

ABSTRAK

Digitalisasi telah menjadi suatu kebutuhan penting bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di era digital saat ini. Digitalisasi juga berperan besar dalam keberlangsungan UMKM. Di Indonesia salah satu UMKM yang besar peluangnya adalah UMKM Sepatu dan Alas Kaki di Sentra Industri Sepatu Cibaduyut Bandung.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi tingkat kesiapan digital UMKM Sepatu dan Alas Kaki dengan menggunakan kerangka kerja *Digital Readiness*. Penelitian ini juga menentukan sejauh mana UMKM dapat mengadopsi dan memanfaatkan teknologi digital dalam operasional dan pemasaran mereka. Kerangka kerja *Digital Readiness* meliputi beberapa elemen kunci yang harus diperhatikan, seperti akses dan infrastruktur digital, keahlian digital, strategi pemasaran digital, dan manajemen data dan analitik sehingga UMKM dapat bertahan lama.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk mengukur kesiapan digital UMKM Sepatu di Cibaduyut yang terdiri dari teori *Digital Transformation*, *Digital Readiness Dimension* dan *Digital Readiness Level* yang berfungsi untuk mengukur kesiapan digital dari UMKM Sepatu di Sentra Industri Sepatu Cibaduyut Bandung.

Hasil temuan mengungkapkan Indeks Kesiapan Digital mengidentifikasi aspek “Individu” memiliki skor paling besar dengan skor 4.25 yang mengakui peran individu dalam perubahan digital dan kategori kesiapan *digital experienced* mencerminkan distribusi tingkat kesiapan di kalangan UMKM serta kebutuhan akan pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan kesiapan digital paling banyak.

Kata Kunci: *Digital Readiness, Digital Readiness Level, Digital Readiness Framework, UMKM, Sepatu Cibaduyut*