

---

---

# PENGARUH LITERASI DIGITAL DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA UMKM SURABAYA MELALUI KAPABILITAS INOVASI

Bintang Mahendrata  
Bisnis Digital, Universitas Negeri Surabaya  
bintang.23173@mhs.unesa.ac.id (*corresponding author*)

Achmad Kautsar  
Bisnis Digital, Universitas Negeri Surabaya  
achmadkautsar@unesa.ac.id

Nanang Hoesen Hidroes Abbrori  
Bisnis Digital, Universitas Negeri Surabaya  
nanangabbrori@unesa.ac.id

---

*Masuk: 13-02-2026, revisi: 01-04-2026, diterima untuk diterbitkan: 08-04-2026*

---

**Abstract:** This study analyzes the effect of digital literacy and entrepreneurial orientation on MSME performance in Surabaya with innovation capability as mediator. Using PLS-SEM on 101 MSME owners, results show that digital literacy and entrepreneurial orientation positively affect innovation capability and MSME performance. However, innovation capability does not significantly affect performance nor mediate these relationships, indicating that Surabaya MSMEs improve performance through direct utilization of digital technology and entrepreneurial attitudes rather than formal innovation development. This contributes to Resource-Based View theory and offers practical implications for MSME owners and policymakers.

**Keywords:** Digital Literacy, Entrepreneurial Orientation, Innovation Capability, MSME Performance

**Abstrak:** Penelitian ini menganalisis pengaruh *digital literacy* dan *entrepreneurial orientation* terhadap kinerja UMKM di Kota Surabaya dengan *innovation capability* sebagai mediasi. Menggunakan PLS-SEM pada 101 pelaku UMKM, hasil menunjukkan digital literacy dan *entrepreneurial orientation* berpengaruh positif terhadap *innovation capability* dan kinerja UMKM. Namun, *innovation capability* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja dan tidak memediasi hubungan tersebut, mengindikasikan bahwa UMKM Surabaya meningkatkan kinerja melalui pemanfaatan langsung teknologi digital dan sikap kewirausahaan daripada pengembangan kapabilitas inovasi formal. Penelitian ini memberikan kontribusi pada teori Resource-Based View dan implikasi praktis bagi pelaku UMKM dan pembuat kebijakan.

**Kata Kunci:** Literasi Digital, Orientasi Kewirausahaan, Kapabilitas Inovasi, Kinerja UMKM

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian global, mewakili sekitar 90% dari seluruh usaha dan menyumbang lebih dari setengah total tenaga kerja di dunia. Di Indonesia, UMKM mencapai 64,2 juta unit yang berkontribusi 61,07% terhadap PDB nasional atau senilai 8.573,89 triliun rupiah (World Bank, 2025). Meskipun mendominasi 99% dari keseluruhan unit usaha (KADIN INDONESIA, 2025), kontribusi UMKM terhadap ekspor nasional masih rendah, hanya 15,7% (Haryo Limanseto, 2025), mengindikasikan perlunya peningkatan daya saing global. Di tingkat regional, UMKM Jawa Timur berkontribusi 57,71% terhadap PDRB dengan penyerapan tenaga kerja 96,3% (kominform.jatimprov, 2023). Kota Surabaya memiliki lebih dari 325.000 unit UMKM (Badan Pusat Statistik Kota Surabaya, 2025b) dengan pertumbuhan ekonomi

tertinggi di Jawa Timur sebesar 5,76% pada tahun 2024 (Badan Pusat Statistik Kota Surabaya, 2025a) , menunjukkan potensi besar untuk berkontribusi pada perekonomian nasional.

Rencana Kerja Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, serta Perdagangan Tahun 2025 mengidentifikasi sembilan permasalahan utama UMKM Surabaya, antara lain rendahnya kualitas SDM, keterbatasan akses sumber daya produktif, dan belum optimalnya penerapan digitalisasi (dinkopumdag, 2024). (Kumalaningrum, 2011) menjelaskan bahwa UMKM Indonesia menghadapi masalah internal seperti kurangnya orientasi kewirausahaan, keterampilan manajemen dan teknologi, serta pemahaman pasar. Hambatan ini menunjukkan kesenjangan antara potensi ekonomi UMKM dan kemampuan adopsi teknologi digital.

Era digitalisasi membuka peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan kinerja melalui teknologi digital. Survei Internet APJII 2025 menunjukkan pengguna internet Indonesia mencapai 229 juta jiwa dengan penetrasi 80,66% (APJII, 2025), menegaskan kuatnya peran digitalisasi. *Entrepreneurial orientation* (EO) sebagai landasan literatur kewirausahaan korporat (Wales et al., 2013) mewujudkan kebijakan dan praktik yang menjadi dasar keputusan dan tindakan kewirausahaan (Rauch et al., 2009).

Meskipun adopsi teknologi digital meningkat, UMKM Surabaya masih menghadapi hambatan signifikan karena keterbatasan kemampuan dan resistensi terhadap perubahan (detikJatim, 2024). (Lisnawati, 2024) memaparkan digitalisasi bukan hanya pemasaran online, tetapi mengubah cara berpikir tentang teknologi digital. (Rajapathirana & Hui, 2018) menyatakan keterbatasan kemampuan dan keterampilan merupakan hambatan utama inovasi bagi organisasi kecil dan menengah, sehingga perlu penguatan *digital literacy* . Dari perspektif *Resource-Based View* (RBV), ketahanan perusahaan ditentukan oleh sumber daya unik seperti *digital literacy* , aksesibilitas digital, dan modal manusia (Ajili & Slimene, 2021). *Digital literacy* sebagai sumber daya esensial memungkinkan wirausahawan beradaptasi dengan perubahan pasar dan menawarkan solusi inovatif (Skare et al., 2023). *Entrepreneurial orientation* (EO) mewakili adopsi praktik, filosofi manajemen, dan perilaku kewirausahaan organisasi (Anderson et al., 2009).

Penelitian terdahulu menunjukkan inkonsistensi hasil hubungan antara *digital literacy* , orientasi kewirausahaan, dan kinerja UMKM. Beberapa studi menemukan *digital literacy* tidak signifikan mempengaruhi kinerja UMKM (Athia et al., 2023; Putra et al., 2023), namun berpengaruh melalui *employee innovation* sebagai mediasi (Anggitasari et al., 2023). Pengaruh EO terhadap kinerja UKM di Surabaya terbukti tidak signifikan (Moch. Nuzlal M. R & Nur Laily, 2020). (Ngo, 2023) menunjukkan *innovation capability* sepenuhnya memediasi hubungan EO dan kinerja. (Savitri et al., 2021) menemukan EO tidak berdampak langsung pada kinerja, tetapi berdampak melalui inovasi sebagai mediator. (Siregar et al., 2024) menyarankan penelitian masa depan mempertimbangkan *innovation capability* sebagai variabel mediasi untuk menjelaskan bagaimana perilaku berorientasi pasar diterjemahkan menjadi peningkatan kinerja UMKM. (F. Zhao, 2005) menyatakan *digital literacy* berperan sebagai mediator yang menjelaskan bagaimana orientasi kewirausahaan dan *digital literacy* meningkatkan kinerja bisnis dalam lingkungan yang dinamis.

Berdasarkan research gap tersebut, penelitian ini mengkaji peran *innovation capability* sebagai mekanisme mediasi yang menjelaskan bagaimana *digital literacy* dan EO mempengaruhi kinerja UMKM di Kota Surabaya. Penelitian ini memiliki urgensi tinggi mengingat pemerintah diharapkan tidak hanya mendorong UMKM mengadopsi teknologi digital, tetapi juga mengembangkan *digital literacy* dan membuka akses pasar (Alfarizi et al., 2024). Penelitian ini mengintegrasikan *Digital literacy* , Orientasi Kewirausahaan, dan Kapabilitas Inovasi dalam satu model untuk menjelaskan kinerja UMKM mikro di Indonesia yang belum pernah dilakukan sebelumnya, dengan tujuan memperkaya literatur tentang mekanisme mediasi *innovation capability* dan memberikan panduan strategis bagi pelaku UMKM serta pembuat kebijakan, meskipun generalisasi hasil terbatas pada konteks Kota Surabaya.

## TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *digital literacy* dan *entrepreneurial orientation* terhadap *innovation capability* dan kinerja UMKM di Kota Surabaya. Selain itu, penelitian ini juga menganalisis peran mediasi *innovation capability* dalam hubungan antara *digital literacy* dan *entrepreneurial orientation* terhadap kinerja UMKM.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Resource-Based View (RBV)

RBV menegaskan bahwa keunggulan kompetitif berasal dari sumber daya internal yang unik, sehingga dalam UMKM digital, *digital literacy* menjadi aset strategis. (Ajili & Slimene, 2021) menjelaskan bahwa ketahanan perusahaan ditentukan oleh sumber daya unik seperti *digital literacy* dan modal manusia. *Digital literacy* memungkinkan adaptasi pasar dan, bersama kapabilitas organisasi, mendorong kapabilitas inovasi yang menghasilkan kinerja unggul (Skare et al., 2023).

### *Digital literacy*

*Digital literacy* didefinisikan sebagai kompetensi dan keterampilan untuk menavigasi ekosistem informasi yang kompleks (Eshet-Alkalai, 2004). Dalam konteks UMKM, *digital literacy* mencakup kemampuan menggunakan teknologi digital, memahami, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi digital dalam pengambilan keputusan bisnis. (Nikou et al., 2022) mengidentifikasi *digital literacy* mencakup kemampuan teknis menyelesaikan masalah digital, mempelajari teknologi baru, membuat konten digital, dan berkolaborasi menggunakan teknologi.

### Orientasi Kewirausahaan

Konsep orientasi kewirausahaan (EO) dipopulerkan oleh (Miller, 2011) yang menekankan tiga ciri perusahaan kewirausahaan: keberanian mengambil risiko bisnis, kemampuan menciptakan produk baru, dan komitmen berinovasi. (Wiklund & Shepherd, 2003) menjelaskan bahwa EO membantu bisnis memanfaatkan peluang secara efektif. Dalam perspektif RBV, (Barney, 1991) menyatakan bahwa keunggulan kompetitif berasal dari sumber daya yang berharga, langka, sulit ditiru, dan tidak dapat digantikan (VRIN). EO merupakan sumber daya intangible yang menciptakan keunggulan kompetitif berkelanjutan.

### Kapabilitas Inovasi

(Dogbe et al., 2020) mengidentifikasi kapabilitas inovasi UMKM mencakup kemampuan melakukan perbaikan bertahap, mengubah proses produksi, menyediakan produk baru, serta menciptakan nilai baru. Menurut pendapat lain yang lebih terbaru, *innovation capability* adalah kemampuan perusahaan untuk mengubah ide dan pengetahuan menjadi produk baru yang unik untuk pasar (Ruiz-Ortega et al., 2021). Sehingga kapabilitas menjadi aset yang penting bagi perusahaan untuk mendapatkan nilai dan produk yang baru.

### Kinerja UMKM

Kinerja UMKM merupakan konstruk multidimensi yang mencerminkan keberhasilan usaha. (Latifah et al., 2020) mengidentifikasi kinerja UMKM dapat diukur melalui peningkatan profitabilitas, penjualan, likuiditas, serta loyalitas pelanggan. Memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM sangat penting untuk keberhasilan usaha dan kesejahteraan ekonomi (Choi & Lim, 2017).

### Pengaruh *Digital literacy* terhadap Kapabilitas Inovasi

*Digital literacy* meningkatkan kapabilitas inovasi melalui mekanisme pembelajaran dan adaptasi teknologi, di mana pelaku UMKM dengan *digital literacy* tinggi lebih mampu mengakses, memproses, dan mengaplikasikan informasi digital dalam mengidentifikasi

peluang inovasi. (L. Zhao et al., 2024) dan (Yoo & Kim, 2019) menjelaskan bahwa *digital literacy* memberikan keunggulan informasi dan manajerial yang meningkatkan keberanian mengambil risiko serta kemampuan mengenali tren pasar dan teknologi. Bukti empiris menunjukkan *digital literacy* berpengaruh positif terhadap inovasi proses (Jasin et al., 2024), memfasilitasi adopsi teknologi baru (Zahwa et al., 2025), dan meningkatkan kapasitas wirausahawan dalam mengembangkan produk, layanan, dan model bisnis baru (Shatila et al., 2025). Berdasarkan teori dan bukti empiris tersebut, dapat dirumuskan hipotesis:

H1: *Digital literacy* berpengaruh positif terhadap kapabilitas inovasi UMKM di Kota Surabaya.

### **Pengaruh *Digital literacy* terhadap Kinerja UMKM**

Beberapa studi empiris yang mendukung bahwa *digital literacy* memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM, seperti (Sadik Tatli et al., 2023) yang menjelaskan *digital literacy* karyawan berdampak positif pada kinerja perusahaan, (Angkhasakulkiat et al., 2025) yang menemukan wirausahawan dengan *digital literacy* tinggi lebih mampu meningkatkan kinerja keuangan dan pemasaran, serta (Kusuma Hastuti, 2021) dan (Patria et al., 2023) yang membuktikan pengaruh positif *digital literacy* terhadap kinerja UMKM. Berdasarkan teori dan bukti empiris tersebut, dirumuskan hipotesis:

H2: *Digital literacy* berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM di Kota Surabaya.

### **Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kapabilitas Inovasi**

Penelitian dari negara vietnam menunjukkan pengaruh EO terhadap kapabilitas inovasi diterima (Ngo, 2023) Implikasi studi di indonesia (Savitri et al., 2021) ini terhadap orientasi kewirausahaan di UKM akan membantu meningkatkan sumber daya untuk inovasi. Ditemukan adanya pengaruh signifikan orientasi kewirausahaan terhadap kemampuan inovasi (Nuryakin, 2024). Hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H3: Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kapabilitas inovasi UMKM di Kota Surabaya.

### **Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM**

Dalam studi (Fan et al., 2021) ditemukan pengaruh positif diantara orientasi kewirausahaan dan Performan UMKM di negara Pakistan. Namun, (Nuryakin, 2024) memaparkan bahwa orientasi kewirausahaan tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja ekspor UMKM. Hasil penelitian (Pulu et al., 2025) menunjukkan bahwa variabel orientasi kewirausahaan, yang terdiri dari proaktifitas (X1), keinovatifan (X2), dan pengambilan risiko (X3), berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja UMKM secara bersamaan dan parsial. Berdasarkan penelitian terdahulu, dapat dibuat hipotesis seperti berikut:

H4: Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM di Kota Surabaya.

### **Pengaruh Kapabilitas Inovasi terhadap Kinerja UMKM**

Kapabilitas inovasi meningkatkan kinerja UMKM melalui penciptaan produk dan proses baru yang lebih efisien dan efektif sehingga menciptakan keunggulan kompetitif, didukung oleh studi empiris dari (Jalil et al., 2025; Khan et al., 2023; Muna et al., 2025; Nuryakin, 2024; Subagja et al., 2022) yang membuktikan pengaruh positif dan signifikan kapabilitas inovasi terhadap berbagai aspek kinerja UMKM. Berdasarkan teori dan bukti empiris tersebut, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H5: Kapabilitas inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM di Kota Surabaya.

### **Peran Mediasi Kapabilitas Inovasi dalam Hubungan *Digital literacy* dan Kinerja UMKM**

Kapabilitas inovasi memediasi hubungan *digital literacy* dan kinerja UMKM melalui mekanisme transformasi kapabilitas, di mana *digital literacy* memberikan fondasi pengetahuan untuk mengidentifikasi peluang teknologi yang kemudian ditransformasikan menjadi inovasi produk dan proses konkret, sebagaimana dikonfirmasi oleh (Yoo & Kim, 2019), (Shatila et al.,

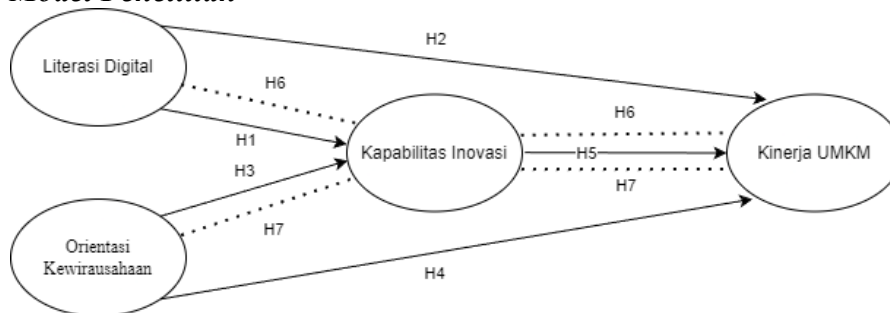
2025), (Anggitasari et al., 2023), dan (Suprianto & Rasyid, 2025) yang membuktikan peran mediasi inovasi dalam hubungan *digital literacy* dan kinerja. Berdasarkan bukti empiris tersebut, dirumuskan hipotesis sebagai berikut: H6: Kapabilitas inovasi memediasi pengaruh positif *digital literacy* terhadap kinerja UMKM di Kota Surabaya.

### Peran Mediasi Kapabilitas Inovasi dalam Hubungan Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja UMKM

Peran mediasi pertama dari hubungan tidak langsung antara orientasi kewirausahaan dan kinerja ekspor UMKM melalui kemampuan inovasi secara statistik signifikan (Nuryakin, 2024). (Ngo, 2023) menunjukkan IC sepenuhnya memediasi hubungan antara EO dan kinerja. Inovasi dapat memediasi pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja secara positif dan signifikan (Permatasari & Praswati, 2024). Berdasarkan bukti empiris dari penelitian terdahulu dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H7: Kapabilitas inovasi memediasi pengaruh positif Orientasi Kewirausahaan sosial terhadap kinerja UMKM di Kota Surabaya.

**Gambar 1**  
**Model Penelitian**



Sumber: Peneliti (2026)

### METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan purposive sampling terhadap UMKM di Kota Surabaya yang telah beroperasi minimal 1 tahun dan menggunakan teknologi digital (HP atau komputer) dalam operasional usaha dan bersedia mengisi kuesioner. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus dari (Ferdinand, 2006) yaitu 5-10 kali jumlah indikator. Sehingga jumlah responden minimal adalah 17 x 5 indikator, 85 responden. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 101 responden, sesuai dengan rekomendasi (Hair et al., 2010) yang menyarankan ukuran sampel antara 100–200 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner online menggunakan Google Form dengan skala Likert. Variabel penelitian meliputi Orientasi Kewirausahaan, *Digital literacy*, Kapabilitas Inovasi, dan Kinerja UMKM, yang diukur menggunakan indikator yang diadaptasi dari penelitian terdahulu dan telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Analisis data dilakukan menggunakan Partial Least Square–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan SmartPLS 3. PLS-SEM lebih efisien dari CB-SEM dalam analisis data sampel kecil, menurut (Lin et al., 2020). Analisis meliputi evaluasi outer model untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen (outer loading >0,7; AVE >0,5; Cronbach’s Alpha dan Composite Reliability >0,7) serta evaluasi inner model untuk menguji hipotesis melalui nilai t-statistik (>1,96) dan p-value (<0,05) dengan prosedur bootstrapping, serta nilai R-Square dan Q-Square. Pengujian efek mediasi dilakukan untuk melihat peran Kemampuan Inovasi dalam memediasi hubungan antar variabel penelitian. Tabel 1 menunjukkan operasionalisasi tiap variabel yang digunakan dalam konteks penelitian ini.

**Tabel 1**  
**Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Variabel	Indikator	Kode	Sumber
Orientasi Kewirausahaan (X1)	Usaha saya mendukung penemuan ide-ide baru	EO1	(Nuryakin, 2024)
	Saya aktif mencari peluang usaha baru	EO2	
	Saya menggunakan teknologi baru dalam menjalankan usaha	EO3	
	Saya berani mencoba produk/layanan baru meskipun ada risiko	EO4	
<i>Digital literacy</i> (X2)	Saya mampu mencari dan membagikan informasi usaha melalui media sosial	DL1	(Wediawati et al., 2025)
	Saya mampu mengelola akun media sosial usaha dengan baik	DL2	
	Saya mampu memilih informasi digital yang bermanfaat untuk usaha	DL3	
	Saya mampu menggunakan aplikasi digital untuk keperluan usaha	DL4	
	Saya memanfaatkan media sosial untuk belajar dari usaha lain	DL5	
Kapabilitas Inovasi (M)	Usaha saya selalu menemukan gagasan baru	IC1	(Anggraeni & Sanaji, 2021)
	Usaha saya rutin memperkenalkan produk/layanan baru	IC2	
	Saya kreatif dalam menjalankan usaha	IC3	
	Saya terus mencari cara baru untuk berinovasi	IC4	
Kinerja UMKM (Y)	Keuntungan dan penjualan usaha saya meningkat	KU1	(Subagja et al., 2022)
	Jumlah pelanggan usaha saya bertambah	KU2	
	Pelanggan merasa puas terhadap produk/jasa yang saya tawarkan.	KU3	
	Usaha saya semakin dikenal banyak orang	KU4	

Sumber: Peneliti (2026)

Seperti yang sudah ditampilkan diatas, 4 variabel yang digunakan ialah Orientasi Kewirausahaan (X1), *Digital literacy* (X2), Kapabilitas Inovasi (M), Kinerja UMKM (Y). (Lumpkin & Dess, 2001) telah mengembangkan indikator orientasi inovasi, orientasi risiko, orientasi proaktif, persaingan agresif, dan kemandirian dalam orientasi kewirausahaan. Dalam konteks usaha, orientasi kewirausahaan juga mencerminkan kecenderungan pelaku usaha untuk memiliki sikap inovatif, proaktif dalam mencari peluang, serta berani mengambil resiko dalam menjalankan bisnis. Indikator dalam penelitian ini diadaptasi dari (Nuryakin, 2024). *Digital literacy* menurut (Ng, 2012) dibagi menjadi tiga dimensi, yaitu kognitif (kemampuan memahami dan mengevaluasi informasi), teknis (kemampuan menggunakan teknologi digital), dan sosial-emosional (kemampuan berinteraksi secara etis dan aman di lingkungan digital). Di penelitian ini, menggunakan indikator dari (Wediawati et al., 2025) yang meliputi kemampuan memperoleh dan membagikan informasi melalui media sosial, mengelola identitas daring, menyaring informasi digital, menggunakan alat dan layanan digital untuk keperluan bisnis, serta memanfaatkan media sosial sebagai referensi bisnis. *Innovation capability* didefinisikan sebagai kemampuan mengubah pengetahuan dan ide menjadi produk, proses, dan sistem baru (Lawson & Samson, 2001). Dalam penelitian ini, *innovation capability* diukur menggunakan indikator yang diadaptasi dari (Anggraeni & Sanaji, 2021), yaitu kemampuan dalam menemukan gagasan baru, memperkenalkan produk atau layanan baru, bersikap kreatif dalam menjalankan usaha, serta mencari cara baru untuk berinovasi. Pengukuran kinerja usaha dapat dilakukan secara perseptual dengan membandingkan kondisi usaha terhadap pesaing, yang mencakup profitabilitas, penjualan, pangsa pasar, kepuasan pelanggan, dan reputasi (Yıldız et al., 2014). Dalam penelitian ini, kinerja UMKM diukur menggunakan indikator yang diadaptasi dari (Subagja et al., 2022), yaitu peningkatan keuntungan dan penjualan, jumlah pelanggan, kepuasan pelanggan, serta tingkat pengenalan usaha oleh masyarakat.

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif terhadap 101 responden UMKM yang valid, dengan masing-masing UMKM diwakili oleh satu responden. Profil responden berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, jenis usaha, dan jumlah karyawan disajikan pada Tabel 2. Dalam pemanfaatan platform digital, WhatsApp mendominasi dengan 79.2% pengguna, diikuti Instagram (42.6%) dan marketplace Shopee/Tokopedia/Lazada (30.7%), mengindikasikan bahwa UMKM lebih mengandalkan aplikasi messaging dan marketplace dibandingkan platform media sosial konvensional.

**Tabel 2**  
**Karakteristik Responden**

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	%
Jenis Kelamin	Laki Laki	53	52.5%
	Perempuan	48	47.5%
	Total	101	100%
Usia	Kurang dari 25 tahun	16	15.8%
	25-35 tahun	19	18.8%
	36-45 tahun	29	28.7%
	46-55 tahun	18	17.8%
	Lebih dari 55 tahun	19	18.8%
	Total	101	100%
Pendidikan Terakhir	SD/MI	6	5.9%
	SMP/MTs	15	14.9%
	SMA/SMK/MA	38	37.6%
	Diploma (D1/D2/D3)	6	5.9%
	Sarjana (S1)	33	32.7%
	Magister (S2)	3	3%
	Total	101	100%
Jenis Usaha	Kuliner	27	26.7%
	Fashion	48	47.5%
	Kerajinan/Handicraft	11	10.9%
	Jasa	8	7.9%
	Perdagangan/Retail	6	5.9%
	Manufaktur/Produksi	1	1.0%
	Total	101	100%
Jumlah Karyawan	1-4 orang	82	81.2%
	5-19 orang	18	17.8%
	20-99 orang	1	1%
	Total	101	100%

Sumber: Peneliti (2026)

Penyederhanaan dari 17 menjadi 15 item valid yang akan digunakan dalam penelitian ini. Perkiraan presisi diperoleh menggunakan bootstrap non-parametrik dengan 5.000 replikasi (Hair et al., 2014). Dalam penelitian ini, validitas konvergen diukur dengan mempertimbangkan ukuran beban faktor, rata-rata varians yang diekstraksi (AVE), dan reliabilitas konstruk (CR) di antara kumpulan item dalam konstruk. Tabel 3 menunjukkan hasil keseluruhan validitas konvergen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Outer Model*

**Tabel 3**

#### **Validitas Konvergen**

Variabel	Item	Outer Loading	AVE	CR	Cronbach Alpha
<i>Digital literacy</i>	DL1	0.810	0.544	0.825	0.722
	DL2	0.817			
	DL4	0.641			
	DL5	0.664	0.558	0.790	

Orientasi Kewirausahaan	EO1	0.729	0.596	0.855	0.774
	EO3	0.827			
	EO4	0.677			
<i>Innovation capability</i>	IC1	0.799	0.774	0.932	0.903
	IC2	0.727			
	IC3	0.814			
	IC4	0.744			
Kinerja UMKM	K1	0.899	0.774	0.932	0.903
	K2	0.860			
	K3	0.888			
	K4	0.872			

Sumber: Peneliti (2026)

Nilai loading untuk 15 item yang tersisa semuanya di atas 0,6, berkisar antara 0.641 hingga 0.899. AVE, yang berkisar antara 0.544 hingga 0.774, berada di atas batas ambang 0,5, sesuai dengan saran (Nunnally & Bernstein, 1994), dan CR, yang berkisar antara 0.825 hingga 0.932, melebihi 0,6 untuk semua konstruk. Cronbach alpha berkisar antara 0.617 hingga 0.903 sesuai dengan Tabel 3. Nilai Alpha Cronbach di atas 0,6 dianggap memiliki reliabilitas tinggi dan indeks yang dapat diterima (Nunnally & Bernstein, 1994). Sedangkan, nilai Alpha Cronbach di bawah 0,6 dianggap rendah. Nilai Alpha Cronbach dalam rentang 0,60–0,80 dianggap moderat, tetapi masih dapat diterima.

Tabel 4 menunjukkan validitas diskriminan model pengukuran dengan nilai akar kuadrat AVE pada diagonal (DL=0.737, EO=0.747, IC=0.772, KU=0.880) yang lebih tinggi dibandingkan nilai korelasi antar konstruk di bawahnya. Korelasi antar konstruk berkisar antara 0.191 hingga 0.455, yang berada di bawah ambang batas 0.85, mengindikasikan bahwa setiap konstruk memiliki keunikan dan dapat dibedakan dengan baik dari konstruk lainnya. Tabel 5 menunjukkan nilai HTMT untuk masing-masing faktor yang dipelajari. Menurut kriteria HTMT, semua variabilitas harus memiliki nilai HTMT di bawah 0,90 (Gold et al., 2001). Ini menunjukkan validitas diskriminansinya.

**Tabel 4**  
**Validitas Diskriminan**

	DL	EO	IC	KU
DL	0.737			
EO	0.215	0.747		
IC	0.455	0.348	0.772	
KU	0.276	0.253	0.191	0.880

Sumber: Peneliti (2026)

**Tabel 5**  
**HTMT**

	DL	EO	IC	KU
DL				
EO	0.309			
IC	0.570	0.469		
KU	0.332	0.331	0.234	

Sumber: Peneliti (2026)

**Inner Model**

Tabel 6 menunjukkan hasil evaluasi model struktural dengan nilai VIF semua variabel di bawah 5 (DL=1.048, EO=1.048, IC=1.375), mengindikasikan tidak terdapat masalah multikolinearitas. Nilai R<sup>2</sup> untuk *innovation capability* sebesar 0.273 (R<sup>2</sup> adjusted=0.258) dan kinerja UMKM sebesar 0.116 (R<sup>2</sup> adjusted=0.088) menunjukkan bahwa *digital literacy* dan *entrepreneurial orientation* menjelaskan 27,3% variansi *innovation capability* dan 11,6%

variansi kinerja UMKM, yang tergolong dalam kategori moderat hingga substansial (Hair, et al., 2017). Nilai effect size ( $f^2$ ) *digital literacy* terhadap *innovation capability* sebesar 0.208 menunjukkan efek medium, sedangkan *entrepreneurial orientation* terhadap *innovation capability* sebesar 0.090 menunjukkan efek small. Nilai  $Q^2$  untuk *innovation capability* sebesar 0.144 dan kinerja UMKM sebesar 0.070 (keduanya  $>0$ ) mengindikasikan model memiliki relevansi prediktif yang baik, menunjukkan kemampuan model dalam memprediksi variabel endogen.

**Tabel 6**  
 **$R^2$ ,  $F^2$ , VIF,  $Q^2$**

R square	Endogenous variables		R <sup>2</sup>	R square adjusted
		IC		0.273
	K		0.116	0.088
Effect size (F-square)	Exogenous variable		IC	KU
		DL	0.208	0.045
		EO	0.090	0.039
		IC	-	0.000
VIF (Inner VIF)	Exogenous variable		IC	KU
		DL	1.048	1.267
		EO	1.048	1.143
		IC		1.375
$Q^2$ (Predictive Relevance)	Endogenous variables		$Q^2$	
		IC		0.144
		KU		0.070

Sumber: Peneliti (2026)

### Uji Hipotesis

Tabel 7 menunjukkan hasil pengujian pengaruh langsung dengan empat hipotesis diterima: *Digital literacy* berpengaruh positif signifikan terhadap Innovation Capability ( $\beta=0.399$ ,  $p=0.000$ ) dan Kinerja UMKM ( $\beta=0.224$ ,  $p=0.044$ ); Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Innovation Capability ( $\beta=0.263$ ,  $p=0.004$ ) dan Kinerja UMKM ( $\beta=0.197$ ,  $p=0.049$ ). Namun, H5 ditolak karena Innovation Capability tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM ( $\beta=0.020$ ,  $p=0.849$ ), mengindikasikan bahwa meskipun *digital literacy* dan orientasi kewirausahaan meningkatkan *innovation capability*, *innovation capability* tidak secara langsung meningkatkan kinerja.

**Tabel 7**  
**Uji Pengaruh Langsung**

Hipotesis	Jalur	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
H1	DL → IC	0.399	0.413	0.091	4.360	0.000
H2	DL → KU	0.224	0.239	0.111	2.016	0.044
H3	EO → IC	0.263	0.276	0.091	2.894	0.004
H4	EO → KU	0.197	0.201	0.100	1.973	0.049
H5	IC → KU	0.020	0.020	0.106	0.190	0.849

Sumber: Peneliti (2026)

Tabel 8 menunjukkan hasil uji mediasi dengan kedua hipotesis ditolak: *innovation capability* tidak memediasi pengaruh *Digital literacy* terhadap Kinerja ( $\beta=0.008$ ,  $p=0.861$ )

maupun pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja ( $\beta=0.005$ ,  $p=0.873$ ). Hasil ini konsisten dengan temuan Tabel 7 bahwa Innovation Capability tidak berpengaruh terhadap kinerja, sehingga peran mediasi Innovation Capability tidak terbukti dalam konteks UMKM di Kota Surabaya.

**Tabel 8**  
**Uji Mediasi**

Hipotesis	Jalur Mediasi	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ((O/STDEV))	P Values
H6	DL → IC → KU	0.008	0.009	0.046	0.176	0.861
H7	EO → IC → KU	0.005	0.009	0.033	0.160	0.873

Sumber: Peneliti (2026)

Penelitian ini menguji tujuh hipotesis untuk menganalisis pengaruh *digital literacy* dan *entrepreneurial orientation* terhadap *innovation capability* dan kinerja UMKM, serta peran mediasi *innovation capability*. Hasil pengujian menunjukkan Hipotesis 1 diterima dengan *digital literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *innovation capability*, sejalan dengan (Jasin et al., 2024; Shatila et al., 2025; Zahwa et al., 2025). Hipotesis 2 diterima dengan *digital literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM, mendukung temuan (Angkhasakulkiat et al., 2025; Kusuma Hastuti, 2021; Patria et al., 2023; Sadik Tatli et al., 2023). Hipotesis 3 diterima dengan *entrepreneurial orientation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *innovation capability*, konsisten dengan (Ngo, 2023; Nuryakin, 2024; Savitri et al., 2021). Hipotesis 4 diterima dengan *entrepreneurial orientation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM, sejalan dengan (Fan et al., 2021; Pulu et al., 2025). Namun, Hipotesis 5 ditolak karena *innovation capability* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM, berbeda dengan (Khan et al., 2023; Muna et al., 2025; Nuryakin, 2024; Subagja et al., 2022). Konsekuensinya, Hipotesis 6 dan 7 juga ditolak karena *innovation capability* tidak memediasi pengaruh *digital literacy* maupun *entrepreneurial orientation* terhadap kinerja UMKM, tidak sejalan dengan (Anggitasari et al., 2023; Ngo, 2023; Nuryakin, 2024; Permatasari & Praswati, 2024; Shatila et al., 2025; Suprianto & Rasyid, 2025; Yoo & Kim, 2019). Tidak signifikannya pengaruh langsung *innovation capability* terhadap Kinerja UMKM, serta gagalnya *innovation capability* memediasi hubungan *digital literacy* dan *entrepreneurial orientation* terhadap Kinerja, menunjukkan bahwa UMKM mikro di Kota Surabaya lebih mendapat manfaat langsung dari penggunaan teknologi digital untuk pemasaran online dan sikap kewirausahaan untuk merespons pasar, tanpa harus melewati proses pengembangan inovasi yang memerlukan waktu dan biaya besar.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa *digital literacy* dan *entrepreneurial orientation* berpengaruh langsung terhadap Kinerja UMKM tanpa mediasi *innovation capability*, mengindikasikan bahwa UMKM mikro di sektor fashion dan kuliner lebih mengandalkan pemanfaatan langsung teknologi digital untuk pemasaran dan responsivitas pasar dibanding pengembangan inovasi formal. Temuan ini berkontribusi pada *Resource-Based View* dengan menunjukkan bahwa dalam konteks UMKM negara berkembang, sumber daya digital dapat langsung menjadi sumber keunggulan kompetitif tanpa transformasi melalui *innovation capability*. Secara praktis, UMKM dan pembuat kebijakan perlu memprioritaskan peningkatan *digital literacy* dan orientasi kewirausahaan dibanding fokus pada inovasi produk formal. Penelitian mendatang sebaiknya mengeksplorasi variabel mediasi alternatif (*marketing capability*), variabel moderasi (*resource availability*), dan menggunakan desain longitudinal untuk menangkap *time lag* antara inovasi dan kinerja.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Ajili, W., & Slimene, I. B. (2021). Covid-19 and resilience in business and management research. *Journal of Entrepreneurship Education*, 24.
- Alfarizi, M., Widiastuti, T., & Ngatindriatun. (2024). Exploration of Technological Challenges and Public Economic Trends Phenomenon in the Sustainable Performance of Indonesian Digital MSMEs on Industrial Era 4.0. *Journal of Industrial Integration and Management*, 09(01), 65–96. <https://doi.org/10.1142/S2424862223500045>
- Anderson, B. S., Covin, J. G., & Slevin, D. P. (2009). Understanding the relationship between entrepreneurial orientation and strategic learning capability: An empirical investigation. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 3(3), 218–240. <https://doi.org/10.1002/sej.72>
- Anggitasari, D., Purwanto, E., & Pertiwi, T. K. (2023). The Effect of Digital Capability and Digital Literacy on Business Performance With Employee Innovation as a Mediating Variable at PT Pegadaian. *Return : Study of Management, Economic and Bussines*, 2(9), 883–898. <https://doi.org/10.57096/return.v2i9.150>
- Anggraeni, M., & Sanaji, S. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Kinerja Pemasaran selama Pandemi Covid-19 dengan Mediasi Kemampuan Inovasi dan Kemampuan Branding (Studi pada Pelaku UMKM yang Menggunakan Media Sosial). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 752. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n2.p752-767>
- Angkhasakulkiat, R., Puriwat, W., & Hoonsopon, D. (2025). Digital Literacy for Business Performance: A Study of Entrepreneurs. *HighTech and Innovation Journal*, 6(1), 273–288. <https://doi.org/10.28991/HIJ-2025-06-01-018>
- APJII. (2025). *Survei Internet APJII 2025*. <https://survei.apjii.or.id/>
- Athia, I., Soetjipto, B. E., & Efendi, E. (2023). THE IMPROVEMENT OF MSMEs' BUSINESS PERFORMANCE DURING THE COVID-19 PANDEMIC THROUGH FINANCIAL AND DIGITAL LITERACY. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 12(1). <https://doi.org/10.26418/jebik.v12i1.58984>
- Augusty Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Badan Pusat Statistik Kota Surabaya. (2025a). *Pertumbuhan Ekonomi Kota Surabaya Tahun 2024 Naik*. <https://surabayakota.bps.go.id/id/news/2025/03/04/255/pertumbuhan-ekonomi-kota-surabaya-tahun-2024-naik.html>
- Badan Pusat Statistik Kota Surabaya. (2025b). *PRJ Surabaya 2025: Panggung UMKM dan perputaran ekonomi*.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Choi, Y., & Lim, U. (2017). Contextual Factors Affecting the Innovation Performance of Manufacturing SMEs in Korea: A Structural Equation Modeling Approach. *Sustainability*, 9(7), 1193. <https://doi.org/10.3390/su9071193>
- detikJatim. (2024). *Sinergi Dinkopdag dan Universitas Ciputra Dorong UMKM Surabaya Melek Digital* Baca artikel detikjatim, "Sinergi Dinkopdag dan Universitas Ciputra Dorong UMKM Surabaya Melek Digital". <https://www.detik.com/jatim/bisnis/d-7184148/sinergi-dinkopdag-dan-universitas-ciputra-dorong-umkm-surabaya-melek-digital>
- dinkopumdag. (2024). *Renja Dinkopdag 2025*. [https://dinkopdag.surabaya.go.id/sdm\\_downloads/renja-dinkopdag-2025/](https://dinkopdag.surabaya.go.id/sdm_downloads/renja-dinkopdag-2025/)
- Dogbe, C. S. K., Tian, H.-Y., Pomegbe, W. W. K., Sarsah, S. A., & Otoo, C. O. A. (2020). MARKET ORIENTATION AND NEW PRODUCT SUPERIORITY AMONG SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES (SMEs): THE MODERATING ROLE OF INNOVATION CAPABILITY. *International Journal of Innovation Management*, 24(05), 2050043. <https://doi.org/10.1142/S1363919620500437>
- Eshet-Alkalai, Y. (2004). Digital Literacy: A Conceptual Framework for Survival Skills in the Digital Era. *Journal of Educational Multimedia and Hypermedia*, 13.

- Fan, M., Qalati, S. A., Khan, M. A. S., Shah, S. M. M., Ramzan, M., & Khan, R. S. (2021). Effects of entrepreneurial orientation on social media adoption and SME performance: The moderating role of innovation capabilities. *PLOS ONE*, *16*(4), e0247320. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0247320>
- Gold, A. H., Malhotra, A., & Segars, A. H. (2001). Knowledge Management: An Organizational Capabilities Perspective. *Journal of Management Information Systems*, *18*(1), 185–214. <https://doi.org/10.1080/07421222.2001.11045669>
- Hair, J. F., Matthews, L. M., Matthews, R. L., & Sarstedt, M. (2017). PLS-SEM or CB-SEM: Updated guidelines on which method to use. *International Journal of Multivariate Data Analysis*, *1*(2), 107. <https://doi.org/10.1504/IJMDA.2017.087624>
- Hair, J., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling*.
- Hair, J.F., Black, W.C, Babin, B.J, & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th Edition). Pearson.
- Haryo Limanseto. (2025, January 30). Pemerintah Dorong UMKM Naik Kelas, Tingkatkan Kontribusi terhadap Ekspor Indonesia. *Www.Ekon.Go.Id*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/6152/pemerintah-dorong-umkm-naik-kelas-tingkatkan-kontribusi-terhadap-ekspor-indonesia>
- Jalil, M. F., Lynch, P., Marikan, D. A. B. A., & Isa, A. H. B. M. (2025). The influential role of artificial intelligence (AI) adoption in digital value creation for small and medium enterprises (SMEs): Does technological orientation mediate this relationship? *AI & SOCIETY*, *40*(3), 1875–1896. <https://doi.org/10.1007/s00146-024-01969-1>
- Jasin, M., Anisah, H. U., Fatimah, C. E. A., Azra, F. E. A., Suzanawaty, L., & Junaedi, I. W. R. (2024). The role of digital literacy and knowledge management on process innovation in SMEs. *International Journal of Data and Network Science*, *8*(1), 337–344. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.9.020>
- Khan, M. K., Takrim, K., Haseeb, M., & Khan, A. (2023). Determinants of Innovation Capability and Nexus between Innovation Capability and Performance of SMEs. *Pakistan Journal of Humanities and Social Sciences*, *11*(2). <https://doi.org/10.52131/pjhss.2023.1102.0473>
- kominfo.jatimprov. (2023). *Kontribusi UMKM pada Kinerja Ekonomi Jatim Meningkatkan 58,36 Persen*. <https://kominfo.jatimprov.go.id/berita/kontribusi-umkm-pada-kinerja-ekonomi-jatim-meningkat-58-36-persen>
- Kumalaningrum, M. P. (2011). PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP PROFITABILITAS UKM DENGAN ORIENTASI PASAR SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, *6*(2), 99. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2011.62.62>
- Kusuma Hastuti, W. (2021). THE IMPACT OF DIGITAL LITERACY AND ENTREPRENEURIAL ORIENTATION TO SURAKARTA BATIK SMEs PERFORMANCE. *Economica*, *9*(1), 120–132. <https://doi.org/10.22202/economica.2020.v9.i2.4648>
- Latifah, L., Setiawan, D., Aryani, Y. A., & Rahmawati, R. (2020). Business strategy – MSMEs’ performance relationship: Innovation and accounting information system as mediators. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, *28*(1), 1–21. <https://doi.org/10.1108/JSBED-04-2019-0116>
- Lawson, B., & Samson, D. (2001). DEVELOPING INNOVATION CAPABILITY IN ORGANISATIONS: A DYNAMIC CAPABILITIES APPROACH. *International Journal of Innovation Management*, *05*(03), 377–400. <https://doi.org/10.1142/S1363919601000427>
- Lin, H., Lee, M., Liang, J., Chang, H., Huang, P., & Tsai, C. (2020). A review of using partial least square structural equation modeling in e-learning research. *British Journal of Educational Technology*, *51*(4), 1354–1372. <https://doi.org/10.1111/bjet.12890>
- Lisnawati. (2024). *TANTANGAN UMKM DI TAHUN 2024*.

- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (2001). Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance. *Journal of Business Venturing*, 16(5), 429–451. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(00\)00048-3](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(00)00048-3)
- Miller, D. (2011). Miller (1983) Revisited: A Reflection on EO Research and Some Suggestions for the Future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(5), 873–894. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2011.00457.x>
- Moch. Nuzlal M. R & Nur Laily. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Bisnis Melalui Mediasi Orientasi Pasar. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(3).
- Muna, N., Sri Subawa, N., Raka Suardana, I. B., & Lasmi, N. W. (2025). The Impact of Social Media Adoption on Innovation Quality and Business Performance in Bali's Handcrafted Jewelry SMEs: A Dynamic Capability Perspective. *ABAC Journal*, 45(1). <https://doi.org/10.59865/abacj.2024.71>
- 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>
- Ngo, Q.-H. (2023). The Impact of Entrepreneurial Orientation on SMEs' Performance in a Transitional Economy: The Mediating Role of Differentiation Advantages and Innovation Capability. *Sage Open*, 13(4), 21582440231203035. <https://doi.org/10.1177/21582440231203035>
- Nikou, S., De Reuver, M., & Mahboob Kanafi, M. (2022). Workplace literacy skills—How information and digital literacy affect adoption of digital technology. *Journal of Documentation*, 78(7), 371–391. <https://doi.org/10.1108/JD-12-2021-0241>
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory*. McGraw-Hill Companies, Incorporated. <https://books.google.co.id/books?id=r0fuAAAAMAAJ>
- Nuryakin. (2024). Entrepreneurial orientation and SME export performance: Unveiling the mediating roles of innovation capability and international networking accessibility in the brass industry. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 20(1), 30–46. <https://doi.org/10.7341/20242012>
- Patria, H., Fatchul Alam, M. A., Mulyadi, A., & Setyarko, A. (2023). The Influences of Digital Technology, Digital Literacy, and Digital Marketing On The Performance of SMEs in Bekasi. *Cakrawala Repositori IMWI*, 6(1), 401–419. <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v6i1.235>
- Permatasari, A. E. D., & Praswati, A. N. (2024). The Effect of Entrepreneurial Orientation on Performance Mediated by Innovation and Network Capability. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(1), 105–118. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i1.2394>
- Pulu, M. H., Haba, B., Ndamung, J., Marak, A. B. K., & Situmorang, T. P. (2025). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM Di Kota Waingapu. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 1434–1442. <https://doi.org/10.33395/jmp.v14i1.14941>
- Putra, I., Syahrul, L., & Yuliharsi. (2023). The effect of digital literacy and transformational leadership on employee performance mediated by innovative work behavior at the Padang city population and civil registration service. *Enrichment : Journal of Management*, 12(6), 5014–5022. <https://doi.org/10.35335/enrichment.v12i6.1124>
- Rajapathirana, R. P. J., & Hui, Y. (2018). Relationship between innovation capability, innovation type, and firm performance. *Journal of Innovation & Knowledge*, 3(1), 44–55. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2017.06.002>
- 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>
- Ruiz-Ortega, M. J., García-Villaverde, P. M., De La Gala-Velásquez, B., Hurtado-Palomino, A., & Arredondo-Salas, Á. Y. (2021). Innovation capability and pioneering orientation in Peru's cultural heritage tourism destinations: Conflicting environmental effects. *Journal of*

- Hospitality and Tourism Management*, 48, 441–450.  
<https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.07.012>
- Sadik Tatli, H., Sefa Yavuz, M., & Ongel, G. (2023). The Mediator Role of Task Performance in the Effect of Digital Literacy on Firm Performance. *Marketing and Management of Innovations*, 14(2), 75–86. <https://doi.org/10.21272/mmi.2023.2-08>
- Savitri, E., Dp, E. N., & Syahza, A. (2021). Can innovation mediate the effect of adaptability, entrepreneurial orientation on business performance? *Management Science Letters*, 11(8), 2301–2312. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2021.3.014>
- Shatila, K., Aránega, A. Y., Soga, L. R., & Hernández-Lara, A. B. (2025). Digital literacy, digital accessibility, human capital, and entrepreneurial resilience: A case for dynamic business ecosystems. *Journal of Innovation & Knowledge*, 10(3), 100709. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2025.100709>
- Siregar, M. Y., Lubis, A. N., Absah, Y., & Gultom, P. (2024). Increasing the competitive advantage and the performance of SMEs using entrepreneurial marketing architectural innovation capability in North Sumatera, Indonesia. *Uncertain Supply Chain Management*, 12(2), 965–976. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2023.12.011>
- Skare, M., De Las Mercedes De Obesso, M., & Ribeiro-Navarrete, S. (2023). Digital transformation and European small and medium enterprises (SMEs): A comparative study using digital economy and society index data. *International Journal of Information Management*, 68, 102594. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2022.102594>
- Subagja, A. D., Almaududi Ausat, A. M., & Suherlan, S. (2022). The Role of Social Media Utilization and Innovativeness on SMEs Performance. *JURNAL IPTEKKOM Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi*, 24(2), 85–102. <https://doi.org/10.17933/iptekkom.24.2.2022.85-102>
- Suprianto, I., & Rasyid, R. (2025). The Influence of Financial Literacy and Digital Literacy on MSME Performance in Merangin Regency Jambi Province with Innovation as a Mediating Variable. *Asian Journal of Applied Business and Management*, 4(2), 509–524. <https://doi.org/10.55927/ajabm.v4i2.197>
- Wales, W. J., Gupta, V. K., & Mousa, F.-T. (2013). Empirical research on entrepreneurial orientation: An assessment and suggestions for future research. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 31(4), 357–383. <https://doi.org/10.1177/0266242611418261>
- Wediawati, B., Adriani, Z., Setiawati, R., Rts. Ratnawati, & Dewi, E. (2025). The Impact of Entrepreneurial, Financial, and Digital Literacy on MSME Performance. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 13(4), 2643–2658. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v13i4.3411>
- Wiklund, J., & Shepherd, D. (2003). Knowledge-based resources, entrepreneurial orientation, and the performance of small and medium-sized businesses. *Strategic Management Journal*, 24(13), 1307–1314. <https://doi.org/10.1002/smj.360>
- World Bank. (2025). *Small and Medium Enterprises (SMEs) Finance*. <https://www.worldbank.org/en/topic/smefinance>
- Yıldız, S., Baştürk, F., & Boz, İ. T. (2014). The Effect of Leadership and Innovativeness on Business Performance. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 150, 785–793. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.09.064>
- Yoo, J., & Kim, J. (2019). The Effects of Entrepreneurial Orientation and Environmental Uncertainty on Korean Technology Firms' R&D Investment. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 5(2), 29. <https://doi.org/10.3390/joitmc5020029>
- Zahwa, A., Sutjipto, M. R., & Salim, D. F. (2025). A strategic model for women entrepreneurs: Digital literacy, resources, and innovation in enhancing MSME performance. *Edelweiss Applied Science and Technology*, 9(4), 2571–2586. <https://doi.org/10.55214/25768484.v9i4.6607>

- Zhao, F. (2005). Exploring the synergy between entrepreneurship and innovation. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 11(1), 25–41. <https://doi.org/10.1108/13552550510580825>
- Zhao, L., He, Q., Guo, L., & Sarpong, D. (2024). Organizational Digital Literacy and Enterprise Digital Transformation: Evidence From Chinese Listed Companies. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 71, 11884–11897. <https://doi.org/10.1109/TEM.2023.3241411>