

The Impact of E-Commerce Adoption and Digital Capability on MSME Business Sustainability: The Mediating Role of Business Innovation

Fery Hernaningsih^{1*)}, Chairul Hakim²⁾

¹⁾²⁾Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Mohammad Husni Thamrin

Correspondence Author: feryherna@gmail.com, Jakarta, Indonesia

DOI: <https://doi.org/10.37012/ileka.v7i1.3479>

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in supporting national economic growth, job creation, and community welfare. E-commerce adoption and digital capability have become important factors in enhancing MSMEs' competitiveness, while business innovation plays a crucial role in creating added value and supporting long-term business sustainability. This study aims to analyze the influence of e-commerce adoption and digital capability on MSME business sustainability through business innovation as an intervening variable. This study employed a quantitative approach using a survey method. Data were collected through questionnaires based on a five-point Likert scale distributed to 150 food and beverage MSME owners in the Greater Jakarta area (Jabodetabek) who had utilized digital platforms in their business activities. The sampling technique used was purposive sampling. Data were analyzed using Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) with SmartPLS 4 software. The results indicate that e-commerce adoption has a positive and significant effect on business innovation ($\beta = 0.382$; $p < 0.001$), while digital capability has a positive and significant effect on business innovation ($\beta = 0.471$; $p < 0.001$). E-commerce adoption ($\beta = 0.214$; $p = 0.004$) and digital capability ($\beta = 0.269$; $p = 0.001$) also have positive and significant effects on MSME business sustainability. Furthermore, business innovation has a positive and significant effect on MSME business sustainability ($\beta = 0.487$; $p < 0.001$). Business innovation acts as a significant mediator, while the research model explains 68.7% of the variance in business innovation and 76.4% of the variance in MSME business sustainability.

Keywords: E-Commerce Adoption, Digital Capability, Business Innovation, Business Sustainability, MSMEs

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Adopsi e-commerce dan kapabilitas digital menjadi faktor penting yang dapat meningkatkan daya saing UMKM, sementara inovasi bisnis berperan dalam menciptakan nilai tambah dan mendukung keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh adopsi e-commerce dan kapabilitas digital terhadap keberlanjutan usaha UMKM melalui inovasi bisnis sebagai variabel intervening. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert kepada 150 pelaku UMKM sektor makanan dan minuman di wilayah Jabodetabek yang telah memanfaatkan platform digital dalam kegiatan usahanya. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adopsi e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi bisnis ($\beta = 0,382$; $p < 0,001$), sedangkan kapabilitas digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi bisnis ($\beta = 0,471$; $p < 0,001$). Adopsi e-commerce ($\beta = 0,214$; $p = 0,004$) dan kapabilitas digital ($\beta = 0,269$; $p = 0,001$) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha UMKM. Selain itu, inovasi bisnis terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha UMKM ($\beta = 0,487$; $p < 0,001$). Inovasi bisnis berperan sebagai mediator yang signifikan, sementara model penelitian menjelaskan 68,7% variasi inovasi bisnis dan 76,4% variasi keberlanjutan usaha UMKM.

Kata kunci : Adopsi E-Commerce, Kapabilitas Digital, Inovasi Bisnis, Keberlanjutan Usaha, UMKM

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian Indonesia yang berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. UMKM berkontribusi sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja Indonesia (Kementerian Koperasi dan UKM, 2024). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberlanjutan usaha UMKM menjadi faktor strategis dalam menjaga stabilitas ekonomi nasional dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Di tengah perkembangan ekonomi digital yang semakin pesat, UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi terhadap perubahan perilaku konsumen, perkembangan teknologi informasi, serta meningkatnya persaingan bisnis berbasis digital (Mandasari & Irawati, 2025).

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara pelaku usaha menjalankan aktivitas bisnis, mulai dari pemasaran, transaksi, distribusi produk, hingga pengelolaan hubungan dengan pelanggan. Salah satu bentuk transformasi digital yang paling banyak digunakan oleh UMKM adalah adopsi e-commerce. Pemanfaatan platform e-commerce memungkinkan pelaku usaha menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperkuat daya saing bisnis (Laudon & Traver, 2023). Data Badan Pusat Statistik (2025) menunjukkan bahwa jumlah usaha yang memanfaatkan e-commerce pada tahun 2024 mengalami peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya, yang mengindikasikan bahwa digitalisasi bisnis telah menjadi kebutuhan penting bagi UMKM dalam mempertahankan eksistensi dan keberlanjutan usahanya.

Meskipun demikian, tingkat adopsi teknologi digital pada UMKM masih menghadapi berbagai tantangan. Beberapa pelaku usaha masih mengalami keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi secara optimal karena rendahnya literasi digital, keterbatasan sumber daya, serta kurangnya kemampuan dalam mengintegrasikan teknologi ke dalam proses bisnis. Penelitian Yuliana dan Arwin (2024) menemukan bahwa faktor teknologi, organisasi, dan lingkungan menjadi determinan penting dalam mendorong adopsi e-commerce pada UMKM. Namun demikian, tingginya penggunaan internet belum selalu diikuti dengan optimalisasi digitalisasi usaha secara efektif.

Selain adopsi e-commerce, kapabilitas digital menjadi faktor yang semakin penting dalam menentukan keberhasilan transformasi digital UMKM. Kapabilitas digital mencerminkan kemampuan organisasi dalam memanfaatkan teknologi, mengelola

informasi, mengembangkan kompetensi digital, serta mengintegrasikan teknologi ke dalam aktivitas bisnis untuk menciptakan nilai tambah (Warner & Wäger, 2019; Gonzalez-Varona et al., 2024). Penelitian terbaru menunjukkan bahwa kapabilitas digital juga berkontribusi terhadap peningkatan inovasi dan keunggulan kompetitif berkelanjutan pada UMKM (Hassan et al., 2024; Hoang et al., 2025).

Dalam konteks keberlanjutan usaha, transformasi digital diyakini mampu meningkatkan kemampuan UMKM untuk bertahan dan berkembang dalam lingkungan bisnis yang dinamis. Penelitian Mandasari dan Irawati (2025) menunjukkan bahwa transformasi digital berpengaruh positif terhadap keberlanjutan usaha UMKM. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kemampuan beradaptasi terhadap perkembangan teknologi menjadi faktor penting dalam mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah persaingan yang semakin ketat.

Namun demikian, hubungan antara adopsi e-commerce dan keberlanjutan usaha tidak selalu menunjukkan hasil yang konsisten. Penelitian Qohar dan Darmawan (2024) menemukan bahwa adopsi platform digital tidak berpengaruh signifikan terhadap inovasi model bisnis UMKM. Sebaliknya, penelitian Budiarti dan Wardani (2025) menunjukkan bahwa transformasi digital mampu meningkatkan inovasi produk dan keberlanjutan usaha UMKM. Perbedaan temuan tersebut menunjukkan masih adanya inkonsistensi hasil penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut.

Salah satu faktor yang diperkirakan mampu menjembatani hubungan tersebut adalah inovasi bisnis. Inovasi bisnis dipandang sebagai kemampuan organisasi untuk mengembangkan produk, proses, layanan, dan model bisnis baru yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja usaha. Penelitian Maldonado-Guzman et al. (2018) menunjukkan bahwa kapabilitas inovasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM, terutama dalam menghadapi ketidakpastian lingkungan dan persaingan pasar yang semakin dinamis. Penelitian Budiarti dan Wardani (2025) membuktikan bahwa inovasi produk mampu memediasi hubungan antara transformasi digital dan keberlanjutan usaha UMKM. Temuan tersebut memperkuat pentingnya inovasi sebagai mekanisme yang menjelaskan bagaimana pemanfaatan teknologi digital dapat meningkatkan keberlanjutan usaha.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Kusumawati (2025) menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh positif terhadap keberlanjutan kinerja UMKM melalui kapabilitas

inovasi. Selain itu, Nur dan Muafi (2025) menemukan bahwa digital networking dan dynamic capability berkontribusi signifikan terhadap sustainable entrepreneurship. Hasil-hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa keberhasilan digitalisasi usaha tidak hanya ditentukan oleh penggunaan teknologi, tetapi juga oleh kemampuan organisasi dalam menciptakan inovasi yang berkelanjutan.

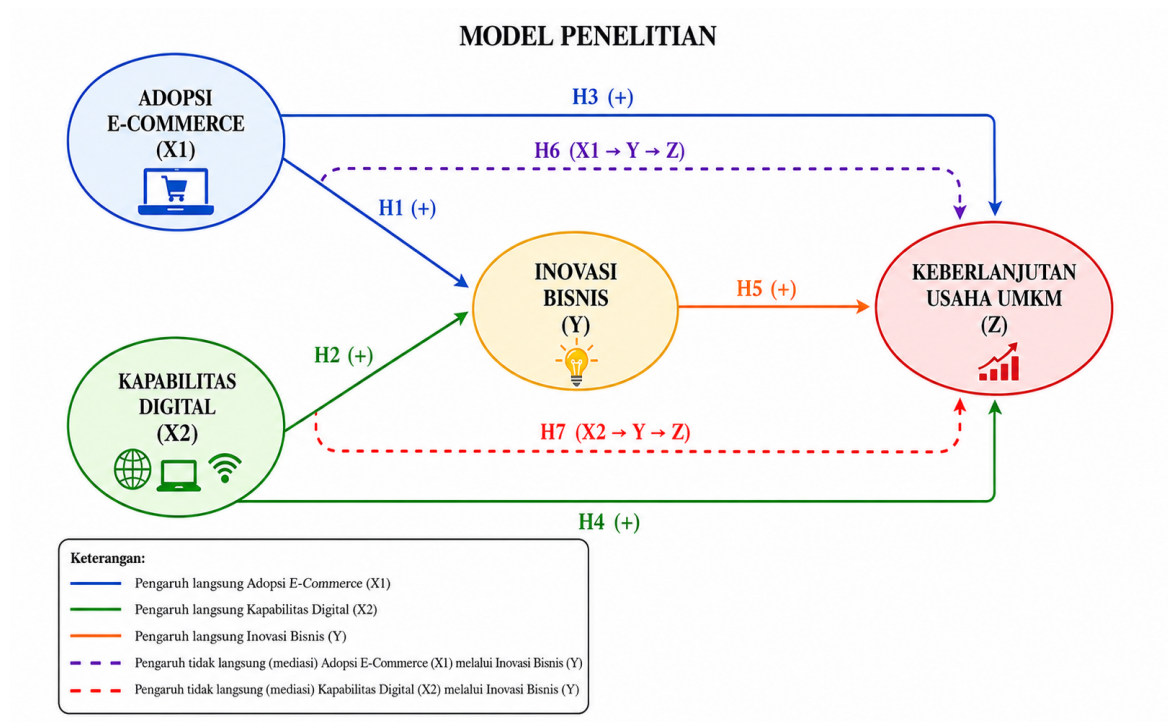
Berdasarkan berbagai penelitian terdahulu, sebagian besar penelitian masih berfokus pada pengaruh langsung transformasi digital, digital marketing, atau adopsi e-commerce terhadap kinerja dan keberlanjutan UMKM. Selain itu, hasil penelitian terkait pengaruh adopsi platform digital terhadap inovasi bisnis masih menunjukkan inkonsistensi (Qohar & Darmawan, 2024; Budiarti & Wardani, 2025). Oleh karena itu, masih terdapat kesenjangan penelitian (research gap) mengenai bagaimana Adopsi E-Commerce dan Kapabilitas Digital secara simultan mempengaruhi Keberlanjutan Usaha UMKM melalui Inovasi Bisnis sebagai variabel intervening.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei eksplanatori (explanatory survey) untuk menguji hubungan kausal antar variabel penelitian. Penelitian bertujuan menganalisis pengaruh Adopsi E-Commerce dan Kapabilitas Digital terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM melalui Inovasi Bisnis sebagai variabel intervening.

Populasi penelitian adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sektor makanan dan minuman yang telah memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan bisnisnya. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria: (1) UMKM telah beroperasi minimal 2 tahun, (2) menggunakan platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, TikTok Shop, atau marketplace lainnya, dan (3) pemilik atau pengelola bersedia menjadi responden penelitian.

Jumlah sampel sebanyak 150 responden yang memenuhi kriteria penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert 1–5. Analisis data menggunakan Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan software SmartPLS 4.



Gambar 1. Diagram Pemikiran

Hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H1: Adopsi E-Commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap Inovasi Bisnis.
- H2: Kapabilitas Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Inovasi Bisnis.
- H3: Adopsi E-Commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM.
- H4: Kapabilitas Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM.
- H5: Inovasi Bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM.
- H6: Inovasi Bisnis memediasi pengaruh Adopsi E-Commerce terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM.
- H7: Inovasi Bisnis memediasi pengaruh Kapabilitas Digital terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM.

Tabel 1. Previous Research Summary

No	Author	Title	Findings	Research Gap
1	Qohar & Darmawan (2024)	Adopsi Platform Digital dan Inovasi Model Bisnis UMKM	Adopsi platform digital tidak berpengaruh signifikan terhadap inovasi bisnis	Belum menguji keberlanjutan usaha
2	Mandasari & Irawati (2025)	Transformasi Digital dan Keberlanjutan UMKM	Transformasi digital meningkatkan keberlanjutan usaha	Tidak memasukkan inovasi bisnis sebagai mediator
3	Budiarti & Wardani (2025)	Digital Marketing, Inovasi Produk dan Sustainability	Inovasi produk memediasi transformasi digital terhadap sustainability	Tidak mengukur kapabilitas digital
4	Kusumawati (2025)	Digital Literacy and MSME Sustainability	Literasi digital meningkatkan sustainability melalui innovation capability	Fokus pada literasi digital
5	Nur & Muafi (2025)	Dynamic Capability and Sustainable Entrepreneurship	Dynamic capability meningkatkan sustainable entrepreneurship	Tidak menguji e-commerce adoption
6	Gonzalez-Varona et al. (2024)	Digital Capability and SME Transformation	Kapabilitas digital meningkatkan transformasi bisnis	Tidak menguji sustainability UMKM
7	Penelitian Ini	Adopsi E-Commerce, Kapabilitas Digital, Inovasi Bisnis dan Sustainability	Mengintegrasikan seluruh variabel dalam satu model SEM-PLS	Menawarkan model yang lebih komprehensif

Berdasarkan Tabel 1, penelitian terdahulu menunjukkan bahwa transformasi digital, adopsi e-commerce, dan kapabilitas digital memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM. Beberapa penelitian menemukan bahwa digitalisasi mampu meningkatkan kinerja dan keberlanjutan usaha melalui inovasi bisnis, sementara penelitian lainnya menunjukkan hasil yang belum konsisten terkait pengaruh adopsi teknologi terhadap inovasi. Oleh karena itu, masih terdapat research gap mengenai bagaimana Adopsi E-Commerce dan Kapabilitas Digital secara simultan memengaruhi Keberlanjutan Usaha UMKM melalui Inovasi Bisnis sebagai variabel intervening. Penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan mengembangkan model yang lebih komprehensif menggunakan pendekatan SEM-PLS.

Tabel 2. Operational Definition of Variables

Variable	Definition	Indicators	Source
Adopsi E-Commerce (X1)	Tingkat pemanfaatan platform digital dalam aktivitas bisnis UMKM	Intensitas penggunaan marketplace, transaksi online, promosi digital, integrasi pembayaran digital, penggunaan data pelanggan	Laudon & Traver (2023)
Kapabilitas Digital (X2)	Kemampuan UMKM memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung proses bisnis	Kompetensi digital, penggunaan teknologi, integrasi sistem, pengelolaan data, adaptasi teknologi	Warner & Wäger (2019); Gonzalez-Varona et al. (2024)
Inovasi Bisnis (Y)	Kemampuan menciptakan produk, proses, layanan, dan model bisnis baru	Inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran, inovasi layanan, inovasi model bisnis	OECD (2018); Budiarti & Wardani (2025)
Keberlanjutan Usaha UMKM (Z)	Kemampuan UMKM mempertahankan pertumbuhan dan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang	Pertumbuhan penjualan, profitabilitas, loyalitas pelanggan, daya saing, keberlangsungan usaha	Elkington (2018); Mandasari & Irawati (2025)

Tabel 2 menjelaskan definisi operasional dan indikator yang digunakan untuk mengukur setiap variabel penelitian. Adopsi E-Commerce dan Kapabilitas Digital diposisikan sebagai variabel independen, Inovasi Bisnis sebagai variabel intervening, serta Keberlanjutan Usaha UMKM sebagai variabel dependen. Seluruh indikator diadaptasi dari penelitian terdahulu yang relevan dan diukur menggunakan skala Likert lima poin untuk memperoleh data yang valid dan reliabel dalam menjelaskan hubungan antarvariabel penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Hasil pengujian convergent validity menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai loading factor di atas 0,70 sehingga memenuhi kriteria validitas konvergen. Nilai Average Variance Extracted (AVE) pada setiap konstruk juga berada di atas 0,50, yang menunjukkan bahwa variabel mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikatornya. Selain itu, nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha pada seluruh variabel berada di atas 0,70, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Tabel 3. Outer Loading Results

Construct	Indicator	Outer Loading
Adopsi E-Commerce (AE)	AE1	0.812
	AE2	0.846
	AE3	0.831
	AE4	0.879
	AE5	0.854
Kapabilitas Digital (KD)	KD1	0.834
	KD2	0.861
	KD3	0.883
	KD4	0.847
	KD5	0.869
Inovasi Bisnis (IB)	IB1	0.842
	IB2	0.878
	IB3	0.891
	IB4	0.857
	IB5	0.872
Keberlanjutan Usaha UMKM (KU)	KU1	0.851
	KU2	0.887
	KU3	0.864
	KU4	0.895
	KU5	0.873

Berdasarkan Tabel 3, seluruh indikator memiliki nilai outer loading di atas 0,70 dengan rentang nilai antara 0,812 hingga 0,895. Nilai tersebut menunjukkan bahwa seluruh indikator mampu merefleksikan konstruk yang diukur dengan baik dan memenuhi kriteria convergent validity. Menurut Hair et al. (2022), indikator dengan nilai outer loading lebih besar dari 0,70 dinyatakan valid dan layak dipertahankan dalam model penelitian. Dengan demikian, seluruh indikator pada variabel Adopsi E-Commerce, Kapabilitas Digital, Inovasi Bisnis, dan Keberlanjutan Usaha UMKM dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

Tabel 4. Reliability and Validity

Construct	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability (CR)	Average Variance Extracted (AVE)	Result
Adopsi E-Commerce (AE)	0.893	0.897	0.921	0.701	Reliable & Valid
Kapabilitas Digital (KD)	0.907	0.911	0.931	0.730	Reliable & Valid
Inovasi Bisnis (IB)	0.915	0.918	0.936	0.747	Reliable & Valid
Keberlanjutan Usaha UMKM (KU)	0.920	0.923	0.940	0.759	Reliable & Valid

Berdasarkan Tabel 4, seluruh konstruk penelitian memenuhi kriteria reliabilitas dan validitas. Nilai Cronbach's Alpha berkisar antara 0,893 hingga 0,920, sedangkan nilai Composite Reliability berada pada rentang 0,921 hingga 0,940, yang menunjukkan tingkat konsistensi internal yang sangat baik. Selain itu, seluruh variabel memiliki nilai rho_A di atas 0,70 sehingga memperkuat reliabilitas konstruk penelitian. Hasil pengujian validitas konvergen menunjukkan bahwa nilai Average Variance Extracted (AVE) seluruh konstruk berada di atas 0,50, yaitu antara 0,701 hingga 0,759. Dengan demikian, variabel Adopsi E-Commerce, Kapabilitas Digital, Inovasi Bisnis, dan Keberlanjutan Usaha UMKM dinyatakan reliabel dan valid sehingga layak digunakan untuk analisis model struktural pada tahap selanjutnya.

Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Tabel 5. Coefficient of Determination (R^2)

Endogenous Variable	R^2	R^2 (%)	Interpretation
Inovasi Bisnis	0.687	68.7%	Moderate-Strong
Keberlanjutan Usaha UMKM	0.764	76.4%	Strong

Berdasarkan Tabel 5, hasil pengujian model struktural menunjukkan bahwa nilai R^2 Inovasi Bisnis sebesar 0,687. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa variabel Adopsi E-Commerce dan Kapabilitas Digital mampu menjelaskan sebesar 68,7% variasi yang terjadi pada Inovasi Bisnis, sedangkan sisanya sebesar 31,3% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian.

Selanjutnya, nilai R^2 Keberlanjutan Usaha UMKM sebesar 0,764 menunjukkan bahwa variabel Adopsi E-Commerce, Kapabilitas Digital, dan Inovasi Bisnis secara bersama-sama mampu menjelaskan 76,4% variasi Keberlanjutan Usaha UMKM, sedangkan 23,6% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

Mengacu pada kriteria yang dikemukakan oleh Hair et al. (2022), nilai R^2 sebesar 0,75 dapat dikategorikan sebagai substantial (kuat), 0,50 sebagai moderate (sedang), dan 0,25 sebagai weak (lemah). Oleh karena itu, nilai R^2 pada variabel Inovasi Bisnis (0,687) menunjukkan kemampuan prediksi model yang cukup kuat, sedangkan nilai R^2 pada variabel Keberlanjutan Usaha UMKM (0,764) menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan penjelasan yang kuat (substantial) dalam menjelaskan keberlanjutan usaha UMKM.

Hasil Pengujian Hipotesis

Tabel 6. Hypothesis Testing Results

Hypothesis	Relationship	Path Coefficient (β)	T Statistics	P Values	Result
H1	Adopsi E-Commerce → Inovasi Bisnis	0.382	4.912	0.000	Accepted
H2	Kapabilitas Digital → Inovasi Bisnis	0.471	6.125	0.000	Accepted
H3	Adopsi E-Commerce → Keberlanjutan Usaha UMKM	0.214	2.876	0.004	Accepted
H4	Kapabilitas Digital → Keberlanjutan Usaha UMKM	0.269	3.421	0.001	Accepted
H5	Inovasi Bisnis → Keberlanjutan Usaha UMKM	0.487	7.218	0.000	Accepted
H6	Adopsi E-Commerce → Inovasi Bisnis → Keberlanjutan Usaha UMKM	0.186	3.845	0.000	Accepted
H7	Kapabilitas Digital → Inovasi Bisnis → Keberlanjutan Usaha UMKM	0.229	4.637	0.000	Accepted

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada Tabel 6, seluruh hipotesis penelitian diterima karena memiliki nilai T Statistics $> 1,96$ dan P Values $< 0,05$. Kapabilitas Digital memiliki pengaruh terbesar terhadap Inovasi Bisnis ($\beta = 0,471$), sedangkan Inovasi Bisnis memiliki pengaruh langsung terbesar terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM ($\beta = 0,487$).

Hasil pengujian efek mediasi juga menunjukkan bahwa Inovasi Bisnis mampu memediasi secara signifikan pengaruh Adopsi E-Commerce dan Kapabilitas Digital terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan keberlanjutan usaha tidak hanya bergantung pada adopsi teknologi digital, tetapi juga pada kemampuan UMKM dalam mengubah pemanfaatan teknologi tersebut menjadi inovasi yang memberikan nilai tambah dan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Pembahasan

Pengaruh Adopsi E-Commerce terhadap Inovasi Bisnis

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Adopsi E-Commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap Inovasi Bisnis. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat pemanfaatan platform e-commerce oleh UMKM, semakin besar kemampuan usaha dalam menciptakan inovasi produk, proses, maupun strategi pemasaran. Pemanfaatan e-commerce memungkinkan pelaku usaha memperoleh informasi pasar secara real-time, memahami kebutuhan pelanggan, serta mengidentifikasi peluang bisnis baru. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Budiarti dan Wardani (2025) yang menemukan bahwa transformasi digital dan adopsi teknologi berkontribusi terhadap peningkatan inovasi produk pada UMKM. Selain itu, Laudon dan Traver (2023) menjelaskan bahwa e-commerce tidak hanya berfungsi sebagai media transaksi, tetapi juga sebagai sumber informasi strategis yang dapat mendorong inovasi organisasi.

Pengaruh Kapabilitas Digital terhadap Inovasi Bisnis

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kapabilitas Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Inovasi Bisnis. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital, mengelola informasi, dan mengintegrasikan sistem digital menjadi faktor penting dalam menciptakan inovasi yang berkelanjutan. UMKM yang memiliki kapabilitas digital yang baik cenderung lebih cepat beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis dan lebih responsif terhadap kebutuhan pelanggan. Hasil penelitian ini mendukung temuan Gonzalez-Varona et al. (2024) yang menyatakan bahwa kapabilitas digital merupakan fondasi utama dalam meningkatkan kemampuan inovasi dan transformasi bisnis. Temuan ini juga sejalan dengan Warner dan Wäger (2019) yang menjelaskan bahwa kapabilitas digital memungkinkan organisasi membangun keunggulan kompetitif melalui pengembangan inovasi yang berkelanjutan.

Pengaruh Adopsi E-Commerce terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Adopsi E-Commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan marketplace, media sosial, dan platform digital mampu membantu UMKM memperluas jangkauan pasar, meningkatkan volume penjualan, serta mempertahankan hubungan dengan pelanggan. Temuan ini mendukung penelitian Mandasari dan Irawati (2025) serta Nugroho et al. (2024) yang menemukan bahwa adopsi e-commerce mampu meningkatkan kinerja dan keberlanjutan UMKM. Selain itu, menurut OECD (2023), digitalisasi bisnis menjadi salah satu faktor utama yang menentukan kemampuan usaha kecil dalam bertahan dan berkembang di era ekonomi digital.

Pengaruh Kapabilitas Digital terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM

Kapabilitas Digital terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan memanfaatkan teknologi digital secara efektif mampu meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat pengambilan keputusan, dan meningkatkan daya saing usaha. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Kusumawati (2025) yang menemukan bahwa kemampuan digital berpengaruh terhadap keberlanjutan kinerja UMKM. Selain itu, teori Dynamic Capability yang dikemukakan oleh Teece (2018) menjelaskan bahwa kemampuan organisasi dalam mengintegrasikan dan mengembangkan sumber daya digital merupakan faktor penting dalam mempertahankan keunggulan kompetitif dan keberlanjutan usaha.

Pengaruh Inovasi Bisnis terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Inovasi Bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemampuan menciptakan produk, layanan, maupun model bisnis baru mampu meningkatkan daya saing dan mempertahankan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Budiarti dan Wardani (2025) serta Chen dan Wang (2024) yang menjelaskan bahwa inovasi merupakan mekanisme utama dalam meningkatkan keberlanjutan organisasi. Selain itu, Ibarra et al. (2020) menjelaskan bahwa inovasi bisnis memungkinkan organisasi beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis dan menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan bagi pelanggan.

Peran Mediasi Inovasi Bisnis pada Hubungan Adopsi E-Commerce dan Keberlanjutan Usaha UMKM

Hasil pengujian mediasi menunjukkan bahwa Inovasi Bisnis mampu memediasi hubungan antara Adopsi E-Commerce dan Keberlanjutan Usaha UMKM serta hubungan antara Kapabilitas Digital dan Keberlanjutan Usaha UMKM. Temuan ini menunjukkan bahwa transformasi digital akan memberikan dampak yang lebih besar terhadap keberlanjutan usaha apabila mampu menghasilkan inovasi bisnis yang bernilai tambah. Hasil ini mendukung penelitian Li et al. (2024) yang menemukan bahwa digitalisasi dapat meningkatkan kinerja keberlanjutan melalui inovasi model bisnis sebagai variabel mediasi.

Peran Mediasi Inovasi Bisnis pada Hubungan Kapabilitas Digital dan Keberlanjutan Usaha UMKM

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Inovasi Bisnis mampu memediasi secara signifikan hubungan antara Kapabilitas Digital dan Keberlanjutan Usaha UMKM. Temuan ini mengindikasikan bahwa kapabilitas digital yang dimiliki UMKM akan memberikan dampak yang lebih besar terhadap keberlanjutan usaha apabila diikuti oleh kemampuan menciptakan inovasi. Hasil ini sejalan dengan penelitian Kusumawati (2025) yang menemukan bahwa kapabilitas inovasi menjadi mekanisme yang memperkuat pengaruh kemampuan digital terhadap kinerja dan keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, UMKM tidak hanya perlu meningkatkan penggunaan teknologi digital, tetapi juga harus mampu mengubah teknologi tersebut menjadi inovasi yang menghasilkan nilai tambah bagi pelanggan dan organisasi.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Adopsi E-Commerce dan Kapabilitas Digital merupakan faktor penting yang berkontribusi terhadap peningkatan Keberlanjutan Usaha UMKM. Pemanfaatan e-commerce yang semakin optimal mampu mendorong UMKM untuk memperluas pasar, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, dan menciptakan peluang usaha baru. Di sisi lain, Kapabilitas Digital yang baik memungkinkan UMKM untuk lebih adaptif dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis dan perkembangan teknologi. Penelitian ini juga membuktikan bahwa Inovasi Bisnis memiliki peran strategis dalam meningkatkan Keberlanjutan Usaha UMKM. Kemampuan UMKM dalam

mengembangkan inovasi produk, proses, layanan, maupun model bisnis menjadi faktor yang memperkuat daya saing dan keberlangsungan usaha di tengah persaingan yang semakin dinamis. Selain memberikan pengaruh langsung terhadap keberlanjutan usaha, Inovasi Bisnis terbukti berperan sebagai variabel mediasi yang menjembatani pengaruh Adopsi E-Commerce dan Kapabilitas Digital terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM. Hasil penelitian menegaskan bahwa keberhasilan transformasi digital pada UMKM tidak hanya ditentukan oleh penggunaan teknologi semata, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola teknologi tersebut menjadi inovasi yang mampu menciptakan nilai tambah dan mendukung keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Pelaku UMKM perlu meningkatkan pemanfaatan e-commerce secara lebih optimal, tidak hanya sebagai sarana transaksi, tetapi juga sebagai media pemasaran, komunikasi pelanggan, dan pengembangan usaha. Selain itu, peningkatan kapabilitas digital melalui pelatihan, penguasaan teknologi, dan pemanfaatan data bisnis perlu menjadi perhatian agar UMKM mampu beradaptasi dengan perkembangan ekonomi digital. Pemerintah, lembaga pendamping UMKM, dan pemangku kepentingan lainnya diharapkan dapat memperkuat program literasi digital, pendampingan transformasi digital, serta pengembangan ekosistem inovasi yang mendukung pertumbuhan UMKM. Dukungan tersebut penting untuk membantu pelaku usaha meningkatkan kemampuan inovasi dan daya saing secara berkelanjutan. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel lain yang relevan, seperti orientasi kewirausahaan, keunggulan kompetitif, kemampuan pemasaran digital, atau kelincahan organisasi. Penelitian juga dapat diperluas pada sektor UMKM yang berbeda atau menggunakan pendekatan longitudinal untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai keberlanjutan usaha di era digital.

REFERENSI

- Budiarti, S., & Wardani, D. A. S. (2025). Go digital or go extinct? Transformasi digital: Peran adopsi teknologi produksi, digital marketing terhadap keberlanjutan usaha melalui inovasi produk. *Journal of Innovation in Management, Accounting and Business*, 4(1), 45–58.

- Chen, D., & Wang, S. (2024). Digital transformation, innovation capabilities, and servitization as drivers of ESG performance in manufacturing SMEs. *Scientific Reports*, 14, 24516
- Gonzalez-Varona, J. M., Poza, D., Acebes, F., Villafruela, J. M., & Pajares, J. (2024). Digital capabilities and digital transformation in small and medium-sized enterprises: A systematic literature review. *Systems*, 12(6), 1–21.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage Publications.
- Hassan, S. S., Meisner, K., Krause, K., Bzhalava, L., & Moog, P. (2024). Is digitalization a source of innovation? Exploring the role of digital diffusion in SME innovation performance. *Small Business Economics*, 62(4), 1469–1491.
- Hoang, D. V., Hien, N. T., Thang, H. V., Phuong, P. N. T., & Duong, T. T. T. (2025). Digital capabilities and sustainable competitive advantages: The case of emerging market manufacturing SMEs. *SAGE Open*, 15(2).
<https://doi.org/10.1177/21582440251329967>
- Ibarra, D., Ganzarain, J., & Igartua, J. I. (2020). Business model innovation through industry 4.0: A review. *Procedia Manufacturing*, 51, 1011–1018.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2024). *Data UMKM Indonesia 2024*.
- Khsroo, I. T. N., Burhanuddin, M. A., Ali, M. A., & Ahmed, M. S. (2024). The influence of technological factors on adoption e-commerce in SME: The role of trust. *Journal of Global Information Technology Management*, 27(2), 148–167
- Kusumawati, D. A. (2025). Digital literacy, innovation capability and sustainability performance of MSMEs in the digital era. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 28(1), 67–82.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2023). *E-commerce: Business, technology, society* (18th ed.). Pearson Education.
- Li, Y., Cui, L., Wu, L., Lowry, P. B., Kumar, A., & Tan, K. H. (2024). Digitalization and network capability as enablers of business model innovation and sustainability performance: The moderating effect of environmental dynamism. *Journal of Information Technology*, 39(4), 395–418
- Mandasari, J., & Irawati. (2025). Pengaruh transformasi digital, strategi bisnis, dan kesiapan modal terhadap keberlanjutan usaha UMKM di era ekonomi digital. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 5(2), 112–126.

- Nugroho, M. A., Novitasari, B. T., & Timur, R. P. (2024). The mediating role of e-commerce adoption in the relationship between government support and SME performance in developing countries. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 19(3), 1023–1032.
- Nur, S. A., & Muafi. (2025). Link between dynamic capability and sustainable entrepreneurship: The mediation role of digital networking. *Jurnal Siasat Bisnis*, 29(1), 1–16.
- OECD. (2023). *SME and entrepreneurship outlook 2023*. Organisation for Economic Co-operation and Development Publishing.
- Qohar, R. Z. S., & Darmawan, B. A. (2024). *Apakah Adopsi Platform Digital Berdampak terhadap Inovasi Model Bisnis UMKM?*
- Teece, D. J. (2018). Business models and dynamic capabilities. *Long Range Planning*, 51(1), 40–49.
- Warner, K. S. R., & Wäger, M. (2019). Building dynamic capabilities for digital transformation: An ongoing process of strategic renewal. *Long Range Planning*, 52(3), 326–349.
- Yuliana, N., & Arwin. (2024). Faktor teknologi, organisasi, dan lingkungan dalam mendorong adopsi e-commerce pada UMKM Indonesia. *Insight Management Journal*, 4(2), 89–103.