

LITERASI DIGITAL DAN FLEKSIBILITAS STRATEGIS SEBAGAI PENENTU KINERJA UMKM: BUKTI DARI UMKM MAKANAN DAN MINUMAN DI KABUPATEN PASURUAN

Mufidatul Aini^{1*}, Antin Rakhmawati²

^{1,2}Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Yudharta Pasuruan, Indonesia

Email: afnialmufida@gmail.com^{1*}, antinrakhmawati@yudharta.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh parsial dan simultan Digital Literacy dan Strategic Flexibility terhadap SME Performance pada UMKM makanan dan minuman di Kabupaten Pasuruan. Berlandaskan Resource-Based View dan Dynamic Capabilities Theory, penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain explanatory research. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert lima tingkat yang diisi oleh 100 pemilik atau pengelola UMKM yang dipilih melalui purposive sampling dari populasi 12.198 unit usaha, kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Instrumen dinyatakan valid (corrected item-total correlation 0,820–0,909) dan reliabel (Cronbach's Alpha 0,934–0,945), serta memenuhi uji asumsi klasik. Digital Literacy ($B = 0,623$, $\beta = 0,621$, $t = 10,678$, $p < 0,001$) dan Strategic Flexibility ($B = 0,446$, $\beta = 0,483$, $t = 8,304$, $p < 0,001$) masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap SME Performance. Secara simultan, kedua prediktor signifikan, $F(2, 97) = 100,336$, $p < 0,001$, dan menjelaskan 67,4 persen variasi kinerja. Temuan ini mengindikasikan bahwa program penguatan kapasitas UMKM perlu memadukan pelatihan keterampilan digital dengan praktik pengambilan keputusan dan penyesuaian strategi. Karena data bersifat cross-sectional, persepsional, dan berasal dari sampel non-probabilitas, generalisasi hasil perlu dilakukan secara hati-hati.

Kata kunci: *Digital Literacy, Strategic Flexibility, SME Performance, UMKM, Regresi Linier Berganda.*

ABSTRACT

This study analyzes the partial and simultaneous influence of Digital Literacy and Strategic Flexibility on SME Performance in food and beverage MSMEs in Pasuruan Regency. Based on Resource-Based View and Dynamic Capabilities Theory, the study uses a quantitative approach with an explanatory research design. Data was collected through a five-level Likert scale questionnaire filled out by 100 MSME owners or managers selected through purposive sampling from a population of 12,198 business units, then analyzed using multiple linear regression. The instrument was declared valid (corrected item-total correlation 0.820–0.909) and reliable (Cronbach's Alpha 0.934–0.945), and met the classical assumption test. Digital Literacy ($B = 0.623$, $\beta = 0.621$, $t = 10.678$, $p < 0.001$) and Strategic Flexibility ($B = 0.446$, $\beta = 0.483$, $t = 8.304$, $p < 0.001$) had a positive and significant effect on SME Performance, respectively. Simultaneously, the two predictors were significant, $F(2, 97) = 100.336$, $p < 0.001$, and explained 67.4 percent of the variation in performance. These findings indicate that MSME capacity building programs need to combine digital skills training with decision-making practices and strategy adjustments. Since the data are cross-sectional, perceptive, and derived from a non-probability sample, generalization of results needs to be done carefully.

Keywords: *Digital Literacy, Strategic Flexibility, SME Performance, MSMEs, Multiple Linear Regression.*

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki kedudukan penting dalam perekonomian Indonesia karena jumlah unit usahanya besar, tersebar pada hampir seluruh sektor, dan menyerap tenaga

kerja dalam jumlah luas. Data Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa UMKM memberikan kontribusi lebih dari 60 persen terhadap produk domestik bruto dan menyerap sekitar 97 persen tenaga kerja¹. Keberadaan UMKM bukan hanya berhubungan dengan penciptaan pendapatan bagi pemilik usaha, tetapi juga mendukung perputaran ekonomi lokal, penyediaan barang dan jasa, serta kesempatan kerja bagi masyarakat. Penurunan kinerja UMKM dapat berdampak pada ketahanan ekonomi masyarakat secara lebih luas, sehingga faktor-faktor yang menjelaskan perbedaan kinerja antarusaha layak mendapat perhatian empiris yang lebih mendalam.

Provinsi Jawa Timur merupakan salah satu pusat kegiatan UMKM di Indonesia. Sekitar 9,78 juta unit UMKM beroperasi di provinsi ini, dan kontribusi UMKM terhadap perekonomian daerah meningkat dari 57,26 persen pada tahun 2019 menjadi 58,36 persen pada tahun 2022 (Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur, 2024). Di dalam provinsi tersebut, Kabupaten Pasuruan memiliki basis industri pengolahan yang kuat, dengan kontribusi sebesar 60,42 persen terhadap struktur perekonomian daerah (Badan Pusat Statistik Kabupaten Pasuruan, 2024). Usaha makanan dan minuman merupakan bagian dari basis tersebut. Berdasarkan komunikasi langsung dengan Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Pasuruan pada tahun 2024, jumlah UMKM makanan dan minuman di kabupaten ini adalah 12.198 unit usaha, yang menunjukkan luasnya sektor sekaligus tingginya intensitas persaingan yang dihadapi pelaku usaha (komunikasi pribadi, 2024). Kontribusi besar pada tingkat provinsi tidak berarti setiap unit usaha memiliki penjualan, keuntungan, loyalitas pelanggan, dan pengembalian modal yang sama; kinerja pada tingkat usaha tetap bergantung pada kemampuan pemilik atau pengelola dalam memanfaatkan sumber daya dan merespons perubahan pasar.

UMKM makanan dan minuman menghadapi tantangan khusus akibat perubahan perilaku konsumen. Konsumen semakin terbiasa mencari informasi produk melalui internet, berkomunikasi melalui aplikasi pesan, membandingkan produk melalui media sosial, melakukan pemesanan secara daring, dan menggunakan pembayaran non-tunai. Pada kondisi tersebut, kemampuan menggunakan teknologi digital tidak lagi menjadi kemampuan tambahan. Pelaku usaha dapat memanfaatkannya untuk membuat materi promosi, mengikuti tren pasar, menjaga komunikasi dengan pelanggan, dan mengatasi persoalan operasional sederhana. Kemampuan memahami dan menggunakan teknologi secara efektif untuk tujuan tersebut dijelaskan melalui konsep Digital Literacy². Dalam penelitian ini, Digital Literacy tidak dimaknai sekadar sebagai kemampuan mengoperasikan telepon genggam atau memiliki akun media sosial, melainkan mencakup kreativitas dalam memanfaatkan media digital, kemampuan menilai informasi secara kritis, keterampilan berkomunikasi melalui platform digital, serta kemampuan menemukan solusi ketika penggunaan teknologi menghadapi kendala³. Karena penggunaan teknologi tanpa kemampuan memilih informasi, menjaga komunikasi, dan menyelesaikan masalah belum tentu menghasilkan manfaat usaha, tingkat Digital Literacy dapat berbeda cukup besar antarpelaku usaha meskipun penggunaan perangkat digital sudah meluas.

Selain kemampuan digital, UMKM makanan dan minuman memerlukan Strategic Flexibility. Permintaan konsumen, harga bahan baku, ketersediaan pemasok, persaingan, tren produk, dan saluran penjualan dapat berubah dalam waktu relatif singkat, sementara produk makanan memiliki masa simpan yang terbatas. Strategic Flexibility menunjukkan kemampuan usaha untuk mengenali perubahan

¹ Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, 2023. <https://kemenkopukm.go.id>.

² Putri, R. A. F., and M. Iffan. "Pengaruh Literasi Digital dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha pada UMKM Makanan dan Minuman." *JEMBA: Journal of Economics, Management, Business and Accounting* 4, no. 1 (2024): 13–25. <https://doi.org/10.34010/jemba.v4i1.13055>.

³ Novela Q. A., I., H. S. Runing Sawitri, A. L. Riani, S. Istiqomah, A. R. Suprpti, and M. Harsono. "Digital Literacy on SME Business Performance and the Mediating Role of Entrepreneurial Skills." *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen* 10, no. 3 (2024): 847. <https://doi.org/10.17358/jabm.10.3.847>.

lingkungan, mengambil keputusan secara cepat, dan menata kembali sumber daya sesuai kebutuhan⁴. Pada UMKM dengan struktur organisasi sederhana, pemilik biasanya terlibat langsung dalam sebagian besar keputusan. Kondisi ini dapat menjadi kelebihan apabila pemilik mampu melakukan penyesuaian, tetapi dapat menjadi kelemahan apabila usaha hanya bergantung pada satu cara produksi, pemasaran, atau penjualan.

Dua perspektif teoretis digunakan secara saling melengkapi untuk menjelaskan hubungan kedua kemampuan tersebut dengan kinerja. Resource-Based View (RBV) menjelaskan bahwa perbedaan kinerja antarusaha dapat bersumber dari perbedaan sumber daya yang dimiliki dan kemampuan memanfaatkannya, dan bahwa sumber daya yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan tidak mudah digantikan dapat menjadi dasar keunggulan bersaing berkelanjutan⁵. Sumber daya tidak terbatas pada aset fisik dan modal, tetapi juga mencakup pengetahuan, keterampilan, pengalaman, dan kemampuan individu yang melekat dalam aktivitas organisasi. Digital Literacy ditempatkan dalam penelitian ini sebagai sumber daya tidak berwujud dari jenis tersebut. Dua UMKM dapat menggunakan aplikasi yang sama, tetapi memperoleh hasil berbeda karena kemampuan mengolah informasi dan menghubungkannya dengan kebutuhan usaha tidak sama. Dynamic Capabilities Theory menekankan bahwa kepemilikan sumber daya saja tidak cukup dalam lingkungan yang dinamis; organisasi perlu mengenali perubahan, menentukan tindakan, serta menata kembali sumber dayanya (Teece et al., 1997). Strategic Flexibility karena itu ditempatkan terutama dalam Dynamic Capabilities, sebab sifat utamanya adalah kemampuan mengubah keputusan dan menata kembali sumber daya, bukan sumber daya yang bersifat statis. Kedua perspektif saling melengkapi: RBV menjelaskan sumber daya yang dimiliki UMKM, sedangkan Dynamic Capabilities menjelaskan bagaimana sumber daya tersebut disesuaikan ketika kondisi berubah. SME Performance merupakan hasil yang diharapkan dari kombinasi tersebut, yang dalam penelitian ini diukur melalui loyalitas pelanggan, pertumbuhan penjualan, profitabilitas, dan return on investment sebagai gambaran hasil pasar dan keuangan menurut penilaian pemilik atau pengelola⁶.

Tabel 1 merangkum penelitian Indonesia yang menguji Digital Literacy atau Strategic Flexibility dalam kaitannya dengan kinerja usaha. Digital Literacy terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pada UMKM makanan dan minuman di Jakarta Selatan (Farhan et al., 2022)⁷ dan Bandung (Putri & Iffan, 2024)⁸, pada UMKM di Solo Raya (Novela et al., 2024)⁹, pada klaster batik di

⁴ Basuki, and A. Hasin. "Pengaruh Fleksibilitas Strategi dan Inovasi Model Bisnis terhadap Kinerja UKM." *Selektia Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen* 2, no. 6 (2024): 224–233. <https://journal.uui.ac.id/selma/article/view/35473>.

⁵ Barney, Jay. "Firm Resources and Sustained Competitive Advantage." *Journal of Management* 17, no. 1 (1991): 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>.

⁶ Ferreras-Méndez, J. L., S. Newell, A. Fernández-Mesa, and J. Alegre. "Depth and Breadth of External Knowledge Search and Performance: The Mediating Role of Absorptive Capacity." *Industrial Marketing Management* 47 (2015): 86–97.

⁷ Farhan, M. T., H. Eryanto, and A. Saptono. "Pengaruh Literasi Digital dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha UMKM: Studi pada UMKM Sektor Food and Beverage di Jakarta Selatan." *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan* 2, no. 6 (2022): 35–48. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i6.265>.

⁸ Putri, R. A. F., and M. Iffan. "Pengaruh Literasi Digital dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha pada UMKM Makanan dan Minuman." *JEMBA: Journal of Economics, Management, Business and Accounting* 4, no. 1 (2024): 13–25. <https://doi.org/10.34010/jemba.v4i1.13055>.

⁹ Novela Q. A., I., H. S. Runing Sawitri, A. L. Riani, S. Istiqomah, A. R. Suprpti, and M. Harsono. "Digital Literacy on SME Business Performance and the Mediating Role of Entrepreneurial Skills." *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen* 10, no. 3 (2024): 847. <https://doi.org/10.17358/jabm.10.3.847>.

Klaten (Umboh & Aryanto, 2023)¹⁰, dan pada UMKM di Mamuju (Nurdyanto et al., 2024)¹¹. Penelitian internasional juga menghubungkan Digital Literacy dan digital capability dengan business performance, entrepreneurial performance, dan hasil keuangan (Antenozio et al., 2026; Kim & Jin, 2024; Shatila et al., 2025; Wulandari et al., 2024)¹². Bukti tersebut belum sepenuhnya konsisten. Novianti dan Marwan (2025)¹³, pada usaha kuliner Kota Padang, menemukan pengaruh Digital Literacy terhadap kinerja yang positif tetapi tidak signifikan. Pada sisi Strategic Flexibility, pengaruh positif terhadap kinerja dilaporkan pada UKM industri pengolahan Kota Malang (Sumiati, 2019)¹⁴, UKM Jakarta Barat (Melshaf & Tunjungsari, 2023)¹⁵, dan UKM Yogyakarta (Basuki & Hasin, 2024)¹⁶, sedangkan model Alqam et al. (2024, 2025)¹⁷ menempatkan Strategic Flexibility sebagai salah satu bentuk dynamic capabilities yang mendukung penyesuaian dan kinerja usaha.

Tabel 1. Ringkasan Penelitian Terdahulu

Peneliti	Konteks dan Metode	Temuan Utama
Farhan et al. (2022)	UMKM sektor makanan dan minuman (F&B) di Jakarta Selatan; survei terhadap 114 UMKM dengan analisis jalur.	Literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.
Putri & Iffan (2024)	UMKM sektor makanan dan minuman di Bandung; menggunakan analisis regresi berganda.	Literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.
Novela et al. (2024)	UMKM di wilayah Solo Raya; melibatkan 101 UMKM dengan metode SEM-PLS.	Literasi digital berkontribusi terhadap peningkatan keterampilan kewirausahaan dan kinerja usaha.
Umboh & Aryanto (2023)	Klaster industri batik di Klaten; sensus terhadap 186 pelaku usaha dengan metode SEM-PLS.	Literasi digital berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha kecil dan menengah (SME Performance).

¹⁰ Umboh, A. M., and V. D. W. Aryanto. "Digital Marketing Development Model through Digital Literacy Mediation to Improve SME Performance." *Media Ekonomi dan Manajemen* 38, no. 1 (2023). <https://doi.org/10.56444/mem.v38i1.3315>.

¹¹ Nurdyanto, S. D., T. Ismail, and M. Sapiri. "Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah melalui Kemampuan Manajerial: Studi Kasus Kabupaten Mamuju Sulawesi Barat." *Al-Buhuts* 20, no. 1 (2024): 62–102. <https://doi.org/10.30603/ab.v20i1.4718>.

¹² Antenozio, L., P. Marques, and A. Bikfalvi. "Digital Orientation and Performance in Innovative SMEs: Exploring the (Curvi)linear Effects." *Technovation* 151 (2026): 103478. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2026.103478>.

¹³ Novianti, D., and M. Marwan. "Improving Business Performance: The Influence of Entrepreneurial Characteristics and Digital Literacy through Marketing Capability." *Journal of Education, Teaching and Learning* 10, no. 1 (2025). <https://doi.org/10.26737/jetl.v10i1.6713>.

¹⁴ Sumiati. "Peran Fleksibilitas Strategi dan Orientasi Pasar pada Peningkatan Inovasi dan Kinerja Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Pengolahan Kota Malang." *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan* 12, no. 3 (2019): 278–293. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v12i3.15404>.

¹⁵ Melshaf, and H. K. Tunjungsari. "Pengaruh Kepemimpinan Karismatik, Budaya Organisasi, dan Strategic Flexibility terhadap Kinerja Perusahaan dengan Ketidakpastian Lingkungan Usaha sebagai Variabel Mediasi." *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan* 7, no. 1 (2023): 187–198. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v7i1.22485>.

¹⁶ Basuki, and A. Hasin. "Pengaruh Fleksibilitas Strategi dan Inovasi Model Bisnis terhadap Kinerja UKM." *Selektta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen* 2, no. 6 (2024): 224–233. <https://journal.uui.ac.id/selma/article/view/35473>.

¹⁷ Alqam, H., M. Razzak, A. Al-Busaidi, and S. Al-Riyami. "Conceptualizing Digital Readiness, Strategic Foresight, and Strategic Flexibility as Drivers of Digitalization and Performance of Small and Medium Enterprises." *International Journal on Informatics Visualization* 8, no. 2 (2024): 938–947. <https://doi.org/10.62527/joiv.8.2.2230>.

Nurdyanto et al. (2024)	UMKM di Kabupaten Mamuju; analisis data menggunakan SmartPLS.	Literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.
Novianti & Marwan (2025)	Usaha kuliner di Kota Padang; survei terhadap 170 pemilik usaha.	Literasi digital menunjukkan pengaruh positif terhadap kinerja usaha, tetapi pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik.
Sumiati (2019)	UKM industri pengolahan di Kota Malang; penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif.	Fleksibilitas strategis berkontribusi terhadap peningkatan inovasi dan kinerja usaha.
Melshaf & Tunjungsari (2023)	UKM di Jakarta Barat; judgement sampling terhadap 100 pemilik usaha dengan metode PLS-SEM.	Fleksibilitas strategis berpengaruh terhadap kinerja bisnis UKM.
Basuki & Hasin (2024)	UKM di Yogyakarta; survei terhadap 100 pelaku UKM dengan metode SEM-PLS.	Fleksibilitas strategis berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM.

Sumber: disusun oleh penulis berdasarkan studi yang dikutip.

Apabila dibaca secara bersama, penelitian-penelitian tersebut menunjukkan empat celah penelitian. Pertama, contextual gap, karena di antara penelitian yang ditelaah, belum banyak yang secara khusus menguji UMKM makanan dan minuman di Kabupaten Pasuruan. Kedua, empirical gap, karena signifikansi pengaruh Digital Literacy terhadap kinerja tidak konsisten antarpelitian. Ketiga, methodological gap, karena sebagian penelitian menggunakan SEM-PLS atau model mediasi, sedangkan kontribusi langsung dan bersama dari kedua kemampuan dapat dibandingkan secara transparan melalui satu persamaan regresi dengan koefisien, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Keempat, model gap, karena Digital Literacy dan Strategic Flexibility jarang diuji bersama sebagai prediktor langsung terhadap konstruk kinerja yang sama. Penelitian ini menjawab keempat celah tersebut dengan menguji kedua kemampuan dalam satu model menggunakan data UMKM makanan dan minuman di Kabupaten Pasuruan. Kebaruan penelitian terletak pada kombinasi konteks dan model tersebut, serta pada penggunaan RBV dan Dynamic Capabilities yang memberikan peran teoretis berbeda bagi masing-masing variabel, bukan memaksakan keduanya ke dalam satu teori yang sama.

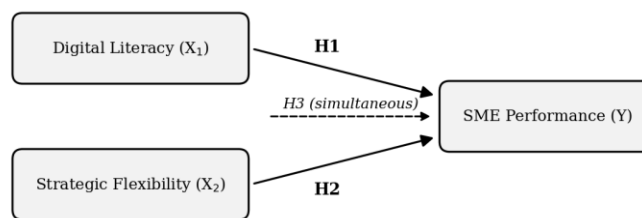
Dari perspektif RBV, Digital Literacy memungkinkan pemilik usaha membuat konten yang sesuai, memilih informasi yang relevan, merespons pelanggan dengan cepat, dan menyelesaikan kendala teknologi. Aktivitas tersebut dapat meningkatkan perhatian konsumen, mendukung keputusan yang lebih baik, dan mengurangi gangguan operasional, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas, penjualan, keuntungan, dan pengembalian modal (Novela et al., 2024)¹⁸. Bukti dari UMKM makanan dan minuman menunjukkan arah yang sama (Farhan et al., 2022¹⁹; Putri & Iffan, 2024)²⁰. Hipotesis pertama dirumuskan sebagai berikut. H1: Digital Literacy secara parsial berpengaruh positif dan

¹⁸ Novela Q. A., I., H. S. Runing Sawitri, A. L. Riani, S. Istiqomah, A. R. Suprpti, and M. Harsono. "Digital Literacy on SME Business Performance and the Mediating Role of Entrepreneurial Skills." *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen* 10, no. 3 (2024): 847. <https://doi.org/10.17358/jabm.10.3.847>.

¹⁹ Farhan, M. T., H. Eryanto, and A. Saptono. "Pengaruh Literasi Digital dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha UMKM: Studi pada UMKM Sektor Food and Beverage di Jakarta Selatan." *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan* 2, no. 6 (2022): 35–48. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i6.265>.

²⁰ Putri, R. A. F., and M. Iffan. "Pengaruh Literasi Digital dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha pada UMKM Makanan dan Minuman." *JEMBA: Journal of Economics, Management, Business and Accounting* 4, no. 1 (2024): 13–25. <https://doi.org/10.34010/jemba.v4i1.13055>.

signifikan terhadap SME Performance. Dari perspektif Dynamic Capabilities, usaha yang mengenali perubahan selera, harga bahan baku, atau persaingan, mengambil keputusan dengan cepat, dan menata kembali tenaga kerja, uang, bahan baku, atau teknologi dapat mempertahankan pelanggan, mengendalikan biaya, dan menggunakan modal secara lebih produktif (Basuki & Hasin, 2024²¹; Teece et al., 1997)²². H2: Strategic Flexibility secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap SME Performance. Karena kedua kemampuan tersebut menjelaskan hal yang berbeda, yaitu pemanfaatan pengetahuan dan keterampilan digital di satu sisi serta penyesuaian keputusan dan sumber daya di sisi lain, keduanya diperkirakan bekerja secara bersamaan. Usaha yang memiliki kemampuan digital tetapi kaku mungkin tidak dapat mengubah kemampuannya menjadi hasil, sedangkan usaha yang fleksibel tetapi tidak mampu memanfaatkan informasi digital dapat kehilangan peluang. H3: Digital Literacy dan Strategic Flexibility secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap SME Performance. Gambar 1 menyajikan kerangka konseptual penelitian.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

METODE

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain explanatory research²³ karena tujuannya bukan hanya menggambarkan kondisi responden, tetapi menjelaskan pengaruh Digital Literacy (X_1) dan Strategic Flexibility (X_2) terhadap SME Performance (Y). Metode survei digunakan untuk memperoleh data dari pemilik atau pengelola UMKM makanan dan minuman di Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur. Setiap UMKM diwakili oleh satu responden agar satu unit usaha tidak memberikan jawaban ganda, dan lokasi penelitian merujuk pada tempat usaha responden, bukan tempat tinggal responden²⁴.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah UMKM makanan dan minuman di Kabupaten Pasuruan, yang diperkirakan berjumlah 12.198 unit usaha berdasarkan komunikasi langsung dengan Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Pasuruan pada tahun 2024. Angka tersebut diperoleh melalui komunikasi pribadi tanpa disertai dokumen tertulis sehingga tidak disajikan sebagai publikasi resmi. Kerangka sampel lengkap yang memuat identitas dan karakteristik digital seluruh unit usaha tidak tersedia, sehingga digunakan purposive sampling, yaitu teknik non-probability sampling. Responden harus (a) menjalankan usaha yang termasuk kategori UMKM dan berlokasi di Kabupaten Pasuruan; (b) bergerak pada bidang usaha utama makanan, minuman, atau keduanya; (c) berstatus pemilik, pengelola, atau pihak lain yang terlibat

²¹ Basuki, and A. Hasin. "Pengaruh Fleksibilitas Strategi dan Inovasi Model Bisnis terhadap Kinerja UKM." *Selektta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen* 2, no. 6 (2024): 224–233. <https://journal.uji.ac.id/selma/article/view/35473>.

²² Teece, David J., Gary Pisano, and Amy Shuen. "Dynamic Capabilities and Strategic Management." *Strategic Management Journal* 18, no. 7 (1997): 509–533.

²³ Sugiyono, D. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2023.

²⁴ Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, and Johnny Saldaña. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. 3rd ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2014.

langsung dalam keputusan dan operasional usaha; (d) telah menggunakan sekurang-kurangnya satu media atau teknologi digital dalam kegiatan usaha, seperti WhatsApp, media sosial, marketplace, pembayaran digital, atau aplikasi pencatatan; dan (e) merupakan satu-satunya responden dari unit usaha tersebut. Kriteria penggunaan media digital hanya memastikan pengalaman minimal untuk menjawab instrumen, dan tidak berarti bahwa responden pasti memiliki Digital Literacy yang tinggi, karena tingkat Digital Literacy tetap ditentukan oleh skor jawaban.

Jumlah minimum sampel ditentukan melalui analisis power untuk regresi linier berganda dengan dua prediktor, dengan asumsi effect size sedang ($f^2 = 0,15$), taraf signifikansi 0,05, dan statistical power 0,80, sehingga diperoleh kebutuhan minimum sebanyak 68 responden (Cohen, 1988). Jumlah 100 responden yang diperoleh melebihi kebutuhan minimum tersebut dan menyisakan derajat kebebasan residual sebesar 97. Karena purposive sampling tidak memberikan peluang yang sama kepada seluruh unit usaha untuk terpilih, generalisasi hasil penelitian perlu dilakukan secara hati-hati.

Instrumen dan Pengumpulan Data

Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang disebarakan melalui Google Form kepada responden yang memenuhi kriteria. Instrumen memuat 11 pernyataan, yaitu empat item Digital Literacy²⁵, tiga item Strategic Flexibility, dan empat item SME Performance. Setiap pernyataan dinilai menggunakan skala Likert lima tingkat dari 1 (sangat tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju). Seluruh pernyataan disusun dengan arah positif sehingga tidak dilakukan pembalikan skor. Item Digital Literacy mengacu pada Umboh dan Aryanto (2023)²⁶, item Strategic Flexibility mengacu pada konstruk yang digunakan Fachrunnisa et al. (2020)²⁷, dan item SME Performance mengacu pada Ferreras-Méndez et al. (2015) sebagaimana diterapkan oleh Merín-Rodríguez et al. (2024)²⁸. Kinerja diukur secara persepsional, yaitu penilaian pemilik atau pengelola terhadap perubahan dibandingkan tahun sebelumnya. Tabel 2 menyajikan operasionalisasi variabel.

Tabel 2. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Kode	Indikator	Pernyataan
Digital Literacy (X1)	X1.1	Creative Digital Literacy	Saya mampu membuat konten digital, seperti foto, video, atau tulisan promosi, untuk mendukung pemasaran produk usaha saya.
	X1.2	Critical Thinking	Saya mampu memilih dan menggunakan informasi dari internet yang benar, relevan, dan bermanfaat bagi usaha saya.
	X1.3	Communication Skills	Saya mampu menggunakan WhatsApp, Instagram, atau media digital lainnya untuk berkomunikasi dengan pelanggan.

²⁵ Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, and Johnny Saldaña. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. 3rd ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2014.

²⁶ Umboh, A. M., and V. D. W. Aryanto. "Digital Marketing Development Model through Digital Literacy Mediation to Improve SME Performance." *Media Ekonomi dan Manajemen* 38, no. 1 (2023). <https://doi.org/10.56444/mem.v38i1.3315>.

²⁷ Fachrunnisa, O., A. Adhiatma, N. Lukman, and M. N. A. Majid. "Towards SMEs' Digital Transformation: The Role of Agile Leadership and Strategic Flexibility." *Journal of Small Business Strategy* 30, no. 3 (2020): 65–85.

²⁸ Merín-Rodríguez, J., À. Dasí, and J. Alegre. "Digital Transformation and Firm Performance in Innovative SMEs: The Mediating Role of Business Model Innovation." *Technovation* 134 (2024): 103027. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2024.103027>.

	X1.4	Digital Problem-Solving	Saya mampu mencari solusi ketika menghadapi masalah sederhana dalam penggunaan telepon pintar, aplikasi, atau internet untuk kegiatan usaha.
Strategic Flexibility (X2)	X2.1	Strategic Sensitivity	Usaha saya mampu mengenali perubahan dengan cepat, seperti perubahan selera pelanggan, harga bahan baku, dan tingkat persaingan.
	X2.2	Leadership Unity	Dalam usaha saya, keputusan penting dapat diambil dengan cepat ketika terjadi perubahan kondisi usaha.
	X2.3	Resource Fluidity	Usaha saya mampu menyesuaikan penggunaan tenaga kerja, modal, bahan baku, dan teknologi sesuai dengan kebutuhan usaha.
SME Performance (Y)	Y1	Customer Loyalty	Loyalitas pelanggan terhadap usaha saya meningkat dibandingkan dengan tahun sebelumnya.
	Y2	Sales Growth	Penjualan usaha saya meningkat dibandingkan dengan tahun sebelumnya.
	Y3	Profitability	Tingkat keuntungan usaha saya meningkat dibandingkan dengan tahun sebelumnya.
	Y4	Return on Investment	Hasil yang diperoleh dari modal yang saya investasikan dalam usaha meningkat dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Sumber: diadaptasi dari Umboh dan Aryanto (2023), Fachrunnisa et al. (2020), dan Merín-Rodríguez et al. (2024).

Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics²⁹. Skor komposit dihitung sebagai rata-rata item pembentuk setiap variabel, sehingga rentang skor tetap berada pada 1–5 dan memudahkan interpretasi. Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan kecenderungan jawaban, dengan skor rata-rata diinterpretasikan menggunakan kategori interval 1,00–1,80 (sangat rendah), 1,81–2,60 (rendah), 2,61–3,40 (sedang), 3,41–4,20 (tinggi), dan 4,21–5,00 (sangat tinggi). Uji validitas dilakukan melalui corrected item-total correlation dengan nilai r tabel 0,197 ($N = 100$, taraf signifikansi 5 persen), dan uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha dengan ambang batas minimal 0,70. Uji asumsi klasik dilakukan pada residual regresi, meliputi uji normalitas dengan Shapiro-Wilk ($\text{Sig.} > 0,05$), uji multikolinearitas dengan Tolerance ($> 0,10$) dan Variance Inflation Factor/VIF (< 10), serta uji heteroskedastisitas dengan uji Glejser ($\text{Sig.} > 0,05$) (Ghozali, 2018).

Model regresi yang digunakan adalah $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$, dengan Y sebagai SME Performance, X_1 sebagai Digital Literacy, X_2 sebagai Strategic Flexibility, a sebagai konstanta, b_1 dan b_2 sebagai koefisien regresi, dan e sebagai residual. H_1 dan H_2 diuji menggunakan uji t , sedangkan H_3 diuji menggunakan uji F , masing-masing pada taraf signifikansi 5 persen, sementara R^2 dan adjusted R^2 menunjukkan daya jelas model. Karakteristik responden tidak digunakan sebagai prediktor, dan tidak dilakukan uji moderasi maupun perbandingan kelompok³⁰.

²⁹ Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2021.

³⁰ Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, and Johnny Saldaña. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. 3rd ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2014.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Tabel 3 menyajikan profil 100 responden penelitian. Sampel didominasi oleh pemilik usaha muda dengan usaha yang juga masih relatif muda: 88 persen berusia 21–30 tahun, dan 80 persen telah menjalankan usaha selama satu hingga tiga tahun. Separuh responden hanya menjual makanan, 42 persen menjual makanan sekaligus minuman, separuh menjalankan usaha sendiri tanpa karyawan, dan 77 persen berstatus sebagai pemilik usaha. Responden tersebar pada 23 kecamatan, dengan Purwodadi (15 responden), Beji (11), Rembang (8), dan Prigen (6) sebagai penyumbang terbanyak. Komposisi ini menunjukkan struktur organisasi yang sederhana, di mana pemilik terlibat langsung dalam produksi, pemasaran, dan transaksi, tetapi juga menunjukkan bahwa hasil penelitian menggambarkan sampel yang relatif muda dan berskala kecil.

Tabel 3. Karakteristik Responden (N = 100)

Karakteristik	Kategori	n	%
Usia (tahun)	17–20	4	4
	21–30	88	88
	31–40	6	6
	> 40	2	2
Lama Usaha	1–3 tahun	80	80
	4–6 tahun	11	11
	7–10 tahun	9	9
Jenis Produk	Makanan	50	50
	Minuman	8	8
	Makanan dan minuman	42	42
Jumlah Karyawan	Tidak ada (usaha dikelola sendiri)	50	50
	1–4 orang	41	41
	5–20 orang	9	9
Status Responden	Pemilik usaha	77	77
	Pengelola/manajer	23	23

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Statistik Deskriptif

Digital Literacy memiliki mean sebesar 3,43 (SD = 1,15), Strategic Flexibility 3,41 (SD = 1,25), dan SME Performance 3,42 (SD = 1,16). Ketiganya berada pada kategori tinggi, meskipun hanya sedikit di atas batas bawah 3,41, dan standar deviasi menunjukkan bahwa jawaban responden tersebar pada seluruh rentang skala (minimum 1, maksimum 5) dengan variasi yang cukup besar. Pada item Digital Literacy, komunikasi (X1.3, M = 3,50) memiliki mean tertinggi, sedangkan kemampuan memilih informasi yang benar (X1.2, M = 3,38) memiliki mean terendah. Ketiga item Strategic Flexibility hampir setara (M = 3,41–3,42), tetapi variabel ini memiliki sebaran terbesar, yang mengindikasikan bahwa sebagian usaha dapat menyesuaikan diri dengan cepat sementara sebagian lain memiliki pilihan atau kewenangan yang terbatas untuk melakukannya. Pada SME Performance, profitabilitas (Y3, M = 3,53) memiliki mean tertinggi, sedangkan loyalitas pelanggan, pertumbuhan penjualan, dan return on investment masing-masing memiliki M = 3,38. Karena data bersifat persepsional, perbedaan antaritem perlu dibaca secara hati-hati. Tabel 4 menggabungkan statistik item dengan hasil uji validitas dan reliabilitas.

Tabel 4. Statistik Item, Validitas, dan Reliabilitas

Variabel / item	Mean	SD	Setuju (%)	r item-total	Alpha
Digital Literacy (komposit)	3.43	1.15	–	–	0.945
X1.1 Creative Digital Literacy	3.41	1.30	51	0.909	
X1.2 Critical Thinking	3.38	1.15	45	0.833	
X1.3 Communication Skills	3.50	1.28	53	0.888	
X1.4 Digital Problem-Solving	3.42	1.24	48	0.843	
Strategic Flexibility (komposit)	3.41	1.25	–	–	0.934
X2.1 Strategic Sensitivity	3.41	1.34	51	0.891	
X2.2 Leadership Unity	3.42	1.33	49	0.883	
X2.3 Resource Fluidity	3.41	1.32	52	0.820	
SME Performance (komposit)	3.42	1.16	–	–	0.940
Y1 Customer Loyalty	3.38	1.21	46	0.866	
Y2 Sales Growth	3.38	1.27	46	0.837	
Y3 Profitability	3.53	1.31	49	0.857	
Y4 Return on Investment	3.38	1.23	51	0.871	

Catatan: Setuju (%) = proporsi jawaban skor 4 atau 5. Nilai r tabel = 0,197 (N = 100, taraf 5 persen).

Sumber: data primer (2026).

Kualitas Instrumen

Seluruh item dinyatakan valid, dengan corrected item-total correlation berkisar 0,820–0,909, jauh di atas nilai r tabel 0,197 (Tabel 4), sehingga tidak ada item yang dikeluarkan. Cronbach's Alpha sebesar 0,945 untuk Digital Literacy, 0,934 untuk Strategic Flexibility, dan 0,940 untuk SME Performance, seluruhnya di atas 0,70, sehingga instrumen dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Statistik Shapiro-Wilk pada residual sebesar 0,991 (Sig. = 0,733), sehingga residual dinyatakan berdistribusi normal. Nilai Tolerance sebesar 0,992 dan VIF sebesar 1,008 untuk kedua prediktor, yang menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas; korelasi antara Digital Literacy dan Strategic Flexibility hanya sebesar 0,090, yang berarti kedua kemampuan tersebut membawa informasi yang berbeda. Uji Glejser menghasilkan Sig. = 0,135 untuk Digital Literacy dan 0,642 untuk Strategic Flexibility, sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil ini mendukung interpretasi model regresi (Tabel 5).

Tabel 5. Uji Asumsi Klasik

Uji	Statistik	Sig.	Keterangan
Normalitas (Shapiro–Wilk)	0,991	0,733	Residual berdistribusi normal
Multikolinearitas – Digital Literacy	Tolerance = 0,992; VIF = 1,008	–	Tidak terjadi multikolinearitas
Multikolinearitas – Strategic Flexibility	Tolerance = 0,992; VIF = 1,008	–	Tidak terjadi multikolinearitas
Heteroskedastisitas (Glejser) – Digital Literacy	–	0,135	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas (Glejser) – Strategic Flexibility	–	0,642	Tidak terjadi heteroskedastisitas
--	---	-------	-----------------------------------

Catatan: Tol. = Tolerance. Sumber: data primer (2026).

Hasil Regresi dan Pengujian Hipotesis

Tabel 6 menyajikan hasil regresi. Persamaan yang diperoleh adalah $SME\ Performance = -0,241 + 0,623\ Digital\ Literacy + 0,446\ Strategic\ Flexibility + e$. Konstanta tidak ditafsirkan secara substantif karena nilai nol berada di luar rentang observasi 1–5. Dengan Strategic Flexibility tetap, kenaikan satu unit skor Digital Literacy dikaitkan dengan kenaikan skor kinerja sebesar 0,623 unit; dengan Digital Literacy tetap, kenaikan satu unit skor Strategic Flexibility dikaitkan dengan kenaikan sebesar 0,446 unit. Digital Literacy signifikan ($t = 10,678$, $p < 0,001$), sehingga H1 diterima, dan Strategic Flexibility signifikan ($t = 8,304$, $p < 0,001$), sehingga H2 diterima. Koefisien beta terstandar masing-masing sebesar 0,621 dan 0,483, sehingga Digital Literacy memiliki kontribusi relatif lebih besar, meskipun keduanya tetap penting. Uji simultan menghasilkan $F(2, 97) = 100,336$, $p < 0,001$, yang mendukung diterimanya H3 (Tabel 7).

Model menghasilkan $R = 0,821$, $R^2 = 0,674$, adjusted $R^2 = 0,667$, dan standard error of estimate sebesar 0,666. Dengan demikian, kedua kemampuan tersebut secara bersama-sama menjelaskan 67,4 persen variasi SME Performance pada sampel, sedangkan 32,6 persen sisanya berkaitan dengan faktor di luar model. Korelasi zero-order kinerja dengan Digital Literacy dan Strategic Flexibility masing-masing sebesar 0,665 dan 0,540.

Tabel 6. Hasil Regresi Linier Berganda (Variabel Dependen: SME Performance)

Prediktor	<i>B</i>	SE	β	<i>t</i>	Sig.
Konstanta	-0.241	0.312	–	-0.773	0.441
Digital Literacy (X1)	0.623	0.058	0.621	10.678	< 0.001
Strategic Flexibility (X2)	0.446	0.054	0.483	8.304	< 0.001

Catatan: $R = 0,821$; $R^2 = 0,674$; adjusted $R^2 = 0,667$; $F(2, 97) = 100,336$, $p < 0,001$ (SS regression = 89,075; SS residual = 43,057; SS total = 132,132). Sumber: data primer (2026).

Tabel 7. Ringkasan Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Hubungan	Statistik uji	Sig.	Keputusan
H1	Digital Literacy → SME Performance	$t = 10.678$	< 0.001	Diterima
H2	Strategic Flexibility → SME Performance	$t = 8.304$	< 0.001	Diterima
H3	Digital Literacy dan Strategic Flexibility → SME Performance (simultan)	$F = 100.336$	< 0.001	Diterima

Sumber: data primer (2026).

Pengaruh Digital Literacy terhadap SME Performance

Temuan bahwa Digital Literacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap SME Performance, setelah mengendalikan Strategic Flexibility, sejalan dengan RBV. Perangkat dan platform tersedia bagi banyak pelaku usaha, tetapi kemampuan memanfaatkannya secara kreatif, kritis, komunikatif, dan solutif berbeda pada setiap pemilik usaha, dan perbedaan inilah yang mengubah teknologi menjadi nilai. Kemampuan membuat konten yang sesuai membantu usaha menampilkan produknya secara menarik, kemampuan memilih informasi yang benar membantu membedakan informasi yang bermanfaat dari informasi yang menyesatkan, keterampilan komunikasi mempercepat respons pelanggan, dan pemecahan masalah menjaga kelancaran penggunaan teknologi (Farhan et al., 2022; Novela et al.,

2024)³¹. Hasil ini sejalan dengan penelitian pada UMKM makanan dan minuman di Jakarta Selatan dan Bandung (Farhan et al., 2022³²; Putri & Iffan, 2024)³³ serta dengan bukti yang menghubungkan Digital Literacy dengan kinerja usaha pada UMKM Indonesia (Wulandari et al., 2024)³⁴, dan memperluas bukti tersebut ke Kabupaten Pasuruan.

Pola pada tingkat item cukup informatif. Komunikasi memiliki mean tertinggi, yang logis karena komunikasi digital merupakan aktivitas harian yang paling terlihat: pemilik usaha menggunakan aplikasi pesan untuk menerima pesanan, menjawab pertanyaan, mengirim katalog, dan mengonfirmasi pembayaran. Kemampuan memilih informasi yang benar dan berguna memiliki mean terendah, sehingga kemampuan mengevaluasi sumber, membandingkan harga, dan berhati-hati terhadap penipuan tampak menjadi mata rantai yang paling lemah. Kemampuan komunikasi yang tinggi tidak menjamin keputusan yang baik apabila informasi di baliknya belum dievaluasi secara kritis. Pelatihan karena itu perlu melampaui sekadar mengajarkan cara menggunakan aplikasi, dan mencakup pembuatan konten sesuai target pasar, verifikasi informasi, komunikasi pelanggan, keamanan digital, dan pemecahan masalah.

Hasil ini berbeda dari Novianti dan Marwan (2025)³⁵, yang menemukan pengaruh positif tetapi tidak signifikan pada usaha kuliner di Padang. Perbedaan tersebut dapat berasal dari instrumen, karakteristik sampel, tingkat penggunaan teknologi, periode, lingkungan pasar, atau kombinasi variabel dalam model, yang tidak dapat dipisahkan dalam penelitian ini. Karakteristik responden turut membantu menjelaskan hasil penelitian ini: 88 persen responden berusia 21–30 tahun dan 77 persen berstatus pemilik usaha, sehingga kedekatan dengan teknologi dan kewenangan atas keputusan dapat mempermudah penerapan kemampuan digital pada usaha. Namun, usia dan status tidak diuji sebagai moderator, sehingga penjelasan ini bersifat kontekstual dan tidak mendukung klaim bahwa hasil yang sama berlaku bagi seluruh UMKM di Indonesia.

Pengaruh Strategic Flexibility terhadap SME Performance

Strategic Flexibility juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap SME Performance ketika Digital Literacy dikendalikan. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang melaporkan pengaruh positif terhadap kinerja UKM di Malang, Jakarta Barat, dan Yogyakarta (Basuki & Hasin, 2024³⁶; Melshaf &

³¹ Farhan, M. T., H. Eryanto, and A. Saptono. "Pengaruh Literasi Digital dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha UMKM: Studi pada UMKM Sektor Food and Beverage di Jakarta Selatan." *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan* 2, no. 6 (2022): 35–48. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i6.265>.

³² Farhan, M. T., H. Eryanto, and A. Saptono. "Pengaruh Literasi Digital dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha UMKM: Studi pada UMKM Sektor Food and Beverage di Jakarta Selatan." *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan* 2, no. 6 (2022): 35–48. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i6.265>.

³³ Putri, R. A. F., and M. Iffan. "Pengaruh Literasi Digital dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha pada UMKM Makanan dan Minuman." *JEMBA: Journal of Economics, Management, Business and Accounting* 4, no. 1 (2024): 13–25. <https://doi.org/10.34010/jemba.v4i1.13055>.

³⁴ Wulandari, A., D. Marcelino, B. Suryawardani, and D. Adithya. "Digital Capability and Literacy for MSME Transformation: Perspectives of Digital and Business Performance." *Asia Pacific Management and Business Application* 13, no. 2 (2024): 109–128. <https://doi.org/10.21776/ub.apmba.2024.013.02.2>

³⁵ Novianti, D., and M. Marwan. "Improving Business Performance: The Influence of Entrepreneurial Characteristics and Digital Literacy through Marketing Capability." *Journal of Education, Teaching and Learning* 10, no. 1 (2025). <https://doi.org/10.26737/jetl.v10i1.6713>.

³⁶ Basuki, and A. Hasin. "Pengaruh Fleksibilitas Strategi dan Inovasi Model Bisnis terhadap Kinerja UKM." *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen* 2, no. 6 (2024): 224–233. <https://journal.uji.ac.id/selma/article/view/35473>.

Tunjungsari, 2023³⁷; Sumiati, 2019)³⁸, meskipun penelitian-penelitian tersebut berbeda objek dan wilayah. Temuan ini mendukung Dynamic Capabilities Theory: mengenali perubahan sesuai dengan proses sensing, mengambil keputusan dengan cepat sesuai dengan seizing, dan menata kembali tenaga kerja, uang, bahan baku, serta teknologi sesuai dengan reconfiguring (Teece et al., 1997)³⁹. Pada usaha makanan dan minuman, kepekaan terhadap perubahan selera, harga bahan baku, dan persaingan membantu pemilik usaha mengetahui kapan penyesuaian diperlukan, keputusan yang cepat mengubah kesadaran tersebut menjadi tindakan, dan resource fluidity memungkinkan rencana tersebut dilaksanakan.

Mean Strategic Flexibility berada pada kategori tinggi, tetapi standar deviasinya merupakan yang terbesar di antara ketiga variabel, yang memberikan dasar statistik untuk menjelaskan perbedaan kinerja: sebagian usaha dapat mengganti bahan baku, tenaga kerja, atau dana dengan mudah, sedangkan sebagian lain memiliki ruang gerak yang terbatas. Leadership unity memiliki mean item tertinggi, tetapi selisihnya dengan dua item lain hanya 0,01, sehingga tidak perlu ditafsirkan berlebihan. Yang dapat dikatakan adalah bahwa struktur usaha yang sederhana, dengan 77 persen responden berstatus pemilik dan separuh bekerja tanpa karyawan, memungkinkan keputusan diambil tanpa rantai persetujuan yang panjang. Resource fluidity tetap dibatasi oleh skala usaha, dan fleksibilitas yang terencana lebih bermanfaat daripada perubahan spontan tanpa evaluasi (Basuki & Hasin, 2024)⁴⁰.

Pengaruh Simultan dan Daya Jelas Model

Uji F menunjukkan bahwa Digital Literacy dan Strategic Flexibility secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap SME Performance, dan R^2 sebesar 0,674 menunjukkan daya jelas yang kuat pada sampel ini. Kedua prediktor hampir tidak berkorelasi ($r = 0,090$, $VIF = 1,008$), sehingga masing-masing memberikan informasi yang berbeda, yang mendukung penempatan RBV dan Dynamic Capabilities sebagai perspektif yang saling melengkapi, bukan tumpang tindih. UMKM dapat memiliki kemampuan digital tetapi tidak memperoleh hasil optimal apabila strateginya kaku; sebaliknya, usaha yang fleksibel tetapi tidak mampu memanfaatkan informasi dan media digital dapat kehilangan peluang. Kombinasi keduanya menjelaskan kinerja secara lebih lengkap dibandingkan salah satu kemampuan saja. Pembacaan ini konsisten dengan literatur yang lebih luas yang menghubungkan kemampuan digital dan kemampuan adaptif dengan kinerja (Alqam et al., 2025⁴¹; Kim & Jin, 2024)⁴².

Pada saat yang sama, 32,6 persen variasi berada di luar model. Kualitas produk, pelayanan, harga, inovasi, akses permodalan, dan persaingan dapat memengaruhi hasil usaha, sehingga kedua kemampuan ini tidak dapat disajikan sebagai satu-satunya penentu kinerja UMKM. Koefisien menggambarkan

³⁷ Melshaf, and H. K. Tunjungsari. "Pengaruh Kepemimpinan Karismatik, Budaya Organisasi, dan Strategic Flexibility terhadap Kinerja Perusahaan dengan Ketidakpastian Lingkungan Usaha sebagai Variabel Mediasi." *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan* 7, no. 1 (2023): 187–198. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v7i1.22485>.

³⁸ Sumiati. "Peran Fleksibilitas Strategi dan Orientasi Pasar pada Peningkatan Inovasi dan Kinerja Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Pengolahan Kota Malang." *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan* 12, no. 3 (2019): 278–293. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v12i3.15404>.

³⁹ Teece, David J., Gary Pisano, and Amy Shuen. "Dynamic Capabilities and Strategic Management." *Strategic Management Journal* 18, no. 7 (1997): 509–533.

⁴⁰ Basuki, and A. Hasin. "Pengaruh Fleksibilitas Strategi dan Inovasi Model Bisnis terhadap Kinerja UKM." *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen* 2, no. 6 (2024): 224–233. <https://journal.uui.ac.id/selma/article/view/35473>.

⁴¹ Alqam, H., M. Razzak, A. Al-Busaidi, and S. Al-Riyami. "Conceptualizing Digital Readiness, Strategic Foresight, and Strategic Flexibility as Drivers of Digitalization and Performance of Small and Medium Enterprises." *International Journal on Informatics Visualization* 8, no. 2 (2024): 938–947. <https://doi.org/10.62527/joiv.8.2.2230>.

⁴² Kim, J., and W. Jin. "Impact of Digital Capabilities on Entrepreneurial Performance in SMEs." *Journal of Innovation & Knowledge* 9, no. 4 (2024): 100609. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2024.100609>.

pengaruh statistik di dalam model, dan nilai p yang sangat kecil menunjukkan bukti yang kuat terhadap koefisien yang tidak sama dengan nol, tetapi tidak menunjukkan besarnya manfaat praktis. Karena kinerja diukur pada skala persepsional, koefisien tidak dapat dibaca sebagai persentase kenaikan pendapatan, dan nilai R^2 tidak boleh digunakan untuk menyatakan bahwa 67,4 persen kinerja seluruh UMKM di Kabupaten Pasuruan ditentukan oleh dua variabel tersebut.

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menganalisis pengaruh Digital Literacy dan Strategic Flexibility terhadap SME Performance pada 100 pemilik atau pengelola UMKM makanan dan minuman di Kabupaten Pasuruan menggunakan regresi linier berganda. Digital Literacy secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap SME Performance ($B = 0,623$, $t = 10,678$, $p < 0,001$), demikian pula Strategic Flexibility ($B = 0,446$, $t = 8,304$, $p < 0,001$). Secara bersama-sama, keduanya berpengaruh positif dan signifikan, $F(2, 97) = 100,336$, $p < 0,001$, dan menjelaskan 67,4 persen variasi SME Performance pada sampel. Ketiga hipotesis diterima. Kebaruan yang ditawarkan penelitian ini adalah bahwa dalam satu model regresi untuk UMKM makanan dan minuman pada kabupaten berbasis industri pengolahan, kedua kemampuan tersebut berkontribusi secara signifikan dan independen, dengan Digital Literacy memiliki bobot terstandar yang relatif lebih besar (0,621 berbanding 0,483).

Implikasi

Secara teoretis, temuan ini memperkuat RBV dengan menunjukkan bahwa kemampuan digital memiliki nilai ketika diterapkan pada aktivitas yang menghasilkan manfaat usaha, bukan sekadar ketika teknologi dimiliki, dan memperkuat Dynamic Capabilities Theory dengan menunjukkan bahwa kemampuan menyesuaikan keputusan dan sumber daya memengaruhi hasil usaha. Secara praktis, pelaku UMKM perlu mengembangkan kemampuan digital yang terkait langsung dengan kebutuhan usaha, terutama verifikasi informasi dan evaluasi hasil promosi, serta perlu mengevaluasi perubahan pasar secara berkala sambil menyiapkan alternatif produk, pemasok, promosi, saluran penjualan, dan penggunaan sumber daya. Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Pasuruan serta lembaga pendamping lain dapat merancang pendampingan bertahap yang memadukan pelatihan keterampilan digital dengan praktik pengambilan keputusan dan penyesuaian strategi, diikuti dengan praktik dan tindak lanjut pada usaha itu sendiri. Karena Digital Literacy memiliki koefisien terstandar yang lebih besar, penguatan kemampuan digital dapat menjadi prioritas, tetapi Strategic Flexibility tidak boleh diabaikan.

Keterbatasan Penelitian dan Saran

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Purposive sampling menghalangi generalisasi secara probabilistik kepada seluruh 12.198 UMKM, dan angka populasi berasal dari komunikasi pribadi tanpa dokumen pendukung. Data kinerja merupakan persepsi pemilik atau pengelola, bukan laporan keuangan yang diaudit, dan karena satu responden menjawab ketiga konstruk sekaligus, kemungkinan terjadi shared-source variance yang dapat memperkuat hubungan antarvariabel. Desain penelitian yang bersifat cross-sectional menunjukkan pengaruh statistik di dalam model, tetapi tidak mengamati perubahan kinerja dari waktu ke waktu, dan sampel penelitian condong pada pemilik usaha muda dengan usaha yang juga masih muda. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan probability sampling apabila kerangka sampel tersedia, memperluas sektor dan wilayah penelitian, memadukan ukuran persepsional dengan data keuangan objektif, serta menerapkan desain longitudinal atau eksperimental. Variabel seperti kualitas produk, orientasi kewirausahaan, inovasi, akses pembiayaan, kualitas pelayanan, persaingan, dan kondisi lingkungan dapat ditambahkan untuk menjelaskan variasi yang masih berada di luar model ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alqam, H. S., M. R. Razzak, and A. A. Bachkirov. "Driving SME Success through Digital Readiness and Dynamic Capabilities in Propelling Business Process Digitalization and Performance." *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies* 17, no. 6 (2025): 1699–1722. <https://doi.org/10.1108/JEEE-02-2025-0057>.
- Alqam, H., M. Razzak, A. Al-Busaidi, and S. Al-Riyami. "Conceptualizing Digital Readiness, Strategic Foresight, and Strategic Flexibility as Drivers of Digitalization and Performance of Small and Medium Enterprises." *International Journal on Informatics Visualization* 8, no. 2 (2024): 938–947. <https://doi.org/10.62527/joiv.8.2.2230>.
- Antenozio, L., P. Marques, and A. Bikfalvi. "Digital Orientation and Performance in Innovative SMEs: Exploring the (Curvi)linear Effects." *Technovation* 151 (2026): 103478. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2026.103478>.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Pasuruan. *Kabupaten Pasuruan dalam Angka 2024*. Pasuruan: BPS Kabupaten Pasuruan, 2024.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. *Provinsi Jawa Timur dalam Angka 2024*. Surabaya: BPS Provinsi Jawa Timur, 2024. <https://jatim.bps.go.id>.
- Barney, Jay. "Firm Resources and Sustained Competitive Advantage." *Journal of Management* 17, no. 1 (1991): 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>.
- Basuki, and A. Hasin. "Pengaruh Fleksibilitas Strategi dan Inovasi Model Bisnis terhadap Kinerja UKM." *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen* 2, no. 6 (2024): 224–233. <https://journal.uui.ac.id/selma/article/view/35473>.
- Cohen, Jacob. *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. 2nd ed. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1988.
- Fachrunnisa, O., A. Adhiatma, N. Lukman, and M. N. A. Majid. "Towards SMEs' Digital Transformation: The Role of Agile Leadership and Strategic Flexibility." *Journal of Small Business Strategy* 30, no. 3 (2020): 65–85.
- Farhan, M. T., H. Eryanto, and A. Saptono. "Pengaruh Literasi Digital dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha UMKM: Studi pada UMKM Sektor Food and Beverage di Jakarta Selatan." *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan* 2, no. 6 (2022): 35–48. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i6.265>.
- Ferreras-Méndez, J. L., S. Newell, A. Fernández-Mesa, and J. Alegre. "Depth and Breadth of External Knowledge Search and Performance: The Mediating Role of Absorptive Capacity." *Industrial Marketing Management* 47 (2015): 86–97.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, 2023. <https://kemenkopukm.go.id>.
- Kim, J., and W. Jin. "Impact of Digital Capabilities on Entrepreneurial Performance in SMEs." *Journal of Innovation & Knowledge* 9, no. 4 (2024): 100609. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2024.100609>.
- Melshaf, and H. K. Tunjungsari. "Pengaruh Kepemimpinan Karismatik, Budaya Organisasi, dan Strategic Flexibility terhadap Kinerja Perusahaan dengan Ketidakpastian Lingkungan Usaha sebagai Variabel Mediasi." *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan* 7, no. 1 (2023): 187–198. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v7i1.22485>.

- Merín-Rodrigáñez, J., À. Dasí, and J. Alegre. “Digital Transformation and Firm Performance in Innovative SMEs: The Mediating Role of Business Model Innovation.” *Technovation* 134 (2024): 103027. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2024.103027>.
- Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, and Johnny Saldaña. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. 3rd ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2014.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2021.
- Novela Q. A., I. H. S. Runing Sawitri, A. L. Riani, S. Istiqomah, A. R. Suprpti, and M. Harsono. “Digital Literacy on SME Business Performance and the Mediating Role of Entrepreneurial Skills.” *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen* 10, no. 3 (2024): 847. <https://doi.org/10.17358/jabm.10.3.847>.
- Novianti, D., and M. Marwan. “Improving Business Performance: The Influence of Entrepreneurial Characteristics and Digital Literacy through Marketing Capability.” *Journal of Education, Teaching and Learning* 10, no. 1 (2025). <https://doi.org/10.26737/jetl.v10i1.6713>.
- Nurdyanto, S. D., T. Ismail, and M. Sapiri. “Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah melalui Kemampuan Manajerial: Studi Kasus Kabupaten Mamuju Sulawesi Barat.” *Al-Buhuts* 20, no. 1 (2024): 62–102. <https://doi.org/10.30603/ab.v20i1.4718>.
- Putri, R. A. F., and M. Iffan. “Pengaruh Literasi Digital dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha pada UMKM Makanan dan Minuman.” *JEMBA: Journal of Economics, Management, Business and Accounting* 4, no. 1 (2024): 13–25. <https://doi.org/10.34010/jemba.v4i1.13055>.
- Shatila, K., A. Y. Aránega, L. R. Soga, and A. B. Hernández-Lara. “Digital Literacy, Digital Accessibility, Human Capital, and Entrepreneurial Resilience: A Case for Dynamic Business Ecosystems.” *Journal of Innovation & Knowledge* 10, no. 3 (2025): 100709. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2025.100709>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif*. 3rd ed. Bandung: Alfabeta, 2022.
- Sumiati. “Peran Fleksibilitas Strategi dan Orientasi Pasar pada Peningkatan Inovasi dan Kinerja Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Pengolahan Kota Malang.” *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan* 12, no. 3 (2019): 278–293. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v12i3.15404>.
- Teece, David J., Gary Pisano, and Amy Shuen. “Dynamic Capabilities and Strategic Management.” *Strategic Management Journal* 18, no. 7 (1997): 509–533.
- Umboh, A. M., and V. D. W. Aryanto. “Digital Marketing Development Model through Digital Literacy Mediation to Improve SME Performance.” *Media Ekonomi dan Manajemen* 38, no. 1 (2023). <https://doi.org/10.56444/mem.v38i1.3315>.
- Wulandari, A., D. Marcelino, B. Suryawardani, and D. Adithya. “Digital Capability and Literacy for MSME Transformation: Perspectives of Digital and Business Performance.” *Asia Pacific Management and Business Application* 13, no. 2 (2024): 109–128. <https://doi.org/10.21776/ub.apmba.2024.013.02.2>.