



Pengaruh Literasi Digital, Kapabilitas Digital, dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha UMKM Kuliner di Jakarta Barat

Sinta Fajri Utami¹, Fitra Dila Lestari², Suparno³

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Negeri Jakarta, Jakarta, Indonesia^{1,2,3}

*Email: sintafu26@gmail.com

Diterima: 02-08-2026 | Disetujui: 07-08-2026 | Diterbitkan: 09-08-2026

ABSTRACT

This study analyses the effect of digital literacy, digital capability, and entrepreneurial orientation on the business performance of culinary MSMEs in West Jakarta. The research is motivated by fluctuating income among culinary MSMEs during 2019–2024, where a high number of business units was not always accompanied by an even improvement in performance, as well as the generally low level of digital literacy and capability among MSME actors nationwide. A quantitative causal-associative approach was employed, with a population of 8,292 culinary MSMEs in West Jakarta and a sample of 170 respondents selected through purposive sampling. Primary data were collected via a 1–5 Likert-scale questionnaire, both online and offline, and analysed using multiple linear regression in SPSS. Instrument tests confirmed all items were valid and reliable, while classical assumption tests showed the data were normally distributed and free from multicollinearity and heteroscedasticity. Hypothesis testing showed that digital literacy, digital capability, and entrepreneurial orientation each had a positive and significant effect on business performance. Three variables explained 32.8% of the variation in performance. These findings underscore the importance of digital ability and entrepreneurial attitude in driving sales growth, profitability, and competitiveness among culinary MSMEs.

Keywords: Digital Literacy; Digital Capability; Entrepreneurial Orientation; MSME Business Performance.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh literasi digital, kapabilitas digital, dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha UMKM kuliner di Jakarta Barat. Penelitian dilatarbelakangi oleh fluktuasi pendapatan UMKM kuliner di wilayah tersebut selama 2019–2024, di tengah tingginya jumlah unit usaha yang tidak selalu diikuti peningkatan kinerja secara merata, serta masih rendahnya literasi dan kapabilitas digital pelaku UMKM secara nasional. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif kausal, dengan populasi 8.292 UMKM kuliner di Jakarta Barat dan sampel 170 responden yang dipilih melalui *purposive sampling*. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert 1–5, baik secara daring maupun luring, kemudian dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS. Hasil uji instrumen menunjukkan seluruh item valid dan reliabel, sementara uji asumsi klasik menunjukkan data terdistribusi normal serta bebas dari multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa literasi digital, kapabilitas digital, dan orientasi kewirausahaan masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Ketiga variabel secara bersama-sama menjelaskan 32,8% variasi kinerja usaha. Temuan ini menegaskan pentingnya kemampuan digital dan sikap kewirausahaan dalam mendorong pertumbuhan penjualan, profitabilitas, dan daya saing UMKM kuliner.

Penelitian ini merekomendasikan penguatan pelatihan digital dan pendampingan kewirausahaan bagi pelaku UMKM.

Kata Kunci: Literasi Digital; Kapabilitas Digital; Orientasi Kewirausahaan; Kinerja Usaha UMKM.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Utami, S. F., Lestari, F. D., & Suparno, S. (2026). Pengaruh Literasi Digital, Kapabilitas Digital, dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha UMKM Kuliner di Jakarta Barat. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 2(3), 6723-6740. <https://doi.org/10.63822/a0mget37>

PENDAHULUAN

Berdasarkan data Kementerian Perdagangan tahun 2023 dari total sekitar 65 juta UMKM di Indonesia, hanya kurang lebih 22 juta unit atau setara dengan 33,6% yang telah terintegrasi ke dalam ekosistem digital, sedangkan sisanya belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal dalam aktivitas usaha (Institute for Development et al., 2024). Selain itu, survei nasional Kementerian Komunikasi dan Informatika menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM belum memiliki keterampilan digital dasar yang memadai, seperti pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce secara efektif (KOMDIGI, 2024). Kesenjangan literasi dan kapabilitas digital tersebut berpotensi memengaruhi kinerja usaha UMKM.

Apabila keterbatasan kemampuan digital tidak diimbangi dengan orientasi kewirausahaan yang memadai, maka hal tersebut dapat menjadi hambatan dalam meningkatkan kinerja UMKM. Penelitian menunjukkan bahwa kapabilitas digital dan orientasi kewirausahaan memiliki peran penting dalam meningkatkan kinerja usaha, karena keduanya berkaitan dengan kemampuan pelaku usaha dalam berinovasi, beradaptasi, serta memanfaatkan peluang bisnis secara efektif (Al Koliby et al., 2024; Hidayati et al., 2025). Selain itu, rendahnya kemampuan dalam mengembangkan kapabilitas digital serta kurangnya orientasi kewirausahaan dapat menyebabkan keterbatasan dalam menghadapi perubahan pasar dan teknologi, sehingga berdampak pada rendahnya daya saing usaha (Qasim et al., 2025; Yadav et al., 2024). Oleh karena itu, kondisi ini berpotensi menghambat pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM, khususnya pada sektor kuliner yang memiliki tingkat persaingan tinggi.

Untuk memperkuat fenomena penelitian, peneliti melakukan pra-survei melalui wawancara singkat terhadap 10 pelaku UMKM kuliner di Jakarta Barat dengan berbagai jenis usaha kuliner guna memperoleh gambaran awal kondisi literasi digital, kapabilitas digital, orientasi kewirausahaan, dan kinerja usaha di lapangan. Hasil pra-survei menunjukkan bahwa 8 dari 10 pelaku usaha telah memanfaatkan internet untuk mencari referensi produk, mengikuti tren pasar, dan memeriksa kebenaran informasi sebelum diterapkan dalam usaha. Sementara itu, 7 dari 10 pelaku usaha mengaku aktif memanfaatkan media sosial, Marketplace, atau QRIS untuk promosi dan menjangkau pelanggan baru, sedangkan sisanya masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut sehingga jangkauan pemasarannya lebih terbatas.

Dari sisi orientasi kewirausahaan, 7 dari 10 pelaku usaha mengaku terus berinovasi mengikuti tren dan berani mencoba strategi baru untuk mengembangkan usahanya, sedangkan 3 pelaku usaha lainnya menyampaikan bahwa mereka belum secara optimal memperbarui produk maupun strategi pemasarannya, sehingga sempat mengalami penurunan penjualan. Seluruh pelaku usaha juga menyoroti ketatnya persaingan usaha kuliner saat ini, di mana produk yang viral mudah ditiru pesaing lain, meskipun sebagian turut menyebut tantangan eksternal seperti kenaikan harga bahan baku, faktor internal seperti kemampuan berinovasi dan memanfaatkan teknologi digital dinilai lebih menentukan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Kondisi ini turut memengaruhi kinerja usaha yang dirasakan: 5 dari 10 pelaku usaha mengalami peningkatan penjualan setelah berinovasi dan aktif berpromosi secara digital, sedangkan sisanya relatif stabil atau mengalami penurunan akibat keterbatasan promosi dan ketatnya persaingan. Perbedaan

kondisi literasi digital, kapabilitas digital, orientasi kewirausahaan, dan kinerja usaha antar pelaku UMKM ini mengindikasikan adanya keterkaitan antar variabel yang perlu dikaji lebih lanjut melalui penelitian ini.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji pengaruh literasi digital, kapabilitas digital, dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha UMKM. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, terlihat adanya tidak konsisten hasil penelitian terkait pengaruh literasi digital, kapabilitas digital, dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM. Sebagian penelitian menunjukkan pengaruh yang signifikan, sementara penelitian lainnya menemukan hasil yang tidak signifikan. Perbedaan hasil penelitian tersebut diduga dapat dipengaruhi oleh perbedaan karakteristik UMKM, sektor usaha, serta tingkat kesiapan digital pelaku usaha. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh masing-masing variabel terhadap kinerja usaha UMKM tidak dapat digeneralisasi secara langsung. Penelitian ini diharapkan berkontribusi dalam pengembangan kajian akademik di bidang ekonomi dan kewirausahaan dengan memberikan gambaran empiris mengenai pengaruh antara literasi digital, kapabilitas digital, orientasi kewirausahaan, dan kinerja Usaha UMKM, khususnya pada sektor kuliner. Dan penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dan referensi dalam meningkatkan literasi digital, kapabilitas digital, serta orientasi kewirausahaan guna meningkatkan kinerja usaha.

METODE PENELITIAN

Penelitian kuantitatif berdesain asosiatif kausal ini bertujuan untuk menguji pengaruh literasi digital, kapabilitas digital, dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha UMKM kuliner di wilayah Jakarta Barat yang dilaksanakan pada periode Januari hingga Juli 2026. Penarikan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* terhadap populasi sebanyak 8.292 UMKM, sehingga diperoleh ukuran sampel ideal sebanyak 170 responden (berdasarkan perhitungan 17 indikator dikali 10) dengan kriteria spesifik, yakni bergerak di sektor kuliner wilayah Jakarta Barat, telah beroperasi minimal satu tahun, dan memanfaatkan media digital (minimal media sosial) dalam usahanya. Pengumpulan data primer dilakukan melalui metode survei dengan menyebarkan kuesioner berskala Likert lima poin secara daring (*Google Form*) maupun luring dengan mendatangi langsung lokasi usaha. Data yang terkumpul kemudian diolah menggunakan perangkat lunak SPSS melalui tahapan uji instrumen (uji validitas *Pearson Product Moment* dan reliabilitas *Cronbach's Alpha*), uji asumsi klasik (normalitas *Kolmogorov-Smirnov*, multikolinearitas dengan *Variance Inflation Factor/VIF*, dan heteroskedastisitas melalui *Scatterplot*), serta uji hipotesis yang mencakup analisis regresi linear berganda, uji statistik t (parsial) pada taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$), dan analisis koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui seberapa besar porsi variasi kinerja usaha yang mampu dijelaskan oleh ketiga variabel independen tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data

Kuesioner penelitian ini tersebar kepada 170 UMKM Kuliner di Jakarta Barat. Sebelum mengisi kuesioner, responden terlebih dahulu melalui tahap penyaringan (*screening*) berdasarkan kriteria penelitian.

*Pengaruh Literasi Digital, Kapabilitas Digital, dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha UMKM
Kuliner di Jakarta Barat
(Utami, et al.)*

Sebanyak 170 responden telah memenuhi kriteria sampel yang ditetapkan, yaitu 100% menyatakan usaha telah beroperasi minimal 1 tahun.

Tabel 1. Descriptive Statistics

	Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean		Std. Deviation	Variance
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Statistic
Literasi Digital	170	26	24	50	42.94	.270	3.516	12.363
Kapabilitas Digital	170	31	24	55	46.07	.406	5.289	27.971
Orientasi Kewirausahaan	170	31	43	74	62.63	.448	5.842	34.128
Kinerja Usaha UMKM	170	23	22	45	38.18	.281	3.660	13.393
Valid N (listwise)	170							

Sumber: Output SPSS Diolah Oleh Peneliti, 2026

Dari data tersebut diketahui bahwa, variabel literasi digital memperoleh nilai minimum sebesar 24 dan nilai maksimum sebesar 50, dengan rata-rata sebesar 42,94 serta standar deviasi 3,516. Nilai rata-rata tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah memiliki kemampuan yang cukup baik dalam memahami dan memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung kegiatan usahanya.

Sementara itu, nilai standar deviasi yang relatif kecil mengindikasikan bahwa jawaban responden cenderung tidak terlalu bervariasi. Pada variabel kapabilitas digital, diperoleh nilai minimum sebesar 24 dan maksimum sebesar 55 dengan rata-rata sebesar 46,07. Standar deviasi sebesar 5,289 menunjukkan bahwa persebaran jawaban responden masih berada pada tingkat yang relatif homogen. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar pelaku UMKM telah memiliki kemampuan dalam mengembangkan dan memanfaatkan teknologi digital untuk menunjang aktivitas usahanya.

Selanjutnya, variabel orientasi kewirausahaan memiliki nilai rata-rata sebesar 62,63, dengan nilai minimum 43 dan maksimum 74. Dibandingkan variabel lainnya, orientasi kewirausahaan memiliki rata-rata skor paling tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden cenderung memiliki karakteristik kewirausahaan yang baik, seperti bersikap proaktif, inovatif, berani mengambil risiko, kompetitif, dan mampu bertindak secara mandiri dalam mengelola usahanya.

Sementara itu, variabel kinerja usaha UMKM memiliki nilai minimum sebesar 22 dan maksimum sebesar 45, dengan rata-rata sebesar 38,18 dan standar deviasi sebesar 3,660. Hasil tersebut menunjukkan bahwa secara umum responden menilai kinerja usahanya berada pada kondisi yang baik. Nilai standar deviasi yang lebih kecil dibandingkan nilai rata-rata juga menunjukkan bahwa jawaban responden relatif seragam.

Secara keseluruhan, hasil analisis deskriptif memperlihatkan bahwa keempat variabel penelitian memiliki nilai rata-rata yang cenderung tinggi dengan penyebaran data yang relatif kecil. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian yang positif terhadap literasi digital, kapabilitas digital, orientasi kewirausahaan, maupun kinerja usaha yang dimiliki.

Uji Normalitas

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		170
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.97414075
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.057
	Negative	-.065
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.073
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.073
	99% Confidence Interval Lower Bound	.066
	Upper Bound	.080

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber: Output SPSS Diolah Oleh Peneliti, 2026

Berdasarkan tabel *Kolmogorov-Smirnov* di atas, nilai signifikansi (*Asymp. Sig. 2-tailed*) pada nilai residual adalah sebesar 0,073. Karena nilai signifikansi ini lebih besar dari taraf signifikansi 5% ($0,073 > 0,05$), maka dapat ditarik kesimpulan bahwa model residual berdistribusi secara normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.713	3.377		2.580	.011		
	Literasi Digital	.246	.069	.237	3.548	<.001	.895	1.117
	Kapabilitas Digital	.171	.053	.247	3.251	.001	.688	1.454
	Orientasi Kewirausahaan	.176	.047	.281	3.741	<.001	.706	1.415

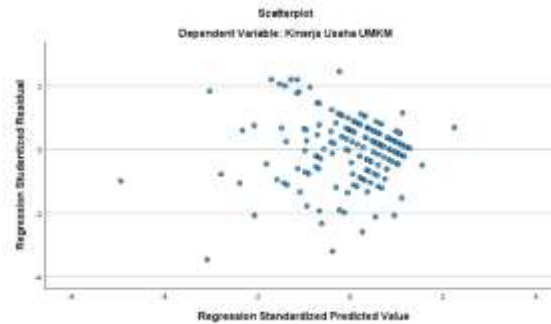
a. Dependent Variable: Kinerja Usaha UMKM

Sumber: Output SPSS DIOLAH Oleh Peneliti, 2026

Dari data di atas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala multikolinieritas sehingga memenuhi salah satu asumsi dalam analisis regresi linear berganda.

Pengaruh Literasi Digital, Kapabilitas Digital, dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha UMKM Kuliner di Jakarta Barat (Utami, et al.)

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: *Output SPSS Diolah Oleh Peneliti, 2026*

Berdasarkan Gambar 1 terlihat bahwa titik-titik residual menyebar secara acak di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu, seperti pola bergelombang, mengerucut, maupun melebar. Hal tersebut menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Dengan demikian, model regresi telah memenuhi asumsi homoskedastisitas sehingga layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis

Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1.	(Constant)	8.713	3.377		2.580	.011	
	Literasi Digital	.246	.069	.237	3.548	<.001	.895 1.117
	Kapabilitas Digital	.171	.053	.247	3.251	.001	.698 1.454
	Orientasi Kewirausahaan	.176	.047	.281	3.741	<.001	.706 1.415

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha UMKM

Sumber: *Output SPSS Diolah Oleh Peneliti, 2026*

Nilai konstanta sebesar 8,713 menunjukkan bahwa apabila Literasi Digital, Kapabilitas Digital, dan Orientasi Kewirausahaan bernilai 0, maka Kinerja Usaha UMKM berada pada nilai 8,713. Koefisien regresi variabel literasi digital sebesar 0,246 menunjukkan hubungan yang positif terhadap kinerja usaha UMKM. Artinya, setiap peningkatan satu satuan literasi digital akan meningkatkan kinerja usaha sebesar 0,246, dengan asumsi variabel lain tetap. Koefisien regresi variabel kapabilitas digital sebesar 0,171 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan kapabilitas digital akan meningkatkan kinerja usaha UMKM sebesar 0,171, dengan asumsi variabel lainnya konstan. Koefisien regresi variabel orientasi kewirausahaan sebesar 0,176 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan orientasi kewirausahaan akan meningkatkan kinerja usaha UMKM sebesar 0,176, dengan asumsi variabel lainnya tetap. Ketiga koefisien regresi bernilai positif, yang berarti peningkatan pada masing-masing variabel independen akan diikuti oleh peningkatan Kinerja Usaha UMKM. Berdasarkan tabel di atas juga diketahui nilai *Standardized Beta* untuk variabel

Pengaruh Literasi Digital, Kapabilitas Digital, dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha UMKM Kuliner di Jakarta Barat (Utami, et al.)

Literasi Digital sebesar 0,237, Kapabilitas Digital sebesar 0,247 dan Orientasi Kewirausahaan sebesar 0,281. Nilai tersebut menunjukkan bahwa Orientasi Kewirausahaan memiliki nilai *Standardized Beta* terbesar dibandingkan variabel lainnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan merupakan variabel yang memberikan pengaruh relatif paling dominan terhadap kinerja usaha UMKM kuliner di Jakarta Barat.

Uji t (Parsial)

Tabel 5. Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1.	(Constant)	8.713	3.377		2.580	.011		
	Literasi Digital	.246	.069	.237	3.548	<.001	.895	1.117
	Kapabilitas Digital	.171	.053	.247	3.251	.001	.688	1.454
	Orientasi Kewirausahaan	.176	.047	.281	3.741	<.001	.706	1.415

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha UMKM

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha UMKM

Sumber: Output SPSS Diolah Oleh Peneliti, 2026

Merujuk pada Ghazali (2021), pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai probabilitas (Sig.) terhadap $\alpha = 0,05$. t tabel untuk $df = 166$ ($n-k-1 = 170-3-1$), $\alpha = 0,05 = 1,974$. Pengujian H1: Literasi Digital (X1) memiliki t hitung 3,548 > t tabel 1,974, dengan sig. <0,001 < 0,05. Dengan demikian, H0 ditolak dan H1 diterima. Literasi Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha UMKM. Pengujian H2: Kapabilitas Digital (X2) memiliki t hitung 3,251 > t tabel 1,974, dengan sig. 0,001 < 0,05. Dengan demikian, H0 ditolak dan H2 diterima. Kapabilitas Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha UMKM. Pengujian H3: Orientasi Kewirausahaan (X3) memiliki t hitung 3,741 > t tabel 1,974, dengan sig. <0,001 < 0,05. Dengan demikian, H0 ditolak dan H3 diterima. Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha UMKM.

Uji Koefisiens Determinasi

Tabel 6. Hasil Uji Koefisiens Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.583 ^a	.340	.328	3.001

a. Predictors: (Constant), Orientasi Kewirausahaan, Literasi Digital, Kapabilitas Digital

b. Dependent Variable: Kinerja Usaha UMKM

Sumber: Output SPSS Diolah Oleh Peneliti, 2026

Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,328 menunjukkan bahwa Literasi Digital, Kapabilitas Digital, dan Orientasi Kewirausahaan secara bersama-sama mampu menjelaskan 32,8% variasi pada Kinerja Usaha

UMKM. Sisanya sebesar 67,2% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa model regresi memiliki kemampuan sebesar 32,8% dalam menjelaskan perubahan pada variabel kinerja usaha UMKM, sedangkan faktor-faktor lain di luar penelitian masih memberikan kontribusi terhadap variasi kinerja usaha UMKM.

Pengaruh Literasi Digital (X1) terhadap Kinerja Usaha UMKM (Y)

Berdasarkan hasil uji hipotesis, variabel Literasi Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha UMKM Kuliner di Jakarta Barat. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi digital yang dimiliki pelaku UMKM, maka semakin baik pula kinerja usaha yang dicapai. Literasi digital dalam penelitian ini mencerminkan kemampuan pelaku usaha dalam mengakses, memahami, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi digital secara efektif untuk mendukung kegiatan usahanya. Kemampuan tersebut memungkinkan pelaku usaha memperoleh informasi mengenai tren pasar, strategi pemasaran, perilaku konsumen, hingga peluang usaha baru yang dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan bisnis.

Hasil pengujian membuktikan bahwa Literasi Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha UMKM kuliner di Jakarta Barat, sehingga H1 diterima. Temuan ini mendukung perspektif *Resource-Based View* (Barney, 1991) yang memosisikan literasi digital sebagai sumber daya strategis tidak berwujud yang bernilai dan sulit ditiru pesaing. Hasil penelitian ini memperkuat temuan penelitian terdahulu, Farhan et al. (2022) yang menemukan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM sektor food and beverage di Jakarta Selatan, serta Indrawan et al. (2025) dan Bidasari et al. (2023). Namun, temuan ini berbeda dengan Wediawati et al. (2025) dan Putu et al. (2024) yang menemukan pengaruh literasi digital relatif rendah/tidak signifikan, kemungkinan karena perbedaan karakteristik sektor usaha dan kemampuan pelaku usaha dalam menerjemahkan pengetahuan digital ke praktik bisnis nyata. Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian terdahulu karena dilakukan pada UMKM kuliner di Jakarta Barat yang memiliki karakteristik usaha dengan tingkat pemanfaatan media sosial, marketplace, dan pembayaran digital yang relatif tinggi. Kondisi tersebut memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai bagaimana literasi digital berkontribusi terhadap peningkatan kinerja usaha pada sektor kuliner.

Temuan penelitian ini sesuai dengan konsep literasi digital yang dikemukakan oleh Glister (1997), yang menyatakan bahwa literasi digital merupakan kemampuan individu dalam memahami informasi dari berbagai sumber digital secara efektif. Dalam konteks UMKM, kemampuan tersebut menjadi penting karena lingkungan bisnis saat ini berkembang sangat dinamis dan dipengaruhi oleh perubahan teknologi serta perilaku konsumen yang semakin digital.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh temuan pra-survei yang dilakukan terhadap pelaku UMKM kuliner di Jakarta Barat. Sebagian besar narasumber menyampaikan bahwa internet dimanfaatkan untuk mencari referensi produk, mengikuti tren kuliner, mempelajari strategi pemasaran digital, serta mencari informasi mengenai kebutuhan konsumen. Informasi yang diperoleh tidak langsung diterapkan, melainkan terlebih dahulu diperiksa kebenarannya sebelum digunakan sebagai dasar dalam mengembangkan usaha. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pelaku UMKM telah menerapkan praktik literasi digital dalam menjalankan usahanya. Selain didukung oleh hasil pra-survei, temuan penelitian ini juga konsisten dengan

Pengaruh Literasi Digital, Kapabilitas Digital, dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha UMKM Kuliner di Jakarta Barat
(Utami, et al.)

berbagai penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa literasi digital berkontribusi terhadap peningkatan kinerja usaha melalui kemampuan pelaku UMKM dalam memperoleh informasi, mengambil keputusan yang lebih tepat, serta beradaptasi terhadap perkembangan teknologi dan perubahan kebutuhan pasar.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa literasi digital merupakan salah satu faktor penting yang mendukung peningkatan kinerja usaha UMKM. Semakin baik kemampuan pelaku usaha dalam memahami dan memanfaatkan informasi digital, maka semakin besar peluang usaha untuk berkembang, meningkatkan daya saing, serta mencapai kinerja yang lebih optimal.

Pengaruh Kapabilitas Digital (X2) terhadap Kinerja Usaha UMKM (Y)

Berdasarkan hasil uji hipotesis, variabel Kapabilitas Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha UMKM Kuliner di Jakarta Barat, sehingga hipotesis kedua (H2) diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital secara strategis berperan penting dalam meningkatkan kinerja usahanya. Hasil pengujian membuktikan bahwa Kapabilitas Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha UMKM, sehingga H2 diterima.

Temuan ini mendukung *Dynamic Capability Theory* (D. J. TEECE et al., 1997) yang menekankan pentingnya kemampuan organisasi mengintegrasikan dan merekonfigurasi sumber daya berbasis teknologi. Hasil ini memperkuat temuan Ladian & Fauzi (2025), Utama et al. (2023), dan Prakasa & Jumani (2024). Namun berbeda dengan Rahayu & Day (2016) yang menyatakan pemanfaatan teknologi digital tidak selalu berdampak langsung tanpa strategi bisnis yang tepat. Selain perbedaan objek penelitian, penelitian ini juga membedakan konsep literasi digital dan kapabilitas digital. Literasi digital diposisikan sebagai kemampuan memahami dan mengevaluasi informasi digital, sedangkan kapabilitas digital dipandang sebagai kemampuan mengintegrasikan teknologi digital ke dalam aktivitas bisnis. Perbedaan konseptual ini memberikan pemahaman yang lebih jelas mengenai kontribusi masing-masing variabel terhadap kinerja usaha. Kapabilitas digital tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi, tetapi juga mencerminkan kemampuan pelaku usaha dalam mengidentifikasi peluang digital, mengintegrasikan teknologi ke dalam proses bisnis, serta mengembangkan produk, layanan, dan strategi usaha berbasis teknologi digital. Semakin tinggi kapabilitas digital yang dimiliki, semakin besar kemampuan usaha untuk beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis dan meningkatkan daya saing.

Temuan penelitian ini mendukung teori Warner dan Wager (2019) yang menjelaskan bahwa kapabilitas digital merupakan kemampuan organisasi dalam memanfaatkan teknologi digital untuk menciptakan nilai tambah, meningkatkan fleksibilitas organisasi, serta mempertahankan keunggulan kompetitif di era digital. Temuan tersebut juga diperkuat oleh hasil pra-survei yang menunjukkan bahwa mayoritas pelaku UMKM telah memanfaatkan media sosial sebagai media promosi, menggunakan aplikasi pembayaran digital seperti QRIS, memanfaatkan platform pesan antar, serta mengembangkan strategi pemasaran digital untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Pemilik usaha Dimsum menjelaskan bahwa penggunaan media sosial secara konsisten membantu memperoleh pelanggan baru sekaligus memperluas jangkauan pemasaran. Selain itu, mereka juga aktif melakukan analisis SWOT dan mengikuti tren pasar untuk menentukan strategi pengembangan usaha. Pemilik Dimsum Goreng Lumer menyampaikan bahwa pembaruan tampilan gerai serta inovasi produk yang dipromosikan melalui media sosial memberikan dampak terhadap peningkatan penjualan. Sementara itu, Pak Radit mulai memanfaatkan

pembayaran digital menggunakan QRIS meskipun sebagian besar promosi masih dilakukan secara langsung. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kapabilitas digital tidak hanya diwujudkan melalui penggunaan teknologi, tetapi juga melalui kemampuan mengintegrasikan teknologi tersebut ke dalam aktivitas usaha.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan berbagai penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kapabilitas digital mampu meningkatkan efektivitas operasional, memperluas akses pasar, meningkatkan kualitas pelayanan, serta memperkuat daya saing usaha sehingga berdampak pada peningkatan kinerja usaha. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kapabilitas digital merupakan salah satu kemampuan strategis yang perlu dimiliki pelaku UMKM dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Semakin baik kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan dan menggunakan teknologi digital, maka semakin besar peluang usaha untuk berkembang secara berkelanjutan.

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan (X3) terhadap Kinerja Usaha UMKM (Y)

Berdasarkan hasil uji hipotesis, variabel Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha UMKM Kuliner di Jakarta Barat, sehingga hipotesis ketiga (H3) diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa pelaku usaha yang memiliki orientasi kewirausahaan yang tinggi cenderung mampu menghasilkan kinerja usaha yang lebih baik. Orientasi kewirausahaan mencerminkan kemampuan pelaku usaha untuk bersikap inovatif, proaktif, berani mengambil risiko yang telah diperhitungkan, mandiri dalam mengambil keputusan, serta mampu bersaing secara sehat dengan kompetitor. Sikap tersebut menjadi modal penting bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan usaha yang semakin ketat.

Temuan penelitian ini mendukung teori Lumpkin dan Dess (1996) yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan merupakan perilaku strategis organisasi yang ditunjukkan melalui inovatif, proaktif, pengambilan risiko, otonomi, dan agresivitas kompetitif dalam menciptakan keunggulan bersaing. Hasil pengujian membuktikan bahwa Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha UMKM, sehingga H3 diterima. Temuan ini sejalan dengan Puwardi & Soelaiman (2023) dan Ramadhany & Wahjudi (2025). Namun berbeda dengan Ahmatang & Sari (2022) yang menemukan orientasi kewirausahaan tidak signifikan di Pulau Sebatik, kemungkinan karena perbedaan konteks wilayah dan kemampuan manajerial pelaku usaha. Berbeda dengan beberapa penelitian sebelumnya yang hanya menguji orientasi kewirausahaan bersama orientasi pasar atau inovasi, penelitian ini menempatkan orientasi kewirausahaan dalam model yang juga mempertimbangkan faktor-faktor berbasis digital. Dengan demikian, hasil penelitian memberikan gambaran bahwa peningkatan kinerja UMKM dipengaruhi oleh kombinasi aspek perilaku kewirausahaan dan kemampuan digital. Hasil wawancara pra-survei juga memperkuat temuan penelitian ini. Sebagian besar pelaku UMKM menyampaikan bahwa mereka secara aktif melakukan inovasi produk sesuai tren pasar, memperbarui strategi pemasaran, menjaga kualitas produk, serta melakukan evaluasi terhadap kondisi usaha. Pemilik usaha DIMRARA secara rutin mengikuti tren kuliner yang sedang viral dan melakukan analisis SWOT untuk menentukan strategi pengembangan usaha. Pemilik Dimsum Goreng Lumer terus melakukan inovasi menu serta memperbarui tampilan gerai agar lebih menarik perhatian konsumen. Di sisi lain, pelaku usaha yang mengalami penurunan penjualan

umumnya mengakui bahwa mereka jarang melakukan promosi maupun inovasi produk sehingga sulit bersaing dengan kompetitor.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan bukan hanya berkaitan dengan keberanian mengambil risiko, tetapi juga kemampuan pelaku usaha dalam membaca peluang pasar, melakukan inovasi secara berkelanjutan, serta beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Kemampuan tersebut menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing sekaligus mendorong peningkatan kinerja usaha. Selain itu, hasil penelitian ini juga konsisten dengan berbagai penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja usaha karena mendorong pelaku usaha untuk terus berinovasi, menciptakan nilai tambah, serta merespons perubahan pasar secara cepat dan tepat. Kemampuan tersebut menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing sekaligus mendorong peningkatan kinerja usaha. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki peran penting dalam meningkatkan kinerja usaha UMKM kuliner. Pelaku usaha yang mampu mengembangkan sikap inovatif, proaktif, dan adaptif akan memiliki peluang yang lebih besar untuk mempertahankan keberlangsungan usaha sekaligus meningkatkan pertumbuhan usahanya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Literasi Digital, Kapabilitas Digital, dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha UMKM Kuliner di Jakarta Barat, terdapat beberapa kesimpulan antara lain adalah Literasi Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha UMKM Kuliner di Jakarta Barat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin baik kemampuan pelaku UMKM dalam mengakses, memahami, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi digital, maka semakin baik pula kinerja usaha yang dihasilkan. Literasi digital membantu pelaku usaha memperoleh informasi yang relevan, memahami perkembangan pasar, serta mendukung pengambilan keputusan yang lebih efektif dalam menjalankan usaha. Kapabilitas Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha UMKM Kuliner di Jakarta Barat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan dan menggunakan teknologi digital untuk kegiatan operasional, pemasaran, pelayanan, serta pengembangan produk mampu meningkatkan kinerja usaha. Semakin tinggi kapabilitas digital yang dimiliki, semakin besar kemampuan usaha dalam beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis dan meningkatkan daya saing.

Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha UMKM Kuliner di Jakarta Barat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha yang memiliki sikap inovatif, proaktif, berani mengambil risiko, mandiri dalam mengambil keputusan, dan mampu menghadapi persaingan cenderung memiliki kinerja usaha yang lebih baik. Orientasi kewirausahaan menjadi salah satu faktor penting yang mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan usaha.

Hasil penelitian ini memberikan dukungan empiris terhadap teori yang menjelaskan bahwa literasi digital, kapabilitas digital, dan orientasi kewirausahaan merupakan faktor yang berperan dalam meningkatkan kinerja usaha UMKM. Temuan penelitian memperkuat konsep literasi digital yang

menekankan pentingnya kemampuan memperoleh dan memanfaatkan informasi digital dalam pengambilan keputusan bisnis. Selain itu, hasil penelitian juga mendukung teori kapabilitas digital yang menyatakan bahwa kemampuan mengintegrasikan teknologi digital ke dalam proses bisnis dapat meningkatkan nilai tambah dan daya saing usaha. Penelitian ini juga memperkuat teori orientasi kewirausahaan yang menekankan pentingnya inovasi, pro aktivitas, keberanian mengambil risiko, otonomi, dan agresivitas kompetitif dalam meningkatkan kinerja usaha. Dengan demikian, penelitian ini memperkaya kajian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kinerja UMKM, khususnya pada sektor kuliner di Jakarta Barat.

Berdasarkan hasil penelitian, orientasi kewirausahaan merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling besar terhadap kinerja usaha UMKM kuliner di Jakarta Barat. Oleh karena itu, peningkatan kinerja usaha sebaiknya diprioritaskan melalui penguatan orientasi kewirausahaan pelaku UMKM. Pelaku usaha diharapkan terus mengembangkan kemampuan berinovasi, bersikap proaktif dalam melihat peluang pasar, serta berani mengambil risiko yang terukur dalam pengambilan keputusan bisnis. Selain itu, pemerintah dan lembaga pembina UMKM dapat menyelenggarakan pelatihan yang berfokus pada pengembangan jiwa kewirausahaan, seperti inovasi produk, strategi pemasaran, pengembangan model bisnis, dan kemampuan membaca peluang usaha. Dengan demikian, pelaku UMKM diharapkan mampu meningkatkan daya saing serta kinerja usahanya secara berkelanjutan. Kapabilitas digital juga berpengaruh positif terhadap kinerja usaha, sehingga pelaku UMKM perlu meningkatkan kemampuan dalam mengintegrasikan teknologi digital ke dalam proses bisnis. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui pemanfaatan platform digital untuk pemasaran, penggunaan sistem pembayaran digital, serta teknologi yang mendukung efisiensi operasional. Pemerintah maupun lembaga pendamping UMKM juga dapat memberikan pendampingan agar pelaku usaha mampu mengoptimalkan penggunaan teknologi digital sesuai dengan kebutuhan usahanya.

Literasi digital juga terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu meningkatkan kemampuan dalam mencari, memahami, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi digital secara efektif untuk mendukung aktivitas usaha. Peningkatan literasi digital dapat dilakukan melalui pelatihan mengenai pemasaran digital, keamanan digital, pemanfaatan media sosial, serta penggunaan informasi digital sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis. Dengan meningkatnya literasi digital, pelaku UMKM diharapkan mampu memanfaatkan teknologi secara lebih optimal dalam meningkatkan kinerja usaha.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan kinerja usaha UMKM tidak hanya bergantung pada pemanfaatan teknologi digital, tetapi juga pada kemampuan pelaku usaha dalam mengembangkan orientasi kewirausahaan. Oleh karena itu, strategi pengembangan UMKM perlu memprioritaskan penguatan orientasi kewirausahaan, yang kemudian didukung oleh peningkatan literasi digital dan kapabilitas digital agar mampu menciptakan kinerja usaha yang lebih baik. Penelitian selanjutnya untuk menambahkan variabel lain di luar model ini seperti modal usaha, akses pembiayaan, atau orientasi pasar guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kinerja usaha UMKM. Selain itu, penelitian mendatang disarankan untuk memperluas cakupan wilayah maupun sektor UMKM di luar sektor kuliner guna menguji konsistensi temuan pada konteks yang berbeda. Sebagai tambahan, peneliti selanjutnya juga dapat mempertimbangkan penggunaan variabel mediasi atau moderasi, seperti transformasi bisnis digital atau inovasi model bisnis, untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai mekanisme pengaruh antar variabel yang diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmatang, & Sari, N. (2022). *Pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja usaha dimediasi keunggulan bersaing pada UMKM di pulau Sebatik*. 18(3), 492–500. <https://doi.org/10.29264/jinv.v18i3.11581>
- Al Koliby, I. S., Mehat, N. A. B., Al-Swidi, A. K., & Al-Hakimi, M. A. (2024). Unveiling the linkages between entrepreneurial culture, innovation capability, digital marketing capability and sustainable competitive performance of manufacturing SMEs: evidence from emerging countries. *The Bottom Line*, 37(4), 473–500. <https://doi.org/10.1108/BL-08-2023-0241>
- Almeida, F., & Okon, E. (2025). *Impact of digitalization on SMEs performance : the mediating role of IoT*. 4(4), 407–422. <https://doi.org/10.1108/DTS-11-2024-0240>
- Bai, C., Dallasega, P., Orzes, G., & Sarkis, J. (2020). International Journal of Production Economics Industry 4 . 0 technologies assessment : A sustainability perspective. *International Journal of Production Economics*, 229, 107776. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2020.107776>
- Barney, Jay. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Bawden, D., & Robinson, L. (2012). *Introduction to Information Science*.
- Bidasari, Goso, Sahrir, & Hamid, R. S. (2023). Peran Literasi Keuangan dan Literasi Digital dalam Meningkatkan Kinerja UMKM. *Riset & Jurnal Akuntansi*, 7(April), 1635–1645. <https://doi.org/https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1404> Peran
- Burhanuddin, C. I., Amran, A., Abdi, N., & Pelu, M. F. A. (2021). *Pengaruh Kemampuan Manajerial Dan Pengetahuan Akuntansi Pelaku UMKM Terhadap Kinerja UMKM Di Kabupaten Sinjai*. 5(April), 47–51.
- Creswell, J. W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (Vol. 16, Issue 1). <https://doi.org/10.1016/j.math.2010.09.003>
- Dess, G. G., & Robinson Jr., R. B. (1984). Measuring organizational performance in the absence of objective measures: The case of the privately-held firm and conglomerate business unit. *Strategic Management Journal*, 5(3), 265–273. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/smj.4250050306>
- Destrian, O. (2025). The Influence of Manager's Digital Literacy on SMEs' Digital Transformation in Indonesia : A Microfoundational Context. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 72, 4237–4249. <https://doi.org/10.1109/TEM.2024.3467925>
- Farhan, M. T., Eryanto, H., & Saptono, A. (2022). *Pengaruh Literasi Digital dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha UMKM (Studi Pada UMKM sektor Food and Beverage di Jakarta Selatan)*. 2(6), 35–48.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen*.
- Ghozali, H. I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26. In *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*.
- Glister, P. (1997). *Digital Literacy*. Wiley Computer Pub.
- Gyamerah, S., Afshari, L., & Asante, D. (2025). Digital transformation in the SME context : The nexus between leadership , digital capabilities and digital strategy. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 43(3) 303. <https://doi.org/10.1177/02662426251314108>
- Hafidz, Wiguna, W., & Suparmoko, M. (2024). *The Effect Of Digital Skills And Digital Knowledge On The Performance Of Micro-Enterprise Actors In The Culinary Sector In Cilegon City Through Entrepreneurial Spirit As A Mediation Variable*. 1324–1339.
- Hair J, R, A., Babin B, & Black W. (2014). Multivariate Data Analysis. In *Australia : Cengage: Vol. 7*

- edition (p. 758).
- Hidayati, H. A., Astuti, E. S., & Kusumawati, A. (2025). The nexus between entrepreneurial and market orientation on digital marketing capabilities and marketing performance of SMEs in emerging markets. *Cogent Business & Management*, 12(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2025.2526150>
- Huda, N., Pratiwi, A., & Munandar, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Literasi Digital Terhadap Kinerja Umkm Kota Bima. *Jurnal Bisnis*, 1, 216–224.
- Hutama, D., Raharjo, K., & Nugroho, A. (2023). *Impact of Digital Capability on SMEs Performance : Mediating Role of Digital Business Transformation*. 26(3), 122–131.
- Indrawan, I., Salju, S., & Khaddapi, M. (2025). *The Role of Social Capital and Digital Literacy on Entrepreneurial Performance*. 1–14.
- Institute for Development, Finance, E. and, & (INDEF). (2024). *Peran Platform Digital Terhadap Pengembangan UMKM di Indonesia*.
- KADIN, K. D. dan I. I. (2021). *Laporan Agustus 2021*.
- Kadiyono, A. L., Sulistiobudi, R. A., & Kadiyono, A. L. (2024). Linking Psychological Capital , Technology Readiness And Entrepreneurial Orientation To Entrepreneurs Financial Performance : a study of women MSMEs in Indonesia entrepreneurial orientation to entrepreneurs ' financial performance : *Cogent Business & Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2413380>
- Kallmuenzer, A., Mikhaylov, A., Chelaru, M., & Czakon, W. (2025). Adoption and performance outcome of digitalization in small and medium-sized enterprises. *Review of Managerial Science*, 19(7), 2011–2038. <https://doi.org/10.1007/s11846-024-00744-2>
- Katadata, D. (2026). *Jumlah UMKM di Indonesia Periode 2020-2024*. <https://databoks.katadata.co.id/ekonomi-makro/statistik/6a336ca85b5a5/jumlah-umkm-di-indonesia-periode-2020-2024>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2023). *Laporan Kinerja Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia* (p. 135).
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). *No Title*. <https://umkm.go.id/publikasi?section=umkm-dalam-angka>
- Komdigi. (2024). *Laporan Kinerja Kementerian Komdigi 2024*.
- Kumar, R., Dutta, G., Phanden, R. K., & Kumar, R. (2024). Digitalization Adoption Barriers in the Context of Sustainability and Operational Excellence : Implications for SMEs Digitalization Adoption Barriers in the Context of Sustainability and Operational Excellence : Implications for SMEs. *Engineering Management Journal*, 00(00), 1–17. <https://doi.org/10.1080/10429247.2024.2372519>
- Kurnia, M. I., & Indriani, R. (2025). *Peran Literasi Keuangan dan Literasi Digital dalam Meningkatkan Kinerja UKM*. 6(4), 548–556. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v6i4.7283>
- Ladian, S. T., & Fauzi, A. (2025). *The Impact Of Digital Capability On MSME Performance With The Mediating Role Of Digital Business Transformation Dampak Kapabilitas Digital Terhadap Kinerja UMKM Dengan Peran Mediasi Transformasi Bisnis Digital*. 6(4), 5787–5803.
- Landjohou, G., & Christopher, E. (2026). *The Impact of Digital Marketing on Small and Medium Enterprises (SMEs) Growth : A Systematic Review*. 10(October 2025), 1–18.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance. *The Academy of Management Review*, 21(1), 135–172. <https://doi.org/10.2307/258632>
- Mahohoma, T. (2024). *Research in Business & Social Science A comparison of the usage between financial and non-financial performance metrics in Small and Medium Enterprises (SMEs) in South Africa*.

- 13(5), 20525.
- Meiliza Atikah Candraningtyas, & Rahmawati, Y. (2025). *Digital Capabilities, Islamic Financial Literacy, and Halal Orientation Driving Online MSME Sustainability*. 02(3).
- Miller, D. (1983). Revisited: A Reflection on EO Research and Some Suggestions for the Future. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 35. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2011.00457.x>
- Miller, D., & Friesen, P. H. (1982). Innovation in Conservative and Entrepreneurial Firms: Two Models of Strategic Momentum. *Strategic Management Journal*, 3(1), 1–25. <http://www.jstor.org/stable/2485899>
- Mohamad, Z., Alim, N. S. S. M., Rashid, N. K. A., Hassim, N. H. C., Anang, Z., Abdullah, S., & Nasir, A. (2025). *The impact of Digital Entrepreneurial Competencies, Digital Literacy and Government Support on Digital*. 13, No. 1, 289–308. <https://doi.org/10.2478/eoik-2025-0025>
- Nakabuye, Z., Mayanja, J., Bimbona, S., & Wassermann, M. (2023). *Technology orientation and export performance: the moderating role of supply chain agility*. 5(4), 230–264. <https://doi.org/10.1108/MSRA-01-2023-0006>
- Ndlovu, M. N., Ndlovu, E. N., & Ebewo, P. E. (2025). *The Intersection of Business Models and SME Performance: A Bibliometric Analysis of Research Trends*.
- Ooi, S. K., Yang, S., & Adeneye, Y. B. (2025). Sustainable development practices as a mediator: linking entrepreneurial orientation to SME business performance. *Asian Journal of Business Ethics*, 14(1), 177–201. <https://doi.org/10.1007/s13520-025-00233-z>
- Pahlawan, P. N. M. (2025). *Entrepreneurship Digitalization Effectiveness in Micro Small Medium Enterprises of the Food and Beverage Sector This research purpose is to analyze how imperative Entrepreneurship Digitalization be developed and the Micro, Small, Medium Enterprises* ' (8(1), 74–99.
- Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. (2025). *Persentase Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang Terdigitalisasi*.
- Pieroni, M. P. P., McAloone, T. C., & Pigosso, D. C. A. (2019). Business model innovation for circular economy and sustainability: A review of approaches. *Journal of Cleaner Production*, 215, 198–216. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.01.036>
- Prakasa, Y., & Jumani, Z. A. (2024). Linking Digital Capability to Small Business Performance: The Mediating Role of Digital Business Transformation. *Cogent Business & Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2342486>
- PRATAMA, I. R. (2024). *Pengaruh Manajemen Waktu dan Literasi digital terhadap Kinerja Usaha Batik Dikota Seberang Jambi*.
- Prof .H.Imam Ghozall, M.Com, Ph.D, CA, A. (2018). *Aplikasi Analisis MultivariatE SPSS Edisi 9*.
- Putri, T. N., Lestira, T., Warganegara, P., Lampung, U. B., & Lampung, U. B. (2026). *Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk, Digital Marketing Terhadap Kinerja Pemasaran umKM di Bandar Lampung*. 9(1), 549–559.
- Putu, N., Puspita, Y., Luh, N., Sayang, W., Made, N., & Widiastini, A. (2024). *Peran Mediasi Digital Marketing pada Pengaruh Literasi Digital*. 13(02), 282–299.
- Puwardi, S. F., & Soelaiman, L. (2023). *Pengaruh orientasi kewirausahaan dan kepemimpinan kewirausahaan terhadap kinerja usaha umkm kuliner di taman palem lestari*. 05(02), 466–473.
- Qasim, D., Shuhaiber, A., & Rawshdeh, Z. (2025). *The impact of entrepreneurial orientation on innovation performance: the role of knowledge sharing as a mediating factor*.
- Rahayu, R., & Day, J. (2016). E-commerce adoption by SMEs in developing countries: evidence from Indonesia. *Eurasian Business Review*. <https://doi.org/10.1007/s40821-016-0044-6>

- Ramadhany, K. A., & Wahjudi, E. (2025). The Influence of Entrepreneurial Orientation on the MSME Performance with Business Model Innovation as a Mediating Variable (Study on MSME in Driyorejo District Gresik Regency). *Jurnal Pendidikan IPS*, 15(3), 702–711.
- Ramdan, A. M., Siwiyanti, L., Komariah, K., Nurmillah, R., & Ramdhany, M. A. (2025). *Entrepreneurial Competence, Market Orientation, and Digital Literacy Impact on MSME Culinary Marketing Performance in Indonesia*. 13(5), 3589–3604. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v13i5.3548>
- Rashad, N. M., Mousley, S., & Daou, L. (2024). The Effect of Entrepreneurial Orientation and Dimensions on the Organizational Performance With Saudi SMES. *Eurasian Journal of Business and Management*, 12(1), 32–50. <https://doi.org/10.15604/ejbm.2024.12.01.003>
- Regif, S. Y., Seran, M. S. B., Naif, I. Y., & Pattipeilohy, A. (2023). *Literasi Digital Ekonomi Hijau Terhadap Pemberdayaan UMKM Desa di Kabupaten Langkat*. 9(April), 49–69.
- Sari, N. (2022). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Usaha Dimediasi Keunggulan Bersaing Pada Umkm Di Pulau Sebatik*.
- Sarsiti, S., & Minarni, E. (2024). *Entrepreneurial Orientation (EO) and Performance Among Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) (From an RBV Perspective) Sarsiti Sarsiti 1) , Eni Minarni 2)*. 2005, 227–241.
- Septiani, R. N., & Wuryani, E. (2020). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm Di Sidoarjo Risa*. 9(8), 3214–3236. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i08.p16> ISSN
- Siswanti, T. (2020). Analisis Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi Unsurya*, 5(2), 61–76.
- Sudirman, I. D., Astuty, E., & Aryanto, R. (2025). *Enhancing Digital Technology Adoption in SMEs Through Sustainable Resilience Strategy : Examining the Role of Entrepreneurial Orientation and Competencies*. 35, 97–114.
- Sugiantoputro, C. Y., & Widjaja, O. H. (2025). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Dan Inovasi Terhadap Kinerja Umkm Di Jakarta Barat*. 07(01), 64–75.
- Sugiyono, P. D. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd (ed.)). ALFABETA.
- Tarigan, M. I., Silalahi, E., Tinambunan, A. P., & Mujahid, I. (2025). *Measurement of SME Performance in Digital Era : A Systematic Literature Review*. <https://doi.org/10.4108/eai.11-11-2024.2354492>
- Teece, D. J. (2007). *Explicating Dynamic Capabilities : The Nature And Microfoundations Of (Sustainable) Enterprise Performance*. 1350(August), 1319–1350. <https://doi.org/10.1002/smj>
- Teece, D. J. (2018). Business models and dynamic capabilities *. *Long Range Planning*, 51(1), 40–49. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2017.06.007>
- TEece, D. J., Pisano, G., & ShueN, A. (1997). *Dynamic Capabilities And Strategic Management*. 18(April 1991), 509–533.
- Teece, D., & Pisano, G. (2003). *The Dynamic Capabilities of Firms **. 3.
- TEECE, D., & PISANO, G. (1994). The Dynamic Capabilities of Firms: an Introduction. *Industrial and Corporate Change*, 3(3), 537–556. <https://doi.org/10.1093/icc/3.3.537-a>
- UKM Indonesia. (2026). *Data UMKM, Jumlah dan Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia*. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/data-umkm-jumlah-dan-pertumbuhan-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-di-indonesia>
- Ulhaq, A. Z. (2024). *Analisis Pengaruh Kapabilitas Digital, Kapabilitas Dinamis, Dan Perilaku Kewirausahaan Strategis Terhadap Inovasi Model Bisnis Dan Kinerja Bisnis : Studi Empiris Pada Ukm Di Indonesia*. 2, 306–312.

- Wang, X., Gu, Y., & Ahmad, M. (2022). *The Impact of Digital Capability on Manufacturing Company Performance*. 1–24.
- Warner, K. S. ., & Wäger, M. (2019). *Building dynamic capabilities for digital transformation: an ongoing process of strategic renewal*. 52(February), 4–5. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2018.12.001>
- Wediawati, B., Adriani, Z., Setiawati, R., Ratnawati, R., & Dewi, E. (2025). *The Impact of Entrepreneurial , Financial , and Digital Literacy on MSME Performance*. 13(4), 2643–2658. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v13i4.3411>
- Yadav, U. S., & Tripathi, R. (2024). Impact of innovation, entrepreneurial orientation and entrepreneurial leadership on supply chain resilience in handicraft industry: moderating role of supply chain orientation. *Benchmarking: An International Journal*, 32(5), 1559–1601. <https://doi.org/10.1108/BIJ-09-2023-0615>
- Yadav, U. S., Vyas, S., Ghosal, I., & Kumar, A. (2024). Impact of entrepreneurial leadership , Social media, digital technology , Entrepreneurial orientation and innovation on business performance in the handicraft sector: Talent management as mediating construct. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00434-z>
- Yeow, A., Soh, C., & Hansen, R. (2018). Aligning with new digital strategy: A dynamic capabilities approach. *The Journal of Strategic Information Systems*, 27(1), 43–58. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jsis.2017.09.001>
- Yesuf, Y. M., & Fields, Z. (2026). SMEs , digital transformation and sustainable development : a systematic review of barriers , enablers and outcomes. *Cogent Business & Management*, 13(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2026.2631198>
- Yu, Andy, Lumpkin, GT, Praveen Parboteeah, K, & Stambaugh, Jeffrey E. (2019). Autonomy and family business performance: The joint effect of environmental dynamism and national culture. *International Small Business Journal*, 37(2), 153–185. <https://doi.org/10.1177/0266242618811893>.