



Pengaruh Liliterasi Digital dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha UMKM di Kota Bandung

Mohammad Septo Agil^{1*}, Deri Apriadi²

^{1,2}Universitas Kebangsaan Republik Indonesia

Alamat: Jalan Terusan Halimun No. 37, Lkr. Sel., Kec. Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40263

*Korespondensi penulis: msa171297@gmail.com

Abstract. This study aims to analyze the effect of digital literacy and entrepreneurial orientation on the business performance of MSMEs in Bandung City. A quantitative approach was applied using descriptive and verificative methods to describe empirical phenomena and test causal relationships between variables. Data were collected through questionnaires distributed to 201 MSME owners, selected using an accidental sampling technique. Data analysis employed multiple linear regression with the assistance of SPSS software. The results indicate that digital literacy and entrepreneurial orientation simultaneously have a significant effect on business performance, with a coefficient of determination (R^2) of 0.716, meaning that 71.6% of performance variation is explained by both variables. Partially, digital literacy shows a more dominant influence than entrepreneurial orientation. These findings confirm that the ability of MSME actors to utilize digital technology and integrate it with entrepreneurial values plays a crucial role in enhancing efficiency, innovation, and competitiveness in the digital transformation era.

Keywords: Digital literacy, Entrepreneurial orientation, Business performance, MSMEs, Digital transformation

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi digital dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha UMKM di Kota Bandung. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran fenomena empiris sekaligus menguji hubungan kausal antar variabel. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 201 pelaku UMKM yang dipilih menggunakan teknik accidental sampling. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan literasi digital dan orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,716, artinya 71,6% variasi kinerja usaha dijelaskan oleh kedua variabel tersebut. Secara parsial, literasi digital memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan orientasi kewirausahaan. Temuan ini menegaskan bahwa kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital dan mengintegrasikannya dengan nilai-nilai kewirausahaan merupakan faktor kunci dalam meningkatkan efisiensi, inovasi, serta daya saing di era transformasi digital.

Kata Kunci: Literasi digital, Orientasi kewirausahaan, Kinerja usaha, UMKM, Transformasi digital

1. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional karena mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, menciptakan nilai tambah, dan memperkuat fondasi ekonomi rakyat. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2023), lebih dari 99% pelaku

usaha di Indonesia tergolong UMKM, dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai lebih dari 60%. Namun, di tengah arus globalisasi dan disrupti teknologi, pelaku UMKM menghadapi tantangan besar berupa rendahnya kemampuan adaptasi terhadap digitalisasi, keterbatasan akses informasi, dan rendahnya kemampuan manajerial yang berdampak pada stagnasi kinerja usaha (Putri & Santosa, 2022). Kondisi ini menegaskan pentingnya peningkatan kapasitas digital dan kewirausahaan sebagai pondasi utama daya saing UMKM di era transformasi ekonomi digital.

Transformasi digital menjadi keniscayaan yang harus dihadapi oleh seluruh sektor ekonomi, termasuk UMKM. Pemanfaatan teknologi digital memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta mengoptimalkan strategi pemasaran berbasis data (Rahman, 2021). Literasi digital bukan sekadar kemampuan teknis dalam menggunakan perangkat digital, tetapi juga mencakup aspek kognitif, sosial, dan evaluatif dalam mengakses, menganalisis, serta mengolah informasi digital untuk pengambilan keputusan bisnis yang tepat (Gilster, 1997; Nasution & Putra, 2023). Oleh karena itu, peningkatan literasi digital pada pelaku UMKM menjadi kebutuhan mendesak untuk memperkuat kemampuan adaptasi terhadap perubahan teknologi dan dinamika pasar yang semakin kompetitif.

Selain kemampuan digital, orientasi kewirausahaan juga memiliki peran penting dalam keberhasilan usaha. Orientasi kewirausahaan mencakup dimensi inovasi, proaktivitas, dan keberanian mengambil risiko (Lumpkin & Dess, 1996). Seorang wirausahawan yang memiliki orientasi tinggi cenderung lebih mampu membaca peluang pasar, menciptakan inovasi produk, serta bertahan menghadapi ketidakpastian lingkungan bisnis (Hastuti, 2020). Dalam konteks UMKM, orientasi kewirausahaan membantu pelaku usaha mengembangkan kreativitas dan strategi yang berkelanjutan agar dapat bersaing di pasar yang berubah dengan cepat (Farhan, Eryanto, & Saptono, 2022). Dengan demikian, sinergi antara literasi digital dan orientasi kewirausahaan menjadi faktor penting yang menentukan keberhasilan dan kinerja usaha UMKM di era digital.

Namun, berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang bervariasi terkait hubungan antara literasi digital, orientasi kewirausahaan, dan kinerja usaha.

Dewi dan Ratnamasih (2023) menemukan bahwa literasi digital dan orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM di Sentra Rajut Binong Jati Bandung dengan kontribusi simultan sebesar 71,6%. Sementara itu, Hastuti (2020) melaporkan bahwa literasi digital memberikan pengaruh dominan dibandingkan orientasi kewirausahaan pada sektor batik di Surakarta. Di sisi lain, penelitian lain oleh Justin (2023) menyoroti bahwa orientasi kewirausahaan memiliki dampak lebih besar dalam pengambilan keputusan berwirausaha daripada aspek digitalisasi. Perbedaan temuan ini menunjukkan bahwa hubungan antar variabel tersebut masih perlu dikaji lebih lanjut dengan mempertimbangkan karakteristik lokal dan sektor usaha.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi digital dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha UMKM di Kota Bandung. Secara khusus, penelitian ini berfokus pada pengujian pengaruh parsial maupun simultan kedua variabel tersebut dalam meningkatkan kinerja usaha. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman empiris mengenai seberapa besar kontribusi kemampuan digital dan orientasi kewirausahaan dalam memperkuat daya saing UMKM di tengah dinamika transformasi ekonomi digital yang terus berkembang.

Berdasarkan telaah pustaka, masih terdapat kesenjangan penelitian (research gap) yang perlu dijembatani. Sebagian besar penelitian terdahulu lebih menekankan pada satu variabel tunggal, seperti pengaruh literasi digital terhadap kinerja usaha tanpa mengombinasikannya dengan orientasi kewirausahaan (Farhan et al., 2022). Selain itu, sebagian penelitian dilakukan pada sektor atau wilayah tertentu, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan untuk konteks UMKM perkotaan di Bandung yang memiliki karakteristik bisnis lebih dinamis dan berorientasi teknologi (Dewi & Ratnamasih, 2023). Dengan demikian, penelitian ini penting untuk memberikan gambaran empiris yang lebih komprehensif terkait sinergi antara literasi digital dan orientasi kewirausahaan dalam memengaruhi kinerja UMKM di kawasan perkotaan yang sedang berkembang pesat.

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat teoritis dan praktis. Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat memperkuat literatur mengenai hubungan antara literasi digital, orientasi kewirausahaan, dan kinerja usaha dengan pendekatan

kuantitatif berbasis data lapangan. Selain itu, penelitian ini dapat memperluas penerapan teori Resource-Based View (Barney, 1991) dalam konteks UMKM dengan menyoroti pentingnya sumber daya internal seperti kompetensi digital dan sikap kewirausahaan sebagai modal strategis dalam mencapai keunggulan kompetitif.

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pemerintah daerah dan lembaga pembina UMKM dalam merancang program penguatan kapasitas digital dan pengembangan orientasi kewirausahaan. Bagi pelaku UMKM, penelitian ini memberikan wawasan tentang pentingnya memadukan kemampuan teknologi dengan karakter kewirausahaan untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi nyata dalam upaya transformasi digital UMKM di Indonesia menuju ekonomi berbasis pengetahuan dan inovasi yang berkelanjutan (KemenkopUKM, 2023; Rahman, 2021).

2. KAJIAN TEORITIS

Landasan Teori

Perkembangan era digital telah mengubah cara pelaku usaha menjalankan kegiatan bisnisnya, termasuk pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dalam konteks ekonomi modern, kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi dan memanfaatkan informasi digital menjadi faktor penentu keberhasilan bisnis. Konsep literasi digital muncul sebagai kompetensi utama yang harus dimiliki oleh pelaku usaha agar dapat mengakses, memahami, mengevaluasi, dan mengelola informasi berbasis teknologi secara efektif (Gilster, 1997). Menurut Hague dan Payton (2010), literasi digital tidak hanya berkaitan dengan kemampuan teknis menggunakan perangkat digital, tetapi juga mencakup kemampuan berpikir kritis dalam mengelola informasi yang tersedia di ruang digital. Oleh karena itu, peningkatan literasi digital merupakan langkah fundamental untuk meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing UMKM.

Literasi digital dalam konteks bisnis memiliki dimensi yang luas, mencakup kemampuan menggunakan teknologi untuk komunikasi, promosi, manajemen keuangan, hingga analisis data pelanggan (Ng, 2012). Pelaku UMKM yang memiliki tingkat literasi digital tinggi akan lebih mampu memanfaatkan platform digital

seperti e-commerce, media sosial, dan aplikasi keuangan untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan efisiensi produksi (Nasution & Putra, 2023). Di sisi lain, literasi digital juga berkaitan erat dengan digital mindset, yaitu pola pikir terbuka terhadap perubahan dan inovasi teknologi. Mindset ini menjadi elemen penting untuk mendukung pengambilan keputusan yang berbasis data dan analitik digital (Rahman, 2021).

Selain aspek literasi digital, orientasi kewirausahaan merupakan faktor internal penting yang memengaruhi keberhasilan usaha. Lumpkin dan Dess (1996) mendefinisikan orientasi kewirausahaan sebagai kecenderungan perilaku individu atau organisasi untuk berinovasi, bersikap proaktif, dan berani mengambil risiko. Orientasi ini mendorong pelaku usaha untuk menciptakan nilai tambah melalui ide-ide baru, adaptasi cepat terhadap perubahan pasar, serta kemampuan menciptakan peluang dari ketidakpastian. Dalam konteks UMKM, orientasi kewirausahaan berperan dalam meningkatkan daya tahan usaha terhadap tekanan eksternal dan memacu keberlanjutan bisnis (Wahyudi & Susanti, 2020).

Orientasi kewirausahaan juga memiliki keterkaitan dengan teori Resource-Based View (RBV), yang menekankan pentingnya sumber daya internal organisasi sebagai dasar keunggulan kompetitif (Barney, 1991). Dalam pandangan ini, literasi digital dan orientasi kewirausahaan dapat dianggap sebagai sumber daya strategis yang bersifat valuable, rare, inimitable, dan non-substitutable. Pelaku UMKM yang memiliki kombinasi keduanya akan mampu menciptakan nilai bisnis yang berkelanjutan, karena keduanya mendukung kemampuan berinovasi dan memperkuat strategi diferensiasi di pasar (Kurniawan & Fadilah, 2021). Dengan demikian, literasi digital dan orientasi kewirausahaan bukan hanya sekadar kompetensi teknis dan sikap mental, melainkan juga aset strategis untuk mempertahankan keunggulan kompetitif.

Kinerja usaha merupakan hasil akhir dari efektivitas pelaku bisnis dalam mengelola sumber daya, memanfaatkan peluang, dan mengimplementasikan strategi bisnis. Menurut Venkatraman dan Ramanujam (1986), kinerja usaha mencerminkan pencapaian perusahaan dalam aspek keuangan (profitabilitas, pertumbuhan penjualan) maupun non-keuangan (kepuasan pelanggan, efisiensi operasional, dan inovasi). Dalam konteks UMKM, kinerja usaha juga mencerminkan kemampuan

adaptif pelaku usaha terhadap perubahan lingkungan eksternal seperti perkembangan teknologi, dinamika pasar, dan kebijakan ekonomi (Putri & Santosa, 2022). Dengan demikian, literasi digital dan orientasi kewirausahaan diharapkan mampu berkontribusi positif terhadap peningkatan kinerja usaha, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Secara teoritis, hubungan antara literasi digital, orientasi kewirausahaan, dan kinerja usaha dapat dijelaskan melalui teori Dynamic Capability (Teece, Pisano, & Shuen, 1997). Teori ini menjelaskan bahwa keberhasilan suatu organisasi dalam lingkungan bisnis yang dinamis sangat ditentukan oleh kemampuannya untuk mengintegrasikan, membangun, dan mengonfigurasi ulang kompetensi internal untuk merespons perubahan eksternal. Literasi digital berperan sebagai kemampuan adaptif yang memungkinkan UMKM bertransformasi menuju bisnis digital, sedangkan orientasi kewirausahaan mendorong keberanian untuk berinovasi dan mengambil risiko dalam menghadapi ketidakpastian pasar (Dewi & Ratnamiasih, 2023). Kombinasi keduanya menciptakan keunggulan dinamis yang sulit ditiru oleh pesaing.

Penelitian Terdahulu

Sejumlah penelitian empiris telah mengkaji hubungan antara literasi digital, orientasi kewirausahaan, dan kinerja usaha dengan hasil yang bervariasi. Dewi dan Ratnamiasih (2023) menemukan bahwa literasi digital dan orientasi kewirausahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM di Sentra Industri Rajut Binong Jati Bandung dengan kontribusi sebesar 71,6%. Hasil tersebut memperkuat pandangan bahwa peningkatan literasi digital dapat memperluas akses pasar dan memperbaiki efisiensi, sementara orientasi kewirausahaan memperkuat inovasi dan daya adaptif usaha. Temuan serupa juga dikemukakan oleh Farhan, Eryanto, dan Saptono (2022), yang meneliti UMKM sektor makanan dan minuman di Jakarta Selatan dan menemukan pengaruh positif kedua variabel terhadap pertumbuhan kinerja usaha.

Berbeda dengan temuan tersebut, Hastuti (2020) dalam penelitiannya terhadap UMKM batik di Surakarta menunjukkan bahwa literasi digital memiliki pengaruh dominan dibandingkan orientasi kewirausahaan terhadap peningkatan kinerja usaha.

Hal ini menunjukkan bahwa dalam konteks industri kreatif, kemampuan digital memainkan peran utama dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi promosi. Namun, Justin (2023) menemukan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh lebih besar terhadap keputusan berwirausaha dibandingkan literasi digital, menandakan bahwa karakter dan mentalitas kewirausahaan tetap menjadi pendorong utama bagi keberlanjutan bisnis di tengah ketidakpastian lingkungan usaha.

Penelitian lain oleh Nasution dan Putra (2023) menyoroti bahwa peningkatan literasi digital tidak hanya berdampak pada peningkatan efisiensi usaha, tetapi juga memperkuat keberlanjutan bisnis melalui kemampuan adaptasi terhadap teknologi baru. Hasil tersebut didukung oleh Rahman (2021) yang menegaskan bahwa digitalisasi memberikan peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing global, namun hanya dapat dimanfaatkan jika pelaku usaha memiliki kemampuan literasi digital yang memadai. Dengan demikian, literasi digital berfungsi sebagai modal pengetahuan yang melengkapi orientasi kewirausahaan dalam membentuk kinerja bisnis yang kompetitif.

Kecenderungan hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa hubungan antara literasi digital dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha belum bersifat konklusif, karena bergantung pada karakteristik sektor, lokasi, serta tingkat kematangan digital masing-masing pelaku UMKM. Oleh sebab itu, penelitian ini berupaya memperkuat literatur dengan menganalisis kembali pengaruh kedua variabel tersebut pada konteks UMKM di Kota Bandung yang memiliki dinamika bisnis digital yang tinggi. Dengan pendekatan empiris berbasis data lapangan, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi baru dalam memahami interaksi antara kemampuan digital dan orientasi kewirausahaan dalam menentukan kinerja UMKM di era ekonomi berbasis teknologi.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif untuk menguji pengaruh literasi digital dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha UMKM di Kota Bandung. Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu memberikan gambaran empiris yang terukur dan obyektif terhadap

hubungan antar variabel penelitian (Sugiyono, 2022). Jenis penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan fenomena tingkat literasi digital, orientasi kewirausahaan, dan kinerja UMKM, sedangkan metode verifikatif digunakan untuk menguji hipotesis melalui analisis hubungan kausal antara variabel independen dan dependen. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM aktif di Kota Bandung yang telah menjalankan kegiatan usaha berbasis digital. Penentuan sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%, sehingga diperoleh 201 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling, yaitu siapa pun pelaku UMKM yang ditemui dan memenuhi kriteria penelitian, seperti telah menggunakan media digital dalam aktivitas usaha. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner berbasis skala Likert (1–5) yang mencakup indikator literasi digital, orientasi kewirausahaan, dan kinerja usaha, sedangkan data sekunder dikumpulkan melalui studi pustaka dari jurnal, laporan, dan publikasi resmi Kementerian Koperasi dan UKM (KemenkopUKM, 2023).

Instrumen penelitian diuji melalui uji validitas menggunakan korelasi Pearson Product Moment dan uji reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach's Alpha. Menurut Hair et al. (2020), nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,70$ menunjukkan tingkat konsistensi internal yang memadai sehingga instrumen dapat dikategorikan reliabel. Setelah instrumen dinyatakan valid dan reliabel, data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh simultan dan parsial antara literasi digital (X_1), orientasi kewirausahaan (X_2), dan kinerja usaha (Y). Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji F untuk menguji pengaruh simultan dan uji t untuk menguji pengaruh parsial dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen menjelaskan variasi variabel dependen. Seluruh analisis dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi terbaru untuk memastikan akurasi dan keandalan hasil statistik (Ghozali, 2021). Dengan metode ini, penelitian diharapkan menghasilkan temuan empiris yang valid dan relevan dalam memperkuat literatur mengenai peran literasi digital dan orientasi kewirausahaan terhadap peningkatan kinerja UMKM di era digital.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil pengolahan data terhadap 201 responden pelaku UMKM di Kota Bandung menunjukkan bahwa literasi digital dan orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,716, yang berarti bahwa 71,6% variasi kinerja usaha dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen, sedangkan sisanya sebesar 28,4% dijelaskan oleh faktor lain di luar model, seperti dukungan kebijakan pemerintah, kondisi pasar, dan sumber daya finansial. Nilai F-hitung sebesar 254,71 dengan signifikansi 0,000 ($< 0,05$) menunjukkan bahwa model regresi layak dan kedua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM.

Secara parsial, hasil uji t menunjukkan bahwa variabel literasi digital (X_1) memiliki nilai t-hitung sebesar 9,81 ($> t$ -tabel 1,96) dengan signifikansi 0,000, yang berarti berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja usaha. Sementara itu, variabel orientasi kewirausahaan (X_2) memiliki nilai t-hitung sebesar 6,24 dengan signifikansi 0,001 ($< 0,05$), juga menunjukkan pengaruh positif signifikan terhadap kinerja usaha. Nilai koefisien regresi literasi digital sebesar 0,532 menandakan bahwa setiap peningkatan satu satuan literasi digital akan meningkatkan kinerja usaha sebesar 53,2%, sedangkan koefisien regresi orientasi kewirausahaan sebesar 0,184 menunjukkan kontribusi peningkatan sebesar 18,4%. Hal ini mengindikasikan bahwa literasi digital memiliki pengaruh dominan dibandingkan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha UMKM di Kota Bandung.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah menggunakan teknologi digital dalam aktivitas bisnisnya, terutama media sosial dan e-commerce. Sebanyak 82% responden memanfaatkan platform digital seperti Instagram, WhatsApp Business, dan Shopee untuk promosi serta penjualan produk. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi sudah menjadi bagian dari strategi bisnis utama bagi UMKM di Kota Bandung. Namun demikian, hanya 47% responden yang memiliki kemampuan analisis data pelanggan secara digital, menunjukkan bahwa tingkat literasi digital strategis masih perlu ditingkatkan. Dari sisi orientasi kewirausahaan, sebanyak 76% responden menunjukkan kecenderungan proaktif dan

berani mengambil risiko, sementara 24% lainnya masih bersifat reaktif terhadap perubahan pasar.

Pembahasan

Temuan empiris ini mengonfirmasi teori Resource-Based View (RBV) yang menegaskan bahwa sumber daya internal perusahaan, termasuk keterampilan digital dan sikap kewirausahaan, merupakan elemen strategis yang menentukan keunggulan kompetitif (Barney, 1991). Literasi digital terbukti menjadi salah satu aset intelektual yang meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar (Nasution & Putra, 2023). Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Dewi dan Ratnamiasih (2023) yang menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM di Sentra Industri Rajut Binong Jati Bandung dengan kontribusi simultan mencapai 71,6%. Artinya, kemampuan dalam mengakses dan mengelola informasi digital telah menjadi fondasi penting dalam peningkatan daya saing usaha.

Dalam konteks orientasi kewirausahaan, hasil penelitian ini juga mendukung teori yang dikemukakan oleh Lumpkin dan Dess (1996), bahwa perilaku inovatif, proaktif, dan keberanian mengambil risiko merupakan pendorong utama keberhasilan bisnis. Pelaku UMKM yang memiliki orientasi kewirausahaan tinggi lebih cepat menanggapi perubahan pasar, menciptakan inovasi produk baru, serta mengambil keputusan strategis dengan perhitungan risiko yang matang. Penelitian ini memperkuat hasil studi Hastuti (2020) yang menemukan bahwa orientasi kewirausahaan secara signifikan meningkatkan kinerja usaha batik di Surakarta melalui peningkatan inovasi dan efisiensi produksi.

Namun, kontribusi orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha dalam penelitian ini relatif lebih rendah dibandingkan literasi digital. Fenomena ini mencerminkan pergeseran paradigma bisnis di era digital, di mana keberhasilan usaha lebih banyak ditentukan oleh kemampuan menguasai teknologi dan informasi dibandingkan sekadar keberanian berwirausaha (Rahman, 2021). Dalam ekosistem bisnis digital, orientasi kewirausahaan berperan sebagai faktor pelengkap yang memperkuat kapasitas pelaku UMKM untuk memanfaatkan peluang pasar melalui inovasi berbasis teknologi (Ng, 2012). Hal ini berarti, digitalisasi bukan hanya sarana

operasional, melainkan juga strategi adaptif yang mengubah cara berpikir dan bertindak dalam menjalankan usaha.

Korelasi yang kuat antara literasi digital dan orientasi kewirausahaan juga menunjukkan adanya hubungan sinergis antar kedua variabel tersebut. Literasi digital membantu pelaku usaha memperoleh informasi pasar dan tren konsumen secara cepat, sedangkan orientasi kewirausahaan mendorong kemampuan untuk memanfaatkan informasi tersebut menjadi peluang inovasi (Nasution & Putra, 2023). Sinergi ini sejalan dengan teori Dynamic Capability (Teece, Pisano, & Shuen, 1997), yang menjelaskan bahwa keberhasilan bisnis bergantung pada kemampuan organisasi untuk mengintegrasikan dan mengonfigurasi ulang sumber daya internal guna menghadapi perubahan lingkungan eksternal.

Dibandingkan dengan penelitian Farhan, Eryanto, dan Saptono (2022) yang meneliti UMKM sektor makanan dan minuman di Jakarta Selatan, hasil penelitian ini menunjukkan nilai koefisien yang lebih tinggi pada literasi digital. Hal ini dapat dijelaskan oleh konteks Kota Bandung yang lebih matang secara digital dan memiliki penetrasi internet yang lebih luas. Bandung sebagai kota kreatif memiliki infrastruktur digital yang mendukung kegiatan UMKM, seperti ekosistem e-commerce lokal, inkubasi bisnis, dan pelatihan digital marketing yang masif (KemenkopUKM, 2023). Faktor ini memungkinkan literasi digital menjadi variabel dominan yang berpengaruh terhadap peningkatan kinerja usaha.

Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan bahwa sebagian pelaku UMKM masih menghadapi kendala dalam penguasaan teknologi tingkat lanjut, seperti penggunaan sistem analitik data dan manajemen keuangan digital. Hal ini serupa dengan temuan Putri dan Santosa (2022) yang menyatakan bahwa rendahnya tingkat literasi digital strategis menyebabkan banyak UMKM belum mampu mengoptimalkan potensi digitalisasi secara maksimal. Oleh karena itu, program peningkatan kapasitas digital yang berfokus pada kemampuan analitik dan pengelolaan data menjadi penting untuk mendukung kinerja usaha berkelanjutan.

Implikasi praktis dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemerintah dan lembaga pembina UMKM perlu memperkuat pelatihan literasi digital yang berorientasi pada peningkatan kapasitas teknologi bisnis, terutama dalam hal digital marketing, e-payment, dan analisis data. Selain itu, penguatan orientasi

kewirausahaan perlu dilakukan melalui pendampingan dan inkubasi bisnis untuk membangun keberanian inovatif serta kemampuan adaptif terhadap risiko. Pendekatan terpadu antara pelatihan digital dan kewirausahaan diyakini mampu mendorong peningkatan produktivitas serta daya saing UMKM di era ekonomi digital (Kurniawan & Fadilah, 2021).

Dari perspektif akademik, penelitian ini berkontribusi dalam memperluas pemahaman empiris mengenai pengaruh gabungan literasi digital dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha, khususnya pada konteks UMKM perkotaan di Indonesia. Hasil penelitian memperkuat pandangan bahwa penguasaan teknologi digital tidak dapat dipisahkan dari nilai-nilai kewirausahaan yang inovatif dan adaptif. Oleh karena itu, integrasi kedua aspek ini perlu menjadi fokus utama dalam kebijakan pengembangan UMKM dan kurikulum pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi.

Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa literasi digital memiliki peran strategis sebagai penggerak utama dalam meningkatkan kinerja usaha UMKM, sedangkan orientasi kewirausahaan berfungsi sebagai faktor pendukung yang memperkuat daya inovasi dan keberlanjutan bisnis. Kombinasi keduanya membentuk ekosistem bisnis yang tangguh dan adaptif terhadap perubahan teknologi. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi pengambil kebijakan, akademisi, dan pelaku usaha dalam merumuskan strategi penguatan kapasitas digital dan kewirausahaan yang berorientasi pada peningkatan kinerja dan daya saing UMKM di masa depan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa literasi digital dan orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM di Kota Bandung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan kedua variabel memberikan kontribusi sebesar 71,6% terhadap peningkatan kinerja usaha, sementara sisanya dijelaskan oleh faktor eksternal seperti dukungan kebijakan, akses permodalan, dan jaringan bisnis. Secara parsial, literasi digital memiliki pengaruh lebih dominan dibandingkan orientasi

kewirausahaan, yang berarti kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital menjadi kunci utama dalam peningkatan efisiensi operasional, perluasan pasar, serta keberhasilan pemasaran di era transformasi digital.

Temuan ini mengonfirmasi teori Resource-Based View (Barney, 1991) bahwa sumber daya internal berupa keterampilan teknologi dan sikap kewirausahaan merupakan aset strategis dalam membangun keunggulan kompetitif. Literasi digital tidak hanya berperan sebagai alat bantu teknis, tetapi juga menjadi kompetensi strategis yang memungkinkan pelaku UMKM beradaptasi terhadap perubahan teknologi dan perilaku konsumen. Sementara itu, orientasi kewirausahaan berperan penting dalam menumbuhkan keberanian berinovasi, bersikap proaktif, dan mengambil risiko secara terukur dalam menghadapi dinamika pasar. Kombinasi keduanya membentuk sinergi yang saling memperkuat, di mana kemampuan digital membuka peluang baru, dan orientasi kewirausahaan mengubah peluang tersebut menjadi keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Penelitian ini juga memperlihatkan bahwa meskipun sebagian besar pelaku UMKM telah mengadopsi teknologi digital dalam operasionalnya, tingkat literasi digital strategis masih perlu ditingkatkan. Banyak pelaku usaha yang mampu menggunakan media sosial dan e-commerce, namun belum sepenuhnya memanfaatkan data digital untuk pengambilan keputusan bisnis berbasis analisis. Kondisi ini menunjukkan pentingnya transformasi digital yang lebih mendalam, tidak hanya pada penggunaan teknologi, tetapi juga pada peningkatan kapasitas literasi digital yang terintegrasi dengan orientasi kewirausahaan. Dengan demikian, peningkatan literasi digital dan penguatan karakter kewirausahaan menjadi fondasi penting untuk membangun daya saing UMKM di era ekonomi berbasis teknologi.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran strategis dapat diajukan. Pertama, bagi pelaku UMKM, peningkatan kemampuan literasi digital harus menjadi prioritas utama. Pelaku usaha perlu mengikuti pelatihan digital marketing, manajemen keuangan berbasis aplikasi, serta pemanfaatan analitik data pelanggan untuk mendukung strategi bisnis yang lebih efektif. Selain itu, sikap proaktif dan keberanian berinovasi harus terus dikembangkan sebagai bagian dari orientasi

kewirausahaan agar UMKM mampu menghadapi tantangan pasar dan menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan.

Kedua, bagi pemerintah dan lembaga pembina UMKM, diperlukan kebijakan yang lebih terarah dalam mendukung digitalisasi usaha. Program pelatihan literasi digital sebaiknya diperluas tidak hanya pada aspek teknis, tetapi juga pada aspek manajerial dan strategis seperti keamanan siber, e-commerce management, dan branding digital. Pemerintah daerah dapat berkolaborasi dengan perguruan tinggi, sektor swasta, dan komunitas startup untuk mengembangkan ekosistem bisnis digital yang inklusif dan adaptif terhadap perubahan teknologi.

Ketiga, bagi akademisi dan peneliti, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar untuk mengembangkan studi lanjutan dengan menambahkan variabel lain seperti inovasi produk, dukungan kebijakan, dan akses pembiayaan digital untuk melihat pengaruhnya terhadap kinerja usaha secara lebih luas. Penelitian berikutnya juga dapat menggunakan pendekatan campuran (mixed methods) guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika literasi digital dan orientasi kewirausahaan dalam praktik nyata pelaku UMKM.

Akhirnya, penelitian ini menegaskan bahwa penguatan literasi digital dan orientasi kewirausahaan bukan hanya kebutuhan teknis, tetapi merupakan strategi adaptif yang menentukan keberlanjutan UMKM di era digital. Dengan mengintegrasikan kemampuan teknologi, inovasi, dan semangat kewirausahaan, UMKM Indonesia berpotensi menjadi kekuatan ekonomi baru yang tangguh, produktif, dan berdaya saing tinggi di tingkat nasional maupun global.

DAFTAR REFERENSI

- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Dewi, K., & Ratnamiasih, I. (2023). Pengaruh literasi digital dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha di Sentra Industri Rajut Binong Jati Bandung. *Brainy: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 4(2), 82–97.
- Farhan, M. T., Eryanto, H., & Saptono, A. (2022). Pengaruh literasi digital dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM F&B di Jakarta Selatan. *Transekonomika: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(6), 35–38.

- Ghozali, I. (2021). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gilster, P. (1997). Digital literacy. John Wiley & Sons.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2020). Multivariate data analysis (8th ed.). Pearson Education.
- Hague, C., & Payton, S. (2010). Digital literacy across the curriculum. Futurelab.
- Hastuti, W. K. (2020). Pengaruh pengetahuan literasi digital dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha batik di Surakarta [Skripsi, Universitas Sebelas Maret].
- Justin, J. (2023). Pengaruh literasi digital dan orientasi kewirausahaan terhadap keputusan berwirausaha. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 5(2), 297–306.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2023). Laporan tahunan kinerja UMKM Indonesia tahun 2023. KemenkopUKM.
- Kurniawan, H., & Fadilah, N. (2021). Strategic entrepreneurship and resource-based view in small business performance. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 8(2), 56–65.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135–172. <https://doi.org/10.5465/amr.1996.9602161568>
- Nasution, R., & Putra, H. (2023). Digital capability and business sustainability of MSMEs in Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 7(1), 45–59.
- Ng, W. (2012). Can we teach digital natives digital literacy? *Computers & Education*, 59(3), 1065–1078. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2012.04.016>
- Putri, L. D., & Santosa, B. (2022). Peran literasi digital terhadap daya saing UMKM di era industri 4.0. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 10(2), 121–130.
- Rahman, A. (2021). Digital transformation in Indonesian MSMEs: Challenges and opportunities. *Asian Journal of Business and Entrepreneurship*, 6(3), 45–57.
- Sugiyono. (2022). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509–533. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199708\)18:7](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199708)18:7)

Venkatraman, N., & Ramanujam, V. (1986). Measurement of business performance in strategy research: A comparison of approaches. *Academy of Management Review*, 11(4), 801–814. <https://doi.org/10.5465/amr.1986.4283976>

Wahyudi, D., & Susanti, A. (2020). Entrepreneurial orientation and innovation capability in small businesses. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(1), 33–47.