uji Data Validitas Reabilita	
6	26/06/2026	Bimbingan Bab 4 & 5	
7	29/06/2026	Bimbingan Revisi Bab 5	
8			

* Minimal 6 kali pertemuan

Depok, 29 - Juni - 2026

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

(DWI RACHMAWATI,S.S.T,.M.Mgt.)

NIK.5092019030013

Dipindai dengan CamScanner

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

LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI

Nama mahasiswa : Shalza Raras Ayunda Febriana

NIM : 092022090219

Judul : Pengaruh Intellectual Capital Dan Tranformasi Digital Usaha Terhadap Kinerja UMKM Kuliner Kota Bogor

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

No.	Tanggal	Uraian Kegiatan yang Dilakukan	Paraf Dosen
1	07/05/2026	Bimbingan Revisi BAB 1,2,3	
2	11/06/2026	Bimbingan Revisi BAB 3	
3	12/06/2026	Bimbingan Kuesioner	
4	17/06/2026	Bimbingan Revis Hasil Kuesioner	
5	19/06/2026	Bimbingan uji data validitas Realibitas	
6	25/05/2026	Bimbingan BAB 4 & 5	
7	28/06/2026	Bimbingan Revisi BAB 5	
8	29/06/2026	Bimbingan BAB 5	

* Minimal 6 kali pertemuan

Depok, 29 - Juni - 2026

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

(DWI RACHMAWATI,S.S.T,.M.Mgt.)

NIK.5092019030013

Dipindai dengan CamScanner

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Intellectual Capital dan Transformasi Digital Usaha terhadap Kinerja UMKM Kuliner di Kota Bogor" dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, dukungan, serta doa sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT atas segala nikmat, kesehatan, dan kemudahan yang diberikan kepada penulis.
2. Kedua orang tua dan keluarga tercinta yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, motivasi, serta dukungan moral maupun material kepada penulis.
3. Rektor Universitas Global Jakarta.
4. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Global Jakarta.
5. Ketua Program Studi Manajemen Universitas Global Jakarta.
6. Dosen Pembimbing I dan Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan arahan, bimbingan, kritik, serta saran yang sangat bermanfaat selama penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Universitas Global Jakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
8. Seluruh pelaku UMKM Kuliner di Kota Bogor yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.
9. Sahabat, teman-teman seperjuangan, serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan karya ilmiah ini di masa yang akan datang.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dan memberikan manfaat bagi para pelaku UMKM maupun pihak-pihak yang berkepentingan.

Depok, 07 Agustus 2026



Shalza Raras Ayunda Febriana

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Jakarta Global University, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	:	Shalza Raras Ayunda Febriana
NIM	:	092022090219
Program Studi	:	Manajemen
Jenis Karya Ilmiah	:	Skripsi

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 *Intellectual Capital Dan Transformasi Digital Usaha* Terhadap Kinerja UMKM Kota Bogor" 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, 07 Agustus 2026

Yang menyatakan



Shalza Raras Ayunda Febriana

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *intellectual capital* dan transformasi digital usaha terhadap kinerja UMKM kuliner di Kota Bogor. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh intellectual capital terhadap kinerja UMKM, pengaruh transformasi digital usaha terhadap kinerja UMKM, serta pengaruh kedua variabel tersebut secara simultan dalam meningkatkan kinerja UMKM kuliner di Kota Bogor. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain *ex-post facto*. Populasi penelitian berjumlah 1.137 UMKM kuliner di kota bogor dengan sampel sebanyak 92 responden yang ditentukan menggunakan rumus slovin dan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner berbasis Google Form. Analisis data menggunakan aplikasi SPSS yang meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda , uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM dengan koefisien regresi sebesar 0,302, nilai t hitung 4,656, dan nilai signifikansi < 0,001. Transformasi digital usaha juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM dengan koefisien regresi sebesar 0,242, nilai t hitung 3,784, dan nilai signifikansi < 0,001. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel *intellectual capital*, transformasi digital usaha, dan kinerja UMKM berada pada kategori tinggi. Secara simultan, *intellectual capital* dan transformasi digital usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM kuliner di Kota Bogor. Temuan ini menunjukkan bahwa pengelolaan modal intelektual yang baik, didukung oleh penerapan transformasi digital yang optimal, mampu meningkatkan kualitas kinerja, kepuasan pelanggan, dan daya saing UMKM kuliner di Kota Bogor.

Kata kunci: *Intellectual Capital,* Transformasi Digital, Kinerja UMKM, UMKM Kuliner

ABSTRACT

This study aims to analyze the effects of intellectual capital and business digital transformation on the performance of culinary MSMEs in Bogor City. Specifically, this study aims to determine the effect of intellectual capital on MSME performance, the effect of business digital transformation on MSME performance, and the combined effect of these two variables on improving the performance of culinary MSMEs in Bogor City. This study employs a quantitative approach with an ex-post facto design. The study population consisted of 1,137 culinary MSMEs in Bogor City, with a sample of 92 respondents determined using the Slovin formula and purposive sampling. Data collection was conducted by distributing a questionnaire via Google Forms. Data analysis was performed using SPSS software, including validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, partial tests (t-tests), simultaneous tests (F-tests), and the coefficient of determination (R^2). The results of the study indicate that intellectual capital has a positive and significant effect on MSME performance, with a regression coefficient of 0.302, a calculated t-value of 4.656, and a significance level of < 0.001. Business digital transformation also has a positive and significant effect on MSME performance, with a regression coefficient of 0.242, a t-value of 3.784, and a significance level of < 0.001. The results of the descriptive analysis indicate that the variables of intellectual capital, business digital transformation, and MSME performance fall into the high category. Collectively, intellectual capital and business digital transformation have a positive and significant effect on the performance of culinary MSMEs in Bogor City. These findings indicate that effective management of intellectual capital, supported by the optimal implementation of digital transformation, can enhance performance quality, customer satisfaction, and the competitiveness of culinary MSMEs in Bogor City

Keywords: Intellectual Capital, Digital Transformation, SME Performance, Food and Beverage SMEs

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL ..... **i**

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI ..... **ii**

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING ..... **iii**

HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI ..... **iv**

KATA PENGANTAR ..... **v**

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI AKADEMIS ..... **vii**

ABSTRAK ..... **viii**

ABSTRACT ..... **ix**

DAFTAR ISI ..... **x**

DAFTAR TABEL ..... **xiv**

DAFTAR GAMBAR ..... **xv**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvi**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 11

1.3 Tujuan Penelitian 11

1.4 Manfaat Penelitian 12

1.5 Batasan Penelitian 12

BAB II LANDASAN TEORI **14**

2.1 Kajian Teori 14

2.1.1 *Resource-Based View* (RBV) 14

2.1.2 *Intellectual Capital* 18

2.1.3 Transfromasi Digital 22

2.1.4 Kinerja UMKM Kuliner di Kota Bogor 27

2.1.5 Keterkaitan *Intellectual Capital* dan Transformasi Digital Terhadap

Kinerja UMKM 30
2.2 Kerangka Konseptual 42
2.3 Perumusan Hipotesis 42
BAB III METODE PENELITIAN.....**44**
3.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan 44
3.2 Desain Penelitian 44
3.3 Populasi dan Sampel 44
3.3.1 Populasi 44
3.3.2 Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel 45
3.4 Variabel Penelitian 46
3.4.1 Variabel Dependen (*Dependent Variable*) 46
3.4.2 Variabel Independen (Independent Variable).....46
3.5 Definisi Operasional.....47
3.6 Teknik Pengumpulan Data 48
3.6.1 Kuesioner.....48
3.7 Validitas dan Realibilitas Instrumen.....50
3.8 Teknik Analisi Data.....51
3.8.1 Uji Asumsi Statistik.....51
3.8.2 Pengujian Hipotesis 52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....**55**
4.1 Karakteristik Responden.....55
4.1.1 Jenis Kelamin 55
4.1.2 Kelompok Generasi 56
4.1.3 Lama Usaha 57
4.1.4 Penggunaan Platform Digital 58
4.1.5 Jumlah Karyawan 60

4.1.6 Omzet Usaha 61
4.1.7 Jenis Usaha Kuliner 62
4.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian 63
4.2.1 Uji Validitas 63
4.2.2 Uji Reliabilitas 66
4.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian 67
4.3.1 Hasil Analisis Deskripsi Variabel *Intellectual Capital* (X1) 67
4.3.2 Deskripsi Variabel Transformasi Digital (X2) 69
4.3.3 Deskripsi Variabel Kinerja UMKM (Y) 71
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik 73
4.4.1 Uji Normalitas 73
4.4.2 Uji Multikolinearitas 73
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas 75
4.5 Pengujian Hipotesis 75
4.5.1 Uji Parsial (Uji t) 75
4.5.2 Uji Simultan (Uji F) 77
4.5.3 Uji Regresi Linear Berganda 77
4.5.4 Koefisien Determinasi (R^2) 79
4.6 Pembahasan 81
4.6.1 Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Kinerja UMKM 81
4.6.2 Pengaruh Transformasi Digital terhadap Kinerja UMKM 84
4.6.3 Pengaruh *Intellectual Capital* dan Transformasi Digital terhadap Kinerja UMKM 86
BAB V PENUTUPAN 89
5.1 Kesimpulan 89
5.2 Saran 90
DAFTAR PUSTAKA 91

LAMPIRAN **100**

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 jumlah UMKM di Provinsi Jawa Barat tahun 2019 - 2025 2
Tabel 1. 2 Proyeksi Jumlah UMKM Kuliner Berdasarkan Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Barat Tahun 2025 3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 30
Tabel 3. 1 Definisi Operasional 47
Tabel 3. 2 Penilaian Jawaban (*Skala Likert*) 49
Tabel 3. 3 Kriteria Skor Skala Likert 50
Tabel 4. 1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 55
Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Kelompok Generasi 56
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Lama Usaha 57
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Penggunaan Platform Digital 59
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan 60
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Omzet Usaha per Tahun 61
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Usaha Kuliner 62
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian 64
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian 66
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Deskripsi Variabel *Intellectual Capital* (X1) 67
Tabel 4. 11 Deskripsi Variabel Transformasi Digital (X2) 69
Tabel 4. 12 Deskripsi Variabel Kinerja UMKM (Y) 71
Tabel 4. 13 Uji Normalitas 73
Tabel 4. 14 Uji Multikolinearitas 74
Tabel 4. 15 Heteroskedastisitas 75
Tabel 4. 16 Uji Parsial (Uji t) 76
Tabel 4. 17 Uji Simultan (Uji F) 77
Tabel 4. 18 Uji Regresi Linear Berganda 78
Tabel 4. 19 Koefisien Determinasi (R^2) 79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Jumlah UMKM Kuliner di Kota Bogor tahun 2019-2025 5
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisioner.....101
Lampiran 2 Tabulasi Hasil Kuesioner.....106
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....117
Lampiran 4 Uji Normalitas.....118
Lampiran 5 Uji Multikolinearitas.....119
Lampiran 6 Uji Heterokesdastisitas.....120
Lampiran 7 Uji Signifikan Parsial (Uji T).....121
Lampiran 8 Uji Signifikan Simultan (Uji F).....122
Lampiran 9 Uji Regresi Linear Berganda.....123
Lampiran 10 Koefisien Determinasi (R Square).....124
Lampiran 11 Lembar Konsultasi Skripsi.....128
Lampiran 12 Lembar Monitoring Revisi Skripsi.....130

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor ekonomi, termasuk sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Transformasi digital telah mengubah pola bisnis dari sistem konvensional menuju sistem berbasis teknologi, yang mencakup pemasaran digital, sistem transaksi elektronik, pengelolaan data pelanggan, hingga inovasi layanan berbasis aplikasi. Dalam sektor kuliner, transformasi ini terlihat melalui pemanfaatan *platform online food delivery* (OFD) seperti *GoFood*, *GrabFood*, dan *ShopeeFood* yang memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen secara lebih luas tanpa batasan ruang dan waktu (Rachmat Adiaz Arrofi dkk., 2023).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian nasional dan berperan strategis dalam penyerapan tenaga kerja serta pemerataan pendapatan (Pradyaningrum dkk., 2026). Kementerian Koperasi dan UKM menyatakan bahwa terdapat sekitar 88,8 hingga 99,9% badan usaha di Indonesia merupakan UMKM, yang berpotensi menyerap tenaga kerja hingga 51,7 hingga 97,2% dari total penduduk (Pambreni dkk., 2023).

UMKM juga bukan sekadar penggerak ekonomi lokal, tetapi menjadi bantalan ekonomi nasional dalam menghadapi fluktuasi pasar global karena kemampuannya menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar serta fleksibilitasnya dalam beradaptasi terhadap perubahan zaman (Dewi dkk., 2026). Meskipun demikian, UMKM sebagai sektor yang memiliki peranan penting dalam perekonomian masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam aspek pengelolaan usaha dan keuangan, yang menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas internal usaha masih menjadi hal yang perlu diperhatikan dalam mendukung keberlanjutan bisnis (Noviyanti dkk., 2025). Produk UMKM harus memiliki standar kualitas yang tinggi agar dapat

bersaing secara efektif dalam pasar yang semakin kompetitif, terutama dalam era digital yang menuntut kecepatan dan kualitas layanan (Noviyanti dkk., 2024)

Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu wilayah dengan jumlah UMKM terbesar di Indonesia (Hayani dkk., 2025). Tingginya jumlah UMKM tersebut menunjukkan besarnya potensi ekonomi daerah serta peran penting UMKM dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Adapun perkembangan jumlah UMKM di Provinsi Jawa Barat dari tahun 2019 hingga 2025 dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. 1 jumlah UMKM di Provinsi Jawa Barat tahun 2019 - 2025

Tahun	**Jumlah UMKM (Unit)**
2019	2.800.043
2020	2.974.354
2021	3.158.382
2022	3.353.799
2023	3.561.305
2024	3.069.078
2025	5.400.000

Sumber: Dinas Koperasi Dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat

Berdasarkan tabel tersebut, jumlah UMKM di Provinsi Jawa Barat menunjukkan perkembangan yang cenderung meningkat selama periode 2019–2025 meskipun mengalami fluktuasi pada beberapa tahun tertentu. Jumlah UMKM meningkat dari 2.800.043 unit pada tahun 2019 menjadi 3.561.305 unit pada tahun 2023. Namun, pada tahun 2024 jumlah UMKM mengalami penurunan menjadi 3.069.078 unit sebelum kembali meningkat secara signifikan pada tahun 2025 hingga mencapai sekitar 5,4 juta unit. Secara umum, perkembangan tersebut menunjukkan bahwa sektor UMKM terus mengalami pertumbuhan dan memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian daerah, khususnya dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong aktivitas ekonomi di

berbagai sektor usaha.

Selain mengalami peningkatan secara keseluruhan, persebaran UMKM di beberapa kabupaten/kota di Provinsi Jawa Barat pada tahun 2025 juga menunjukkan jumlah yang cukup besar. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. 2 Proyeksi Jumlah UMKM Kuliner Berdasarkan Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Barat Tahun 2025

No	**Kabupaten/Kota**	**Jumlah UMKM Kuliner**
1	Kabupaten Bogor	1.044
2	Kabupaten Sukabumi	80
3	Kabupaten Cianjur	182
4	Kabupaten Bandung	195
5	Kabupaten Garut	245
6	Kabupaten Tasikmalaya	114
7	Kabupaten Ciamis	201
8	Kabupaten Kuningan	160
9	Kabupaten Cirebon	294
10	Kabupaten Majalengka	155
11	Kabupaten Sumedang	460
12	Kabupaten Indramayu	123
13	Kabupaten Subang	148
14	Kabupaten Purwakarta	140
15	Kabupaten Karawang	208
16	Kabupaten Bekasi	868
17	Kabupaten Bandung Barat	287
18	Kabupaten Pangandaran	852
19	Kota Bogor	1.117
20	Kota Sukabumi	265
21	Kota Bandung	797
22	Kota Cirebon	146
23	Kota Bekasi	2.477

No	Kabupaten/Kota	Jumlah UMKM Kuliner
24	Kota Depok	1.732
25	Kota Cimahi	197
26	Kota Tasikmalaya	1.834
27	Kota Banjar	96

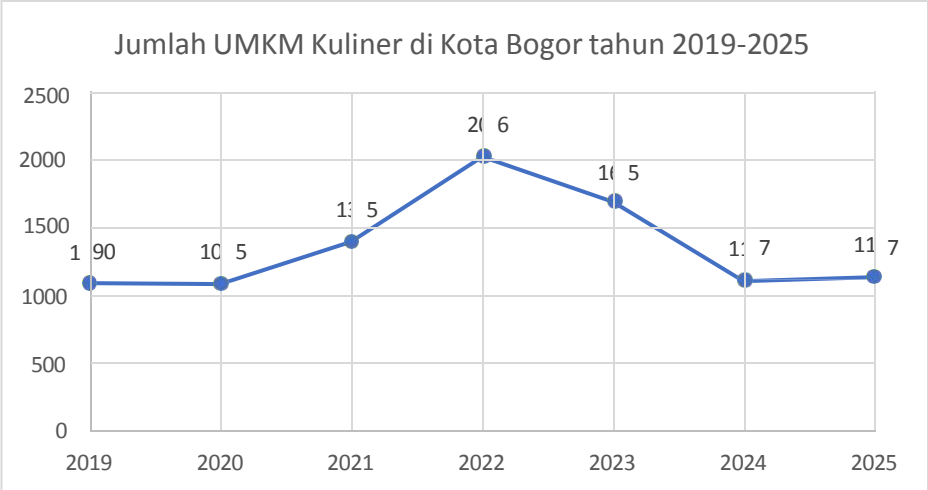
Sumber: BPS provinsi Jawa Barat

Berdasarkan Tabel 1.2, persebaran UMKM kuliner di Provinsi Jawa Barat pada tahun 2025 menunjukkan adanya perbedaan jumlah UMKM pada setiap kabupaten/kota. Kota Bekasi memiliki jumlah UMKM kuliner tertinggi, yaitu sebanyak 2.477 unit, diikuti oleh Kota Tasikmalaya sebanyak 1.834 unit, Kota Depok sebanyak 1.732 unit, Kota Bogor sebanyak 1.117 unit, dan Kabupaten Bogor sebanyak 1.044 unit. Sementara itu, beberapa daerah seperti Kabupaten Sukabumi, Kota Banjar, Kabupaten Tasikmalaya, dan Kabupaten Indramayu memiliki jumlah UMKM kuliner yang relatif lebih sedikit. Data tersebut menunjukkan bahwa sektor UMKM kuliner berkembang di berbagai wilayah di Provinsi Jawa Barat, meskipun tingkat perkembangannya berbeda-beda. Perbedaan jumlah UMKM tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti jumlah penduduk, tingkat aktivitas ekonomi, daya beli masyarakat, perkembangan sektor pariwisata, serta kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan peluang pasar.

Kota Bogor menjadi salah satu daerah yang memiliki jumlah UMKM kuliner cukup besar, yaitu sebanyak 1.117 unit pada tahun 2025. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa sektor kuliner memiliki peran penting dalam mendukung aktivitas perekonomian daerah serta menjadi salah satu sektor yang berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat. Di sisi lain, banyaknya UMKM kuliner juga menunjukkan bahwa tingkat persaingan usaha di Kota Bogor semakin tinggi. Kondisi tersebut menuntut pelaku UMKM untuk terus meningkatkan kualitas produk dan layanan, berinovasi, serta memanfaatkan transformasi digital dan *intellectual capital* agar mampu meningkatkan kinerja usaha dan mempertahankan daya saing di tengah persaingan yang semakin kompetitif.

Perkembangan UMKM di Kota Bogor menunjukkan dinamika yang

fluktuatif selama periode 2019–2025. Berdasarkan data yang tersedia, pada tahun 2019 jumlah UMKM tercatat sebanyak 1.090 unit, kemudian mengalami sedikit penurunan pada tahun 2020 menjadi 1.085 unit. Selanjutnya, jumlah UMKM meningkat menjadi 1.395 unit pada tahun 2021 dan mengalami kenaikan yang cukup signifikan pada tahun 2022 hingga mencapai 2.026 unit. Namun, pada tahun 2023 jumlah UMKM menurun menjadi 1.695 unit dan kembali mengalami penurunan pada tahun 2024 menjadi 1.107 unit. Pada tahun 2025 jumlah UMKM menunjukkan peningkatan meskipun tidak terlalu signifikan, yaitu menjadi 1.137 unit (Dinkop UKM Perdagin Kota Bogor, 2025). Fluktuasi jumlah UMKM tersebut menunjukkan bahwa perkembangan UMKM di Kota Bogor belum sepenuhnya stabil. Kondisi ini mengindikasikan adanya berbagai tantangan yang dihadapi pelaku usaha dalam mempertahankan keberlangsungan dan meningkatkan kinerja usahanya, khususnya pada sektor kuliner. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tepat untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM agar mampu beradaptasi dengan perubahan kondisi ekonomi dan persaingan usaha. Untuk lebih jelasnya, perkembangan jumlah UMKM Kota Bogor dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 1. 1 Grafik Jumlah UMKM Kuliner di Kota Bogor tahun 2019-2025

Sumber: Dinas Koperasi, Usaha Kecil, Menengah, Perdagangan dan Perindustrian Kota Bogor (2025); Ermilia dkk. (2026a)

Berdasarkan Gambar 1.1, jumlah UMKM kuliner di Kota Bogor mengalami perkembangan yang berfluktuasi selama periode 2019–2025. Meskipun terjadi peningkatan yang cukup signifikan pada tahun 2021 dan

mencapai puncaknya pada tahun 2022, jumlah UMKM kembali mengalami penurunan pada tahun 2023 dan 2024 sebelum menunjukkan peningkatan pada tahun 2025. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa tidak seluruh UMKM mampu mempertahankan keberlangsungan dan kinerja usahanya secara konsisten. Fluktuasi tersebut juga menunjukkan bahwa pertumbuhan jumlah UMKM belum sepenuhnya mencerminkan keberhasilan usaha yang berkelanjutan.

Selain perkembangan jumlah UMKM, kualitas pengelolaan usaha di Kota Bogor dapat dilihat melalui indikator legalitas usaha dan kemampuan menembus pasar ekspor. Berdasarkan data Dinkukmdagin Kota Bogor tahun 2025, sekitar 80% UMKM telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) yang menunjukkan meningkatnya kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya administrasi dan legalitas usaha. Selain itu, sebanyak 40 UMKM telah berhasil melakukan ekspor, yang menunjukkan adanya produk UMKM yang memiliki daya saing di pasar internasional (Bunai, 2026). Namun, jumlah UMKM yang mampu menembus pasar ekspor masih relatif terbatas, sehingga peningkatan legalitas usaha belum sepenuhnya diikuti oleh peningkatan daya saing dan kinerja UMKM. Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya pemanfaatan transformasi digital dan pengelolaan intellectual capital dalam mendukung peningkatan kinerja usaha secara berkelanjutan.

Pada sektor kuliner, keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh kemampuan memperoleh pelanggan baru, tetapi juga oleh kemampuan mempertahankan loyalitas pelanggan serta memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Loyalitas pelanggan berperan penting dalam mendukung keberlanjutan usaha melalui pembelian ulang dan rekomendasi kepada konsumen lain, namun banyak pelaku UMKM kuliner masih menghadapi kendala dalam mempertahankannya akibat tingginya persaingan dan beragamnya pilihan produk di pasar (Maulana & Sugiarto, 2023). Di sisi lain, pemanfaatan digital marketing melalui media sosial, marketplace, dan platform online dapat membantu memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan daya saing usaha. Akan tetapi, keterbatasan pengetahuan, keterampilan, dan sumber daya menyebabkan pemanfaatan teknologi digital belum optimal. Kondisi

tersebut menunjukkan bahwa peningkatan jumlah UMKM belum tentu diikuti oleh peningkatan kinerja usaha secara berkelanjutan, sehingga diperlukan upaya untuk memperkuat loyalitas pelanggan dan pemanfaatan digital marketing guna meningkatkan kinerja UMKM kuliner di Kota Bogor.

Perkembangan transformasi digital di Indonesia telah mendorong perubahan signifikan dalam sektor UMKM, termasuk pada bidang kuliner yang semakin memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung operasional dan pemasaran usaha (Rachmat dkk., 2023). Salah satu bentuk implementasi transformasi digital yang paling nyata adalah penggunaan *Online Food Delivery (OFD),* yaitu platform digital yang menghubungkan pelaku usaha kuliner dengan konsumen melalui sistem pemesanan dan pengantaran berbasis aplikasi. Perkembangan OFD di Indonesia pada periode 2020 hingga 2024 diperkirakan mencapai 11,45% (Mulyanto dkk., 2023), yang menunjukkan semakin besarnya potensi pasar digital bagi UMKM kuliner. 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. (2024). Kondisi ini menunjukkan bahwa tingkat adopsi dan pemanfaatan teknologi digital oleh UMKM masih relatif rendah. Hal ini terlihat dari meningkatnya penggunaan platform seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Namun, pemanfaatan OFD belum sepenuhnya mampu meningkatkan kinerja UMKM karena masih terdapat kendala dalam strategi pemasaran digital, pengelolaan operasional, dan mempertahankan pelanggan, sehingga optimalisasi transformasi digital masih menjadi tantangan bagi pelaku UMKM (Sulastriningsih dkk., 2023).

Transformasi digital UMKM di Indonesia juga mengalami peningkatan yang cukup pesat. Kementerian Koperasi dan UKM mencatat bahwa jumlah UMKM yang masuk ke ekosistem digital terus meningkat setiap tahunnya seiring berkembangnya penggunaan media sosial, marketplace, pembayaran digital, dan berbagai sistem berbasis teknologi lainnya (Angelica & Prodjo, 2022). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital telah menjadi kebutuhan penting bagi pelaku UMKM dalam menghadapi

persaingan usaha di era digital. Namun, UMKM lokal sering kali masih menghadapi kendala dalam memasarkan produk mereka. Meskipun mampu memproduksi barang dengan baik, pelaku UMKM terkadang mengalami kesulitan dalam memasarkan produknya karena keterbatasan jaringan pemasaran (Rachmawati dkk., 2023). Masih banyak pelaku UMKM yang belum mampu mengoptimalkan penggunaan teknologi tersebut secara menyeluruh, terutama dalam hal pemasaran digital, pengelolaan data pelanggan, serta pengembangan strategi usaha berbasis teknologi (Rahayu dkk., 2021).

Fenomena lain yang menjadi perhatian adalah masih rendahnya kualitas pengelolaan usaha pada sebagian UMKM kuliner di Kota Bogor. Banyak pelaku usaha yang telah menggunakan platform digital, namun belum mampu mengelola promosi secara konsisten, belum memahami strategi pemasaran digital, serta belum memiliki inovasi produk yang mampu menarik pelanggan secara berkelanjutan (Setiawan & Sudrartono, 2024). Selain itu, masih terdapat UMKM yang mengalami penurunan jumlah pelanggan akibat persaingan harga dan kualitas layanan yang semakin tinggi di era digital (Sahrul & Nuringsih, 2023). Kondisi ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital saja belum cukup untuk meningkatkan kinerja usaha apabila tidak didukung oleh kemampuan internal usaha yang memadai.

Permasalahan tersebut mengindikasikan bahwa transformasi digital usaha saja belum cukup untuk meningkatkan kinerja UMKM secara optimal. Keberhasilan pemanfaatan teknologi digital tidak hanya ditentukan oleh penggunaan platform digital, tetapi juga oleh kesiapan internal pelaku usaha dalam mengelola dan mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki (Cahyadi dkk., 2023). Tanpa didukung oleh kapasitas sumber daya manusia, sistem organisasi, serta jaringan usaha yang memadai, penerapan teknologi digital cenderung hanya bersifat adopsi teknologi tanpa mampu menciptakan peningkatan produktivitas, inovasi, maupun daya saing usaha secara berkelanjutan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital perlu didukung oleh *Intellectual Capital* yang memadai sebagai aset strategis dalam meningkatkan efektivitas pemanfaatan teknologi. *Intellectual Capital*

memungkinkan pelaku UMKM mengembangkan kompetensi, memperkuat sistem organisasi, membangun hubungan bisnis yang berkelanjutan, serta mendorong inovasi sehingga teknologi digital yang diterapkan mampu memberikan dampak nyata terhadap peningkatan produktivitas, efisiensi operasional, dan daya saing usaha.

Intellectual Capital terdiri atas *Human Capital* (kompetensi, keterampilan, dan pengalaman pelaku usaha), *Structural Capital* (sistem manajemen, prosedur operasional, inovasi produk, dan penggunaan teknologi internal), serta *Relational Capital* (hubungan dengan pelanggan, pemasok, dan mitra platform digital) (Hussain dkk., 2025). Ketiga komponen tersebut merupakan aset tidak berwujud yang berperan penting dalam meningkatkan kemampuan UMKM untuk beradaptasi terhadap perubahan, memanfaatkan teknologi digital secara efektif, menghasilkan inovasi, serta membangun hubungan bisnis yang berkelanjutan. *Intellectual Capital* tidak hanya menjadi pendukung transformasi digital, tetapi juga menjadi faktor kunci yang menentukan apakah investasi teknologi mampu menghasilkan peningkatan kinerja, efisiensi operasional, kepuasan pelanggan, dan keunggulan kompetitif UMKM. Penguatan *Intellectual Capital* menjadi kebutuhan yang mendesak bagi UMKM agar transformasi digital yang dilakukan dapat memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kinerja usaha.

Pada aspek *Human Capital*, kompetensi digital pelaku UMKM di Indonesia masih relatif terbatas. Berdasarkan data, sekitar 70–80% UMKM di Indonesia belum melek digital, sehingga belum mampu mengoptimalkan penggunaan teknologi dalam kegiatan usaha (Kompas.com, 2022). Kondisi ini menunjukkan bahwa keterbatasan keterampilan dan literasi digital masih menjadi hambatan utama dalam proses transformasi digital UMKM. Pada aspek *Structural Capital*, sebagian besar UMKM di Indonesia masih menghadapi keterbatasan dalam pengelolaan administrasi usaha. Sebanyak 77,5% UMKM belum memiliki pencatatan keuangan yang akurat, sehingga menghambat pengelolaan usaha serta pengambilan keputusan strategis dalam pengembangan bisnis (Habibah & Kusmayadi, 2025). Rendahnya penerapan sistem ini menyebabkan proses pengelolaan usaha menjadi kurang efektif dan

tidak terstruktur, sehingga berdampak pada rendahnya efisiensi operasional serta kesulitan dalam memantau kinerja usaha secara menyeluruh.

UMKM yang memiliki pengelolaan *Intellectual Capital* yang baik cenderung menunjukkan kinerja usaha yang lebih tinggi dibandingkan UMKM yang belum mengelola sumber daya pengetahuan secara optimal (Mulyana dkk., 2023). Hal ini menegaskan bahwa keberhasilan transformasi digital tidak hanya ditentukan oleh penggunaan teknologi, tetapi juga oleh kualitas sumber daya manusia dan sistem internal yang dimiliki. Meskipun adopsi teknologi digital seperti platform OFD terus meningkat, tanpa didukung oleh *Human Capital* dan *Structural Capital* yang memadai, maka kinerja UMKM tidak akan mengalami peningkatan yang optimal (Chyntia dkk., 2025). Oleh karena itu, integrasi antara transformasi digital dan *Intellectual Capital* menjadi faktor kunci dalam meningkatkan kinerja UMKM, khususnya pada sektor kuliner di Kota Bogor. Dengan demikian, keberhasilan transformasi digital sangat bergantung pada kualitas *Intellectual Capital* yang dimiliki oleh pelaku UMKM.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *Intellectual Capital* dan transformasi digital usaha berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Menurut Artati (2024), tidak semua komponen *Intellectual Capital* berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM, sehingga pengaruhnya dapat berbeda tergantung kondisi usaha. Selanjutnya, Vanesa & Hariyati (2025) menemukan bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM, terutama jika didukung oleh inovasi. Namun, Mulyana dkk. (2023) menunjukkan hasil berbeda, yaitu *Intellectual Capital* tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Di sisi lain, Susanto dkk. (2023) membuktikan bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kinerja UMKM. Sementara itu, Rosita dkk. (2023) menemukan bahwa pengaruh *Intellectual Capital* terhadap kinerja UMKM dapat terjadi melalui variabel perantara seperti inovasi atau sumber daya. Selain itu, penelitian yang mengkaji pengaruh *Intellectual Capital* dan transformasi digital secara simultan terhadap kinerja UMKM, khususnya di sektor kuliner Kota Bogor, masih sangat terbatas sehingga diperlukan

penelitian lebih lanjut.

Berdasarkan fenomena tersebut, terdapat kesenjangan antara besarnya potensi UMKM dan peluang digital dengan realitas kinerja usaha yang belum stabil. Hal ini menimbulkan pertanyaan penting mengenai sejauh mana *Intellectual Capital* dan transformasi digital usaha benar-benar berpengaruh terhadap kinerja UMKM kuliner di Kota Bogor. Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh *Intellectual Capital* dan transformasi digital usaha terhadap kinerja UMKM kuliner Kota Bogor menjadi relevan dan penting untuk dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian mengenai *Intellectual Capital* dan transformasi digital pada sektor UMKM, serta memberikan implikasi praktis bagi pelaku usaha dan pemerintah daerah dalam merumuskan strategi peningkatan kinerja yang berkelanjutan di era ekonomi digital.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *Intellectual Capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM kuliner di Kota Bogor?
2. Apakah transformasi digital usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM kuliner di Kota Bogor?
3. Apakah *Intellectual Capital* dan transformasi digital usaha secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM kuliner di Kota Bogor?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Intellectual Capital* terhadap kinerja UMKM kuliner di Kota Bogor.
2. Untuk mengetahui pengaruh transformasi digital usaha terhadap kinerja UMKM kuliner di Kota Bogor.

3. Untuk mengetahui pengaruh simultan antara modal intelektual dan transformasi digital terhadap kinerja UMKM kuliner di Kota Bogor.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi baik secara teoretis maupun praktis dalam bidang manajemen pemasaran, dengan rincian sebagai berikut:

1. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai peran *Intellectual Capital* (*Human Capital, Structural Capital, dan Relational Capital*) serta transformasi digital usaha dalam meningkatkan kinerja UMKM, khususnya pada sektor kuliner. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi kinerja UMKM.
2. Secara praktis, temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku UMKM kuliner Kota Bogor dalam mengoptimalkan pengelolaan *Intellectual Capital* serta memanfaatkan transformasi digital, seperti penggunaan media sosial, marketplace, sistem pembayaran digital, dan pencatatan keuangan berbasis teknologi, guna meningkatkan kinerja usaha.
3. Bagi Pemerintah Daerah atau instansi terkait, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam merumuskan kebijakan dan program pembinaan yang mendukung peningkatan kualitas sumber daya manusia serta percepatan digitalisasi UMKM kuliner di Kota Bogor.
4. Bagi akademisi dan peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat berfungsi sebagai referensi ilmiah dan sumber informasi dalam pengembangan kajian mengenai intellectual capital, transformasi digital, dan kinerja UMKM, serta menambah wawasan penulis mengenai pentingnya pengelolaan modal intelektual dan digitalisasi dalam meningkatkan daya saing usaha.

1.5 Batasan Penelitian

Agar ruang lingkup penelitian lebih terdefinisi, penelitian ini memiliki

batasan sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya difokuskan pada UMKM sektor kuliner yang berlokasi di Kota Bogor, dan tidak mencakup UMKM di luar sektor kuliner maupun di luar wilayah Kota Bogor.
2. Variabel penelitian dibatasi pada *Intellectual Capital* dan Transformasi Digital Usaha sebagai variabel independen, serta Kinerja UMKM sebagai variabel dependen.
3. *Intellectual Capital* dibatasi pada kemampuan sumber daya manusia, sistem pengolahan usaha, dan hubungan dengan pelanggan yang mendukung operasional.

DAFTAR PUSTAKA

Absah, Y., Chairunisa Muchtar, Y., & Qamariah, I. (2018). The Effect of Intellectual Capital on Business Performance in Micro-, Small-, and Medium Enterprise (MSME) in Medan City. *KnE Social Sciences*, *3*(10). https://doi.org/10.18502/kss.v3i10.3371

Agus, S. E. (2025). *CENTRAL PUBLISHER EVALUASI KINERJA UMKM BERBASIS KEY PERFORMANCE INDICATORS (KPI): STUDI KASUS PADA CV XYZ*. http://centralpublisher.co.id

Almasih, M., & Mahirun. (2025). CAPITAL TERHADAP KINERJA USAHA MIKRO MENENGAH. *Buletin Bisnis & Manajemen*.

Angelica, G., & Prodjo, W. A. (2022). *KemenkopUKM Targetkan 24 Juta UMKM Masuk Ekosistem Digital Tahun 2023* . Kompas.com.

Anggraini, R. I., Maarif, M. S., Sukmawati, A., & Asikin, Z. (2025). Intellectual Capital in SMEs: A Bibliometric Study and Directions for Future Research. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, *11*(2), 404. https://doi.org/10.17358/ijbe.11.2.404

Arista, S. W., & Hermawan, S. (2025). Improving MSME Performance Based on Digital Marketing, Intellectual Capital, Product Innovation and Competitive Advantage. *Jurnal Manajemen Bisnis*, *16*(2), 526–557. https://doi.org/10.18196/mb.v16i2.25192

Arshad, M. Z., Arshad, D., Lamsali, H., Ibrahim Alshuaibi, A. S., Ibrahim Alshuaibi, M. S., Albashar, G., Shakoor, A., & Chuah, L. F. (2023). Strategic resources alignment for sustainability: The impact of innovation capability and intellectual capital on SME's performance. Moderating role of external environment. *Journal of Cleaner Production*, *417*, 137884. https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2023.137884

Artati, D. (2024). PADA KINERJA UMKM DI KABUPATEN KEBUMEN. *EKUILNOMI : Jurnal Ekonomi Pembangunan*, *6*(2), 2614–7181. https://doi.org/10.36985/ekuilnomi.v6i2.840

Aslamiyah, F., Adila Windarti, R., Farleni, S., Sanjaya, V. F., & Raden Intan

Lampung, U. (2024). Al-A'Mal 176 PENDEKATAN RESOURCE-BASED VIEW (RBV) DALAM MANAJEMEN BISNIS: STRATEGI UNTUK KEUNGGULAN KOMPETITIF YANG BERKELANJUTAN. Dalam *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* (Vol. 1).

Bhirawa, W. T. (2020). Proses Pengolahan Data Dari Model Persamaan Regresi Dengan Menggunakan Statistical Product and Service Solution (SPSS). *Statistika*, 71–83.

Bunai, R. (2026). *Pertumbuhan UMKM Kota Bogor 2025 Tembus 43 Ribu Unit, Mayoritas Sudah Ber-NIB*. BogorOnline.com.

Cahyadi, L. D. C. R., Suryantari, E. P., & Murti, A. A. G. K. (2023). ANALISISFAKTORKESIAPANDIGITALDALAMMELAKUKA NADOPSIDIGITALPADA UMKM. *JURNAL AKUNTANSI PROFESI*.

Clemente-Almendros, J. A., Nicoara-Popescu, D., & Pastor-Sanz, I. (2024). Digital transformation in SMEs: Understanding its determinants and size heterogeneity. *Technology in Society*, *77*, 102483. https://doi.org/10.1016/J.TECHSOC.2024.102483

Cristians, R., Mendrofa, L., & Zebua, D. (2026). PENGARUH TRANSFORMASI DIGITAL TERHADAP KINERJA USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI INDONESIA. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*.

Dewi, N. F., Adelia, J., Fatiha, S. A., Manahuang, W. P., Rachmawati, D., Sudari, S. A., Wijaya, H., Listiana, N., Yusoep Islami, A., & Ulfah, R. (2026). Akselerasi UMKM: Pendampingan Keuangan, Digitalisasi dan Branding pada UMKM Kuliner Kota Depok. *Eastasouth Journal of Positive Community Services*, *4*(02), 250–261. https://doi.org/10.58812/ejpcs.v4i02

Endang, S., & Irena, P. P. (2022). Pengaruh Implementasi Intellectual Capital terhadap Keberlanjutan Usaha di Masa Pandemi. *Jurnal Riset Akuntansi*, 91–98. https://doi.org/10.29313/jra.v2i2.1265

Ermilia, H., Arifien, Y., & Fitriani, A. (2026a). Indikator Keberhasilan Usaha

Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kuliner di Kota Bogor. *Jurnal EMT KITA*, *10*(1), 40–53. https://doi.org/10.35870/emt.v10i1.5372

Ermilia, H., Arifien, Y., & Fitriani, A. (2026b). Indikator Keberhasilan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kuliner di Kota Bogor. *Jurnal EMT KITA*, *10*(1), 40–53. https://doi.org/10.35870/emt.v10i1.5372

Gueler, M. S., & Schneider, S. (2021). The resource-based view in business ecosystems: A perspective on the determinants of a valuable resource and capability. *Journal of Business Research*, *133*, 158–169. https://doi.org/10.1016/J.JBUSRES.2021.04.061

Habibah, N. K., & Kusmayadi, D. (2025). ANALISIS PENERAPAN PENCATATAN KEUANGAN SEDERHANA PADA UMKM: STUDI KASUS WARMART. Dalam *Jurnal Eko-Bisma* | (Vol. 4, Nomor 2).

Hayani, F. S., Jajang, D., Sofiyanti, N., & Nurhasanah, N. (2025). MSME Performance in West Java Seen from Internal Factors: Systematic Literature Review (SLR) Kinerja UMKM di Jawa Barat Dilihat dari Faktor Internal: Systematic Literature Review (SLR). Dalam *Community Engagement & Emergence Journal* (Vol. 6).

Husaini, H. (2026). PENGARUH TRANSFORMASI DIGITAL TERHADAP KINERJA USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI ERA EKONOMI DIGITAL. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Manajemen*. https://e-journal.nidaresearch.com/index.php/jpem

Hussain, K., Ansari, J., & Mubarik, S. (2025). Brains and Bytes: Linking Intellectual Capital and Digital Transformation to the Triple Bottom Line Performance of Manufacturing SMEs of Pakistan. *International Journal of Contemporary Business and Economics*, *03*(01), 70.

Hutauruk, A. N., & Yanti, H. B. (2025). PENGARUH GREEN ACCOUNTING, DIVERSIFIKASI BISNIS, DAN MODAL INTELEKTUAL TERHADAP KINERJA KEUANGAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2022–2024. *JURNAL LENTERA BISNIS*, *14*(2), 1698–1710. https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i2.1524

Indriyani, S., Yuliani, N. L., & Purwatini, A. H. (2022). *nurisnainayati,+4.++Sita+Indriyani,+Nur+Laila+Yuliani,+Anissa +Hakim+Purwantini_Universitas+Muhammadiyah+Magelang*.

Komalasari, E., Al Munaya, R., & Melati, R. G. (t.t.). *TRANSFORMASI DIGITAL UMKM: KAPABILITAS TEKNOLOGI INFORMASI KOMUNIKASI DAN KAPABILITAS KEUANGAN DIGITAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA BISNIS PADA USAHA KULINER KOTA PEKANBARU*.

Komalasari, E., Nurmasari, Munaya, R. aAl, & Melati, R. G. (2025). *Transformasi Digital Umkm: Kapabilitas Teknologi Informasi Komunikasi Dan K...* 380–393.

Kompas.com. (2022). *Sekjen Asosiasi UMKM: 70-80 Persen UMKM Indonesia Belum Melek Digital* .

Latifah, H., Pebriana, P. H., Anry, A. A., Ashilah, J., Aprilia, P. R., Ramadhani, S., Angelica, N., & Junita, Y. (2025). *The Influence of the Problem-Based Learning (PBL) Model on Students' Active Participation in the Pancasila Education Subject at Elementary School*. *4*(3), 841–853.

Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan*, *14*(3), 333–342. https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342

Martínez-Sánchez, A., Vicente-Oliva, S., & Pérez-Pérez, M. (2020). The relationship between R&D, the absorptive capacity of knowledge, human resource flexibility and innovation: Mediator effects on industrial firms. *Journal of Business Research*, *118*, 431–440. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.07.014

Matarazzo, M., Penco, L., Profumo, G., & Quaglia, R. (2021). Digital transformation and customer value creation in Made in Italy SMEs: A dynamic capabilities perspective. *Journal of Business Research*, *123*, 642–656. https://doi.org/10.1016/J.JBUSRES.2020.10.033

Maulana, G., & Sugiarto, A. P. (2023). STRATEGI KOMUNIKASI

DIGITAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN UMKM. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*.

Mawardi, G. R., Sudari, S. A., & Pambreni, Y. (2025). Influence of Work-Life Balance and Job Satisfaction on Employee Performance at UMKM Menteng Jaya. *Best Journal of Administration and Management*, *4*(1), 25–34. https://doi.org/https://doi.org/10.56403/bejam.v4i1.334

Mikalef, P., Boura, M., Lekakos, G., & Krogstie, J. (2019). Big data analytics and firm performance: Findings from a mixed-method approach. *Journal of Business Research*, *98*, 261–276. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.01.044

Momanyi, C., Orwaru, M., Agasa, L., & Tombe, R. (2025). Digital Transformation and SME Growth: Understanding the Role of E-Commerce Awareness and Technology Adoption. *International Journal of Business and Economics Research*, *14*(5), 211–224. https://doi.org/10.11648/j.ijber.20251405.13

Monson, F. K. S. (2024). Unveiling the strategic resource dimension: A bibliometric and systematic review of the Resource-Based View and its application to corporate governance. *The Journal of High Technology Management Research*, *35*(2), 100516. https://doi.org/10.1016/J.HITECH.2024.100516

Muda, S., Rahman, M. R. C. A., Hamzah, N., & Saleh, N. M. (2020). Intellectual Capital and SMEs' Business Performance from an Organisational Lifecycle Perspective. *The South East Asian Journal of Management*, *14*(1). https://doi.org/10.21002/seam.v14i1.11939

Mukaro, C. T., Deka, A., & Rukani, S. (2023). The influence of intellectual capital on organizational performance. *Future Business Journal*, *9*(1). https://doi.org/10.1186/s43093-023-00208-1

Mulyana, H., Yuniarsih, T., & Hadijah, H. S. (2023). *Optimalisasi Intellectual Capital terhadap Kinerja UMKM Kuliner Dimediasi Innovation Capability*. https://doi.org/10.17509/manajerial.v23i1

Nasih, M. (2011). *PERAN STRATEGIS INTELLECTUAL CAPITAL SEBAGAI VARIABEL ANTARA PENGARUH FINANCIAL CAPITAL*

TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN. *15*(2), 194–209.

Noviyanti, Anawati, S., Islami, A. Y., & Syahrani, S. D. (2025). Pengenalan Aplikasi Akuntansiku sebagai Pencatatan Keuangan Usaha Pada UMKM Toko Perabotan MA. *Easta Journal of Innovative Community Services*, *3*.

Noviyanti, Anawati, S., Silami, A. Y., & Nugroho, F. (2024). Sosialisasi Pembukuan Sederhana Untuk Pemberdayaan UMKM GDC Kota Depok. *Eastasouth Journal of Impactive Community Services*.

Nurhidayati, F., Subroto, W. T., & Listiadi, A. (2025). Pengaruh Intellectual Capital, Kepemimpinan, Budaya Organisasi, dan Keberlanjutan Lingkungan terhadap Kinerja Perusahaan dengan Inovasi sebagai Pemoderasi. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, *16*(3), 640–653. https://doi.org/10.33059/jseb.v16i3.11011

Nurullaily, S. (2026). MODEL INTEGRATIF PENGARUH SERTIFIKASI HALAL, LITERASI KEUANGAN SYARIAH, DAN ADOPSI DIGITAL TERHADAP KINERJA DAN DAYA SAING UMKM HALAL DI YOGYAKARTA. *JURNAL LENTERA BISNIS*, *15*(1), 1818–1832. https://doi.org/10.34127/jrlab.v15i1.2131

Pambreni, Y., Maghfuriyah, A., & Udriyah. (2024). PENINGKATAN USAHA KERIPIK SINGKONG BERBASIS TEKNOLOGI TEPAT GUNA MENUJU UMKM YANG BERDAYA SAING PASCA PANDEMI. *Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, *6*(1), 35–40. https://doi.org/https://doi.org/10.31092/kuat.v6i1.2342

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

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 Pelatihan 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

Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*.

Rachmat, A. A., Rahman, A., & Tata, S. (2023). Penggunaan Transformasi Digital Bisnis Untuk Para Pelaku UMKM Kuliner. *JURNAL RISET MANAJEMEN DAN EKONOMI (JRIME)*, *2*(1), 180–189. https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v2i1.1130

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). https://doi.org/https://doi.org/10.30871/jaba.v7i2.6345

Rahayu, Y., Riyanto, A., Hudin, J. M., & Artikel, S. (2021). Adaptasi Strategi Digital Marketing Menuju Break-Even Point: Studi Grounded Theory pada UMKM Manufaktur-Retail. *Jurnal Sistem Informasi dan Statistik*. https://doi.org/10.31294/justika.v5i1

Renya Rosari, Trinandari Prasetyo Nugrahanti, Laili Savitri Noor, Mohammad Muslimin, & Akhmad Nur Zaroni. (2024a). The Effect of Intellectual Capital on MSME Performance Through Innovation as an Intervening Variable. *International Journal of Social Science and Business*, *8*(1), 161–168. https://doi.org/10.23887/ijssb.v8i1.68776

Renya Rosari, Trinandari Prasetyo Nugrahanti, Laili Savitri Noor, Mohammad Muslimin, & Akhmad Nur Zaroni. (2024b). The Effect of Intellectual Capital on MSME Performance Through Innovation as an Intervening Variable. *International Journal of Social Science and Business*, *8*(1), 161–168. https://doi.org/10.23887/ijssb.v8i1.68776

Ridho, A., Putra, Y. M., & Nashar, M. (2025). Pelatihan pembiayaan untuk meningkatkan operasional UMKM di Provinsi DKI Jakarta. Journal of Social Welfare and Community Development (SOWEL), 2(1), 32–46. https://doi.org/10.70550/sowel.v2i1.29

Rifai, S. M., Bunga Meiliana Daulay, P., & Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, S. (2024). *Analisis Hubungan antara Kepemimpinan Kewirausahaan, Transformasi Digital, dan Kinerja*

UMKM. http://ojs.pnb.ac.id/index.php/JBK

Rosita, Susanto, H., Ayu Kade Rachmawati Kusasih, I., Wulandari, A., & Prasetyo Ardi, R. (2023). PERAN INTELLECTUAL CAPITAL PADA KEUNGGULAN. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, *11*(2), 2023. https://www.online-pajak.com/seputar-pph-final/permasalahan-UMKM

Sahrul, E. A., & Nuringsih, K. (2023). PERAN E-COMMERCE, MEDIA SOSIAL DAN DIGITAL TRANSFORMATION UNTUK PENINGKATAN KINERJA BISNIS UMKM. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, *7*(2), 286–299. https://doi.org/10.24912/jmieb.v7i2.23293

Setiawan, A., & Sudrartono, T. (2024). Digitalization Of MSME Marketing Strategies To Increase Sales Of Blewup Brand Bag Products In E-Commerce. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, *5*(2), 3242–3248. http://journal.yrpipku.com/index.php/msej

Sri, W. D., & Hotma, U. T. A. (2024). Dampak Transformasi Digital Pada Pasar Tradisional. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan*, *8*(1). https://doi.org/10.35130/jrimk

Suci, A. W., Dwi Ayu Pangesti, R., & Penulis, N. (2023). *Pengaruh Dana BPUM, Human Capital, dan Digital Marketing Terhadap Kinerja UMKM (Studi Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kabupaten Malang)* (Vol. 4, Nomor 2).

Sugiono. (2020). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF & KUALITATIF*.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*.

Sulastriningsih, R. D., Wijaya, S., Dewi, K., Komalasari, Y., Mauliana, P., Firmansyah, R., & Hunaifi, N. (2023). Analisis Implementasi Online Food Delivery (OFD) Sebagai Strategi Pemasaran Digital di Food Court Tjendana Food Point. *JURNAL ILMU MANAJAMEN, EKONOMI DAN KEWIRAUSAHAAN*, *3*(2).

Susanto, H., Fuady, M., Ekonomi dan Bisnis, F., Pembangunan Nasional, U., Yogyakarta, V., & Kunci, K. (2026). ANALISIS INTELLECTUAL CAPITAL TERHADAP BUSINESS RESILIENCE UKM

EKOWISATA DENGAN DIGITAL CAPABILITY SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. Dalam / *Jurnal Manajemen* (Vol. 16, Nomor 1). http://jurnalfe.ustjogja.ac.id

Truong, B. T. T., & Nguyen, P. V. (2024). Driving business performance through intellectual capital, absorptive capacity, and innovation: The mediating influence of environmental compliance and innovation. *Asia Pacific Management Review*, *29*(1), 64–75. https://doi.org/10.1016/J.APMRV.2023.06.004

Ulfa, R. (2019). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Teknodik*, *6115*, 196–215. https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554

Utami, Y., Muslim Rasmanna, P., & Khairunnisa. (2023). Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrument Penilaian Kinerja Dosen. *Jurnal Sains dan Teknologi*, *4*(2), 21–24.

Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *7*(1), 2896–2910.

Witanti, W., & Asep Id Hadiana, dan. (2016). *PENGUKURAN KINERJA PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DENGAN BALANCED SCORECARD (BSC)*.

Yusup, A. K. (2024). HOW DOES INTELLECTUAL CAPITAL AFFECT FIRM PERFORMANCE ACROSS DIFFERENT LEVELS? A QUANTILE REGRESSION APPROACH. *Management Analysis Journal*.

Yuwono, W., Rosalina, S., & Kunci, K. (2026). Anteseden dan Konsekuensi dari Variabel Kolaborasi Internal dan Eksternal Terhadap Transformasi Digital UMKM. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, *7*(1), 65–76. https://doi.org/10.47065/jbe.v7i1.9176

Zhang, Y., Hou, Z., Yang, F., Yang, M. M., & Wang, Z. (2021). Discovering the evolution of resource-based theory: Science mapping based on bibliometric analysis. *Journal of Business Research*, *137*, 500–516. https://doi.org/10.1016/J.JBUSRES.2021.08.055