

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami proses adaptasi bisnis nasabah ritel Bank BRI KCP Jatinangor pada era pasca pandemi COVID-19, dengan menekankan pada faktor-faktor yang memengaruhi transformasi digital serta peran lembaga keuangan dalam mendukung perubahan tersebut. Pendekatan yang digunakan adalah *mixed methods* dengan desain eksplanatori-sekuensial, yang diawali dengan analisis kuantitatif melalui kuesioner terhadap 171 responden, kemudian diperdalam melalui wawancara mendalam dengan sejumlah pelaku usaha.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat adaptasi digital di kalangan nasabah tergolong tinggi, tercermin dari pemanfaatan media sosial, layanan pesan instan, hingga platform e-commerce dalam aktivitas usaha. Faktor utama yang mendorong adaptasi adalah kebutuhan komunikasi pelanggan, tekanan eksternal, serta perubahan perilaku konsumen yang menghendaki layanan cepat dan praktis. Analisis regresi mengonfirmasi bahwa variabel peran teknologi digital, adaptasi masyarakat, dan dukungan BRI berpengaruh signifikan terhadap transformasi bisnis. Namun demikian, pelaku usaha masih menghadapi kendala berupa keterbatasan literasi digital, alokasi waktu, dan minimnya pelatihan yang aplikatif. Penelitian ini juga menegaskan peran strategis BRI bukan hanya sebagai penyedia pembiayaan, tetapi juga sebagai mitra yang memberikan pendampingan, edukasi keuangan digital, serta akses terhadap ekosistem pembayaran modern. Implikasi dari temuan ini menyoroti pentingnya dukungan kolaboratif antara lembaga keuangan, komunitas usaha, dan pemerintah untuk memperkuat daya saing UMKM.

Kontribusi penelitian ini terbagi dalam dua dimensi. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya literatur mengenai transformasi digital UMKM dalam konteks negara berkembang, khususnya dalam menghadapi krisis global seperti pandemi COVID-19. Penelitian ini juga menawarkan konseptual tentang interaksi antara faktor eksternal (perubahan perilaku konsumen dan tekanan pasar) dengan faktor internal (literasi digital dan kapasitas adaptasi), serta dukungan institusional dari bank. Secara praktis, penelitian ini memberikan rekomendasi strategis bagi perbankan dan pelaku usaha, antara lain perlunya pengembangan program pelatihan digital yang aplikatif, desain produk pembiayaan yang lebih fleksibel untuk mendukung investasi teknologi, serta penguatan ekosistem digital yang terintegrasi. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan literatur transformasi digital pasca-pandemi, sekaligus rekomendasi praktis bagi perbankan dan pelaku usaha ritel dalam merancang strategi adaptasi berkelanjutan.

Kata kunci: Transformasi digital, UMKM, perilaku konsumen, Bank BRI