



Pengaruh Strategi Kepemimpinan Digital UMKM Terhadap Kepuasan Konsumen Di Era Digital

Nungki Agustin

Universitas Bina Bangsa

Munawaroh

Universitas Bina Bangsa

Alamat: JL Raya Serang - Jakarta, KM. 03 No. 1B, Panancangan, Kec. Cipocok Jaya, Kota Serang, Banten 42124

Korespondensi penulis: nungkiagustin25@gmail.com

Abstrak

This study aims to analyze the effect of digital leadership strategies on MSME customer satisfaction in the digital era. In the era of digital transformation, digital leadership plays a crucial role in driving innovation and adaptability of MSMEs to meet consumer needs. This research uses a descriptive quantitative approach by distributing questionnaires to MSME consumers who use digital leadership strategies. Data analysis was conducted using linear regression test and Pearson correlation test. The results showed a positive and significant relationship between digital leadership and customer satisfaction. The calculated F value of 17,993 and a significance level of 0.001 indicate that an effective digital leadership strategy can increase customer satisfaction. This finding underscores the importance of utilizing digital technology for MSMEs to create a more personalized customer experience, increase consumer loyalty, and strengthen competitiveness in the market. This study recommends MSME leaders to continue developing capabilities in digital technology to achieve business sustainability.

Keywords: Digital Leadership, Customer Satisfaction, MSMEs, Digital Era

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi kepemimpinan digital terhadap kepuasan konsumen UMKM di era digital. Dalam era transformasi digital, kepemimpinan digital memainkan peran krusial dalam mendorong inovasi dan kemampuan adaptasi UMKM untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan menyebarluaskan kuesioner kepada konsumen UMKM yang menggunakan strategi kepemimpinan digital. Analisis data dilakukan menggunakan uji regresi linier dan uji korelasi Pearson. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara kepemimpinan digital dengan kepuasan konsumen. Nilai F hitung sebesar 17.993 dan tingkat signifikansi 0,001 menunjukkan bahwa strategi kepemimpinan digital yang efektif dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Penemuan ini menggarisbawahi pentingnya pemanfaatan teknologi digital bagi UMKM untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih personal, meningkatkan loyalitas konsumen, dan memperkuat daya saing di pasar. Penelitian ini merekomendasikan pemimpin UMKM untuk terus mengembangkan kemampuan dalam teknologi digital guna mencapai keberlanjutan bisnis.

Kata Kunci: Kepemimpinan Digital, Kepuasan Konsumen, UMKM, Era Digital

PENDAHULUAN

Di era digital, kepemimpinan digital memainkan peran kunci dalam mendorong inovasi dan kemampuan beradaptasi UMKM. Dengan strategi yang tepat, UMKM dapat meningkatkan kualitas layanan dan daya tanggap terhadap kebutuhan konsumen, yang secara langsung berdampak pada kepuasan mereka. Seorang pemimpin harus bertindak dengan memperhatikan kebutuhan konsumennya.(Octoyuda, Siagian, and Putri 2023) Pentingnya strategi inovasi digital bagi daya saing dan pertumbuhan UMKM maka Tingkat kepuasan yang tinggi berpotensi membangun loyalitas konsumen terhadap merek, Kepercayaan juga berpengaruh positif terhadap

Kepuasan Konsumen (Kasinem 2020) sehingga menciptakan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan.(Triwijayati et al. 2023)

Dalam aspek internal Faktor dari kelemahan dan kekuatan UKM dapat bersumber dari Sumber Daya Alam, Aspek Teknologi maupun Sumber Dana Permodalan (Tajuddien and Santoso 2019) sehingga pelaku UMKM harus bisa memaksimalkan kekurangan tersebut akan menarik konsumen yang lebih luas. UMKM harus mempersiapkan diri menghadapi tantangan dan perubahan pada era digitalisasi saat ini.(Kusumawati and Anik 2023) Kualitas pelayanan kepada konsumen memiliki kontribusi yang besar sebanyak 85,6% sisanya dipengaruhi oleh hal lain (Afan Zaini 2022), baik buruknya kualitas pelayanan akan sangat berpengaruh kepada kepuasan konsumen (Asti and Ayuningtyas 2020) sehingga Konsumen yang merasa puas dengan produk yang dibelinya cenderung lebih menjadi pendukung aktif merek melalui rekomendasi dari mulut ke mulut, yang pada akhirnya membantu menarik pelanggan baru dan memperluas basis pasar.(Sari and Marlius 2023)

Selain itu, penerapan kepemimpinan digital mendorong budaya inovasi di dalam UMKM, sehingga mereka mampu bersaing secara kompetitif. Dengan menggunakan digital marketing pengaruh produk yang dijual akan sangat besar terhadap kepuasan pelanggan (Fadhli and Pratiwi 2021) pemasaran produk yang baik akan bisa meningkatkan volume penjualan serta meningkatkan keuntungan bagi pengusaha UMKM (Azmi Fadhilah and Pratiwi 2021) Dengan memanfaatkan teknologi analisis data, UMKM dapat menciptakan pengalaman pelanggan yang dipersonalisasi. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan konsumen, tetapi juga memastikan kepuasan yang lebih tinggi secara keseluruhan. Oleh karena itu, kepemimpinan digital menjadi landasan penting bagi UMKM untuk tumbuh secara berkelanjutan dan meraih kesuksesan di pasar yang dinamis (Salamzadeh, Vardarlier, and Teoh 2023)

Penelitian sebelumnya (Munawaroh et al. 2024) menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara kepemimpinan digital dan daya saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di era digital yang terus berkembang. UMKM yang menerapkan strategi kepemimpinan digital yang efektif dan mengoptimalkan teknologi digital cenderung memiliki tingkat daya saing yang lebih tinggi. Selain itu, kepemimpinan digital juga berkontribusi pada peningkatan produktivitas dan inovasi sehingga memperkuat posisi UMKM dalam menghadapi tantangan pasar modern. Kepemimpinan digital dan kepemimpinan kreatif terhadap inovasi juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap produk UMKM yang dipasarkan secara digital. (Lestari 2021) sehingga pengusaha UMKM harus terus berinovasi agar tetap bersaing di era digital ini.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengekplorasi lebih lanjut pengaruh kepemimpinan digital terhadap kepuasan konsumen, sebagaimana didukung oleh temuan sebelumnya (Salamzadeh et al. 2023) dan (Munawaroh et al. 2024) yang menekankan pentingnya kepemimpinan digital dalam meningkatkan daya saing, produktivitas dan inovasi UMKM di era digital.

KAJIAN TEORI

1. Kepemimpinan Digital

Kepemimpinan digital adalah kemampuan seorang pemimpin untuk memanfaatkan teknologi digital guna memfasilitasi pengambilan keputusan, komunikasi, dan inovasi dalam organisasi

(Salamzadeh et al. 2023). Di era digital, Peran seorang pemimpin dalam pemanfaatan teknologi informasi menjadi bagian penting dalam implementasi transformasi digital (Tulungen, Saerang, and Maramis 2022) peran kepemimpinan tidak hanya terbatas pada pengelolaan sumber daya manusia tetapi juga mencakup penguasaan teknologi untuk menciptakan efisiensi dan adaptabilitas di pasar yang dinamis. Pemimpin digital harus memiliki visi yang kuat, mampu mengelola perubahan, dan mendorong inovasi melalui penggunaan teknologi, seperti analisis data, platform digital, dan media sosial.

Kepemimpinan digital menjadi kunci untuk UMKM agar mampu meningkatkan daya saing dan memperluas basis konsumennya. Dengan adanya transformasi digital proses dan operasional hilirisasi produk dari produsen ke konsumen akan semakin meningkat, kecepatan layanan, kepercayaan yang semakin baik (Solechan, Wijanarko, and Budi 2023)

2. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah tingkat di mana harapan pelanggan terhadap produk atau layanan terpenuhi atau terlampaui. Menurut (Kotler and Keller 2016), kepuasan konsumen berhubungan erat dengan pengalaman yang diterima oleh pelanggan (Bali 2022). Dalam konteks UMKM, kepuasan konsumen sering kali ditentukan oleh kemampuan pelaku usaha dalam memberikan pelayanan yang cepat, akurat, dan relevan dengan kebutuhan pelanggan tetapi kepuasan konsumen juga tidak semata-mata berasal dari baiknya kualitas produk, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor lain seperti pelayanan yang baik (Ishak, 2019) Penggunaan teknologi digital, seperti aplikasi berbasis pelanggan, respons otomatis, dan layanan personalisasi, memungkinkan UMKM memenuhi ekspektasi konsumen secara efektif. Penelitian sebelumnya (Munawaroh et al. 2024) menunjukkan bahwa strategi kepemimpinan digital berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan dengan menciptakan layanan yang lebih terstandarisasi dan responsif.

3. Hubungan Antara Kepemimpinan Digital dan Kepuasan Konsumen

Kepemimpinan digital terbukti memiliki hubungan yang signifikan dengan kepuasan dan loyalitas konsumen. (Salamzadeh et al. 2023) menyatakan bahwa pemimpin digital yang efektif dapat menciptakan kepercayaan dan reputasi positif melalui inovasi dan pelayanan yang berorientasi pada kebutuhan konsumen. Penelitian lain oleh (Munawaroh et al. 2024) mengungkapkan bahwa UMKM yang menerapkan kepemimpinan digital cenderung memiliki tingkat retensi konsumen yang lebih tinggi.

Teknologi digital memungkinkan pemimpin UMKM untuk memahami perilaku konsumen secara lebih mendalam melalui analisis data, sehingga mereka dapat menyediakan layanan yang sesuai dengan preferensi pelanggan. Dengan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap merek juga meningkat, memberikan keuntungan jangka panjang bagi UMKM

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi kepemimpinan digital umkm terhadap kepuasan konsumen pada produk UMKM berbasis digital. Sampel penelitian dipilih secara acak pada konsumen. Penelitian ini melakukan survei dengan menyebar kuisioner kepada mahasiswa Universitas Bina Bangsa yang menggunakan produk atau layanan UMKM yang menerapkan strategi kepemimpinan

digital. Sampel di pilih menggunakan teknik sampel *non probability* melalui cara *non probability sampling, purposive sampling* yang berarti penarikan sampel harus memiliki kriteria dan ketentuan sampel penelitian. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Kuesioner terdiri dari pertanyaan tentang kepemimpinan digital (X) dan kepuasan konsumen (Y) terhadap produk UMKM. Selanjutnya, data yang diperoleh dari kuesioner dianalisis menggunakan kemudian dianalisis menggunakan aplikasi SPSS dengan beberapa tahap pengujian mulai dari uji regresi sederhana dan uji Korelasi

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menghubungkan variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebasnya yaitu strategi kepemimpinan digital sedangkan variabel terikatnya yaitu kepuasan konsumen. Setiap variabel memiliki beberapa indikator yang dibuat dalam bentuk butir-butir pernyataan (instrumen) untuk mendapatkan data dari tiap-tiap responden konsumen UMKM secara digital.

1. Uji Regresi Linier

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	76.801	1	76.801	17.993	<,001 ^b
	Residual	204.879	48	4.268		
	Total	281.680	49			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kepemimpinan Digital

Dari hasil uji regresi diketahui bahwa variabel independen yaitu kepemimpinan digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Hal ini terlihat dari nilai F hitung = 17.993 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$, maka ada pengaruh variabel kepemimpinan digital (X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dapat dijelaskan bahwa hubungan antara kepemimpinan digital dan kepuasan konsumen memiliki hubungan yang baik.

2. Uji korelasi Pearson

Correlations

		Kepemimpinan Digital	Kepuasan Konsumen
Kepemimpinan Digital	Pearson Correlation	1	.522**
	Sig. (2-tailed)		<,001
	N	50	50
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.522**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	
	N	50	50

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil uji korelasi Pearson menunjukkan hubungan antara kepemimpinan digital UMKM dan kepuasan konsumen. Koefisien korelasi (*r*) mengindikasikan arah dan kekuatan hubungan nilai positif menunjukkan hubungan searah, nilai *p* lebih kecil dari 0,05, hubungan tersebut signifikan

secara statistik, artinya kepemimpinan digital memiliki pengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen. Semakin mendekati nilai 1 atau -1, semakin kuat hubungan antara dua variabel.

PEMBAHASAN

Kepemimpinan digital memungkinkan pemimpin UMKM untuk memanfaatkan teknologi secara efektif dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, menciptakan pengalaman yang lebih baik, dan membangun loyalitas konsumen. Dalam konteks ini, penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi kepemimpinan digital yang tepat dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil uji regresi linier mengindikasikan adanya pengaruh yang signifikan antara kepemimpinan digital dan kepuasan konsumen. Nilai F hitung sebesar 17.993 dengan tingkat signifikansi 0,001, yang lebih kecil dari ambang batas 0,05, menegaskan bahwa strategi kepemimpinan digital yang diterapkan secara efektif dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Penemuan ini didukung pula oleh hasil uji korelasi Pearson yang menunjukkan hubungan positif dan signifikan antara kedua variabel. Koefisien korelasi yang positif mencerminkan bahwa semakin tinggi efektivitas kepemimpinan digital, semakin besar pula dampaknya pada tingkat kepuasan konsumen.

Kepemimpinan digital tidak hanya berdampak pada kepuasan konsumen tetapi juga berperan penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Pemimpin yang mampu memanfaatkan teknologi seperti analisis data, media sosial, dan platform digital lainnya dapat memahami kebutuhan konsumen dengan lebih mendalam. Kepemimpinan digital dan kepemimpinan kreatif keduanya berdampak signifikan terhadap inovasi.(Gunawan, Sucipto, and Gofar 2023) Hal ini memungkinkan mereka untuk menciptakan layanan yang lebih personal, relevan, dan responsif terhadap ekspektasi pelanggan. Dengan demikian, teknologi digital menjadi alat strategis untuk memperkuat hubungan dengan konsumen, sekaligus meningkatkan retensi pelanggan.

Penelitian ini mendukung temuan sebelumnya yang menekankan pentingnya kepemimpinan digital dalam mendukung pertumbuhan UMKM.(Salamzadeh et al. 2023) mengungkapkan bahwa kepemimpinan digital berkontribusi dalam membangun kepercayaan dan reputasi positif UMKM melalui inovasi dan pelayanan yang berorientasi pada kebutuhan konsumen. Selain itu, (Munawaroh, M., Tjutju Yuniarsih, Edi Suryadi 2024) menunjukkan bahwa strategi digital yang optimal tidak hanya meningkatkan daya saing tetapi juga produktivitas dan loyalitas pelanggan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menggarisbawahi pentingnya transformasi digital bagi UMKM untuk terus berkembang di tengah tantangan era digital. Pemimpin UMKM yang mampu beradaptasi dengan perubahan teknologi dan menerapkan strategi kepemimpinan digital yang inovatif akan memiliki peluang lebih besar untuk memenuhi harapan konsumen, membangun hubungan jangka panjang, dan meningkatkan keberlanjutan bisnis mereka. Dengan begitu, kepemimpinan digital tidak hanya menjadi alat untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga menjadi landasan bagi pertumbuhan UMKM secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa kepemimpinan digital memainkan peran penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen UMKM di era digital. Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan pemimpin UMKM untuk memenuhi kebutuhan konsumen secara lebih efektif, menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik, serta membangun loyalitas konsumen. Hasil analisis menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara strategi kepemimpinan digital dengan kepuasan konsumen. Dengan kata lain, semakin efektif strategi digital yang diterapkan, semakin tinggi tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap produk atau layanan UMKM. Hal ini membuktikan bahwa kepemimpinan digital tidak hanya berdampak pada konsumen, tetapi juga memberikan keunggulan kompetitif dan mendukung pertumbuhan UMKM secara berkelanjutan

DAFTAR PUSTAKA

- Afan Zaini, Ahmad. 2022. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Pada Konsumen 'Warung Bek Mu 2' Banjaranyar Paciran Lamongan)." *Pemasaran Jasa* 1(1):15.
- Asti, Eka, and Eka Ayuningtyas. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen." *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis* 1(01):1–14. doi: 10.37366/ekomabis.v1i01.2.
- Azmi Fadhilah, Dian, and Tami Pratiwi. 2021. "Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing." *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen* 12(1):17–22. doi: 10.32670/coopetition.v12i1.279.
- Bali, Asri Yanti. 2022. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi* 1(1):1–14. doi: 10.56248/jamane.v1i1.7.
- Fadhli, Khotim, and Nia Dwi Pratiwi. 2021. "Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumenposkopi Zio Jombang." *Jurnal Inovasi Penelitian* 2(2):603–12.
- Gunawan, Ahmad, Imam Sucipto, and Ida Abdul Gofar. 2023. "Pendekatan Kreatif Mempelajari Kepemimpinan Digital Pada UMKM Di Bekasi." *Management Studies and Entrepreneurship* 4(2):1107–14.
- Ishak, Asmai. 2019. "Pentingnya Kepuasan Konsumen Dan Implementasi Strategi

Pemasarannya.” *Jurnal Siasat Bisnis* ed(khus1):1–11. doi: 10.20885/jsb.ed.khus1.art1.

Kasinem, Kasinem. 2020. “Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat.” *Jurnal Media Wahana Ekonomika* 17(4):329. doi: 10.31851/jmwe.v17i4.5096.

Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2016. *MarkKotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. Global Edition (Vol. 15E)*. Vol. 15E.

Kusumawati, Diah Ayu, and Sri Anik. 2023. “Kelincahan Organisasi: Peran Keterampilan Digital Dan Kepemimpinan Agile Pada Umkm.” *Jmm Unram - Master of Management Journal* 12(1):74–87. doi: 10.29303/jmm.v12i1.763.

Lestari, Nining Widya. 2021. “Studi Kepemimpinan Digital Dan Kepemimpinan Kreatif Yang Mempengaruhi Inovasi Di Umkm Jatimulya Bekasi Jawa Barat.” *Parameter* 5(2):97–106. doi: 10.37751/parameter.v5i2.152.

Munawaroh, M., Tjutju Yuniarsih, Edi Suryadi, & Heny Hendrayati. 2024. “Goes To Competitiveness SMEs With Digital Leadership.” *Jurnal Ekonomi*.

Munawaroh, M., T. Yuniarsih, E. Suryadi, and ... 2024. “Goes To Competitiveness SMEs With Digital Leadership.” ... *Ekonomi*.

Octoyuda, Edgar, Hendra Sakti Putra Siagian, and Hidayatna Putri. 2023. “Menjawab Tantangan Transformasi Digital: Implikasi Kepemimpinan Transformasional Terhadap Adopsi Teknologi Digital.” *Ekonomi Dan Bisnis* 10(2):31–49. doi: 10.35590/jeb.v10i2.6970.

Salamzadeh, Yashar, Pelin Vardarlier, and Ai Ping Teoh. 2023. “Editorial: Digital Leadership: Competencies, Business Models, Systems, Strategies and Platforms.” *Frontiers in Psychology* 14.

Sari, Riri Fitria, and Doni Marlius. 2023. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada D’sruput Lapai Padang.” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7(1):1801–12.

Solechan, Achmad, Toni Wijanarko, and A. P. Budi. 2023. “Transformasi Digital Pada

- UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar.” *Jurnal Informatika Upgris* 9(1):15–20.
- Tajuddien, Rahadyan, and Arief Budi Santoso. 2019. “Pengembangan Strategi Berorientasi Pasar Dan Peningkatan Daya Saing Ukm Dalam Menghadapi Aec Dikota Tangerang Selatan.” *Journal of Social Welfare* 6(1):42–58. doi: 10.31326/jks.v6i01.
- Triwijayati, Anna, Yohanes Paulus Luciany, Yulia Novita, Nika Sintesa, and Achmad Zahrudin. 2023. “Strategi Inovasi Bisnis Untuk Meningkatkan Daya Saing Dan Pertumbuhan Organisasi Di Era Digital.” *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science* 2(03):306–14. doi: 10.58812/jbmws.v2i03.564.
- Tulungen, Evans E. W., David P. E. Saerang, and Joubert B. Maramis. 2022. “Transformasi Digital : Peran Kepemimpinan Digital.” *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 10(2):1116–23. doi: 10.35794/emba.v10i2.41399.