

Peran Digital Literacy dalam Memoderasi Pengaruh Entrepreneurial Orientation terhadap Business Performance

Yulnita Muchtar¹, Rahmat Hidayat², Mildayanti³

^{1,2,3}Universitas Negeri Makassar

e-mail: yulnita.muchtar@unm.ac.id, rahmathidayat@unm.ac.id, mildayanti@unm.ac.id

Published: January , 2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *entrepreneurial orientation* terhadap *business performance* Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta menguji peran *digital literacy* dalam memperkuat hubungan tersebut. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain *explanatory research*. Data dikumpulkan melalui survei terhadap 150 pelaku UMKM yang telah memanfaatkan teknologi digital dalam aktivitas bisnisnya. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *entrepreneurial orientation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *business performance* UMKM. Selain itu, *digital literacy* juga terbukti berpengaruh positif terhadap kinerja usaha. Temuan utama penelitian ini mengungkapkan bahwa *digital literacy* berperan sebagai variabel moderasi yang memperkuat pengaruh *entrepreneurial orientation* terhadap *business performance*, sehingga orientasi kewirausahaan memberikan dampak yang lebih optimal ketika didukung oleh kemampuan digital yang memadai. Penelitian ini menegaskan bahwa peningkatan kinerja UMKM pada era digital tidak hanya bergantung pada orientasi kewirausahaan, tetapi juga pada kesiapan dan kapabilitas digital pelaku usaha. Temuan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan literatur kewirausahaan berbasis kapabilitas serta implikasi praktis bagi pengembangan kebijakan dan program pendampingan UMKM yang berfokus pada penguatan literasi digital.

Kata kunci: entrepreneurial orientation; digital literacy; business performance; UMKM

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

UMKM merupakan tulang punggung ekonomi Indonesia, baik dalam penciptaan lapangan kerja maupun penguatan ekonomi lokal. Data kelembagaan menunjukkan UMKM mendominasi struktur usaha nasional dan berperan besar dalam penyerapan tenaga kerja, sehingga penguatan daya saing UMKM berimplikasi langsung pada stabilitas ekonomi dan kesejahteraan masyarakat (Kadin Indonesia, 2025). Dari sisi statistik resmi, Badan Pusat Statistik juga menegaskan bahwa usaha mikro dan kecil yang menjadi komponen penting UMKM memiliki karakteristik modal relatif terbatas namun adaptif terhadap perubahan pasar lokal, sehingga peningkatan kapabilitas manajerial dan strategi menjadi penting untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan kinerja usaha (Badan Pusat Statistik, 2024). Dalam konteks transformasi ekonomi yang semakin terdigitalisasi, peningkatan performa UMKM tidak lagi cukup bergantung pada faktor tradisional (modal, lokasi, atau jaringan offline), tetapi juga pada kemampuan pelaku usaha mengintegrasikan strategi kewirausahaan dengan pemanfaatan teknologi digital secara efektif.

Transformasi digital sendiri menjadi agenda strategis yang semakin relevan karena kesenjangan adopsi dan keterampilan digital masih nyata di berbagai sektor, termasuk pada pelaku usaha kecil. OECD menekankan bahwa akses dan adopsi digital di kalangan bisnis di Indonesia masih tertinggal dibanding negara pembanding, sementara keterampilan digital juga belum memadai, sehingga percepatan digitalisasi dan penguatan kompetensi menjadi prasyarat untuk peningkatan produktivitas dan pertumbuhan jangka panjang (OECD, 2024). Sejalan dengan itu, Bank Indonesia menempatkan transformasi digital UMKM sebagai pendorong utama agar UMKM dapat “go digital” dan memperluas akses pasar, sekaligus menekankan pentingnya literasi digital agar pelaku UMKM mampu menggunakan teknologi secara efektif dan waspada terhadap risiko (Bank Indonesia, 2024). Dengan demikian, literasi digital tidak hanya

dipahami sebagai kemampuan teknis menggunakan perangkat, tetapi juga mencakup pemahaman, evaluasi informasi, keamanan, serta pemanfaatan platform digital untuk aktivitas bisnis.

Di sisi lain, literatur kewirausahaan menunjukkan bahwa Entrepreneurial Orientation (EO) yang umumnya tercermin melalui inovatif, proaktif, dan berani mengambil risiko sering dipandang sebagai pendorong penting bagi kinerja bisnis. Studi berskala besar pada UMKM Indonesia menemukan dimensi EO (misalnya inovatif, risk-taking, dan jejaring strategis) berkaitan dengan peningkatan kinerja, meskipun beberapa dimensi dapat menunjukkan arah pengaruh yang tidak selalu sejalan pada konteks tertentu, sehingga mengisyaratkan adanya faktor kontinjensi (Adam et al., 2024). Bukti nasional berbasis sintesis riset (meta-analisis) juga menunjukkan bahwa pengaruh EO terhadap kinerja UMKM Indonesia cenderung positif dan signifikan, tetapi besarnya efek berada pada kategori kecil-moderat serta relatif stabil pada periode berbeda, dan penulis merekomendasikan pentingnya mengeksplorasi faktor mediasi/moderasi yang menjelaskan kapan dan mengapa EO lebih efektif mendorong kinerja (Rusdi & Sudhartio, 2025). Dengan kata lain, EO penting, tetapi tidak bekerja dalam ruang hampa dampaknya sangat mungkin bergantung pada sumber daya, kapabilitas, dan kesiapan konteks usaha.

Berdasarkan sudut pandang resource-based view dan contingency perspective, digital literacy dapat dipandang sebagai kapabilitas yang memperkuat nilai implementasi EO. Secara konseptual, pelaku usaha dengan EO tinggi cenderung menghasilkan ide baru, membaca peluang, dan berani bereksperimen; namun tanpa literasi digital yang memadai, peluang tersebut sulit dieksekusi secara efisien pada kanal digital (misalnya optimasi pemasaran berbasis data, pemilihan platform, pengelolaan pelanggan, dan integrasi pembayaran/logistik). Bukti empiris di level UMKM menunjukkan bahwa literasi digital berasosiasi positif dengan peningkatan kapabilitas kewirausahaan dan pada akhirnya memperbaiki performa bisnis, menandakan literasi digital berperan sebagai enabler dalam proses penciptaan nilai (Novela et al., 2024). Temuan tersebut menguatkan argumen bahwa literasi digital berpotensi menjadi faktor yang memperjelas variasi pengaruh EO terhadap kinerja: pelaku usaha yang inovatif dan proaktif akan lebih mampu menerjemahkan orientasi strategisnya menjadi hasil nyata ketika literasi digitalnya tinggi, sementara pada literasi digital rendah, orientasi tersebut dapat terhambat pada tahap eksekusi. Berangkat dari kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Entrepreneurial Orientation* terhadap *Business Performance* serta menguji peran moderasi *Digital Literacy* pada hubungan tersebut, khususnya pada konteks UMKM yang beroperasi di lingkungan bisnis yang semakin terdigitalisasi. Kontribusi teoretis penelitian ini adalah memperkaya model EO kinerja melalui penjelasan kontinjensi berbasis kapabilitas (digital literacy), yang relevan dengan agenda transformasi digital di negara berkembang. Kontribusi praktisnya adalah memberikan dasar pengambilan keputusan bagi pemangku kepentingan (pelaku UMKM, pendamping/inkubator, pemerintah, dan lembaga keuangan) untuk merancang intervensi penguatan literasi digital yang tepat sasaran bukan hanya pelatihan teknis, tetapi juga kompetensi strategis agar orientasi kewirausahaan dapat lebih konsisten berujung pada peningkatan kinerja usaha. Dalam kerangka ini, penelitian diharapkan memberikan bukti bahwa keberhasilan strategi kewirausahaan pada era digital tidak hanya

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain *explanatory research*, yang bertujuan untuk menguji hubungan kausal antarvariabel dalam konteks kewirausahaan UMKM. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengujian teori secara empiris melalui pengukuran variabel laten dan analisis statistik inferensial yang sistematis (Hair et al., 2022). Fokus penelitian diarahkan pada analisis pengaruh *entrepreneurial orientation* terhadap *business performance*, serta peran *digital literacy* sebagai variabel moderasi yang menjelaskan kondisi di mana orientasi kewirausahaan dapat diterjemahkan secara lebih efektif menjadi kinerja usaha.

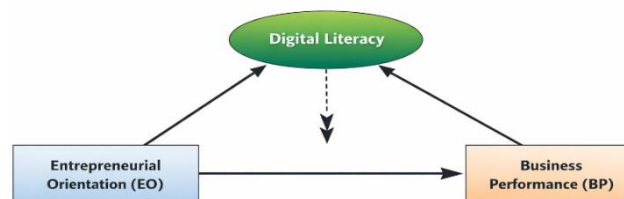
Sasaran penelitian ini adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berperan langsung dalam pengambilan keputusan strategis usaha. Populasi penelitian mencakup UMKM pada sektor perdagangan, jasa, dan manufaktur skala kecil, yang secara empiris menunjukkan tingkat adopsi teknologi digital yang relatif tinggi dibanding sektor lain. Sampel penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, dengan pertimbangan bahwa tidak semua pelaku UMKM memiliki karakteristik yang relevan dengan tujuan penelitian, khususnya dalam hal orientasi kewirausahaan dan pemanfaatan teknologi digital. Kriteria responden meliputi pemilik atau pengelola UMKM yang telah

menjalankan usaha minimal satu tahun dan telah memanfaatkan media atau platform digital dalam aktivitas bisnisnya. Teknik purposive sampling lazim digunakan dalam penelitian UMKM untuk memperoleh responden yang sesuai dengan konteks dan kebutuhan analisis model (Sekaran & Bougie, 2017).

Data penelitian dikumpulkan menggunakan metode survei melalui kuesioner terstruktur, yang dirancang untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel penelitian. Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator yang telah digunakan dan divalidasi dalam studi terdahulu terkait entrepreneurial orientation, digital literacy, dan business performance, sehingga memiliki dasar teoritis dan empiris yang kuat (Lumpkin & Dess, 1996; Novela et al., 2024). Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert lima poin, yang dinilai efektif dalam menangkap sikap dan persepsi responden secara kuantitatif serta banyak digunakan dalam penelitian manajemen dan kewirausahaan (Hair et al., 2022). Pengumpulan data dilakukan secara daring dan luring untuk meningkatkan jangkauan responden dan meminimalkan bias akses, sebagaimana direkomendasikan dalam penelitian UMKM di negara berkembang.

Model penelitian dikembangkan berdasarkan pendekatan resource-based view dan contingency perspective, yang menempatkan entrepreneurial orientation sebagai orientasi strategis utama dalam penciptaan nilai, serta digital literacy sebagai kapabilitas pendukung yang menentukan efektivitas implementasi strategi tersebut (Barney, 1991; OECD, 2024). Entrepreneurial orientation diposisikan sebagai variabel eksogen, sedangkan business performance sebagai variabel endogen yang mencerminkan capaian kinerja usaha dari perspektif pelaku UMKM. Digital literacy berperan sebagai variabel moderasi yang merefleksikan tingkat kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital secara strategis. Pengembangan model ini mengikuti praktik penelitian kewirausahaan yang menekankan pentingnya pengujian hubungan antarvariabel dalam konteks yang spesifik dan dinamis, tanpa merumuskan hipotesis secara eksplisit namun tercermin dalam struktur hubungan model penelitian (Adam et al., 2024; Rusdi & Sudhartio, 2025).

Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak analisis statistik. Metode SEM-PLS dipilih karena sesuai untuk penelitian eksploratif dan prediktif, mampu mengakomodasi model dengan variabel laten dan efek moderasi, serta tidak mensyaratkan distribusi data normal (Hair et al., 2022; Henseler et al., 2015). Tahapan analisis meliputi evaluasi model pengukuran melalui pengujian validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas konstruk, serta evaluasi model struktural untuk menilai kekuatan dan signifikansi hubungan antarvariabel. Pengujian efek moderasi dilakukan dengan membangun konstruk interaksi antara entrepreneurial orientation dan digital literacy, sebagaimana direkomendasikan dalam analisis moderasi berbasis PLS-SEM. Kelayakan model ditentukan berdasarkan koefisien jalur, nilai statistik uji, serta kemampuan model dalam menjelaskan variasi business performance UMKM.



Gambar 1 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual penelitian ini dibangun untuk menjelaskan hubungan antara entrepreneurial orientation, digital literacy, dan business performance pada konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Entrepreneurial orientation diposisikan sebagai orientasi strategis pelaku usaha yang tercermin dalam kemampuan berinovasi, bersikap proaktif, dan mengambil risiko dalam menghadapi dinamika lingkungan bisnis. Orientasi ini diasumsikan sebagai pendorong utama dalam penciptaan nilai dan pencapaian kinerja usaha, karena mendorong pelaku UMKM untuk secara aktif mencari peluang dan merespons perubahan pasar secara cepat dan adaptif.

Business performance dalam penelitian ini merepresentasikan tingkat keberhasilan usaha yang dicapai oleh pelaku UMKM, yang diukur melalui persepsi pelaku usaha terhadap pertumbuhan, keuntungan, dan keberlanjutan bisnis. Pendekatan subjektif terhadap pengukuran kinerja digunakan

dengan pertimbangan bahwa UMKM umumnya memiliki keterbatasan dalam pencatatan keuangan formal, sehingga persepsi pelaku usaha menjadi indikator yang relevan dan dapat diterima dalam penelitian kewirausahaan. Dengan demikian, hubungan antara entrepreneurial orientation dan business performance dipahami sebagai proses strategis, di mana orientasi kewirausahaan yang kuat diharapkan dapat meningkatkan kinerja usaha melalui inovasi dan keunggulan kompetitif.

Digital literacy ditempatkan sebagai variabel moderasi yang memengaruhi kekuatan hubungan antara entrepreneurial orientation dan business performance. Literasi digital dipahami sebagai kapabilitas pelaku UMKM dalam mengakses, memahami, mengevaluasi, serta memanfaatkan teknologi dan informasi digital untuk mendukung aktivitas bisnis. Dalam kerangka ini, digital literacy tidak hanya berperan sebagai keterampilan teknis, tetapi juga sebagai kemampuan strategis yang memungkinkan pelaku usaha menerjemahkan orientasi kewirausahaan ke dalam tindakan nyata berbasis digital, seperti pemasaran daring, pengelolaan pelanggan, dan pengambilan keputusan berbasis informasi.

Secara konseptual, kerangka penelitian ini mengasumsikan bahwa entrepreneurial orientation akan memberikan dampak yang lebih kuat terhadap business performance ketika pelaku UMKM memiliki tingkat literasi digital yang memadai. Pelaku usaha yang inovatif dan proaktif, namun tidak didukung oleh kemampuan digital yang memadai, berpotensi menghadapi hambatan dalam mengeksekusi strategi kewirausahaan secara efektif. Sebaliknya, tingkat literasi digital yang tinggi memungkinkan pelaku UMKM untuk mengoptimalkan peluang yang dihasilkan dari orientasi kewirausahaan melalui pemanfaatan teknologi digital secara strategis dan efisien.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 180 kuesioner yang disebarkan kepada pelaku UMKM melalui survei daring dan luring. Dari jumlah tersebut, 162 kuesioner berhasil dikembalikan. Setelah dilakukan proses penyaringan data (data cleaning) untuk memastikan kelengkapan jawaban dan konsistensi respons, sebanyak 150 kuesioner dinyatakan layak dianalisis. Jumlah sampel ini telah memenuhi ketentuan minimal analisis SEM-PLS, yaitu lebih dari sepuluh kali jumlah indikator terbanyak pada satu konstruk, sehingga model penelitian dinilai memadai untuk dianalisis lebih lanjut (Hair et al., 2022).

Karakteristik responden disajikan untuk memberikan gambaran umum mengenai profil pelaku UMKM yang menjadi objek penelitian. Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, lama usaha, dan sektor usaha disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden (n = 150)

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	82	54,7
	Perempuan	68	45,3
Usia	< 30 tahun	38	25,3
	30–40 tahun	56	37,3
	> 40 tahun	56	37,3
Pendidikan	SMA/ sederajat	61	40,7
	Diploma	29	19,3
	Sarjana	60	40,0
Lama Usaha	1–3 tahun	47	31,3
	4–6 tahun	54	36,0
	> 6 tahun	49	32,7
Sektor Usaha	Perdagangan	63	42,0
	Jasa	51	34,0
	Manufaktur kecil	36	24,0

Sumber : Hasil Olah Data

Mayoritas responden berada pada usia produktif dan memiliki pengalaman usaha lebih dari tiga tahun, menunjukkan bahwa responden cukup memahami dinamika usaha. Proporsi sektor perdagangan dan jasa yang dominan juga relevan dengan konteks digitalisasi UMKM.

Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan kecenderungan respons responden terhadap setiap variabel penelitian.

Tabel 2. Statistik Deskriptif Variabel

Variabel	Mean	Standar Deviasi
Entrepreneurial Orientation	3,87	0,61
Digital Literacy	3,74	0,65
Business Performance	3,81	0,58

Sumber : Hasil Olah Data 2026

Interpretasi:

Nilai rata-rata seluruh variabel berada di atas nilai tengah skala Likert (3), menunjukkan bahwa responden memiliki orientasi kewirausahaan, literasi digital, dan persepsi kinerja usaha yang relatif baik.

Tabel 3. Validitas Konvergen dan Reliabilitas Konstruk

Konstruk	Loading Faktor (Min– Maks)	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	AVE
Entrepreneurial Orientation	0,781 – 0,861	0,885	0,912	0,673
Digital Literacy	0,768 – 0,847	0,872	0,903	0,651
Business Performance	0,798 – 0,862	0,889	0,915	0,684

Sumber : Hasil Olah Data 2026

Seluruh indikator memiliki nilai loading factor $> 0,70$, nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability $> 0,70$, serta AVE $> 0,50$, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas yang disyaratkan dalam SEM-PLS.

Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Evaluasi inner model dilakukan untuk menguji hubungan antarvariabel dan kemampuan model dalam menjelaskan variasi kinerja usaha.

Tabel 4. Hasil Pengujian Hubungan Antarvariabel

Hubungan	Koefisien Jalur	t-statistic	p-value
Entrepreneurial Orientation $\rightarrow$ Business Performance	0.412	4.983	0.000
Digital Literacy $\rightarrow$ Business Performance	0.297	3.762	0.000
EO $\times$ Digital Literacy $\rightarrow$ Business Performance	0.186	2.451	0.014

Tabel 5. Koefisien Determinasi (R^2)

Variabel Endogen	R^2
Business Performance	0.528

Sumber : Hasil Olah Data 2026

Hasil analisis menunjukkan bahwa entrepreneurial orientation dan digital literacy berpengaruh positif terhadap business performance. Selain itu, efek interaksi menunjukkan bahwa digital literacy berperan memperkuat hubungan antara entrepreneurial orientation dan kinerja usaha. Nilai R^2 sebesar 0,528 mengindikasikan bahwa model mampu menjelaskan 52,8% variasi kinerja UMKM.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa entrepreneurial orientation berpengaruh positif dan signifikan terhadap business performance UMKM. Temuan ini menegaskan bahwa orientasi kewirausahaan yang tercermin dalam perilaku inovatif, proaktif, dan keberanian mengambil risiko merupakan faktor strategis yang mendorong peningkatan kinerja usaha. Pelaku UMKM yang memiliki orientasi kewirausahaan tinggi cenderung lebih responsif terhadap peluang pasar, lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis, serta lebih berani dalam mengambil keputusan strategis. Kondisi tersebut memungkinkan UMKM untuk menciptakan nilai tambah dan mempertahankan daya saing, sehingga berdampak langsung pada peningkatan kinerja usaha. Temuan ini sejalan dengan pandangan klasik dalam literatur kewirausahaan yang menempatkan entrepreneurial orientation sebagai determinan utama keberhasilan bisnis (Lumpkin & Dess, 1996; Wiklund & Shepherd, 2005).

Secara empiris, hasil penelitian ini konsisten dengan temuan Adam et al. (2024) yang menunjukkan bahwa entrepreneurial orientation berkontribusi signifikan terhadap kinerja UMKM di Indonesia, meskipun kekuatan pengaruhnya dapat bervariasi antar dimensi dan konteks usaha. Selain itu, hasil ini juga mendukung kesimpulan meta-analisis Rusdi dan Sudhartio (2025) yang menegaskan bahwa hubungan antara entrepreneurial orientation dan kinerja UMKM bersifat positif dan relatif stabil, baik pada periode sebelum maupun selama pandemi. Dengan demikian, penelitian ini memperkuat bukti bahwa orientasi kewirausahaan tetap relevan sebagai strategi inti bagi UMKM dalam menghadapi dinamika lingkungan bisnis yang kompetitif.

Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa digital literacy memiliki pengaruh langsung yang positif terhadap business performance. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital, mengelola informasi, serta menggunakan platform digital untuk aktivitas bisnis berkontribusi pada peningkatan kinerja usaha. Literasi digital memungkinkan pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperbaiki kualitas pengambilan keputusan berbasis informasi. Dalam konteks UMKM, literasi digital menjadi sumber daya penting yang mendukung proses penciptaan nilai, terutama ketika keterbatasan modal dan sumber daya fisik menjadi kendala utama. Hasil ini sejalan dengan penelitian Novela et al. (2024) yang menemukan bahwa literasi digital berperan penting dalam meningkatkan kinerja UMKM melalui penguatan kemampuan kewirausahaan.

Temuan utama penelitian ini terletak pada peran moderasi digital literacy dalam hubungan antara entrepreneurial orientation dan business performance. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengaruh entrepreneurial orientation terhadap kinerja usaha menjadi lebih kuat ketika pelaku UMKM memiliki tingkat literasi digital yang tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa orientasi kewirausahaan tidak secara otomatis menghasilkan kinerja yang optimal tanpa didukung oleh kapabilitas digital yang memadai. Pelaku usaha yang inovatif dan proaktif, tetapi memiliki literasi digital rendah, berpotensi menghadapi hambatan dalam mengeksekusi strategi kewirausahaan, seperti keterbatasan dalam pemasaran digital, pemanfaatan data pelanggan, atau integrasi teknologi dalam proses bisnis. Sebaliknya, literasi digital yang tinggi memungkinkan pelaku UMKM untuk menerjemahkan orientasi kewirausahaan ke dalam tindakan strategis berbasis digital secara lebih efektif.

Temuan ini memperkuat pendekatan resource-based view dan contingency perspective, yang menekankan bahwa efektivitas suatu orientasi strategis sangat bergantung pada kapabilitas internal organisasi (Barney, 1991). Dalam konteks ini, digital literacy berfungsi sebagai kapabilitas pelengkap yang meningkatkan nilai dari entrepreneurial orientation. Hasil penelitian ini juga melengkapi temuan Adam et al. (2024) dan Rusdi dan Sudhartio (2025) dengan memberikan penjelasan mengapa pengaruh entrepreneurial orientation terhadap kinerja UMKM dapat bervariasi, yaitu karena perbedaan tingkat literasi digital pelaku usaha. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dengan menegaskan bahwa hubungan EO–kinerja bersifat kontekstual dan dipengaruhi oleh kesiapan digital pelaku UMKM.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menunjukkan bahwa peningkatan kinerja UMKM pada era digital tidak dapat hanya mengandalkan orientasi kewirausahaan semata, tetapi juga memerlukan penguatan literasi digital sebagai kapabilitas strategis. Integrasi antara entrepreneurial orientation dan digital literacy menjadi kunci bagi UMKM untuk beradaptasi dan bertahan dalam lingkungan bisnis yang

semakin terdigitalisasi. Temuan ini memberikan dasar empiris bagi pengembangan strategi kewirausahaan berbasis digital serta memperkuat urgensi program peningkatan literasi digital sebagai bagian integral dari kebijakan pengembangan UMKM.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh entrepreneurial orientation terhadap business performance UMKM serta menguji peran digital literacy dalam memperkuat hubungan tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan merupakan faktor strategis yang berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kinerja usaha. Pelaku UMKM yang memiliki orientasi kewirausahaan tinggi cenderung mampu menciptakan nilai tambah melalui perilaku inovatif, proaktif, dan keberanian dalam mengambil risiko, sehingga berdampak positif pada kinerja bisnis.

Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa digital literacy berperan penting dalam meningkatkan kinerja UMKM, baik secara langsung maupun sebagai faktor yang memperkuat efektivitas orientasi kewirausahaan. Tingkat literasi digital yang memadai memungkinkan pelaku UMKM untuk mengeksekusi strategi kewirausahaan secara lebih efektif melalui pemanfaatan teknologi digital dalam aktivitas bisnis. Dengan kata lain, orientasi kewirausahaan akan memberikan dampak yang lebih optimal terhadap kinerja usaha ketika didukung oleh kemampuan digital yang baik.

Secara keseluruhan, kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa peningkatan kinerja UMKM pada era digital tidak hanya bergantung pada orientasi kewirausahaan, tetapi juga pada kesiapan dan kapabilitas digital pelaku usaha. Integrasi antara entrepreneurial orientation dan digital literacy menjadi kunci bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha di tengah lingkungan bisnis yang semakin dinamis dan terdigitalisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, L., Ermawati, T., Nurjati, E., Edi, R. Y., Inayah, I., Mulyaningsih, Y., Thoha, M., Sarana, J., Soesilowati, E. S., Saptia, Y., Adityawati, S., & Darwin. (2024). Entrepreneurial orientation in Indonesian SMEs. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2399750. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2399750>
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Profil industri mikro dan kecil 2023*. Badan Pusat Statistik Republik Indonesia.
- Bank Indonesia. (2024). *Digital transformation encourages MSMEs to penetrate the global markets* (Press Release No. 26/162/DKom). Bank Indonesia.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Covin, J. G., & Wales, W. J. (2019). Crafting high-impact entrepreneurial orientation research: Some suggested guidelines. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(1), 3–18. <https://doi.org/10.1177/1042258718773181>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage Publications.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Kadin Indonesia. (n.d.). *UMKM Indonesia: Data dan statistik*. Kamar Dagang dan Industri Indonesia.
- 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>
- 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>
- Novela, I. Q. A., Sawitri, H. S. R., Riani, A. L., Istiqomah, S., Suprpti, A. R., & Harsono, M. (2024). Digital literacy on SME business performance and the mediating role of entrepreneurial skills. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 10(3), 847–860. <https://doi.org/10.17358/jabm.10.3.847>
- OECD. (2021). *OECD skills outlook 2021: Learning for life*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/0ae365b4-en>
- OECD. (2024). *OECD economic surveys: Indonesia 2024*. OECD Publishing.

- Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-commerce adoption by SMEs in developing countries: Evidence from Indonesia. *International Small Business Journal*, 35(6), 728–747. <https://doi.org/10.1177/0266242616677580>
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T., & Frese, M. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 761–787. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00308.x>
- Reijonen, H., Laukkanen, T., Komppula, R., & Tuominen, S. (2015). Are growing SMEs more market-oriented and brand-oriented? *Journal of Small Business Management*, 53(2), 1–18. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12109>
- Rusdi, A. A., & Sudhartio, L. (2025). Comparison of the effect of entrepreneurial orientation on the performance of SMEs/MSMEs in Indonesia in the pre-pandemic period and pandemic: A meta-analysis approach. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 11(1), 165–176. <https://doi.org/10.17358/jabm.11.1.165>
- Santos, J. B., & Brito, L. A. L. (2012). Toward a subjective measurement model for firm performance. *BAR – Brazilian Administration Review*, 9(6), 95–117. <https://doi.org/10.1590/S1807-76922012000600007>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). Wiley.
- van Laar, E., van Deursen, A. J. A. M., van Dijk, J. A. G. M., & de Haan, J. (2017). The relation between 21st-century skills and digital skills: A systematic literature review. *Computers in Human Behavior*, 72, 577–588. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.03.010>
- Wales, W. J., Gupta, V. K., & Mousa, F. T. (2020). Empirical research on entrepreneurial orientation: An assessment and suggestions for future research. *International Small Business Journal*, 38(1), 3–24. <https://doi.org/10.1177/0266242619879846>
- Wiklund, J., & Shepherd, D. (2005). Entrepreneurial orientation and small business performance: A configurational approach. *Journal of Business Venturing*, 20(1), 71–91. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2004.01.001>