

PENGARUH LITERASI DIGITAL, INOVASI PRODUK DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP PENGEMBANGAN UMKM DI KOTA PARIAMAN

Masya Putri Ayu¹, Arnayulis², Vicka Pramudya Putra³

^{1,2,3}Program Studi Pengelolaan Agribisnis, Jurusan Bisnis Pertanian,
Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh, Indonesia
e-mail: ¹masyaputri67@gmail.com

Diterima: 26 Juni 2026; **Revisi:** 22 Juli 2026; **Disetujui:** 24 Juli 2026

ABSTRACT

Technological developments encourage Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to improve their ability to utilize technology, create innovative products, and implement entrepreneurial orientation to strengthen business development. This study aims to analyze the influence of digital literacy, product innovation, and entrepreneurial orientation on the development of food and beverage MSMEs in Pariaman City. The quantitative approach was used by involving 100 MSME actors as respondents. The research data was collected through the distribution of questionnaires to respondents, then analyzed using SPSS software version 16. The analysis stages include testing the validity and reliability of the instrument, classical assumption tests consisting of normality, multicollinearity and heteroscedasticity, multiple linear regression analysis, t-test, F test, and determination coefficient (R²). The results showed that all instruments met the requirements for validity and reliability, while the regression model met the necessary assumptions. The partial analysis shows that digital literacy, product innovation, and entrepreneurial orientation each have a positive and significant influence on the development of MSMEs. Simultaneous testing also proves that these three variables have a significant effect on the development of MSMEs in Pariaman City. The Adjusted R² value of 0.522 shows that 52.2% of the variation in MSME development can be explained by digital literacy, product innovation, and entrepreneurial orientation, while 47.8% is influenced by other factors outside the research model. The results of the study confirm that strengthening digital capabilities, developing product innovation, and increasing entrepreneurial orientation are important aspects in supporting the development of MSMEs in Pariaman City.

Keywords: *digital literacy, entrepreneurial orientation, MSME development, product innovation.*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi mendorong pelaku UMKM untuk meningkatkan kemampuan memanfaatkan teknologi, menciptakan produk yang inovatif, serta menerapkan orientasi kewirausahaan guna memperkuat pengembangan usaha. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh literasi digital, inovasi produk, serta orientasi kewirausahaan terhadap pengembangan UMKM makanan dan minuman di Kota Pariaman. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan melibatkan 100 pelaku UMKM sebagai responden. Data penelitian dikumpulkan dengan penyebaran kuesioner kepada responden, kemudian dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 16. Tahapan analisis mencakup pengujian validitas dan reliabilitas instrumen, uji asumsi klasik yang terdiri atas normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, serta koefisien determinasi (R²). Hasil penelitian memperlihatkan seluruh instrumen memenuhi persyaratan validitas dan reliabilitas, sedangkan model regresi memenuhi asumsi yang diperlukan. Analisis secara parsial menunjukkan literasi digital, inovasi produk dan orientasi kewirausahaan masing-masing memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan UMKM. Pengujian secara simultan juga membuktikan bahwa ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap pengembangan UMKM

di Kota Pariaman. Nilai *Adjusted R²* 0,522 menunjukkan 52,2% variasi pengembangan UMKM dapat dijelaskan oleh literasi digital, inovasi produk, dan orientasi kewirausahaan, sedangkan 47,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Hasil penelitian menegaskan bahwa penguatan kemampuan digital, pengembangan inovasi produk, serta peningkatan orientasi kewirausahaan menjadi aspek penting dalam mendukung pengembangan UMKM di Kota Pariaman.

Kata kunci: inovasi produk, literasi digital, orientasi kewirausahaan, pengembangan UMKM

PENDAHULUAN

UMKM berperan strategis untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, menyediakan lapangan kerja, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Di Indonesia, UMKM memberikan kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan mampu menciptakan tenaga kerja dengan jumlah yang tinggi. Keberlangsungan dan pengembangan UMKM berperan penting untuk mendukung pembangunan ekonomi nasional (Vinatra, 2023).

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola aktivitas bisnis, mencakup kegiatan pemasaran dan pengembangan usaha. Penerapan teknologi digital mempermudah UMKM dalam mengakses pasar yang lebih luas, mengembangkan efektivitas pemasaran, serta retensi pelanggan. Namun, pemanfaatan teknologi digital pada kalangan UMKM masih tergolong rendah. Mayoritas pelaku usaha makanan dan minuman di Kota Pariaman belum mengadopsi media digital sebagai bagian dari strategi promosi dan penjualan produk. Pemasaran produk lebih banyak dilakukan melalui metode konvensional (Lestari et al., 2024). Kondisi tersebut menunjukkan kemampuan literasi digital berperan penting bagi pelaku usaha untuk mengakses, memahami, serta memanfaatkan teknologi digital dalam mendukung pengembangan usaha.

Literasi digital berkontribusi terhadap peningkatan daya saing UMKM melalui penerapan teknologi digital dalam aktivitas pemasaran, komunikasi dengan konsumen, serta pengembangan usaha (Ilyas et al., 2025). Inovasi produk berperan meningkatkan daya saing. Inovasi dapat mengembangkan kualitas produk, penambahan variasi produk, penyempurnaan desain kemasan, maupun pemberian nilai tambah sesuai kebutuhan pasar. Pelaku usaha yang secara konsisten menghasilkan inovasi, lebih mampu mempertahankan posisinya di pasar daripada pelaku usaha yang tidak melakukan pembaruan produk (Hidayatullah & Pratama, 2025). Kemampuan menghasilkan inovasi juga dipengaruhi oleh orientasi kewirausahaan yang tercermin dari sikap proaktif dalam mencari peluang, keberanian mengambil risiko, serta kemampuan menciptakan pembaruan dalam usaha (Felix, 2021).

Kota Pariaman termasuk daerah di Provinsi Sumatera Barat yang mempunyai peluang cukup besar dalam pengembangan UMKM, khususnya pada bidang makanan dan minuman. Data Dinas Koperindag Kota Pariaman tahun 2022, total UMKM mencapai 10.114 unit yang tersebar pada empat kecamatan, dengan jumlah terbanyak berada di Kecamatan Pariaman Tengah (Zaki & Dhani, 2025). Meskipun memiliki potensi yang besar, hasil observasi awal memperlihatkan mayoritas pelaku UMKM masih menjalankan aktivitas promosi secara langsung. Pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan *marketplace* katalog digital masih belum optimal. Inovasi produk masih terbatas pada sedikit perubahan variasi dan kemasan, sedangkan orientasi kewirausahaan pelaku usaha masih menunjukkan rendahnya keberanian dalam mengambil risiko serta kurangnya inisiatif untuk mencari peluang usaha baru.

Hasil temuan Auwalia et al. (2024) menjelaskan bahwa pengembangan UMKM dipengaruhi oleh literasi digital. Inovasi produk berpengaruh terhadap pengembangan UMKM (Azzahra, 2021), dan orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap pengembangan UMKM (Ramadhani & Salqaura, 2024). Namun, kajian terdahulu umumnya masih berfokus pada pembahasan masing-masing variabel secara

terpisah. Penelitian menganalisis pengaruh literasi digital, inovasi produk, serta orientasi kewirausahaan secara simultan pada sektor makanan dan minuman di Kota Pariaman masih relatif terbatas.

Penelitian difokuskan dalam mengkaji pengaruh literasi digital, inovasi produk, serta orientasi kewirausahaan terhadap pengembangan UMKM di Kota Pariaman. Temuan yang dihasilkan diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pengembangan penelitian pada bidang yang sama, sekaligus memberikan masukan dalam upaya meningkatkan kapasitas internal pelaku UMKM menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi, serta menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompetitif.

Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu, penelitian ini merumuskan empat hipotesis. Hipotesis pertama (H1) menyatakan bahwa literasi digital berpengaruh signifikan terhadap pengembangan UMKM Kota Pariaman. Hipotesis kedua (H2) menyatakan bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap pengembangan UMKM Kota Pariaman. Hipotesis ketiga (H3) menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap pengembangan UMKM Kota Pariaman. Hipotesis keempat (H4) menyatakan bahwa literasi digital, inovasi produk, dan orientasi kewirausahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pengembangan UMKM Kota Pariaman.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif guna mengkaji pengaruh literasi digital, inovasi produk, serta orientasi kewirausahaan terhadap pengembangan UMKM di Kota Pariaman, Sumatera Barat. Pemilihan pendekatan kuantitatif didasarkan pada kemampuannya dalam menguji hubungan antarkonstruksi secara objektif melalui analisis statistik yang sesuai dengan tujuan kajian. Proses pengumpulan data berlangsung pada bulan Maret hingga Mei 2026.

Populasi penelitian mencakup seluruh UMKM di Kota Pariaman yang berjumlah 10.114 unit dan sebanyak 4.381 unit UMKM makanan dan minuman. Jumlah sampel ditentukan berdasarkan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (*error*) sebesar 10%. Tingkat kesalahan tersebut menunjukkan batas kesalahan yang masih dapat diterima dengan tingkat kepercayaan 90%. Tingkat kesalahan 10% dipilih karena penelitian bertujuan memperoleh gambaran mengenai pengaruh literasi digital, inovasi produk, serta orientasi kewirausahaan terhadap pengembangan UMKM dengan populasi yang relatif besar. Tingkat kesalahan tersebut merupakan salah satu tingkat kesalahan yang umum digunakan dalam penelitian ilmu sosial dan masih dapat diterima untuk memperoleh sampel yang mewakili populasi. Perhitungan dengan rumus Slovin menghasilkan jumlah sampel 100 responden (Manalu *et al.*, 2024). Teknik pengambilan sampel ditentukan dengan teknik *purposive sampling*. Teknik ini dipilih karena penelitian memerlukan responden yang memiliki karakteristik tertentu sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga tidak seluruh anggota populasi dapat dijadikan sampel (Sugiyono, 2023). Kriteria responden mencakup pelaku UMKM sektor makanan dan minuman yang masih aktif mengelola usahanya serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner dengan skala Likert lima tingkat. Data sekunder diperoleh dari dokumen instansi terkait, jurnal, serta buku yang sesuai topik kajian. Definisi operasional variabel yang digunakan penelitian ini ditampilkan pada tabel.

Tabel 1. Definisi operasional variabel penelitian.

Variabel	Indikator	Sumber
Literasi digital (X1)	- Informasi dan literasi data - Komunikasi dan kolaborasi - Keamanan	Maulana & Suyono (2023)
	- Kemampuan teknologi	
Inovasi produk (X2)	- Kualitas produk - Variasi produk - Gaya dan desain produk	Kotler & Armstrong (2016)
Orientasi kewirausahaan (X3)	- Keinovasian - Proaktif - Pengambilan resiko	Herlinawati et al (2019)
Pengembangan UMKM (Y)	- Produktif dan pengolahan - Pemasaran - Sumber daya manusia - Desain dan teknologi	Samsuri (2021)

Sumber: Data diolah, 2026

Indikator pada setiap variabel, selanjutnya dijadikan dasar dalam penyusunan butir-butir pernyataan pada kuesioner penelitian. Analisis data menggunakan SPSS versi 16 sebagai alat pengujian validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linear berganda, uji F, uji t dan (R^2). Pemilihan analisis regresi linear berganda didasarkan pada kesesuaiannya untuk menganalisis beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat. Model penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

- Y = Variabel Terikat (Perkembangan Usaha)
- X₁ = Variabel Bebas (Literasi Digital)
- X₂ = Variabel Bebas (Inovasi Produk)
- X₃ = Variabel Bebas (Orientasi Kewirausahaan)
- $\beta_1 - \beta_4$ = Koefisien Regresi
- e = Error

Perhitungan regresi berganda ini dilakukan dengan menggunakan output dari program SPSS.

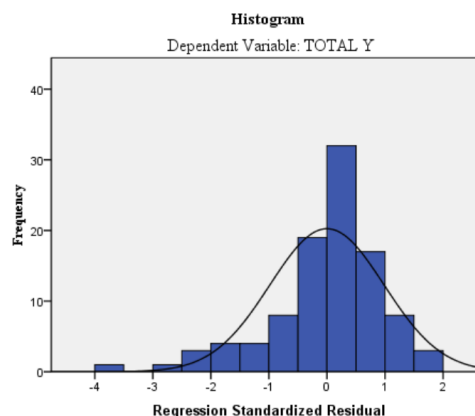
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Instrumen Penelitian

Uji kualitas instrumen dilaksanakan sebelum pengumpulan data dengan melibatkan 30 responden sebelum pelaksanaan pengumpulan data penelitian utama dan dianalisis menggunakan SPSS versi 16. Hasil uji validitas mengindikasikan seluruh pernyataan valid, yang ditandai oleh r hitung melampaui nilai r tabel 0,361 serta tingkat signifikansi kurang dari 0,05 (Ghozali, 2021). Pengujian reliabilitas memperlihatkan koefisien *Cronbach's Alpha* yang diperoleh semua variabel melebihi batas minimum 0,60 (Murdani et al., 2023). Hasil tersebut mengindikasikan instrumen penelitian memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas sehingga layak digunakan pada pengumpulan data penelitian utama yang melibatkan 100 responden.

Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan untuk menilai apakah data berdistribusi normal dan digunakan sebagai penilaian kecocokan sebaran data dengan asumsi normalitas sebagai salah satu persyaratan analisis statistik. Beberapa cara yang dilakukan untuk mengetahui normalitas adalah dengan melihat bentuk kurva yang diciptakan oleh diagram batang dan *Grafik normality probability plot* yaitu dengan melihat persebaran pola di dalam grafik (Zahriyah et al., 2021). Hasil analisis normalitas disajikan pada Gambar 1.

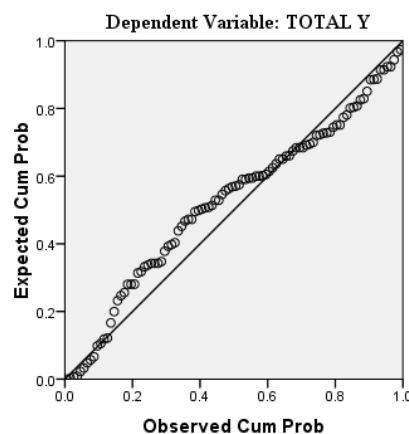


Gambar 1. Grafik Histogram

Sumber: Data diolah, 2026

Hasil normalitas pada gambar 1 menunjukkan data bentuk garis lurus diagonal seperti lonceng di atas dan semua blok ada didalam lengkungan baris tersebut. Berdasarkan hasil pengujian, model regresi dinyatakan memenuhi asumsi normalitas karena residual yang dihasilkan terdistribusi secara normal (Situmeang et al., 2022).

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 2. Normality Probability Plot

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan pola penyebaran pada Grafik Normal Probability Plot, titik-titik residual tampak mengelompok sekitar garis diagonal, serta memiliki sebaran yang sejalan dengan garis tersebut tanpa penyimpangan yang berarti, data dinyatakan berdistribusi normal. Zahriyah et al. (2021), menyatakan bahwa sebaran titik-titik residual berada di sekitar garis diagonal selaras dengan arah garis, sehingga tidak terlihat adanya pola penyimpangan yang berarti. Kondisi tersebut memberikan bukti bahwa data residual memiliki distribusi normal sekaligus memenuhi asumsi normalitas. Pemenuhan asumsi normalitas menunjukkan model regresi memenuhi persyaratan guna menganalisis pengaruh literasi digital, inovasi produk, serta orientasi kewirausahaan pada pengembangan UMKM di Pariaman.

Hasil pengamatan terhadap grafik histogram dan *Normal probability plot* menunjukkan bahwa residual model regresi memenuhi asumsi normalitas. Pengujian menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test dilakukan sebagai konfirmasi terhadap hasil analisis tersebut. Hasil pengujian ditampilkan pada tabel 2.

Tabel 2. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized residual
N		100
Normal Parameters	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,38625618
Most Extreme Differences	Absolute	0,116
	Positive	0,065
	Negative	-0,116
Kolmogorov-smirnov Z		1,163
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,134

Sumber: Data diolah, 2026

Nilai signifikan yang diperoleh sebesar 0,134 melebihi batas 0,05. Hasil mengindikasikan residual pada model regresi memiliki distribusi normal, maka asumsi normalitas dinyatakan terpenuhi. Pemenuhan asumsi tersebut menunjukkan bahwa model regresi telah memenuhi salah satu persyaratan asumsi klasik sehingga layak digunakan untuk menganalisis pengaruh literasi digital, inovasi produk, serta orientasi kewirausahaan terhadap pengembangan UMKM di Kota Pariaman telah memenuhi salah satu persyaratan dalam uji asumsi klasik sehingga dapat digunakan pada tahap analisis berikutnya.

Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan bantuan SPSS versi 16. Hasil pengujian ditampilkan pada tabel 3.

Tabel 3. Hasil uji multikolinearitas

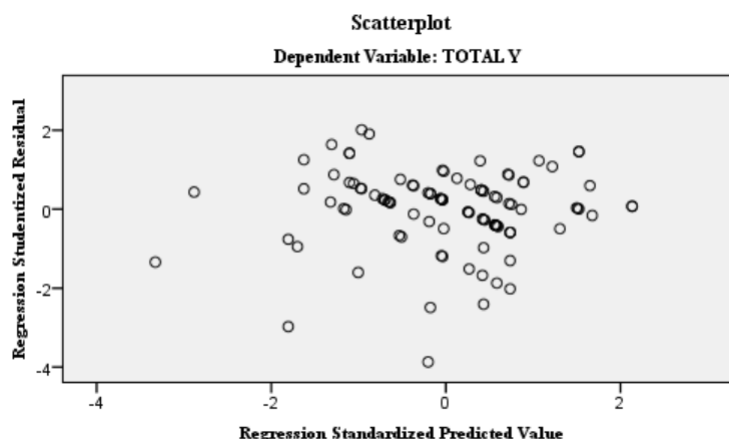
No	Variabel	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Literasi digital (X1)	0,718	1,393
2	Inovasi produk (X2)	0,754	1,327
3	Orientasi wirausaha (X3)	0,679	1,474

Sumber: Data diolah, 2026

Pengujian multikolinearitas bertujuan mengevaluasi ada atau tidaknya hubungan linear yang kuat antarvariabel independen tidak memiliki hubungan linear yang dapat mempengaruhi model regresi. Hasil pengujian, seluruh variabel bebas menunjukkan nilai *tolerance* melebihi 0,10 dan nilai (*VIF*) <10. Kondisi tersebut mengindikasikan model regresi tidak mengalami gejala multikolinearitas, sehingga analisis regresi linear berganda dapat dilaksanakan (Aditiya *et al.*, 2023).

Uji Heteroskedastisitas

Grafik *Scatterplot* digunakan untuk mengevaluasi keberadaan gejala heteroskedastisitas pada model regresi. Hasil analisis tersebut ditampilkan pada gambar 3.



Gambar 3. Grafik scatterplot

Sumber: Data diolah, 2026

Pengamatan ini menunjukkan titik residual menyebar secara acak pada grafik tanpa menggambarkan pola tertentu. Sebaran tersebut di sekitar nilai 0 pada sumbu y serta tidak memperlihatkan kecenderungan membentuk pola yang sistematis. Kondisi tersebut mengindikasikan model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas (Kurnia *et al.*, 2023).

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis digunakan sebagai dasar pengujian hipotesis dengan mengacu pada (Ghozali, 2018). Metode ini menganalisis hubungan antara beberapa variabel independen dengan satu variabel dependen secara bersamaan. Seluruh proses pengolahan data menggunakan *software* SPSS 16, sedangkan hasil analisis ditampilkan pada tabel.

Tabel 4 Analisis regresi linear berganda

Model	B	Std. Error	T	Sig
Constant (α)	15,754	1,855	8,494	0,000
Literasi digital (X_1)	0,227	0,063	3,597	0,001
Inovasi produk (X_2)	0,246	0,064	3,875	0,000
Orientasi wirausaha (X_3)	0,227	0,061	3,735	0,000

Sumber: Data diolah, 2026

Hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 15,754 + 0,227X_1 + 0,246X_2 + 0,227X_3 + e$$

Keterangan interpretasi sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (α) 15,754 menunjukkan pengembangan UMKM memiliki nilai dasar sebesar 15,754 apabila variabel literasi digital, inovasi produk, dan orientasi kewirausahaan diasumsikan bernilai nol. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa pengembangan UMKM tidak hanya dipengaruhi oleh ketiga variabel dalam penelitian ini, tetapi juga dapat dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian, seperti akses permodalan, pengalaman usaha, kualitas sumber daya manusia, dukungan pemerintah, dan kondisi pasar.
2. Koefisien regresi variabel literasi digital (X_1) 0,227 menunjukkan setiap peningkatan satu satuan literasi digital akan meningkatkan pengembangan UMKM sejumlah 0,227, dengan asumsi variabel lain tetap. Hasil mengindikasikan peningkatan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital, seperti mencari informasi usaha, menggunakan media sosial sebagai sarana promosi, berkomunikasi dengan pelanggan, serta memanfaatkan platform digital untuk pemasaran dan transaksi, dapat mendukung perkembangan usaha. Kemampuan tersebut membantu pelaku UMKM memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi kegiatan usaha, dan memperkuat daya saing sehingga berkontribusi terhadap pengembangan UMKM.

3. Koefisien regresi variabel inovasi produk (X2) 0,246 mengindikasikan setiap peningkatan satu satuan inovasi produk diperkirakan meningkatkan pengembangan UMKM 0,246, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap. Hasil ini menunjukkan kemampuan pelaku UMKM dalam menciptakan atau mengembangkan produk, baik melalui variasi produk, peningkatan kualitas, desain, maupun kemasan, dapat meningkatkan nilai tambah produk sehingga lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen. Kondisi tersebut mendorong meningkatnya minat beli, memperluas pangsa pasar, serta mendukung pertumbuhan dan pengembangan UMKM.
4. Variabel orientasi kewirausahaan (X3) memiliki koefisien regresi 0,227. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan orientasi kewirausahaan diperkirakan meningkatkan pengembangan UMKM sebesar 0,227 dengan asumsi variabel independen lainnya tetap. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa pelaku UMKM yang memiliki sikap inovatif, proaktif dalam memanfaatkan peluang usaha, dan berani mengambil risiko yang terukur cenderung memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengembangkan usahanya. Kemampuan tersebut mendukung adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis, pemanfaatan peluang pasar, serta peningkatan daya saing UMKM.

Koefisien regresi yang diperoleh menunjukkan adanya pengaruh literasi digital, inovasi produk, serta orientasi kewirausahaan terhadap pengembangan UMKM. Berdasarkan nilai koefisien B yang ditampilkan, variabel inovasi produk memiliki nilai koefisien terbesar pada penelitian ini. Hal ini mengindikasikan bahwa inovasi produk memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap pengembangan UMKM dibandingkan variabel lainnya. Sejalan dengan penelitian (Rahayu & Hidayah, 2023), mengindikasikan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM. Kondisi tersebut relevan dengan karakteristik UMKM makanan dan minuman di Kota Pariaman yang dituntut untuk terus menghadirkan variasi produk, menjaga kualitas, dan memperbaiki kemasan agar mampu memenuhi kebutuhan konsumen serta mengembangkan usahanya.

Koefisien determinasi (R^2)

Evaluasi kemampuan model regresi untuk menjelaskan variasi variabel terikat dilakukan melalui analisis koefisien determinasi (R^2). Hasil pengujian ditampilkan pada tabel 5.

Tabel 5. Koefisien determinasi (R^2)

Model	R	Model Summary		
		R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,732	0,536	0,522	1,40775

Sumber: Data diolah, 2026

Hasil menunjukkan nilai *R Square* sebesar 0,536 yang mengindikasikan bahwa sebesar 53,6% variasi pengembangan UMKM di Kota Pariaman dapat dijelaskan oleh variabel literasi digital, inovasi produk, serta orientasi kewirausahaan.

Nilai *Adjusted R²* yaitu 0,522, mencerminkan model penelitian mampu menunjukkan 52,2% variasi pengembangan UMKM melalui variabel literasi digital, inovasi produk dan orientasi kewirausahaan, sedangkan 47,8% variasi yang tersisa dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian (Zahriyah et al., 2021). Penelitian berikutnya dapat mempertimbangkan penambahan variabel yang belum tercakup dalam penelitian ini sehingga pemahaman mengenai pengembangan UMKM menjadi lebih komprehensif.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk menilai pengaruh variabel secara parsial maupun simultan. Ghazali (2018), menjelaskan analisis regresi digunakan sebagai pengevaluasian signifikan model yang

dihasilkan. Proses pengujian tersebut memberikan dasar untuk menentukan signifikan pengaruh antara variabel.

Uji F (Simultan)

Analisis simultan terhadap pengaruh literasi digital, inovasi produk dan orientasi kewirausahaan pada pengembangan di Kota Pariaman dilakukan melalui uji F. Ghazali (2021) menyatakan bahwa pengujian ini bertujuan menilai tingkat signifikansi hasil regresi secara keseluruhan. Hasil pengujian ditampilkan pada tabel 6.

Tabel 6. Uji F (simultan)

Model	F hitung	F tabel	Signifikan
Regression	36,989	2,70	0,000

Sumber: Data diolah, 2026

Hasil F hitung diperoleh sebesar $36,989 > F \text{ tabel } 2,70$, dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil menunjukkan hipotesis keempat (H_4) diterima, sehingga literasi digital, inovasi produk, serta orientasi kewirausahaan secara simultan berpengaruh signifikan pada pengembangan UMKM Kota Pariaman.

Hasil penelitian mengindikasikan bahwa pengembangan UMKM berkaitan dengan kemampuan pelaku usaha dalam mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital, menghasilkan inovasi produk, serta menerapkan orientasi kewirausahaan secara terpadu. Kondisi yang dijumpai pada pelaku UMKM di Kota Pariaman memperlihatkan penggunaan media digital, sebagai salah satu sarana pemasaran, disertai upaya melakukan penyesuaian produk sesuai kebutuhan konsumen serta keberanian dalam menangkap peluang usaha dan menyesuaikan strategi bisnis terhadap dinamika pasar. Keterpaduan ketiga aspek tersebut memberikan kontribusi terhadap peningkatan daya saing sekaligus mendorong perkembangan UMKM.

Hasil temuan Farhan et al. (2022) mendukung hasil penelitian, di mana F hitung yang melampaui F tabel dengan nilai signifikan $< 0,05$ mengindikasikan variabel bebas secara bersamaan memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Uji t (Parsial)

Menurut Ghazali (2021) menjelaskan bahwa pengujian t bertujuan menilai signifikan koefisien regresi pada masing-masing variabel independen. Interpretasi hasil pengujian mengacu pada nilai signifikan dengan tingkat kesalahan (α) sebesar 5%. Variabel bebas dinyatakan memberikan pengaruh signifikan jika nilai signifikan berada dibawah 0,05. Hasil pengujian selengkapnya ditampilkan pada tabel 7.

Tabel 7. Hasil Uji T

Model	Koefisien Regresi	T-hitung	T-tabel	signifikan
Literasi digital (X_1)	0,227	3,597	1,661	0,001
Inovasi produk (X_2)	0,246	3,875	1,661	0,000
Orientasi kewirausahaan (X_3)	0,227	3,735	1,661	0,000

Sumber: Data diolah, 2026

Hasil tabel 7 memperlihatkan t hitung variabel literasi digital 3,597, melampaui nilai t tabel 1,661, dengan signifikansi 0,001 yang berada di bawah batas 0,05. Koefisien regresi bernilai positif, yaitu 0,227, yang mencerminkan adanya hubungan searah antara literasi digital dan pengembangan UMKM di Kota Pariaman. Hasil tersebut mendukung hipotesis pertama (H_1), sehingga literasi digital memberikan pengaruh terhadap pengembangan usaha.

Kondisi lapangan menunjukkan sebagian besar pelaku usaha di Kota Pariaman memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran digital. Pelaku UMKM menggunakan TikTok untuk membuat video sebagai media promosi dan memanfaatkan fitur siaran langsung (*Live selling*), sedangkan

WhatsApp, *Instagram* dan *Facebook* dimanfaatkan untuk mempromosikan produk, berkomunikasi dengan konsumen, serta menerima pesanan. Pemanfaatan media sosial tersebut membantu memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan interaksi dengan konsumen, dan mendukung pengembangan usaha.

Penelitian selaras dengan Auwalia et al. (2024), mengemukakan literasi digital memengaruhi pengembangan UMKM secara signifikan. Peningkatan kapasitas pelaku usaha dalam menguasai dan memanfaatkan literasi digital, memberikan kontribusi terhadap pengembangan UMKM di Kota Pariaman.

Analisis uji t parsial menghasilkan nilai t hitung 3,875, yang melampaui nilai t tabel 1,661 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. koefisien regresi inovasi produk (X^2) memiliki arah positif dengan besaran 0,246, sehingga mengindikasikan adanya hubungan searah dengan pengembangan UMKM di Kota Pariaman. Hasil tersebut memberikan dukungan terhadap hipotesis kedua (H_2), sehingga inovasi produk memberikan pengaruh terhadap pengembangan usaha.

Observasi lapangan memperlihatkan aktivitas pelaku UMKM di Kota Pariaman secara aktif melakukan berbagai pembaruan produk untuk mempertahankan daya saing usahanya. Bentuk inovasi yang dilakukan meliputi pengembangan variasi rasa sesuai dengan preferensi konsumen, penyempurnaan kemasan melalui tampilan visual yang lebih atraktif, pemilihan kombinasi warna yang lebih sesuai, penyajian keterangan produk secara lebih jelas pada kemasan, serta penyesuaian terhadap ukuran dan tampilan produk agar lebih praktis. Berbagai upaya tersebut mampu meningkatkan nilai tambah, menarik minat pelanggan, memperkuat posisi dalam persaingan dan mendukung pengembangan UMKM.

Penelitian selaras dengan temuan Ibrahim et al. (2024), yang menjelaskan inovasi produk melalui pengembangan variasi, peningkatan kualitas, serta penyesuaian produk dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dapat meningkatkan nilai tambah produk. Kemampuan pelaku UMKM dalam melakukan pembaruan produk secara berkelanjutan juga berkontribusi terhadap peningkatan ketertarikan konsumen dan memperluas peluang usaha untuk berkembang. Kondisi tersebut mengindikasikan adanya hubungan positif antara inovasi produk dan pengembangan UMKM, sehingga peningkatan produk berkontribusi terhadap pengembangan UMKM.

Hasil uji parsial (Uji t) mengungkapkan bahwa orientasi kewirausahaan berperan penting dalam pengembangan UMKM. Nilai t hitung tercatat $3,735 > 1,661$ dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut terbukti berpengaruh positif orientasi kewirausahaan terhadap pengembangan UMKM di Kota Pariaman. Hasil pengujian memberikan dukungan terhadap hipotesis ketiga (H_3). Peningkatan orientasi kewirausahaan pada pelaku UMKM diikuti oleh peluang yang lebih besar dalam mendorong pengembangan dan keberlangsungan usaha. Hasil observasi memperlihatkan pelaku UMKM di Kota Pariaman aktif mencari peluang pasar, berani memperkenalkan produk baru, memanfaatkan media digital untuk memperluas pemasaran, serta menyesuaikan strategi penjualan berdasarkan perubahan permintaan konsumen. Kemampuan pelaku usaha mengambil keputusan dan merespons perubahan pasar menjadi salah satu faktor yang mendukung pengembangan usaha.

Temuan Ramadhani & Salqaura (2024) memiliki kesesuaian dengan temuan yang diperoleh pada kajian ini, yaitu orientasi kewirausahaan memberikan pengaruh positif dan signifikan bagi pengembangan UMKM. Penerapan orientasi kewirausahaan mendorong pelaku UMKM untuk memiliki sikap yang lebih inovatif, proaktif dalam memanfaatkan peluang, serta berani mengambil risiko sebagai bagian dari upaya menghadapi berbagai ketidakpastian dalam menjalankan usaha.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil penelitian mengindikasikan literasi digital, inovasi produk, serta orientasi kewirausahaan memberikan kontribusi dalam mendukung pengembangan UMKM di Kota Pariaman, baik melalui pengujian simultan maupun parsial. Nilai *Adjusted R²* sebesar 0,522 menggambarkan kemampuan model dalam menerangkan 52,2% variasi pengembangan UMKM, sedangkan 47,8% sisanya berkaitan dengan variabel di luar model yang tidak diikutsertakan dalam analisis. Penelitian ini terbatas karena menggunakan tiga variabel independen saja, yaitu literasi digital, inovasi produk, dan orientasi kewirausahaan.

Saran

Keterbatasan penelitian ini terletak pada penggunaan tiga variabel independen sebagai faktor yang dianalisis. Peneliti berikutnya dapat mempertimbangkan penambahan variabel yang berpotensi mempengaruhi pengembangan UMKM, seperti akses permodalan, kemampuan manajerial, orientasi pasar, dan adopsi teknologi digital sehingga cakupan analisis mengenai pengembangan UMKM menjadi lebih komprehensif. Penambahan variabel tersebut diharapkan mampu memperluas cakupan analisis mengenai pengembangan UMKM. Pelaku UMKM perlu meningkatkan literasi digital, mengembangkan inovasi produk yang selaras dengan kebutuhan pasar, serta memperkuat orientasi kewirausahaan guna mendukung pengembangan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep uji asumsi klasik pada regresi linier berganda. *Jurnal riset akuntansi soedirman*, 2(2), 102–110. <https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>
- Auwalia, N. H., Dianta, K., & Wibowo, A. (2024). Pengaruh literasi digital dan digital payment terhadap pengembangan usaha (studi kasus UMKM di pasar tanah bang). *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(5), 128–138. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i5.3987>
- Azzahra, I. (2021). Pengaruh penggunaan media sosial dan inovasi produk terhadap perkembangan usaha (studi kasus pada usaha dimsum kecamatan medan johor). In *Skripsi Universitas Medan Area*. <https://repositori.uma.ac.id/bitstream/123456789/16434/2/178320027> - Indah Azzahra - Fulltext.pdf
- Farhan, M. T., Eryanto, H., & Saptono, A. (2022). Pengaruh literasi digital dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha umkm (studi pada UMKM sektor food and beverage di Jakarta Selatan). *Transekonomika: Akutansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(6), 35–48. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i6.265>
- Felix. (2021). Orientasi kewirausahaan dan kemampuan inovatif terhadap kinerja UMKM. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(3), 267–272. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i3.11861>
- Ghozali, I. (2018). *“Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM Spss edisi sembilan*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM Spss 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Herlinawati, E., Suryana, Ahman, E., & Machmud, A. (2019). The effect of entrepreneurial orientation on smes business performance in Indonesia. *Journal of Entrepreneurship Education*, 22(5), 1–15. <https://www.abacademies.org/articles/The-effect-of-entrepreneurial-orientation-on-1528-2651-22-5-461.pdf>
- Hidayatullah, S., & Pratama, D. (2025). Perang inovasi produk dalam meningkatkan daya saing UMKM. *Journal of Applied Economics and Business Global*, 1(1), 16–23. <https://e-journal.nusantaraglobal.ac.id/index.php/jaebg/article/view/6>
- Ibrahim, R. O., Wolok, T., & Abdussamad, Z. K. (2024). Pengaruh inovasi produk dan pemanfaatan marketplace terhadap daya saing pada pelaku UMKM di Kota Gorontalo. *Jambura : Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 324–334. <https://doi.org/10.37479/jimb.v7i1.25165>
- Ilyas, Y., Mujito, & Putri, E. A. (2025). Peran digital marketing dalam meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi digital. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Manajemen Kewirausahaan Dan Bisnis*, 2(2), 640–649. <https://doi.org/10.61132/prosemmasimkb.v2i2.238>
- Jenir Pando Manalu, Tuti Meutia, & Mayang Murni. (2024). Pengaruh penerapan ekonomi digital, ketersediaan modal kerja, literasi keuangan, terhadap kinerja umkm di Kota Langsa. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(1), 1029–1047. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i1.5383>
- Kotler, P. T., & Armstrong, G. (2016). *Principles of marketing, eBook: Principles of marketing*. Pearson Education Limited.
- Kurnia, D., Loliyani, R., & Oktaria, E. T. (2023). Pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran. *Jurnal Enterpreneur Dan Bisnis (JEBI)*, 2(1), 1–14. <https://jurnal.umitra.ac.id/index.php/JEBI/article/view/1478>
- Lestari, N., Hakim, M. F., & Nandasari, E. A. (2024). Analisis dampak perkembangan teknologi terhadap model bisnis dan pemasaran di isc komputer Kutowinangun Kebumen. *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis*, 12(1), 43–54. <https://doi.org/10.26486/jpsb.v12i1.3800>
- Maulana, M. I., & Suyono, E. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan literasi digital terhadap keberlanjutan bisnis pelaku umkm berbasis syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 4256. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.10856>
- Murdani, B., Supartono, & Kurbandi satpatmantya. (2023). Pengaruh inovasi produk, harga dan citra merk terhadap keputusan pembelian mobil bekas. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen)*, 10(2), 867–881. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i2.49569>
- Rahayu, P. R., & Hidayah, N. (2023). Pengaruh jaringan usaha, inovasi produk, dan persaingan usaha terhadap perkembangan usaha UMKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(2), 448–56. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i2.23415>
- Ramadhani, N., & Salqaura, S. A. (2024). Pengaruh peluang dan orientasi kewirausahaan terhadap pengembangan usaha mikro kecil menengah (umkm) studi kasus makanan kuliner kecamatan medan baru. *GENUNG: Entrepreneurship, Management, and Business Journal*, 01(01), 28–43. <https://ejournal.genungmentorshipgroup.com/index.php/gembj/article/view/2>
- Samsuri. (2021). Sinergisitas bank Indonesia kantor perwakilan Kediri dalam pengembangan UMKM. *Malia: Jurnal Ekonomi Islam*, 13(1), 141–166. <https://doi.org/10.35891/ml.v13i1.2918>
- Situmeang, F. P., Dewi, D. S., & Alexandra, E. T. (2022). Analysis of the impact of covid 19 and the policy of implementing community activities limitations on msme central jakarta in 2021. *Jurnal Manajemen & Bisnis Jayakarta*, 4(1), 14–30. <https://doi.org/10.53825/jmbjayakarta.v4i1.152>
- Sugiyono, P. D. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA, cv.
- Vinatra, S. (2023). Peran usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm) dalam kesejahteraan perekonomian negara dan masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 01–08. <https://doi.org/10.59581/jap-widyakarya.v1i3.832>
- Zahriyah, A., Suprianik, Parmono, A., & Mustofa. (2021). *Ekonometrika : (teknik dan aplikasi dengan SPSS)*.

Mandala Press

Zaki, & Dhani, T. Z. (2025). Pengaruh faktor internal dan faktor eksternal terhadap kinerja umkm di kecamatan pariaman tengah kota pariaman. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya (JPPISB)*, 4(1), 88–99. <https://doi.org/10.47233/jppisb.v4i1.1882>