

ABSTRAK

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memiliki peran yang penting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Seiring dengan berkembangnya teknologi, para pelaku UMKM perlu beradaptasi serta memanfaatkan teknologi demi keberlangsungan bisnisnya. Salah satu kunci agar UMKM tetap kompetitif adalah melalui inovasi model bisnis. Inovasi model bisnis sangat penting bagi kelangsungan hidup, kinerja, dan sebagai sumber keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Dalam konteks ini, penting untuk memahami sejauh mana inovasi model bisnis dapat mempengaruhi pertumbuhan UMKM, khususnya pada bidang *fashion* di Kota Bandung.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana pengaruh inovasi model bisnis terhadap pertumbuhan UMKM *fashion* di Kota Bandung. Aspek-aspek yang diteliti meliputi pengaruh langsung inovasi model bisnis serta peran kepercayaan dan komitmen pelanggan sebagai variabel mediasi. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner (*Google Form*) yang disebar secara *online* kepada 315 responden pemilik UMKM *fashion* di Kota Bandung. Penelitian ini menerapkan metode *Structural Equation Modeling* (SEM), sehingga data survei yang telah terkumpul dianalisis menggunakan *software SmartPLS*.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa inovasi model bisnis memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan UMKM sebesar 42%. Kepercayaan pelanggan memediasi pengaruh ini dengan kontribusi sebesar 6,4%, sementara komitmen pelanggan memberikan kontribusi sebesar 3,2%. Temuan ini membuktikan bahwa inovasi model bisnis yang diterapkan oleh UMKM *fashion* di Kota Bandung tidak hanya berdampak langsung pada pertumbuhan bisnis, tetapi juga diperkuat oleh kepercayaan dan komitmen pelanggan, yang secara keseluruhan berkontribusi pada peningkatan kinerja dan keberlanjutan bisnis UMKM.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur akademik dalam bidang manajemen bisnis dengan memberikan wawasan baru mengenai pentingnya inovasi model bisnis dalam mendorong pertumbuhan UMKM, khususnya di bidang *fashion*. Selain itu, penelitian ini memberikan panduan bagi pelaku UMKM untuk memahami dan menerapkan inovasi model bisnis yang efektif, serta membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan melalui kepercayaan dan komitmen.

Kata Kunci: UMKM, Inovasi Model Bisnis, Pertumbuhan UMKM, Kepercayaan Pelanggan, Komitmen Pelanggan