

BAB II

LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Theory of Performance

Grand Theory yang digunakan dalam penelitian ini adalah Theory of Performance. Theory of Performance merupakan konsep kunci dalam pengelolaan sumber daya manusia dan psikologi organisasi yang bertujuan untuk menguraikan, meramalkan, serta mengukur performa individu dalam sebuah organisasi. Pandangan teori ini melihat kinerja sebagai hasil dari kombinasi berbagai faktor, baik yang bersifat pribadi maupun lingkungan, yang bekerja bersama-sama untuk menghasilkan hasil yang diharapkan oleh organisasi. Teori ini menekankan bahwa inti dari kinerja adalah seperangkat perilaku pegawai yang berkontribusi pada pencapaian tujuan organisasi. Teori inilah yang menjadi dasar bagi penulis untuk memilih variabel Implementasi etika bisnis, transformasi digital, kredit bank, dan kinerja sebagai variabel yang perlu diteliti, mengingat hubungan antar keempat variabel tersebut. Diharapkan, Implementasi etika bisnis, transformasi digital, dan akses kredit bank dapat meningkatkan kinerja UMKM.

Implementasi etika bisnis dalam UMKM dapat dipahami sebagai aspek perilaku organisasi yang menggambarkan nilai, norma, dan integritas dalam menjalankan kegiatan bisnis. Etika bisnis tidak hanya berfungsi sebagai dasar moral, tetapi juga penting dalam membangun kepercayaan dengan pelanggan, mitra, serta lembaga keuangan. Dengan menerapkan prinsip etika secara konsisten, UMKM dapat menciptakan suasana kerja yang positif, meningkatkan reputasi, dan memperkuat loyalitas pelanggan. Semua ini menjadi faktor vital yang berdampak pada peningkatan kinerja secara keseluruhan.

Di sisi lain, transformasi digital dan akses terhadap kredit bank merupakan dukungan dari lingkungan eksternal yang memperkuat kemampuan UMKM dalam menghadapi tantangan bisnis saat ini. Digitalisasi memberi peluang bagi UMKM

untuk memperbaiki efisiensi operasional, memperluas pasar, dan mendapatkan data yang bermanfaat untuk pengambilan keputusan strategis. Sementara itu, kredit bank memberikan dukungan keuangan yang diperlukan untuk pertumbuhan, inovasi, dan penguatan daya saing. Jika ketiga variabel yaitu etika bisnis, digitalisasi, dan pembiayaan bekerja secara sinergis, maka kinerja UMKM dapat mengalami peningkatan yang signifikan, sesuai dengan prinsip utama Teori Kinerja yang menyoroti pentingnya interaksi antara faktor individu dan lingkungan dalam mencapai hasil yang optimal.

2.2 Etika Bisnis

2.2.1 Definisi Etika Bisnis

Etika bisnis adalah seperangkat prinsip dan nilai moral yang mengatur perilaku individu dan organisasi dalam konteks bisnis. Etika bisnis penting untuk membangun kepercayaan dan reputasi yang baik di antara pelanggan, karyawan, dan pemangku kepentingan lainnya. Menurut Ferrell, O. C., & Fraedrich, J. (2023) Etika bisnis adalah seperangkat prinsip dan nilai moral yang membimbing perilaku dan keputusan dalam konteks bisnis. Etika bisnis mencakup aspek-aspek seperti kejujuran, integritas, tanggung jawab sosial, dan penghormatan terhadap hak-hak individu serta lingkungan. Etika bisnis bertujuan untuk memastikan bahwa praktik bisnis dilakukan secara adil, transparan, dan bertanggung jawab, serta untuk membangun kepercayaan antara perusahaan dan para pemangku kepentingan. Ferrell dan Fraedrich mendefinisikan etika bisnis sebagai "*a set of principles and standards that guide behavior in the world of business*" (seperangkat prinsip dan standar yang membimbing perilaku dalam dunia bisnis). Mereka menekankan pentingnya etika bisnis dalam menciptakan kepercayaan antara perusahaan dan pemangku kepentingan, serta dalam memastikan praktik bisnis yang adil dan bertanggung jawab.

Etika bisnis yang kuat juga melibatkan komitmen untuk menjaga keberlanjutan lingkungan dan memperhatikan dampak sosial dari keputusan bisnis. Perusahaan yang mengintegrasikan prinsip-prinsip etika bisnis dalam setiap aspek operasionalnya cenderung lebih berkelanjutan dan dihormati oleh masyarakat. Selain itu, etika bisnis yang baik juga dapat menciptakan lingkungan kerja yang positif dan mendukung pertumbuhan karier karyawan. Dengan mempromosikan nilai-nilai seperti integritas dan tanggung jawab sosial, perusahaan dapat membangun budaya organisasi yang sehat dan produktif. Etika bisnis bukan hanya tentang kepatuhan terhadap aturan dan regulasi, tetapi juga tentang mengadopsi sikap yang bertanggung jawab dan peduli terhadap dampak yang dihasilkan oleh setiap keputusan bisnis yang diambil.

Etika bisnis merupakan bagian dari etika profesi yang membahas prinsip, kondisi, dan masalah terkait praktik bisnis yang baik dan etis. Etika bisnis berfungsi untuk menggugah kesadaran moral pelaku bisnis agar beroperasi secara jujur, bertanggung jawab, dan adil demi keberhasilan jangka panjang perusahaan. Dalam konteks teori, Hasan *et al.* (2022) menjelaskan bahwa etika bisnis mencakup berbagai pendekatan, termasuk utilitarianisme yang menilai tindakan berdasarkan manfaat terbesar bagi banyak orang, deontologi yang menekankan kewajiban moral, serta teori keadilan yang fokus pada distribusi sumber daya secara adil. Berdasarkan pemaparan di atas penulis menyimpulkan bahwa etika bisnis merupakan seperangkat prinsip dan nilai moral yang membimbing perilaku serta keputusan dalam dunia bisnis. Etika ini mencakup aspek kejujuran, integritas, tanggung jawab sosial, dan penghormatan terhadap hak individu serta lingkungan. Penerapan etika bisnis yang kuat berperan dalam membangun kepercayaan antara perusahaan dan pemangku kepentingan, menciptakan reputasi yang baik, serta memastikan praktik bisnis yang adil dan transparan. Selain itu, etika bisnis juga berkontribusi terhadap

keberlanjutan lingkungan dan kesejahteraan sosial, sehingga perusahaan yang menerapkannya cenderung lebih dihormati dan berkelanjutan. Dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip etika dalam setiap aspek operasional, perusahaan dapat menciptakan lingkungan kerja yang positif, produktif, dan mendukung pertumbuhan karyawan.

Pedagang grosir merupakan pelaku ekonomi (pedagang) yang menjual barang dalam jumlah besar, sedangkan pedagang eceran merupakan pedagang grosir atau pengecer. Pedagang grosir biasanya menjual produk dalam jumlah besar kepada pengecer kecil, yang kemudian menjualnya kembali secara satuan atau eceran di toko (A. Grace *et al.*, 2024). E-commerce juga merupakan sektor yang berkembang pesat di Indonesia dengan berbagai jenis toko online yang menjual berbagai jenis produk.

Etika bisnis merupakan kode moral yang mengatur perilaku individu atau perusahaan dalam dunia bisnis. Etika bisnis meliputi berbagai aspek, seperti integritas, profesionalisme, transparansi, tanggung jawab sosial, dan kewajaran. Menurut Reddy & Reinartz (2022), UMKM yang menerapkan transformasi digital secara signifikan meningkatkan efisiensi operasional dan responsivitas terhadap perubahan pasar. UMKM yang bertransformasi secara digital menunjukkan peningkatan ketangkasan, yang memungkinkan mereka untuk cepat beradaptasi dengan lingkungan bisnis yang berubah, yang sangat penting untuk meraih kesuksesan di era serba cepat saat ini (Bresciani *et al.*, 2022)

2.2.2 Implementasi Etika Bisnis

Implementasi adalah suatu langkah atau realisasi dari sebuah rencana yang telah disusun dengan baik dan rinci. Pelaksanaan ini umumnya dilakukan setelah perencanaan dianggap telah sempurna. Nurdin Usman menyatakan bahwa implementasi adalah sebuah proses yang berfokus pada berbagai aktivitas, aksi, dan tindakan serta mengandung mekanisme sistem,

dan implementasi bukan hanya sekedar kegiatan, tetapi juga merupakan proses yang terorganisir untuk mencapai tujuan dari kegiatan tersebut. (Asiati, S., & Hasanah, U, 2022)

Sementara itu, menurut Sudarsono dalam karyanya yang berjudul Analisis kebijakan publik, pelaksanaan merupakan aktivitas yang berhubungan dengan menyelesaikan sebuah tugas dengan menggunakan alat untuk mencapai hasil yang diharapkan. Pelaksanaan berarti menyediakan alat untuk menjalankan suatu kebijakan dan dapat menghasilkan efek atau konsekuensi terhadap sesuatu. Pelaksanaan juga dipandang sebagai bentuk utama serta langkah-langkah yang sangat krusial dalam proses kebijakan sebuah perusahaan. (Widiastuti, I, 2025)

Pandangan ini juga didukung oleh pendapat Edwards III yang mengatakan bahwa keputusan yang diambil oleh pembuat kebijakan tidak akan dapat diterapkan dengan baik tanpa adanya pelaksanaan yang efisien. Pelaksanaan kebijakan adalah proses yang tampak setelah dikeluarkannya keputusan resmi mengenai suatu kebijakan, yang melibatkan langkah-langkah pengelolaan masukan untuk menghasilkan keluaran atau hasil yang bermanfaat bagi masyarakat.. (Macora, *et al.* , 2024).

Etika dan dunia bisnis sebenarnya tidak saling bertentangan dan berbagai definisi etika bisnis yang beredar di masyarakat sering kali membuat pelaku usaha merasa bingung. Secara umum, etika dapat diartikan sebagai norma atau pedoman yang harus diikuti dalam menjalankan suatu usaha. Nilai-nilai ini berasal dari ajaran para pendahulu kita untuk selalu melakukan hal-hal yang baik. Etika berbeda dengan hukum yang ada, baik itu mengenai aturan maupun regulasi. Perbedaannya terletak pada sanksi yang diterapkan; dalam hukum, jika kita melakukan kesalahan, kita akan mendapatkan hukuman yang tegas. Selain itu, semua peraturan dalam hukum disusun dalam bentuk tertulis dan resmi seperti undang-undang, kebijakan pemerintah, aturan lalu lintas, dan lainnya.

Dapat disimpulkan bahwa implementasi etika bisnis merupakan proses yang melibatkan prinsip moral, kepatuhan hukum, serta komitmen organisasi. Teori deontologi dan utilitarianisme memberikan dasar filosofis dalam pengambilan keputusan etis, sementara pendekatan praktis seperti pengembangan kode etik dan kepemimpinan beretika membantu dalam pelaksanaannya. Faktor eksternal dan internal juga mempengaruhi keberhasilan implementasi etika bisnis dalam suatu perusahaan.

2.2.3 Indikator Etika Bisnis

Berdasarkan penelitian terdahulu, maka penulis menggunakan lima indikator etika bisnis yaitu, Kesesuaian antara kegiatan usaha dengan norma dan nilai masyarakat, kejujuran dalam transaksi dan komunikasi dengan konsumen, tanggung jawab terhadap konsumen dan lingkungan, keadilan dalam memperlakukan karyawan dan mitra usaha, komitmen terhadap integritas dan transparansi dalam pengambilan keputusan. (Ferrell *et al.*, 2020; Sutrisno & Pratama, 2023)

1. Kepatuhan Terhadap Norma Dan Nilai

Dalam menjalankan aktivitas bisnis, kepatuhan terhadap norma dan nilai bukanlah sekadar formalitas, melainkan fondasi moral yang memandu arah perusahaan. Setiap keputusan bisnis seharusnya mencerminkan tanggung jawab pelaku usaha terhadap hukum, budaya, agama, dan etika internal. Sebuah perusahaan yang beretika akan secara konsisten mematuhi peraturan perundang-undangan-mulai dari pelaporan pajak yang transparan hingga perlindungan hak-hak karyawan. Kepatuhan ini mencerminkan komitmen terhadap keadilan dan kesejahteraan bersama.

Tidak hanya hukum yang dijunjung tinggi, perusahaan juga harus sensitif terhadap nilai budaya di lingkungan operasinya. Dengan menghormati adat istiadat dan norma sosial, bisnis menciptakan hubungan yang harmonis dengan masyarakat sekitar. Dalam konteks Indonesia, misalnya, menjaga

kesopanan dalam komunikasi promosi serta menghargai hari-hari keagamaan adalah bentuk nyata dari etika budaya.

Lebih jauh lagi, ajaran agama juga memberikan landasan spiritual dalam berbisnis. Prinsip kejujuran, tanggung jawab, dan kepedulian terhadap sesama menjadi nilai yang melekat dalam setiap tindakan. Perusahaan yang menolak praktik suap, tidak melakukan eksploitasi tenaga kerja, dan menghindari manipulasi data menunjukkan bahwa mereka menjadikan nilai agama sebagai bagian dari etika kerja.

Tak kalah pentingnya adalah etika internal yang diatur melalui kode etik perusahaan. Kode ini menjadi kompas perilaku bagi karyawan dan pimpinan agar selalu bertindak dengan integritas. Menolak gratifikasi, menjaga kerahasiaan data, dan berani melaporkan pelanggaran adalah contoh nyata dari implementasi etika internal yang kuat. Dengan memegang teguh norma dan nilai, bisnis tidak hanya meraih keuntungan finansial, tetapi juga membangun kepercayaan, reputasi, dan keberlanjutan jangka panjang.

2. Kejujuran Dalam Transaksi

Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, kejujuran dalam transaksi menjadi fondasi utama untuk membangun kepercayaan dan reputasi jangka panjang. Pelaku usaha yang menjunjung tinggi kejujuran akan menyampaikan informasi produk secara transparan, tidak menyembunyikan kekurangan, dan tidak melakukan manipulasi harga. Sikap ini menciptakan hubungan yang sehat antara penjual dan pembeli, di mana konsumen merasa aman dan dihargai.

Kejujuran bukan hanya soal berkata benar, tetapi juga tentang konsistensi antara ucapan dan tindakan. Seorang pengusaha yang jujur akan menjaga kualitas barang, tidak mengurangi takaran, dan tidak menjanjikan sesuatu yang tidak bisa dipenuhi. Dalam praktiknya, kejujuran mendorong efisiensi bisnis karena mengurangi konflik, keluhan, dan risiko hukum.

Dalam perspektif etika bisnis Islam, kejujuran adalah nilai spiritual yang sangat dijunjung tinggi. Rasulullah SAW dikenal sebagai pedagang yang jujur dan amanah, dan beliau bersabda bahwa pedagang yang jujur akan dikumpulkan bersama para nabi dan syuhada di akhirat. Prinsip ini menunjukkan bahwa kejujuran bukan hanya etika bisnis, tetapi juga ibadah.

Kejujuran dalam transaksi juga berdampak pada loyalitas pelanggan. Konsumen cenderung kembali kepada penjual yang mereka percaya, bahkan bersedia merekomendasikan kepada orang lain. Dalam jangka panjang, kejujuran menjadi investasi reputasi yang tak ternilai

3. Tanggung Jawab Sosial

Di tengah tuntutan pasar yang semakin kompleks, perusahaan tidak lagi hanya dinilai dari seberapa besar keuntungan yang mereka hasilkan, tetapi juga dari seberapa besar dampak positif yang mereka berikan kepada masyarakat. Tanggung jawab sosial menjadi indikator penting dalam etika bisnis modern, karena mencerminkan kesadaran perusahaan terhadap keberlanjutan dan kesejahteraan Bersama.

Perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial akan memperhatikan dampak lingkungan dari proses produksinya, seperti pengelolaan limbah, efisiensi energi, dan penggunaan bahan ramah lingkungan. Mereka juga aktif dalam kegiatan sosial, seperti pemberdayaan masyarakat, pendidikan, kesehatan, dan bantuan kemanusiaan. Program-program ini bukan sekadar strategi pemasaran, melainkan bentuk kepedulian nyata terhadap kehidupan di sekitar mereka.

Dalam praktiknya, tanggung jawab sosial mencakup perlakuan adil terhadap karyawan, transparansi dalam laporan keuangan, serta keterlibatan aktif dalam pembangunan komunitas lokal. Etika bisnis yang mengedepankan tanggung jawab sosial akan menciptakan hubungan yang harmonis antara perusahaan dan pemangku kepentingan mulai dari konsumen, karyawan,

hingga masyarakat luas. Dengan demikian, perusahaan tidak hanya membangun reputasi yang baik, tetapi juga menjadi agen perubahan yang mendorong terciptanya dunia usaha yang lebih adil dan berkelanjutan.

4. Keadilan Dalam Perlakuan

Dalam dunia bisnis yang kompleks dan penuh persaingan, keadilan dalam perlakuan menjadi kompas etis yang membimbing perusahaan untuk bertindak secara bijak dan bertanggung jawab. Keadilan bukan sekadar slogan, melainkan praktik nyata yang tercermin dalam cara perusahaan memperlakukan karyawan, pelanggan, mitra bisnis, dan masyarakat.

Perusahaan yang menjunjung tinggi keadilan akan memberikan kesempatan yang sama kepada semua karyawan, tanpa memandang latar belakang, gender, agama, atau status sosial. Mereka menerapkan sistem rekrutmen dan promosi yang transparan, berdasarkan kompetensi dan kinerja, bukan koneksi atau favoritisme. Perlakuan yang adil ini menciptakan lingkungan kerja yang inklusif dan memotivasi karyawan untuk berkembang.

Keadilan juga tercermin dalam hubungan dengan pelanggan. Memberikan harga yang wajar, kualitas produk yang sesuai, dan layanan purna jual yang memuaskan adalah bentuk keadilan dalam transaksi. Pelanggan yang merasa diperlakukan dengan adil cenderung loyal dan menjadi promotor alami bagi perusahaan. Dalam konteks mitra bisnis, keadilan berarti menjalin kerja sama yang saling menguntungkan, menghormati kontrak, dan menyelesaikan konflik secara profesional. Perusahaan yang adil tidak akan memanfaatkan posisi dominan untuk menekan mitra yang lebih kecil, melainkan membangun kemitraan yang berkelanjutan.

Keadilan dalam bisnis mencakup distribusi sumber daya secara merata dan pertukaran yang setara antar pihak. Prinsip ini mendorong terciptanya keseimbangan antara kepentingan individu dan kepentingan bersama. Dengan

menerapkan keadilan dalam perlakuan, perusahaan tidak hanya memenuhi standar etika, tetapi juga memperkuat reputasi, meningkatkan produktivitas, dan menciptakan hubungan jangka panjang yang kokoh dengan semua pemangku kepentingan.

5. Transparansi Pengambilan Keputusan

Dalam dunia bisnis yang dinamis, transparansi dalam pengambilan keputusan menjadi fondasi penting untuk menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan beretika. Transparansi berarti bahwa setiap keputusan yang diambil oleh perusahaan dilakukan secara terbuka, dapat dipertanggungjawabkan, dan melibatkan informasi yang relevan bagi semua pemangku kepentingan.

Perusahaan yang menerapkan transparansi akan menyampaikan alasan di balik setiap kebijakan, termasuk dampaknya terhadap karyawan, pelanggan, dan masyarakat. Mereka tidak menyembunyikan informasi penting, seperti laporan keuangan, perubahan strategi, atau risiko bisnis. Dengan begitu, semua pihak yang terlibat dapat memahami arah perusahaan dan memberikan masukan yang konstruktif.

Transparansi juga mencegah praktik manipulatif dan penyalahgunaan wewenang. Ketika proses pengambilan keputusan dilakukan secara tertutup dan tidak jelas, risiko konflik kepentingan dan korupsi meningkat. Sebaliknya, keterbukaan menciptakan budaya kerja yang jujur, di mana karyawan merasa dihargai dan memiliki peran dalam menentukan masa depan perusahaan.

Transparansi adalah pilar utama dalam etika bisnis karena memperkuat kepercayaan konsumen dan reputasi perusahaan. Ketika pelanggan tahu bahwa perusahaan beroperasi dengan jujur dan terbuka, mereka lebih percaya dan loyal terhadap produk atau layanan yang ditawarkan.

2.2.4 Implementasi Etika Bisnis dalam UMKM

Implementasi etika bisnis dalam UMKM meliputi berbagai aspek, seperti transparansi, integritas, tanggung jawab sosial, dan keadilan. Penerapan etika bisnis yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan loyalitas, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kinerja bisnis. Menerapkan etika bisnis yang kuat sangat penting untuk menumbuhkan kepercayaan di antara para pemangku kepentingan dan memastikan keberlanjutan jangka panjang (Smith & Johnson, 2024).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian, namun tantangan dalam menerapkan etika bisnis sering kali lebih kompleks dibandingkan dengan perusahaan besar. Implementasi etika bisnis dalam UMKM berhubungan erat dengan kepemimpinan, budaya organisasi, dan kepatuhan terhadap regulasi. Etika bisnis dalam UMKM melibatkan transparansi, tanggung jawab sosial, serta kepatuhan terhadap hukum dan norma masyarakat.

Implementasi etika bisnis dalam UMKM dapat dilakukan dengan mengadaptasi model tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility/CSR) sesuai dengan skala bisnisnya. Pertama, tanggung jawab ekonomi mengharuskan UMKM memastikan keberlanjutan usaha dengan tetap mengutamakan keuntungan tanpa mengorbankan nilai etika. Kedua, tanggung jawab hukum menekankan pentingnya kepatuhan terhadap peraturan perdagangan, perizinan, dan standar produksi yang berlaku. Ketiga, tanggung jawab etis menuntut UMKM untuk menghindari praktik bisnis yang dapat merugikan konsumen maupun masyarakat, seperti penyalahgunaan bahan baku atau pemasaran yang menyesatkan. Terakhir, tanggung jawab filantropis

mengacu pada kontribusi UMKM terhadap kesejahteraan sosial, misalnya melalui kegiatan amal, pelestarian lingkungan, atau pemberdayaan komunitas lokal. Dengan menerapkan model ini, UMKM dapat menjalankan bisnis secara berkelanjutan sekaligus membangun reputasi yang baik di masyarakat.

Dapat disimpulkan bahwa implementasi etika bisnis dalam UMKM sangat dipengaruhi oleh kesadaran pemilik usaha, budaya lokal, regulasi pemerintah, dan tekanan pasar. Dengan menerapkan prinsip kejujuran, keadilan, tanggung jawab sosial, dan kepatuhan hukum, UMKM dapat membangun reputasi yang baik dan meningkatkan daya saing di pasar. Model tanggung jawab sosial perusahaan serta strategi edukasi dan transparansi menjadi langkah efektif dalam meningkatkan etika bisnis pada UMKM.

2.3 Transformasi Digital

2.3.1 Pengertian Transformasi Digital

Menurut Jones dan Parker (2023), transformasi digital merujuk pada integrasi teknologi digital yang meluas dalam semua aspek operasional dan strategis sebuah organisasi, yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, inovasi produk, dan menciptakan nilai tambah bagi pelanggan. Mereka menekankan bahwa transformasi ini bukan sekadar implementasi teknologi, tetapi juga perubahan budaya dan strategis yang mendalam dalam organisasi.

Menurut McGrath & Maiye (2022) Transformasi digital dapat didefinisikan sebagai penerapan teknologi digital ke dalam setiap bidang dan kegiatan perusahaan, yang selanjutnya mengarah pada perubahan struktur dalam cara perusahaan menjalankan operasional dan memberikan manfaat kepada pelanggan. Transformasi digital merupakan langkah untuk mengadopsi teknologi digital guna memodifikasi proses bisnis, model bisnis, dan cara berinteraksi dengan para pelanggan. Transformasi digital meliputi penerapan teknologi seperti komputasi awan, data besar, Internet of Things (IoT), serta kecerdasan buatan (AI).

Transformasi digital adalah proses mendasar yang terjadi dalam suatu organisasi atau masyarakat akibat penerapan teknologi digital. Ini mencakup pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi yang modern untuk merombak proses, operasi, budaya, dan model bisnis yang sedang berjalan. Transformasi digital berfokus pada penerapan teknologi digital demi meningkatkan kinerja organisasi, efisiensi, pengalaman pengguna, dan menciptakan nilai lebih. Proses ini melibatkan berbagai teknologi seperti komputasi awan, data besar, analitik, kecerdasan buatan, Internet of Things, dan intelijen bisnis. (Anjarwati *et al.*, 2024)

Transformasi digital dapat terjadi di banyak bidang dan sektor, seperti pendidikan, bisnis, pemerintahan, kesehatan, transportasi, dan lainnya. Fokus utamanya adalah mengubah metode kerja yang sudah ada agar menjadi lebih efisien, inovatif, dan responsif terhadap kebutuhan serta harapan pengguna. Dalam pengelolaan ketatausahaan di dunia pendidikan, transformasi digital dapat mencakup penerapan sistem manajemen informasi, platform pembelajaran berbasis online, alat kolaboratif, analitik data, dan otomatisasi tugas administrasi. Tujuannya adalah untuk meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan administrasi, memperbaiki pengalaman bagi siswa, dosen, dan staf, serta meningkatkan mutu layanan akademik. (Saputra, 2023).

Keuntungan dari digitalisasi meliputi peningkatan tingkat produktivitas, efisiensi operasional yang lebih tinggi, pengambilan keputusan yang lebih baik dengan dasar data, pelayanan yang ditawarkan kepada pengguna yang lebih baik, peningkatan inovasi, serta kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan cepat. Meski demikian, transformasi digital juga membawa tantangan, seperti masalah keamanan data, perubahan dalam budaya organisasi, adanya kesenjangan digital, serta ketergantungan pada teknologi. Oleh karena itu, perencanaan yang matang, manajemen perubahan yang efektif, dan pemahaman yang mendalam mengenai kebutuhan pengguna

merupakan faktor-faktor penting untuk mencapai kesuksesan dalam penerapan transformasi digital.

Berdasarkan beberapa pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa Transformasi digital adalah integrasi teknologi digital dalam seluruh aspek operasional dan strategis organisasi yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, inovasi, dan nilai tambah bagi pelanggan. Proses ini tidak hanya melibatkan implementasi teknologi seperti cloud computing, big data, kecerdasan buatan (AI), dan Internet of Things (IoT), tetapi juga perubahan budaya dan strategi dalam organisasi. Transformasi digital terjadi di berbagai sektor, termasuk bisnis, pendidikan, pemerintahan, dan kesehatan, dengan tujuan meningkatkan efisiensi, pengalaman pengguna, dan kualitas layanan.

2.3.2 Indikator Transformasi Digital

Transformasi digital merupakan kemampuan baru yang dikembangkan secara menyeluruh dan mencakup berbagai aspek, yang memungkinkan terjadinya perubahan dalam budaya, organisasi, hubungan, atau model manajemen, sehingga dapat mencapai hasil yang melibatkan penyimpanan database dalam jangka panjang, baik di sektor bisnis maupun pemerintahan publik, dengan tujuan untuk mempermudah kehidupan masyarakat.

Untuk mencapai transformasi digital, penting untuk memanfaatkan teknologi digital terkini dalam menghadirkan perubahan yang berdampak positif bagi perusahaan, serta memastikan kepuasan pelanggan dengan mengubah strategi pemasaran dan menciptakan model bisnis yang baru. Menurut Stich *et al.* (2023) ada tiga indikator transformasi digital, yaitu:

1. Pemanfaatan Teknologi Digital

Di era digital yang terus berkembang, pemanfaatan teknologi digital bukan lagi pilihan, melainkan kebutuhan strategis bagi setiap organisasi. Teknologi telah menjadi tulang punggung dalam mempercepat proses kerja, meningkatkan efisiensi, dan memperluas jangkauan layanan. Perusahaan yang

mampu mengadopsi teknologi digital secara optimal akan lebih siap menghadapi tantangan global dan perubahan pasar yang dinamis.

Pemanfaatan teknologi digital mencakup berbagai aspek, mulai dari penggunaan perangkat lunak berbasis cloud, sistem manajemen data, hingga kecerdasan buatan (AI) dan Internet of Things (IoT). Dengan teknologi ini, proses bisnis yang sebelumnya dilakukan secara manual kini dapat diotomatisasi, sehingga mengurangi kesalahan dan mempercepat pengambilan keputusan. Misalnya, sistem Enterprise Resource Planning (ERP) memungkinkan integrasi data keuangan, logistik, dan sumber daya manusia dalam satu platform yang mudah diakses.

Tidak hanya dalam sektor bisnis, teknologi digital juga dimanfaatkan dalam pemerintahan, pendidikan, dan layanan publik. Pemerintah daerah yang menerapkan sistem e-Government dapat memberikan layanan administrasi yang lebih cepat dan transparan kepada masyarakat. Di bidang pendidikan, platform e-learning dan digital classroom telah membuka akses pembelajaran yang lebih inklusif dan fleksibel.

Namun, pemanfaatan teknologi digital tidak hanya soal alat, tetapi juga soal mindset. Organisasi perlu membangun budaya digital yang mendorong inovasi, kolaborasi, dan pembelajaran berkelanjutan. Tanpa kesiapan mental dan struktur yang mendukung, teknologi canggih sekalipun tidak akan memberikan dampak maksimal. Dengan memanfaatkan teknologi digital secara strategis, organisasi tidak hanya meningkatkan produktivitas, tetapi juga menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan. Transformasi digital bukan sekadar tren, melainkan jalan menuju masa depan yang lebih cerdas, efisien, dan inklusif.

2. Penggunaan Media Sosial

Dalam era transformasi digital, media sosial telah menjelma menjadi alat utama dalam membangun komunikasi yang cepat, interaktif, dan luas. Penggunaan media sosial bukan lagi sekadar hiburan, melainkan strategi

penting dalam menyampaikan informasi, mempromosikan layanan atau produk, serta membangun citra organisasi maupun individu di ruang publik.

Melalui platform digital seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan LinkedIn, pengguna dapat merespon dinamika masyarakat secara real-time, menyuarakan pendapat, serta mendorong partisipasi yang lebih inklusif. Dalam konteks bisnis, media sosial menjadi sarana pemasaran yang efisien dan mampu menjangkau target pasar secara lebih spesifik. Sementara itu, dalam layanan publik, media sosial digunakan untuk memperkuat transparansi, merespon keluhan masyarakat, dan menyampaikan edukasi yang mudah diakses.

Intensitas penggunaan, kualitas konten, konsistensi penyampaian pesan, dan tingkat interaksi menjadi indikator keberhasilan dalam memanfaatkan media sosial. Semakin aktif dan strategis penggunaannya, semakin besar peran media sosial dalam mendorong transformasi digital yang berdampak positif.

Namun, pemanfaatan media sosial memerlukan kecakapan literasi digital. Kemampuan memilah informasi, menjaga etika komunikasi, dan menghindari penyebaran hoaks menjadi aspek penting agar media sosial tetap menjadi ruang yang produktif dan bermanfaat. Dengan pendekatan yang bijak, media sosial tidak hanya membangun eksistensi digital, tetapi juga memperkuat koneksi sosial dan nilai kolaborasi di masyarakat digital

3. Digitalisasi Manajemen Keuangan

Di tengah arus digitalisasi yang semakin meluas, manajemen keuangan tidak lagi dilakukan dengan cara konvensional. Digitalisasi telah mengubah cara organisasi mencatat, mengelola, dan menganalisis data keuangan secara lebih efisien dan akurat. Sistem pencatatan manual yang rentan terhadap kesalahan kini digantikan oleh perangkat lunak akuntansi berbasis cloud, dashboard keuangan otomatis, dan teknologi analitik real-time.

Transformasi ini memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih cepat dan berbasis data. Dengan sistem digital, laporan keuangan dapat diakses kapan saja dan dari mana saja, sehingga meningkatkan transparansi dan akuntabilitas. Proses seperti pelaporan pajak, pengelolaan anggaran, dan audit internal menjadi lebih terstruktur dan minim risiko.

Digitalisasi juga mendukung integrasi antara berbagai fungsi keuangan, seperti pengeluaran, pendapatan, dan investasi, dalam satu platform terpadu. Hal ini memudahkan manajemen dalam memantau arus kas, mengidentifikasi tren keuangan, dan merancang strategi bisnis yang lebih adaptif terhadap perubahan pasar.

Namun, keberhasilan digitalisasi manajemen keuangan tidak hanya bergantung pada teknologi, tetapi juga pada kesiapan sumber daya manusia dan budaya organisasi. Diperlukan pelatihan, perubahan pola pikir, serta komitmen untuk terus berinovasi agar sistem digital benar-benar memberikan dampak positif.

Dengan mengadopsi digitalisasi dalam manajemen keuangan, organisasi tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memperkuat daya saing dan ketahanan bisnis di era digital yang penuh tantangan

4. Inovasi Berbasis Teknologi

Di tengah perubahan zaman yang serba cepat, inovasi berbasis teknologi menjadi kekuatan utama dalam mendorong kemajuan dan daya saing. Organisasi yang mampu berinovasi dengan teknologi tidak hanya bertahan, tetapi juga tumbuh dan memimpin pasar. Inovasi ini dapat berupa penciptaan produk baru, perbaikan proses kerja, atau pengembangan layanan yang lebih efisien dan responsif terhadap kebutuhan pengguna.

Contohnya, banyak perusahaan kini mengembangkan aplikasi berbasis kecerdasan buatan untuk meningkatkan layanan pelanggan, seperti chatbot yang mampu menjawab pertanyaan secara otomatis dan personal. Di sektor

pendidikan, platform pembelajaran digital memungkinkan siswa belajar secara mandiri dengan materi yang disesuaikan. Sementara di bidang kesehatan, teknologi telemedicine membuka akses konsultasi medis jarak jauh yang aman dan cepat.

Inovasi berbasis teknologi juga mendorong kolaborasi lintas sektor. Dengan memanfaatkan data, cloud computing, dan Internet of Things (IoT), organisasi dapat menciptakan ekosistem digital yang saling terhubung dan mendukung pengambilan keputusan berbasis informasi real-time. Hal ini mempercepat proses adaptasi terhadap perubahan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional.

Namun, inovasi tidak hanya soal teknologi canggih, tetapi juga soal keberanian untuk mencoba hal baru dan kemampuan membaca peluang. Organisasi perlu membangun budaya inovatif yang mendorong kreativitas, eksperimen, dan pembelajaran berkelanjutan. Tanpa semangat inovasi, teknologi hanya akan menjadi alat tanpa arah. Dengan mengedepankan inovasi berbasis teknologi, transformasi digital menjadi lebih dari sekadar digitalisasi menjadi proses penciptaan nilai baru yang relevan, berkelanjutan, dan berdampak luas bagi masyarakat

5. Kesiapan SDM

Transformasi digital bukan hanya soal perangkat dan sistem canggih, tetapi juga tentang kesiapan manusia yang mengoperasikannya. Tanpa SDM yang kompeten dan adaptif, teknologi secanggih apa pun tidak akan memberikan dampak maksimal. Oleh karena itu, kesiapan SDM menjadi fondasi utama dalam mewujudkan digitalisasi yang efektif dan berkelanjutan.

Kesiapan ini mencakup literasi digital, kemampuan berpikir kritis, kreativitas, serta kemauan untuk terus belajar. SDM yang siap menghadapi era digital adalah mereka yang mampu mengoperasikan perangkat lunak modern, memahami keamanan siber, dan berkontribusi dalam inovasi berbasis

teknologi. Pelatihan, sertifikasi, dan program pengembangan kompetensi menjadi langkah penting untuk meningkatkan kualitas tenaga kerja.

Di banyak organisasi, transformasi digital mendorong perubahan budaya kerja dari yang hierarkis menjadi lebih kolaboratif dan fleksibel. SDM dituntut untuk tidak hanya mahir secara teknis, tetapi juga memiliki soft skills seperti komunikasi digital, manajemen waktu, dan kemampuan bekerja lintas platform. Hal ini menciptakan lingkungan kerja yang lebih dinamis dan responsif terhadap perubahan.

Namun, tantangan tetap ada. Kesenjangan keterampilan, akses pelatihan yang belum merata, dan resistensi terhadap perubahan menjadi hambatan yang harus diatasi. Oleh karena itu, strategi pengembangan SDM harus dirancang secara sistematis, mulai dari pendidikan formal hingga pelatihan di tempat kerja. Dengan SDM yang siap secara digital, organisasi dapat bergerak lebih cepat, lebih efisien, dan lebih inovatif dalam menghadapi tantangan global. Transformasi digital bukan hanya tentang teknologi, tetapi tentang manusia yang mampu mengubah teknologi menjadi solusi nyata.

2.3.3 Faktor Pendorong terjadinya Transformasi Digital

Menurut pernyataan Dewey, transformasi digital merupakan proses peralihan dari format cetak ke digital, yang kemudian menciptakan ruang fisik dan virtual baru untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Inti dari terjadinya transformasi ini adalah pergeseran dari bentuk itu sendiri; pemahaman tentang konsep ini penting karena perubahan tersebut diakibatkan oleh penerapan teknologi informasi di perpustakaan. Berikut adalah beberapa faktor yang mendorong terjadinya transformasi:

1. Kebutuhan identitas diri (identification) bermakna bahwa pada dasarnya orang ingin dikenal dan ingin memperkenalkan diri terhadap lingkungan.

2. Perubahan gaya hidup (life style) bermakna bahwa perubahan struktur dalam masyarakat, pengaruh budaya lain dan munculnya penemuan-penemuan baru mengenai manusia dan lingkungannya
3. Pengaruh teknologi baru timbulnya perasaan ikut mode, dimana bagian yang masih dapat dipakai secara teknis (belum mencapai umur teknis dipaksa untuk diganti demi mengikuti mode).

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa penyebab transformasi digital berasal dari berbagai perubahan yang berlangsung dengan berbagai cara. Hal ini mendorong individu untuk mencari cara-cara dalam memenuhi kebutuhan mereka. Penemuan yang disebut teknologi informasi ini telah berimbas pada gaya hidup sosial masyarakat, di mana setiap aspek kehidupan semakin mudah berkat penerapan teknologi dalam bentuk digital.

2.3.4 Implementasi Transformasi Digital dalam UMKM

Transformasi digital dalam Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan proses adopsi teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional, daya saing, dan akses pasar. Menurut Laudon dan Traver (2021), transformasi digital dalam bisnis kecil tidak hanya mencakup penggunaan teknologi dalam pemasaran dan penjualan, tetapi juga dalam manajemen keuangan, operasional, serta interaksi dengan pelanggan. Implementasi transformasi digital dalam UMKM bertujuan untuk meningkatkan produktivitas dan memperluas jangkauan bisnis dengan biaya yang lebih efisien.

Jones, P., & Parker, M. (2023). Mengungkapkan bahwa transformasi digital memiliki peran yang krusial dalam mendukung pertumbuhan bisnis kecil di pasar-pasar yang sedang berkembang. Mereka menemukan bahwa adopsi teknologi digital dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas akses pasar bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM),

memungkinkan mereka untuk mencapai pertumbuhan yang lebih cepat dan berkelanjutan.

Salah satu aspek utama transformasi digital dalam UMKM adalah digitalisasi pemasaran dan penjualan. Dengan semakin banyaknya konsumen yang beralih ke platform digital, UMKM dapat memanfaatkan e-commerce, media sosial, dan marketplace untuk menjangkau pelanggan lebih luas. Digital marketing memungkinkan UMKM untuk mempromosikan produk dengan biaya rendah namun memiliki dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan bisnis. Selain itu, metode pembayaran digital seperti e-wallet dan mobile banking juga mendukung kemudahan transaksi bagi konsumen.

Br e s c i a n i *et al.* (20 22) me ne muk an bah wa UMK M yan g bertransformasi secara digital lebih gesit dan mampu merespons perubahan lingkungan dengan cepat, sehingga meningkatkan ketahanan dan kinerja secara keseluruhan. Reddy & Reinartz (2022) menyoroti bahwa penerapan perangkat digital meningkatkan efisiensi operasional, yang memungkinkan UMKM untuk mengurangi biaya dan meningkatkan produktivitas melalui proses pengambilan keputusan yang lebih baik. Selain itu, sebuah studi yang dilakukan oleh Barann *et al.* (2023) menunjukkan bahwa transformasi digital memungkinkan UMKM untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan melalui pengalaman yang dipersonalisasi dan peningkatan kualitas layanan, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan. Lebih lanjut, Zaheer *et al.* (2023) menekankan bahwa perusahaan yang memanfaatkan teknologi digital lebih mungkin untuk berinovasi dalam pengembangan produk dan layanan, yang mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan. Penelitian tentang dampak digitalisasi terhadap inklusi keuangan dan pengaruhnya terhadap produktivitas UMKM di Indonesia masih terbatas. Namun, penelitian yang ada yang dilakukan di negara lain, seperti Tiongkok (Ye *et al.*, 2022), Malaysia (Ilias *et al.*, 2023), India (Yadav & Shaikh, 2023), Sri Lanka (Thathsarani & Jianguo, 2022), dan secara global (Allen *et al.*, 2022;

Khando *et al.*, 2023), menunjukkan bahwa digitalisasi lebih efektif daripada pendekatan konvensional dalam mengurangi kendala keuangan yang dihadapi oleh UKM dan memperkuat inklusi keuangan. Penelitian ini memberikan dasar untuk memahami dampak digitalisasi yang lebih luas. Namun, penelitian ini sebagian besar berfokus pada lingkungan ekonomi dan peraturan yang berbeda, sehingga masih terdapat kesenjangan dalam memahami bagaimana digitalisasi berfungsi dalam konteks Indonesia. Penelitian ini berupaya untuk mengatasi kesenjangan ini dengan mengkaji peran digitalisasi dalam mendorong inklusi keuangan di kalangan UMKM di Indonesia, yang memiliki tantangan unik, seperti populasi yang tidak memiliki rekening bank dalam jumlah besar dan karakteristik bisnis yang bervariasi. Aksesibilitas layanan keuangan pada sektor ini muncul sebagai penentu utama dalam meningkatkan produktivitas UMKM dan meningkatkan ketahanan mereka terhadap guncangan ekonomi.

2.4 Kredit Bank

2.4.1 Pengertian Kredit Bank

Istilah kredit memiliki asal dari bahasa Yunani (*credere*) yang berarti kepercayaan (*truth* atau *faith*), sehingga dasar dari kredit adalah kepercayaan. Sebuah institusi atau individu yang memberikan kredit (*kreditur*) meyakini bahwa penerima kredit atau debitur (*debitur*) di masa depan akan mampu memenuhi semua kewajiban yang telah disepakati. (Hutahaean, B. M, 2024).

Menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992, kredit diartikan sebagai pemberian uang atau klaim yang setara, berdasarkan perjanjian pinjam-meminjam antara lembaga keuangan dan pihak lainnya, yang mengharuskan debitur untuk membayar kembali utangnya setelah periode yang telah ditentukan, disertai dengan jumlah, imbalan, atau pembagian hasil keuntungan.

Sesuai dengan ketentuan pada pasal 1 ayat 11 dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan kredit

adalah “Penyediaan uang atau klaim yang serupa, yang dilakukan berdasarkan kesepakatan pinjam-meminjam antara bank dan pihak lain, yang mengharuskan debitur untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu yang telah ditetapkan dengan jumlah bunga.”(Maeda *et al.*, 20238)

Kredit bank adalah pinjaman yang diberikan oleh bank kepada individu atau organisasi untuk berbagai keperluan, seperti modal kerja, investasi, atau konsumsi. Kredit bank dapat membantu UMKM mengatasi keterbatasan modal dan mendukung pertumbuhan bisnis. Menurut Smith, J., & Brown, K. (2023) Kredit bank adalah pinjaman yang diberikan oleh bank kepada peminjam, yang mencakup syarat dan ketentuan pembayaran, termasuk suku bunga dan persyaratan jaminan.

Dapat disimpulkan bahwa Kredit berasal dari bahasa Yunani *credere*, yang berarti kepercayaan, karena dalam kredit terdapat keyakinan bahwa debitur akan membayar kembali pinjamannya sesuai perjanjian. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 dan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, kredit adalah pemberian uang atau tagihan oleh bank kepada pihak lain dengan kesepakatan bahwa pinjaman tersebut harus dilunasi dalam jangka waktu tertentu dengan bunga atau imbalan lainnya. Kredit bank berperan penting dalam membantu individu maupun bisnis mendapatkan dana, baik untuk modal usaha, investasi, maupun keperluan konsumsi, dengan persyaratan tertentu seperti suku bunga dan jaminan.

2.4.2 Indikator Kredit Bank

Indikator Pemberian kredit yang harus dipenuhi nasabah yang mengajukan kredit yaitu:

1. Kemudahan Akses

Dalam dunia perbankan, kemudahan akses menjadi fondasi utama dalam memperluas jangkauan layanan kredit kepada masyarakat. Ketika layanan keuangan dapat diakses dengan mudah, baik secara fisik maupun

digital, maka potensi inklusi keuangan akan meningkat, dan masyarakat yang sebelumnya tidak terlayani dapat memperoleh kesempatan untuk mengakses pembiayaan formal.

Kemudahan akses mencakup berbagai aspek, seperti tersedianya kantor cabang bank di berbagai wilayah, keberadaan ATM dan agen bank, serta pemanfaatan teknologi digital seperti mobile banking dan internet banking. Dengan adanya layanan digital, nasabah tidak perlu lagi datang langsung ke kantor bank untuk mengajukan kredit atau melakukan transaksi, cukup melalui ponsel pintar dari mana saja dan kapan saja.

Selain itu, kemudahan akses juga berarti proses pengajuan kredit yang tidak rumit, persyaratan yang jelas dan terjangkau, serta waktu pemrosesan yang efisien. Ketika bank menyediakan sistem yang ramah pengguna dan mendukung berbagai lapisan masyarakat termasuk pelaku UMKM dan masyarakat di daerah terpencil maka kepercayaan terhadap lembaga keuangan akan meningkat.

Namun, tantangan tetap ada. Kesenjangan digital, keterbatasan literasi keuangan, dan minimnya infrastruktur di beberapa wilayah masih menjadi hambatan. Oleh karena itu, bank perlu terus berinovasi dan berkolaborasi dengan pemerintah serta sektor teknologi untuk memastikan bahwa akses terhadap kredit benar-benar merata dan inklusif. Dengan memperkuat indikator kemudahan akses, bank tidak hanya meningkatkan volume penyaluran kredit, tetapi juga berkontribusi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih adil dan berkelanjutan.

2. Kesesuaian Jumlah Kredit

Dalam proses pemberian kredit, bank tidak hanya mempertimbangkan permintaan dana dari calon debitur, tetapi juga menilai secara cermat apakah jumlah kredit yang diajukan benar-benar sesuai dengan kebutuhan usaha dan kemampuan finansial peminjam. Kesesuaian jumlah kredit menjadi penentu utama agar pembiayaan yang diberikan tidak berlebihan maupun kurang dari

yang dibutuhkan. Penilaian ini dilakukan melalui analisis terhadap rencana penggunaan dana, proyeksi arus kas, dan kapasitas pembayaran debitur. Jika jumlah kredit terlalu besar, risiko gagal bayar meningkat karena beban cicilan yang tidak sebanding dengan pendapatan. Sebaliknya, jika jumlah kredit terlalu kecil, tujuan pembiayaan tidak tercapai dan usaha debitur bisa terhambat.

Bank juga mempertimbangkan faktor-faktor seperti jaminan yang disediakan, kondisi pasar, dan histori kredit debitur. Dalam praktiknya, penetapan jumlah kredit dilakukan melalui nota analisis yang mencakup data keuangan, laporan usaha, dan wawancara langsung dengan calon peminjam. Tujuannya adalah memastikan bahwa kredit yang disalurkan benar-benar produktif dan dapat dikembalikan sesuai perjanjian. Dengan memastikan kesesuaian jumlah kredit, bank dapat menjaga kualitas portofolio kreditnya, meminimalkan risiko kredit bermasalah, dan mendukung pertumbuhan ekonomi secara sehat dan berkelanjutan.

3. Keringanan Suku Bunga/Tenor

Dalam dunia perbankan, keringanan suku bunga dan tenor menjadi daya tarik utama bagi masyarakat yang ingin mengakses pembiayaan. Suku bunga yang rendah memberikan beban cicilan yang lebih ringan, sehingga debitur dapat mengelola keuangan dengan lebih baik. Sementara itu, tenor yang fleksibel memungkinkan debitur memilih jangka waktu pelunasan sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan mereka.

Bank yang menawarkan keringanan suku bunga biasanya menyesuaikan tarif berdasarkan profil risiko debitur, jenis kredit, dan kondisi pasar. Misalnya, kredit investasi cenderung memiliki bunga lebih rendah dibandingkan kredit konsumsi. Penurunan suku bunga acuan oleh Bank Indonesia juga menjadi faktor yang mendorong bank untuk menurunkan bunga kredit demi mendukung pertumbuhan ekonomi.

Di sisi lain, tenor atau jangka waktu kredit sangat mempengaruhi besaran cicilan bulanan. Tenor yang lebih panjang memang memberikan cicilan yang lebih ringan, tetapi total bunga yang dibayarkan bisa lebih besar. Sebaliknya, tenor pendek mempercepat pelunasan dan mengurangi total bunga, namun membutuhkan kemampuan bayar yang lebih tinggi setiap bulan. Keringanan dalam dua aspek ini bunga dan tenor menunjukkan komitmen bank dalam memberikan solusi pembiayaan yang inklusif dan berkelanjutan. Dengan mempertimbangkan kondisi ekonomi, kemampuan debitur, dan tujuan penggunaan dana, bank dapat merancang skema kredit yang tidak hanya menguntungkan secara bisnis, tetapi juga memberdayakan masyarakat.

4. Prosedur Kredit Yang Efisien

Dalam dunia perbankan yang kompetitif, efisiensi dalam prosedur kredit menjadi kunci utama untuk menarik dan mempertahankan nasabah.

Prosedur yang efisien tidak hanya mempercepat proses pengajuan dan pencairan dana, tetapi juga meminimalkan risiko kesalahan, meningkatkan kepuasan nasabah, dan memperkuat kepercayaan terhadap lembaga keuangan.

Proses kredit yang efisien biasanya mencakup tahapan yang sistematis dan terintegrasi, mulai dari pengajuan permohonan, analisis kelayakan, persetujuan kredit, hingga pencairan dana. Setiap tahapan dirancang agar berjalan cepat dan akurat, dengan dukungan teknologi seperti sistem digital, otomatisasi dokumen, dan integrasi data nasabah. Efisiensi juga tercermin dari kemudahan akses informasi bagi nasabah, kejelasan persyaratan, serta minimnya birokrasi. Bank yang menerapkan prinsip ini akan menghindari proses yang berbelit-belit dan memastikan bahwa setiap keputusan kredit didasarkan pada data yang valid dan analisis yang objektif. Selain itu, pemantauan kredit secara berkelanjutan dan kepatuhan terhadap regulasi menjadi bagian dari prosedur yang efisien dan bertanggung jawab.

Dengan menerapkan prosedur kredit yang efisien, bank tidak hanya meningkatkan produktivitas internal, tetapi juga memperkuat daya saing dan

memperluas inklusi keuangan. Efisiensi bukan sekadar kecepatan, tetapi juga tentang ketepatan dan kualitas dalam melayani kebutuhan pembiayaan masyarakat.

5. Monitoring Pasca kredit

Setelah kredit disetujui dan dicairkan, tanggung jawab bank tidak berhenti begitu saja. Justru pada tahap inilah monitoring pasca kredit menjadi krusial untuk menjaga kualitas portofolio kredit dan mencegah terjadinya gagal bayar. Proses ini melibatkan pemantauan terhadap perkembangan usaha debitur, kondisi keuangan, serta kepatuhan terhadap syarat-syarat kredit yang telah disepakati. Monitoring dilakukan melalui berbagai cara, seperti kunjungan lapangan, analisis laporan keuangan, dan evaluasi terhadap penggunaan dana kredit.

Selain itu, monitoring pasca kredit mencakup pengawasan terhadap agunan, dokumentasi kredit, dan kepatuhan terhadap covenant atau perjanjian kredit. Jika ditemukan indikasi penyimpangan atau penurunan kualitas kredit, bank dapat segera menyusun strategi penyelamatan, seperti restrukturisasi, penjadwalan ulang pembayaran, atau pendekatan hukum jika diperlukan. Dengan sistem monitoring yang aktif dan terstruktur, bank dapat menjaga kesehatan portofolio kredit, meningkatkan efisiensi pengelolaan risiko, dan memperkuat kepercayaan nasabah. Monitoring pasca kredit bukan hanya alat kontrol, tetapi juga bentuk komitmen bank dalam mendampingi debitur menuju keberhasilan finansial.

2.4.3 Jenis-jenis Kredit Bank untuk UMKM

Beberapa jenis kredit bank yang sering digunakan oleh UMKM antara lain kredit modal kerja, kredit investasi, dan kredit mikro. Masing-masing jenis kredit memiliki karakteristik dan persyaratan yang berbeda-beda.

1. KUR

Merupakan program kredit yang ditujukan untuk memfasilitasi UMKM dalam memperoleh akses ke pembiayaan dengan suku bunga yang rendah. Program ini sering kali didukung oleh pemerintah atau lembaga keuangan tertentu untuk mendorong pertumbuhan UMKM.

2. Kredit Modal Kerja

Kredit modal kerja diberikan untuk membiayai kebutuhan operasional harian suatu bisnis, termasuk untuk membiayai persediaan, biaya gaji, dan kebutuhan operasional lainnya. Ini membantu perusahaan dalam menjaga likuiditas dan kelancaran operasional.

3. Kredit Investasi

Kredit investasi digunakan untuk membiayai pembelian aset tetap seperti mesin, peralatan, atau properti yang diperlukan untuk meningkatkan kapasitas produksi atau efisiensi operasional suatu perusahaan. Chen *et al.*,(2023).

4. Kredit Mikro

Kredit mikro adalah jenis kredit yang diberikan dalam jumlah kecil kepada individu atau UMKM untuk memenuhi kebutuhan modal yang lebih kecil, sering kali tanpa memerlukan jaminan yang signifikan. Garcia dan Martinez, (2024).

5. Kredit Ekspor dan Impor

Kredit ini diberikan kepada perusahaan yang terlibat dalam perdagangan internasional untuk membiayai transaksi ekspor atau impor mereka, termasuk pembiayaan persediaan, transportasi, atau faktur. Wang dan Li, (2023).

2.4.4 Pengaruh Kredit Bank terhadap Kinerja UMKM

Kredit bank dapat memberikan dampak positif terhadap kinerja UMKM dengan menyediakan modal yang diperlukan untuk ekspansi, investasi dalam teknologi, dan peningkatan operasional. Akses terhadap kredit

bank yang memadai dapat membantu UMKM untuk tumbuh dan berkembang. Beberapa poin yang dapat mencerminkan beragam aspek pengaruh kredit bank terhadap kinerja UMKM diantaranya;

1. Peningkatan Akses Modal

Kredit bank dapat signifikan meningkatkan akses UMKM terhadap modal yang diperlukan untuk ekspansi dan operasional sehari-hari Smith & Johnson, (2023).

2. Pengaruh Terhadap Profitabilitas

Adanya kredit bank dapat berkontribusi positif terhadap profitabilitas UMKM melalui penggunaan dana yang efisien dan optimal Brown *et al.*, (2024).

3. Pengaruh Terhadap Inovasi dan Pertumbuhan.

UMKM yang mendapatkan kredit bank cenderung lebih mampu untuk melakukan inovasi produk dan layanan, serta mendukung pertumbuhan bisnis jangka panjang Garcia & Martinez, (2023).

2.5 UMKM

2.5.1 Pengertian UMKM

Menurut Asare, *et al.*, (2023) Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah usaha yang jumlah personelnya berada di bawah batas tertentu. Mereka memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi negara-negara dengan menciptakan lapangan kerja, mendorong inovasi, dan berkontribusi secara signifikan terhadap PDB. UMKM sering dikategorikan berdasarkan ukuran, perputaran keuangan, dan jumlah karyawan. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, UMKM didefinisikan berdasarkan jumlah aset dan omset tahunan. UMKM dibagi menjadi tiga kategori: usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah.

Pengertian ini menekankan pentingnya UMKM dalam perkembangan ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja, inovasi, dan kontribusi terhadap

PDB, dengan klasifikasi berdasarkan ukuran, omset keuangan, dan jumlah karyawan. UMKM, singkatan dari Usaha Mikro Kecil Menengah, memainkan peran yang sangat vital dalam perekonomian suatu negara. Contohnya, UMKM dapat menciptakan peluang kerja bagi masyarakat setempat, mengurangi tingkat pengangguran, dan meningkatkan daya beli di tingkat lokal.

Selain itu, UMKM sering kali menjadi sumber inovasi baru dan kreativitas dalam berbagai sektor industri. Misalnya, UMKM di bidang teknologi informasi dapat menghasilkan solusi-solusi baru yang memudahkan kehidupan sehari-hari. Klasifikasi UMKM berdasarkan ukuran, omset keuangan, dan jumlah karyawan membantu pemerintah dan lembaga terkait untuk memberikan dukungan yang sesuai sesuai dengan kebutuhan dan kapasitas UMKM tersebut. Dengan demikian, UMKM bisa tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan, memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap Pertumbuhan Domestik Bruto (PDB) negara.

Dengan adanya klasifikasi tersebut, UMKM dengan ukuran yang lebih kecil dapat mendapatkan akses lebih mudah ke pembiayaan, pelatihan, dan pasar yang mendukung pertumbuhan bisnis mereka. Hal ini memungkinkan UMKM untuk bersaing secara lebih efektif dalam pasar yang semakin kompetitif. Dengan demikian, UMKM dapat menjadi tulang punggung ekonomi yang kuat dan berkelanjutan dalam jangka panjang.

Pentingnya dukungan terhadap UMKM juga tercermin dalam upaya pemerintah untuk memberikan aksesibilitas yang lebih baik terhadap pembiayaan, pelatihan, dan pemasaran bagi para pelaku usaha kecil dan menengah. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM di pasar global yang semakin kompetitif. Selain itu, kolaborasi antara UMKM dengan lembaga riset dan perguruan tinggi juga dapat meningkatkan inovasi produk dan proses bisnis yang menjadi kunci keberhasilan dalam menghadapi persaingan.

Dalam konteks globalisasi, UMKM perlu memperhatikan aspek keberlanjutan dan perlindungan lingkungan dalam menjalankan usahanya. Penerapan praktik bisnis yang ramah lingkungan bukan hanya untuk memenuhi regulasi, tetapi juga sebagai bentuk tanggung jawab sosial dan kontribusi terhadap keberlanjutan lingkungan hidup. Dengan demikian, UMKM dapat menjadi agen perubahan yang berkelanjutan dalam memajukan ekonomi lokal maupun global.

2.5.2 Kinerja UMKM

Kinerja UMKM merujuk pada kemampuan UMKM untuk mencapai tujuan usahanya, seperti peningkatan keuntungan, pertumbuhan penjualan, dan pengembangan pasar. Kinerja ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk manajemen, sumber daya, dan strategi bisnis. Menurut Kaplan dan Norton (dalam Diana, Hakim & Fahhmi, 2022), kinerja bisnis dapat diukur menggunakan *Balanced Scorecard* yang mencakup perspektif keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, serta pembelajaran dan pertumbuhan.

Kinerja atau performa merujuk pada hasil yang diperoleh oleh individu atau kelompok dalam suatu organisasi, sesuai dengan kewenangan dan tugas mereka masing-masing untuk mencapai tujuan organisasi. Kinerja mencerminkan realisasi kegiatan atau program yang dilakukan untuk mencapai sasaran, tujuan, visi, dan misi dari organisasi. Kinerja yang optimal di semua aspek, termasuk finansial, produksi, distribusi, dan pemasaran, menjadi syarat penting bagi UMKM agar bisa bertahan dan berkembang. Kinerja yang baik diharapkan dapat memperkuat UMKM sebagai fondasi utama ekonomi serta meningkatkan kontribusinya dalam ekonomi nasional. UMKM adalah sektor yang selalu mendapatkan perhatian khusus dan prioritas dari pemerintah.

Kinerja UMKM merupakan hasil kerja yang dicapai oleh individu atau organisasi dalam melaksanakan tugas yang diberikan, berdasarkan

kemampuan, pengalaman, dedikasi, dan pemanfaatan waktu. Kinerja UMKM merujuk pada hasil kerja yang dicapai oleh seorang individu dalam menyelesaikan tugasnya di dalam UMKM pada periode waktu tertentu, yang kemudian diukur berdasarkan nilai atau standar yang berlaku di UMKM tempat individu tersebut bekerja.

Untuk meningkatkan kinerja UMKM, para pelaku bisnis perlu terus mengembangkan produk dan layanan yang inovatif untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Hal ini juga memerlukan penggunaan sumber daya yang intensif, bukan hanya sekadar memahami kebutuhan pelanggan. Dengan menekankan pada penciptaan nilai bagi pelanggan, suatu usaha dapat mencapai tingkat kepuasan, loyalitas, dan inovasi yang lebih tinggi, yang pada gilirannya akan berdampak positif pada kinerja bisnis (Islamie, 2024).

Dari penjelasan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa Kinerja UMKM adalah hasil keseluruhan dari pekerjaan yang dicapai dibandingkan dengan hasil, target, tujuan, atau standar yang telah ditetapkan sebelumnya dan disepakati bersama dalam sebuah identitas usaha, yang mencakup kriteria aset dan omzet yang telah diatur dalam undang-undang.

Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) biasanya diukur dari sejauh mana bisnis mencapai tujuan dan sasaran tertentu. Indikator Kinerja Utama (KPI) untuk UMKM sering kali mencakup profitabilitas, pertumbuhan pendapatan, pangsa pasar, dan efisiensi operasional. Indikator-indikator ini berfungsi sebagai tolok ukur untuk menilai keberhasilan dan keberlanjutan UMKM dalam lingkungan pasar yang dinamis (Chatterjee, *et al.*, 2023). Kinerja UMKM dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal seperti kepemimpinan, inovasi, dan sumber daya manusia dan faktor eksternal, termasuk kondisi pasar, kerangka regulasi, dan kemajuan teknologi (Ratten & Suseno, 2022). Faktor internal meliputi kualitas kepemimpinan, tingkat inovasi, dan kompetensi sumber daya manusia. Kepemimpinan yang efektif sangat penting untuk pengambilan keputusan strategis dan memotivasi

karyawan agar selaras dengan tujuan bisnis. Pemimpin yang mempromosikan budaya inovasi dan mendukung perilaku kewirausahaan cenderung melihat hasil kinerja yang lebih baik.

Selain itu, kemampuan inovasi UMKM sangat penting untuk daya saing dan keberhasilan jangka panjang. Fokus pada pengembangan produk, layanan, dan model bisnis baru memungkinkan UMKM untuk membedakan diri dan beradaptasi dengan perubahan permintaan pasar (Ghezzi *et al.*, 2022). Kompetensi sumber daya manusia, termasuk keterampilan dan pengetahuan karyawan, juga memainkan peran penting dalam produktivitas dan kinerja UMKM (Sharma & Mishra, 2022). Faktor eksternal seperti kondisi pasar dan kebijakan regulasi secara signifikan membentuk lingkungan operasi bagi UMKM. Kondisi pasar, termasuk preferensi pelanggan dan persaingan, mengharuskan UMKM untuk responsif dan adaptif. Misalnya, perusahaan yang cepat beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen memiliki posisi yang lebih baik untuk menangkap peluang pasar baru (Akpan *et al.*, 2022). Selain itu, kerangka regulasi termasuk kebijakan perpajakan, undang-undang ketenagakerjaan, dan peraturan bisnis dapat mendukung atau menghambat pertumbuhan UMKM (Chatterjee *et al.*, 2024). Memahami dan menavigasi faktor eksternal ini sangat penting untuk memastikan kepatuhan dan mengoptimalkan kinerja.

Transformasi digital semakin diakui sebagai pendorong utama kinerja UMKM, yang mendorong efisiensi operasional, meningkatkan keterlibatan pelanggan, dan menyediakan akses ke pasar baru (Akpan *et al.*, 2022). Integrasi teknologi digital seperti analisis big data, komputasi awan, kecerdasan buatan (AI), dan Internet of Things (IoT) memungkinkan UMKM untuk merampingkan proses bisnis, mengurangi biaya, dan meningkatkan ketangkasan (Ghezzi *et al.*, 2022). Selain itu, transformasi digital memungkinkan bisnis untuk mengumpulkan dan menganalisis data real-time, yang menghasilkan pengambilan keputusan yang lebih tepat dan penyelarasan

strategis yang lebih baik (Reddy & Reinartz, 2022). Kurangnya literasi digital dan keterbatasan sumber daya keuangan sering kali menimbulkan hambatan yang signifikan bagi UMKM, sehingga menghambat kemampuan mereka untuk memanfaatkan transformasi digital secara efektif (Bresciani et al., 2022). Mengatasi tantangan ini memerlukan dukungan yang ditargetkan dari pemerintah dan pemangku kepentingan industri, seperti program pelatihan digital, subsidi, dan investasi infrastruktur (Reddy & Reinartz, 2022). Selain itu, adopsi perangkat digital harus disertai dengan perubahan budaya organisasi untuk memastikan bahwa karyawan siap memanfaatkan teknologi baru secara efektif (Sharma & Mishra, 2022).

2.5.3 Indikator Kinerja UMKM

Kinerja merujuk pada pencapaian atau prestasi dari perusahaan dalam waktu tertentu. Menurut Pratama, M. C. (2025) ada lima indikator kinerja UMKM yaitu :

1. Peningkatan Omzet

Dalam dunia usaha, omzet atau total pendapatan dari penjualan produk dan jasa menjadi cerminan langsung dari keberhasilan operasional. Ketika omzet meningkat dari waktu ke waktu, hal ini menunjukkan bahwa UMKM mampu menarik lebih banyak pelanggan, memperluas pasar, dan meningkatkan daya saingnya. Peningkatan omzet juga menjadi sinyal bahwa strategi pemasaran, kualitas produk, dan efisiensi produksi berjalan dengan baik.

Bagi pelaku UMKM, memantau pertumbuhan omzet sangat penting untuk menentukan arah pengembangan usaha. Dengan data omzet yang konsisten dan meningkat, pelaku usaha dapat merencanakan ekspansi, menambah tenaga kerja, atau melakukan investasi baru. Sebaliknya, jika omzet stagnan atau menurun, hal ini bisa menjadi peringatan untuk mengevaluasi strategi bisnis yang sedang dijalankan.

Peningkatan omzet juga berkaitan erat dengan kemampuan UMKM dalam beradaptasi terhadap perubahan pasar. Misalnya, pelaku usaha yang mampu memanfaatkan platform digital seperti e-commerce dan media sosial cenderung mengalami lonjakan penjualan karena jangkauan pasar yang lebih luas. Selain itu, inovasi produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen turut mendorong peningkatan pendapatan.

Namun, penting untuk diingat bahwa peningkatan omzet harus diiringi dengan pengelolaan keuangan yang baik. Tanpa manajemen biaya yang efisien, omzet tinggi belum tentu menghasilkan laba yang optimal. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu menyeimbangkan antara pertumbuhan pendapatan dan pengendalian biaya agar usaha tetap sehat dan berkelanjutan.

2. Jumlah Pelanggan

Jumlah pelanggan yang terus meningkat menunjukkan bahwa produk atau layanan UMKM memiliki nilai dan relevansi di mata konsumen. Ini bisa menjadi bukti bahwa strategi pemasaran, kualitas produk, dan pelayanan pelanggan berjalan efektif. Pelanggan yang puas cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan usaha tersebut kepada orang lain, sehingga menciptakan efek domino dalam pertumbuhan bisnis.

Bagi UMKM, memahami dan memantau jumlah pelanggan bukan sekadar menghitung angka, tetapi juga membaca tren perilaku konsumen. Misalnya, lonjakan pelanggan setelah kampanye promosi atau peluncuran produk baru bisa menjadi sinyal bahwa strategi tersebut berhasil. Sebaliknya, penurunan jumlah pelanggan bisa menjadi alarm untuk mengevaluasi kualitas layanan, harga, atau bahkan komunikasi merek.

Di era digital, jumlah pelanggan juga bisa diukur dari berbagai kanal baik offline maupun online. Pelanggan yang datang ke toko fisik, pembeli di marketplace, follower aktif di media sosial, hingga subscriber email newsletter semuanya berkontribusi dalam membentuk gambaran menyeluruh tentang performa usaha. Namun, penting untuk membedakan antara jumlah

pelanggan baru dan pelanggan tetap. Pelanggan baru menunjukkan kemampuan UMKM dalam menjangkau pasar baru, sedangkan pelanggan tetap mencerminkan loyalitas dan kepuasan. Keduanya sama-sama penting, dan keseimbangan antara akuisisi dan retensi pelanggan menjadi kunci keberlanjutan usaha.

3. Efisiensi Biaya

Efisiensi biaya merupakan cerminan dari ketangguhan dan kecermatan UMKM dalam mengelola sumber daya yang dimiliki untuk memperoleh hasil maksimal. Dalam dunia usaha yang dinamis, kemampuan untuk menekan pengeluaran tanpa mengorbankan mutu menjadi keterampilan yang sangat krusial. UMKM yang efisien tahu persis bagaimana memanfaatkan bahan baku secara bijak, mengatur proses produksi dengan cermat, dan menjaga keseimbangan antara kebutuhan operasional dan hasil yang dicapai.

Ketika pelaku usaha mampu menjaga efisiensi biaya, mereka lebih siap menghadapi tantangan seperti fluktuasi harga pasar, perubahan permintaan konsumen, atau tekanan ekonomi global. Efisiensi bukan hanya soal penghematan, tetapi juga soal keputusan strategis—misalnya, memilih supplier dengan sistem pembayaran fleksibel atau memanfaatkan teknologi sederhana untuk mempercepat proses kerja. Keputusan-keputusan ini membantu menjaga arus kas tetap sehat, sehingga UMKM bisa bertahan dan bahkan tumbuh di tengah persaingan.

Yang perlu diingat adalah bahwa efisiensi tidak berarti memangkas semua pengeluaran secara ekstrem. Ada kalanya biaya yang dikeluarkan, seperti untuk pelatihan karyawan atau pemasaran digital, justru menjadi investasi jangka panjang yang mendatangkan hasil lebih besar. Oleh karena itu, pemahaman yang matang dan sikap selektif terhadap penggunaan dana menjadi kunci untuk menciptakan usaha yang tidak hanya hemat, tetapi juga produktif dan berkelanjutan.

4. Kualitas Produk

Kualitas Produk merupakan indikator kinerja UMKM yang sangat menentukan keberhasilan usaha dalam jangka panjang. Produk yang berkualitas bukan hanya soal tampilan, tetapi juga menyangkut fungsi, daya tahan, dan kepuasan pelanggan. Ketika UMKM mampu menghadirkan produk yang memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi konsumen, maka kepercayaan dan loyalitas pelanggan akan tumbuh secara alami.

Dalam konteks persaingan pasar yang semakin ketat, kualitas produk menjadi pembeda utama antara satu usaha dengan yang lain. UMKM yang konsisten menjaga standar mutu akan lebih mudah membangun citra positif dan mendapatkan tempat di hati konsumen. Hal ini berdampak langsung pada peningkatan jumlah pelanggan, omzet, dan daya saing usaha.

Kualitas produk juga mencerminkan profesionalisme dan komitmen pelaku usaha terhadap kepuasan pelanggan. Mulai dari pemilihan bahan baku, proses produksi, hingga pengemasan dan layanan purna jual, semuanya berkontribusi terhadap persepsi konsumen terhadap produk tersebut. Ketika konsumen merasa puas, mereka cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan produk kepada orang lain.

Namun, menjaga kualitas produk bukanlah tugas sekali jadi. UMKM perlu melakukan evaluasi berkala, menerima masukan dari pelanggan, dan terus berinovasi agar produk tetap relevan dengan kebutuhan pasar yang dinamis. Dengan pendekatan yang berorientasi pada kualitas, UMKM tidak hanya bertahan, tetapi juga berpeluang untuk berkembang dan menembus pasar yang lebih luas.

5. Inovasi Usaha

Inovasi Usaha adalah elemen krusial dalam meningkatkan kinerja UMKM karena memungkinkan pelaku usaha untuk tetap relevan, kompetitif, dan adaptif terhadap perubahan pasar. Inovasi bukan hanya soal menciptakan sesuatu yang baru, tetapi juga tentang menyempurnakan apa yang sudah ada

agar lebih efisien, menarik, dan bernilai bagi konsumen. Dalam praktiknya, inovasi usaha bisa muncul dalam berbagai bentuk mulai dari pengembangan produk yang unik, penerapan teknologi digital dalam proses bisnis, hingga perubahan strategi pemasaran yang lebih kreatif. UMKM yang berani berinovasi cenderung lebih cepat merespons kebutuhan pasar, membangun loyalitas pelanggan, dan membuka peluang ekspansi ke segmen baru.

Inovasi juga mencerminkan semangat kewirausahaan yang dinamis. Ketika pelaku UMKM mampu menggabungkan kreativitas dengan pemahaman pasar, mereka tidak hanya menciptakan produk atau layanan yang berbeda, tetapi juga membentuk identitas merek yang kuat. Hal ini berdampak langsung pada peningkatan omzet, jumlah pelanggan, dan efisiensi operasional.

Namun, inovasi tidak selalu harus besar atau revolusioner. Bahkan perubahan kecil yang konsisten seperti memperbaiki desain kemasan, menambahkan fitur layanan, atau mengubah cara berinteraksi dengan pelanggan bisa memberikan dampak signifikan terhadap persepsi dan kepuasan konsumen. Dengan kata lain, inovasi adalah napas segar bagi UMKM untuk terus tumbuh dan bertahan di tengah persaingan yang semakin kompleks. Ia menjadi jembatan antara potensi dan pencapaian, antara ide dan dampak nyata.

2.5.4 Pengaruh Etika Bisnis terhadap Kinerja UMKM

Penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis yang baik dapat berkontribusi positif terhadap kinerja UMKM. Etika bisnis yang baik dapat menciptakan lingkungan kerja yang sehat, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan membangun reputasi yang baik. Smith & Johnson (2024) juga menemukan bahwa implementasi etika bisnis yang kuat dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi Usaha UMKM, memungkinkan mereka untuk membangun kepercayaan konsumen dan mempertahankan hubungan yang

berkelanjutan dengan mitra bisnis. Penerapan etika bisnis yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan penjualan dan loyalitas pelanggan. Etika bisnis yang diterapkan dalam skala UMKM dapat meningkatkan reputasi usaha serta memperkuat hubungan dengan pelanggan dan pemasok. Kepercayaan yang terbangun dari praktik bisnis yang etis juga mengurangi risiko konflik hukum dan meningkatkan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Dapat disimpulkan bahwa etika bisnis memainkan peran penting dalam meningkatkan kinerja UMKM. Dengan menerapkan prinsip-prinsip etika seperti kejujuran, tanggung jawab, dan transparansi, UMKM dapat membangun kepercayaan pelanggan, memperkuat reputasi bisnis, dan meningkatkan daya saing. Penerapan etika bisnis yang baik juga dapat meminimalkan risiko hukum serta mendukung keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Oleh karena itu, UMKM perlu mengintegrasikan etika bisnis dalam strategi operasional mereka agar dapat mencapai kinerja yang optimal.

2.6 Hubungan antara Etika Bisnis, Transformasi Digital, dan Kredit Bank Terhadap Kinerja UMKM

Etika bisnis, transformasi digital, dan akses terhadap kredit bank merupakan faktor yang saling berhubungan dalam menentukan kinerja UMKM. Penerapan etika bisnis yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan mitra bisnis, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan penjualan dan loyalitas pelanggan.

Transformasi digital juga memainkan peran penting dalam meningkatkan efisiensi dan daya saing UMKM. Adopsi teknologi digital membantu UMKM dalam meningkatkan operasional bisnis, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Sementara itu, penelitian oleh Bharadwaj *et al.* (2023) menunjukkan bahwa integrasi digital dapat mempercepat proses inovasi dan pengambilan keputusan yang lebih efektif.

Akses terhadap kredit bank juga menjadi faktor penentu dalam kinerja UMKM. Menurut Beck *et al.*, (2022), ketersediaan modal yang memadai

memungkinkan UMKM untuk melakukan investasi dalam teknologi, meningkatkan kapasitas produksi, dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif. UMKM yang memiliki akses terhadap kredit bank cenderung lebih stabil dan memiliki tingkat pertumbuhan yang lebih tinggi dibandingkan dengan UMKM yang mengalami keterbatasan modal.

Dapat disimpulkan bahwa etika bisnis memainkan peran penting dalam meningkatkan kinerja UMKM. Dengan menerapkan prinsip-prinsip etika seperti kejujuran, tanggung jawab, dan transparansi, UMKM dapat membangun kepercayaan pelanggan, memperkuat reputasi bisnis, dan meningkatkan daya saing. Penerapan etika bisnis yang baik juga dapat meminimalkan risiko hukum serta mendukung keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Oleh karena itu, UMKM perlu mengintegrasikan etika bisnis dalam strategi operasional mereka agar dapat mencapai kinerja yang optimal. Selain itu, transformasi digital memberikan peluang bagi UMKM untuk meningkatkan efisiensi operasional dan menjangkau pasar yang lebih luas, sementara akses terhadap kredit bank memberikan dukungan finansial yang dibutuhkan untuk pertumbuhan usaha. Dengan mengoptimalkan ketiga aspek ini, UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif.

2.7 Transformasi Digital Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kinerja UMKM

Penelitian oleh Bustamante *et al.* (2024), yang menyoroti bahwa penerapan transformasi digital, seperti menggunakan sistem informasi dasar, komputasi awan, dan kecerdasan buatan, memainkan peran kunci dalam memperkuat kinerja UMKM di negara-negara berkembang. Studi ini juga menekankan pentingnya ekosistem kewirausahaan yang mendukung dan pengaruh sosial eksternal dalam mengadopsi teknologi baru. Selain itu, penelitian oleh Sepúlveda *et al.* (2024) mendukung temuan-temuan ini dengan mengidentifikasi bahwa keberhasilan transformasi digital di UKM secara signifikan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti infrastruktur teknologi dan sumber daya manusia yang terbatas. Sepúlveda-Cuevas *et al.*

menekankan perlunya memperkuat kapasitas teknologi dan memberikan pelatihan digital bagi pekerja UKM untuk memastikan implementasi transformasi digital yang efektif.

Lebih jauh, penelitian oleh Albayay et al. (2024) menemukan bahwa norma-norma sosial dan nilai-nilai budaya secara signifikan memengaruhi penerimaan inovasi teknologi di kalangan UKM di wilayah-wilayah dengan latar belakang budaya yang beragam. Hal ini menyoroti perlunya pendekatan yang lebih kontekstual dan berbasis komunitas untuk memastikan keberlanjutan adopsi transformasi digital. Demikian pula, penelitian oleh Jeferson *et al.*, (2024) mengungkap bahwa keterbatasan infrastruktur digital, kurangnya dukungan kebijakan, dan hambatan budaya merupakan hambatan utama adopsi teknologi di sektor ini. Oleh karena itu, peran pemerintah dan lembaga pendidikan sangat penting dalam memfasilitasi transformasi digital dan mendorong kinerja sektor agribisnis (Arango *et al.*, 2024).

2.8 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang relevan adalah yang digunakan sebagai perbandingan untuk menghindari menipulasi terhadap sebuah karya. Dengan ini penulis menggali dan mencari karya ilmiah yang atau tulisan ilmiah yang berkaitan dengan judul penelitian ini sebagai acuan sumber dalam penelitian ini:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Penulis & Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil
1.	Costa Melo <i>et al.</i> (2023)	State-of-the-art for evaluating digital transformation in SMEs:	- Digital Transformation SME - Performance SMEs - Performance Measurement	Digital transformation secara signifikan meningkatkan kinerja UMKM melalui peningkatan efisiensi operasional dan inovasi
2.	Zhang <i>et al.</i> (2023)	Digital transformation, financing	- Digital Transformation	Digital transformation mengurangi

		constraints and enterprise performance	<ul style="list-style-type: none"> - Financing Constraints - Enterprise Performance 	kendala pembiayaan dan meningkatkan kinerja perusahaan,
3.	Paul <i>et al.</i> (2024)	Digital transformation: A multidisciplinary perspective and future research agenda	<ul style="list-style-type: none"> - Digital Transformation - Business Performance - Consumer Behavior 	Digital transformation memiliki pengaruh multidimensional terhadap kinerja bisnis dengan moderasi faktor eksternal
4.	Johnson & Smith (2023)	Business ethics implementation and SME performance: Evidence from emerging markets	<ul style="list-style-type: none"> - Business Ethics - SME performance - Corporate overnance 	Implementasi etika bisnis berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM melalui peningkatan kepercayaan stakeholder
5.	Rodriguez <i>et al.</i> (2024)	Bank credit accessibility and small business performance in developing economies	<ul style="list-style-type: none"> - Bank Credit - Credit Accessibility - Small Business Performance 	Aksesibilitas kredit bank berpengaruh signifikan positif terhadap pertumbuhan dan profitabilitas UMKM
6.	Thompson & Lee (2023)	Ethical leadership and digital adoption in SMEs: A mediation analysis	<ul style="list-style-type: none"> - Ethical Leadership - Digital Adoption - SME Innovation 	Kepemimpinan etis memediasi hubungan antara adopsi digital dan inovasi UMKM
7.	Kumar <i>et al.</i> (2024)	Fintech adoption, traditional banking, and SME financing: A comparative study	<ul style="list-style-type: none"> - Fintech Adoption - Traditional Banking - SME Financing 	Kombinasi fintech dan perbankan tradisional memberikan akses kredit optimal

				untuk UMKM
8.	Anderson & Brown (2023)	Sustainability performance and sustainability reporting in SMEs	<ul style="list-style-type: none"> - Sustainability Performance - CSR Reporting - SME Operations 	UMKM dengan praktik berkelanjutan yang etis menunjukkan kinerja jangka panjang yang lebih baik
9.	Martinez <i>et al.</i> (2024)	Digital banking transformation and small enterprise credit scoring	<ul style="list-style-type: none"> - Digital Banking - Credit Scoring - Small Enterprise Finance 	Transformasi digital perbankan meningkatkan akurasi penilaian kredit dan akses pembiayaan UMKM
10.	Wilson & Taylor (2023)	Ethical business practices as competitive advantage in digital economy	<ul style="list-style-type: none"> - Ethical Business Practices - Competitive Advantage - Digital Economy 	Etika bisnis menjadi diferensiasi kompetitif yang kuat dalam ekonomi digital
11.	Chen <i>et al.</i> (2024)	SME resilience through digital transformation and ethical governance	<ul style="list-style-type: none"> - SME Resilience - Digital Transformation - Ethical Governance 	Kombinasi transformasi digital dan tata kelola etis meningkatkan resiliensi dan kinerja UMKM secara signifikan
12.	Garcia & Lopez (2023)	Financial inclusion, digital banking, and SME growth in Latin America	<ul style="list-style-type: none"> - Financial Inclusion - Digital Banking - SME Growth 	Inklusi keuangan melalui digital banking berpengaruh positif terhadap pertumbuhan UMKM
13.	Patel <i>et al.</i> (2024)	Corporate social responsibility	<ul style="list-style-type: none"> - CSR Practices - SME Financial 	Praktik CSR dalam UMKM

		practices in SMEs: Impact on financial performance	Performance - Stakeholder Relations	meningkatkan kinerja keuangan melalui
14	Kim & Park (2023)	Determining key factors influencing SMEs' performance: Innovation and digital capabilities	- Innovation Capability - Digital Capabilities - SME Performance	Inovasi dan kemampuan digital adalah faktor kunci yang mempengaruhi kinerja UMKM berkelanjutan
15.	Santos <i>et al.</i> (2024)	Banking relationship quality and SME performance: The moderating role of digital channels	- Banking Relationship - SME Performance - Digital Channels	Kualitas hubungan perbankan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM, diperkuat oleh penggunaan saluran digital

Sumber : Penelitian terdahulu, diolah

2.9 Kerangka Pemikiran

Kerangka pikir adalah “model konseptual yang menggambarkan keterkaitan antara teori dan berbagai elemen yang dianggap penting”. Oleh karena itu, kerangka pikir dapat diartikan sebagai suatu pemahaman yang menjadi dasar bagi berbagai pemahaman lainnya, sebuah landasan yang berfungsi sebagai basis untuk setiap ide atau proses keseluruhan dalam penelitian yang dilakukan.

UMKM memiliki posisi kunci dalam pertumbuhan ekonomi nasional karena tidak hanya memberikan sumbangan bagi kemajuan ekonomi di Indonesia, tetapi juga menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar. Kinerja adalah hasil dari aktivitas yang memiliki keterkaitan erat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan pelanggan, serta memberikan kontribusi terhadap perekonomian. Perubahan dalam hubungan kerjasama antara mitra bisnis adalah salah satu dari banyak faktor yang bisa mempengaruhi kelangsungan proses bisnis. Dengan cara yang sama, terdapat

berbagai hal yang dapat memengaruhi penurunan kinerja di kalangan pelaku bisnis UMKM.

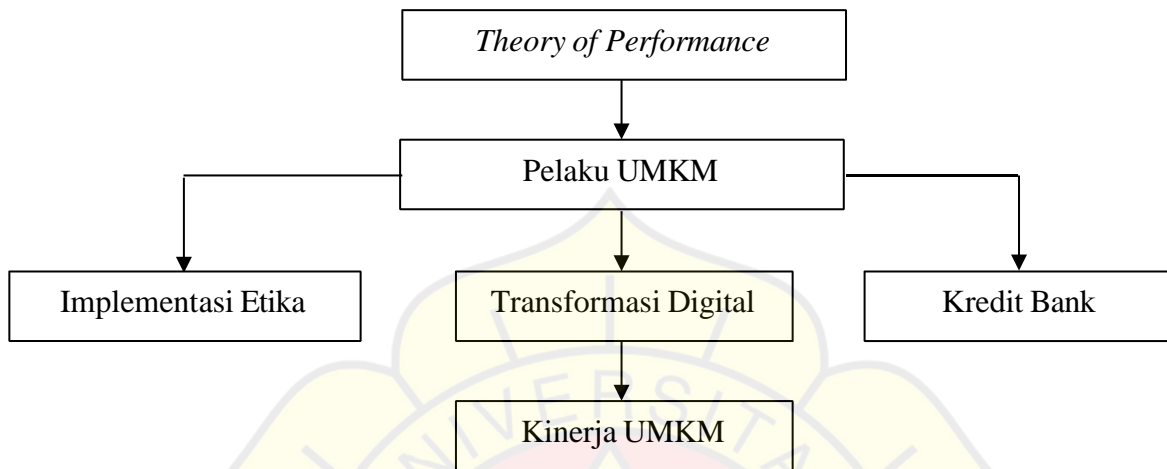
Etika bisnis berperan dalam membangun reputasi usaha dan kepercayaan pelanggan. UMKM yang menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis seperti transparansi, keadilan dalam transaksi, serta tanggung jawab sosial cenderung mendapatkan loyalitas pelanggan yang lebih tinggi. Hal ini berdampak pada peningkatan omzet dan pertumbuhan bisnis yang lebih stabil.

Transformasi digital memberikan peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan efisiensi bisnis. Dengan adanya digitalisasi, UMKM dapat mengakses pasar yang lebih luas melalui platform online, mengelola operasional bisnis secara lebih efektif dengan sistem berbasis teknologi, serta meningkatkan layanan pelanggan dengan pemanfaatan aplikasi dan media sosial. Digitalisasi juga memungkinkan UMKM untuk mengoptimalkan rantai pasokan dan meningkatkan daya saing dalam industri.

Akses terhadap kredit bank mempermudah UMKM dalam memperoleh modal usaha yang dibutuhkan untuk ekspansi bisnis, peningkatan kapasitas produksi, dan inovasi produk. Kredit yang diberikan dengan skema yang terjangkau memungkinkan UMKM untuk tetap beroperasi dengan optimal serta meningkatkan daya tahan usaha dalam menghadapi tantangan ekonomi.

Ketiga faktor ini saling berkaitan dalam meningkatkan kinerja UMKM. Etika bisnis membantu membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan, transformasi digital membantu meningkatkan efisiensi dan inovasi usaha, serta kredit bank memberikan dukungan modal yang diperlukan untuk pengembangan usaha. Dengan kombinasi yang optimal dari ketiga faktor ini, UMKM dapat tumbuh secara berkelanjutan dan memiliki daya saing yang lebih tinggi di pasar. Berikut ini adalah gambaran dari kerangka berpikir dalam penelitian ini:

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual



2.10 Hipotesis Penelitian

Penelitian yang merumuskan hipotesis yaitu yang menggunakan pendekatan kuantitatif, yang nantinya akan dibuktikan setelah data-data terkumpul semua. Menurut Warlizasusi (2023) hipotesis merupakan jawaban sementara setelah rumusan masalah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan.

1. Etika Bisnis Pengaruhnya Terhadap Kinerja UMKM

Etika bisnis adalah seperangkat prinsip moral dan nilai-nilai yang memandu perilaku organisasi dalam menjalankan aktivitas bisnis, mencakup hubungan dengan stakeholder internal dan eksternal, serta tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan. Smith *et al.* (2024) menemukan bahwa penerapan etika bisnis secara signifikan meningkatkan kepercayaan pelanggan dan kinerja keuangan UMKM. Chen & Martinez (2024) etika bisnis yang diterapkan secara ketat dalam UMKM di pasar Asia Timur terkadang menyebabkan peningkatan biaya kepatuhan yang menghambat inovasi produk, sehingga berdampak negatif pada pertumbuhan jangka pendek. Adapun Williams dan Ojo (2025) menemukan bahwa dalam beberapa sektor UMKM, penerapan etika bisnis yang kurang diimbangi dengan pelatihan karyawan menyebabkan konflik internal dan penurunan moral, sehingga tidak berpengaruh

signifikan pada kinerja. Demikian juga Hernandez & Liu (2023) bahwa dalam konteks UMKM di negara berkembang, fokus berlebihan pada etika bisnis terkadang mengalihkan sumber daya dari inovasi dan pemasaran, sehingga dampaknya terhadap kinerja menjadi tidak signifikan atau bahkan negatif. Berdasarkan temuan beberapa peneliti tersebut maka hipotesis yang dibangun adalah :

H₁ : Etika Bisnis tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM

2. Transformasi Digital Pengaruhnya Terhadap Kinerja UMKM

Transformasi digital adalah proses fundamental mengintegrasikan teknologi digital ke dalam semua area bisnis, mengubah cara UMKM beroperasi dan memberikan nilai kepada pelanggan, serta mengadaptasi budaya organisasi untuk mendukung inovasi berkelanjutan. Penelitian yang dilakukan oleh Lee & Park (2025) menegaskan transformasi digital meningkatkan efisiensi operasional dan omzet UMKM. Namun Arifin dan kolega (2023) menemukan bahwa adopsi teknologi digital pada UMKM yang belum siap infrastrukturnya justru menyebabkan biaya operasional meningkat dan antrean tunggu pelanggan memperburuk kinerja jangka pendek. Singh & Kapoor (2024) menyatakan bahwa meskipun transformasi digital memiliki potensi meningkatkan kinerja, ketergantungan berlebihan pada teknologi tanpa strategi manajemen risiko yang matang menyebabkan gangguan operasional dan penurunan kepuasan pelanggan pada UMKM tertentu. Fernandez *et al.* (2023) menemukan bahwa digitalisasi proses bisnis yang dilakukan secara cepat tanpa persiapan sumber daya manusia menyebabkan resistensi dan kegagalan implementasi, sehingga berdampak negatif jangka pendek pada kinerja UMKM. Terdapatnya inkonsistensi dalam beberapa penelitian tersebut maka hipotesis ke dua yang dibangun adalah :

H₂ : Transformasi digital tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM

3. Kredit Bank Pengaruhnya Terhadap Kinerja UMKM.

Kredit bank adalah fasilitas pembiayaan yang diberikan oleh lembaga perbankan kepada UMKM dalam bentuk pinjaman uang dengan kewajiban

pengembalian beserta bunga dalam jangka waktu tertentu, yang digunakan untuk mendukung aktivitas operasional dan pengembangan usaha.

Garcia *et al.* (2024) menyatakan bahwa kredit bank yang dibarengi pendampingan bisnis signifikan meningkatkan kinerja UMKM. Namun Oliveira & Santos (2023) mengungkap bahwa kredit tanpa pengawasan atau kemampuan pengelolaan yang memadai dapat menyebabkan ketergantungan yang berdampak negatif pada likuiditas dan kinerja jangka panjang UMKM. Patel & Desai (2024) menyebutkan bahwa meskipun kredit bank dapat memperkuat modal, UMKM dengan profil risiko tinggi justru mengalami peningkatan beban utang yang memperburuk kesehatan keuangan dan kinerja mereka. Nguyen dan Tran (2023) menemukan bahwa pemberian kredit tanpa evaluasi kebutuhan yang tepat menyebabkan ketidaksesuaian penggunaan dana, sehingga tidak berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kinerja UMKM di beberapa daerah pedesaan.

Berdasarkan temuan beberapa peneliti diatas, maka peneliti membangun hipotesis ke tiga :

H₃ : Kredit Bank tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM