

**PERAN DUKUNGAN PEMERINTAH, LITERASI DIGITAL DAN
TRANSFORMASI DIGITAL TERHADAP KINERJA UKM DI
KOTA PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada
Departemen Manajemen Universitas Negeri Padang*



OLEH :

**NESTI GUSMELA DEWISKA
2020/20059081**

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

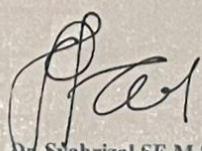
PERAN DUKUNGAN PEMERINTAH, LITERASI DIGITAL DAN TRANSFORMASI DIGITAL TERHADAP KINERJA UKM DI KOTA PADANG

NAMA : NESTI GUSMELA DEWISKA
NIM/BP : 20059081/2020
DEPARTEMEN : MANAJEMEN
KEAHLIAN : MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS

Padang, November 2024

Disetujui Oleh :

Mengetahui :
Kepala Departemen Manajemen



Dr. Syahrizal, SE, M.Si
NIP. 197209021998021001

Pembimbing



Prof. Perengki Susanto, SE, M.Sc, Ph.D
NIP. 198104042005011002

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**PERAN DUKUNGAN PEMERINTAH, LITERASI DIGITAL DAN
TRANSFORMASI DIGITAL TERHADAP KINERJA UKM DI
KOTA PADANG**

NAMA : NESTI GUSMELA DEWISKA
NIM/BP : 20059081/2020
DEPARTEMEN : MANAJEMEN
KEAHLIAN : MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS

Dinyatakan Lulus Seleksi Diuji di Depan Tim Penguji
Departemen Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Negeri Padang

Padang, November 2024

Tim Penguji

Tanda Tangan

Prof. Perengki Susanto, SE, M.Sc, Ph.D

(Ketua)

Gesit Thabrani, SE, MT

(Penguji)

Astri Yuza Sari, SE, MM

(Penguji)

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nesti Gusmela Dewiska
 NIM/TM : 20059081/2020
 Tempat/Tanggal Lahir : Timbulun/16 Juni 2002
 Departemen : Manajemen
 Keahlian : Manajemen Pemasaran
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
 Alamat : Timbulun, Kecamatan Sangir,
 Kabupaten Solok Selatan, Provinsi
 Sumatera Barat.
 No. HP/Telepon : 082130265693
 Judul Skripsi : Peran Dukungan Pemerintah, Literasi
 Digital Dan Transformasi Digital
 Terhadap Kinerja UKM Di Kota
 Padang

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis/skripsi ini adalah hasil dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (sarjana) baik di UNP maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis/skripsi ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan tim pembimbing.
3. Pada karya tulis/skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan orang lain kecuali tertulis dengan jelas dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Karya tulis/skripsi ini Sah apabila telah ditandatangani Asli oleh tim pembimbing, tim penguji dan Ketua Jurusan.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran didalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima **Sanksi Akademik** berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena karya tulis/skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku diperguruan tinggi.

Padang, Juni 2024
 Penulis,


 Nesti Gusmela Dewiska
 NIM. 20059081

ABSTRAK

Nesti Gusmela Dewiska (2020/20059041) : Peran Dukungan Pemerintah, Literasi Digital dan Transformasi Digital terhadap Kinerja UKM di Kota Padang
Dosen Pembimbing : Prof. Perengki Susanto, SE, M.Sc, Ph.D.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: Peran Dukungan Pemerintah, Literasi Digital dan Transformasi Digital terhadap Kinerja UKM di Kota Padang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pemilik atau manajer UKM di Kota Padang. Sedangkan jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 190 responden. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara online melalui *Google Form* dan pengolahan data dilakukan melalui perangkat lunak Smart PLS 4.0.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Dukungan Pemerintah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UKM di Kota Padang, (2) Literasi Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UKM di Kota Padang, (3) Transformasi Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UKM di Kota Padang.

Kata Kunci: Dukungan Pemerintah, Literasi Digital, Transformasi Digital, Kinerja UKM.

KATA PENGANTAR



Puji Syukur dan Alhamdulillah penulis ucapkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul: “ **Peran Dukungan Pemerintah , Literasi Digital Dan Transformasi Digital Terhadap Kinerja UKM Di Kota Padang**” dapat diselesaikan sebagaimana mestinya. Skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan studi Strata Satu pada Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan, dorongan, bimbingan, dan petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar- besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Perengki Susanto, SE, M.Sc., Ph.D selaku pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Perengki Susanto, SE, M.Sc., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
3. Bapak Dr. Syahrizal, S.E., M.Si Selaku Kepala Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang

4. Bapak Supan Weri Mandar, A.Md, selaku staf administrasi Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
5. Bapak dan Ibu Dosen, serta staf Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
6. Bapak dan Ibu Staf Perpustakaan Universitas Negeri Padang dan Ruang Baca Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
7. Rekan-rekan Departmen Manajemen 2020 yang seperjuangan serta semua pihak yang tidak mungkin disebutkan namanya satu persatu.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan dapat menjadi amal baik dan mendapatkan imbalan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini dimasa mendatang.

Padang, Oktober 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	14
C. Batasan Masalah.....	15
D. Rumusan Masalah	15
E. Tujuan Penelitian	16
F. Manfaat Penelitian	16
1. Teoritis.....	16
2. Praktis.....	16
BAB II KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS	
PENELITIAN.....	17
A. Kajian Teori	17
1. Kinerja.....	17
2. Dukungan Pemerintah.....	21
3. Literasi Digital.....	23
4. Transformasi Digital.....	24
B. Pengaruh Antar Varibel.....	27
C. Penelitian yang relevan.....	30
D. Kerangka Konseptual.....	32
E. Hipotesis Penelitian.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Jenis Penelitian.....	33
B. Tempat dan Waktu Penelitian	33
C. Populasi Dan Sampel	33

1. Populasi.....	33
2. Sampel.....	34
D. Data Penelitian	36
1. Jenis Data.....	36
2. Sumber Data.....	36
3. Teknik Pengumpulan Data.....	36
E. Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional	37
1. Variabel Penelitian.....	37
2. Defenisi Operasional.....	37
F. Instrumen Penelitian.....	41
G. Teknik Analisis Data.....	42
1. Analisis Deskriptif.....	42
2. Analisis Inferensial.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	48
B. Hasil Penelitian	49
1. Deskripsi Karakteristik Responden.....	49
2. Deskripsi Frekuensi Variabel Penelitian.....	58
C. Analisis Data	63
1. Uji Validitas.....	64
2. Uji Reabilitas.....	69
D. Pembahasan.....	73
BAB V PENUTUP.....	78
A. Kesimpulan	78
B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	81

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1 Jumlah UKM Provinsi Sumatera Barat Tahun 2023	11
Tabel 2 Jumlah UKM Kota Padang 2023	12
Tabel 3 Penelitian yang relevan	30
Tabel 4 Definisi Operasional	39
Tabel 5 Skala Likert	41
Tabel 6 Kriteria Interpretasi Skor	44
Tabel 7. Data UKM Tahun 2023	48
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	51
Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Posisi/Jabatan	52
Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Bentuk Badan Usaha	53
Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis UKM.....	54
Tabel 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya UKM Beroperasi	55
Tabel 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja.....	56
Tabel 16. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Aset	57
Tabel 17. Karakteristik Responden Berdasarkan Omset Penjualan Per Tahun	58
Tabel 18. Distribusi Frekuensi Variabel Dukungan Pemerintah	58
Tabel 19. Distribusi Frekuensi Variabel Literasi Digital	59
Tabel 20. Distribusi Frekuensi Variabel Tranformasi Digital	61
Tabel 21. Distribusi Frekuensi Variabel Kinerja UKM	62
Tabel 22. <i>Output Outer Loading Awal</i>	64
Tabel 23. <i>Output Outer Loading Akhir</i>	66
Tabel 24. <i>Output AVE</i>	67
Tabel 25. <i>Cross Loading Model</i>	68
Tabel 26. <i>Cronbach Alpha</i>	69
Tabel 27. <i>Nilai R Square</i>	70
Tabel 28. <i>Path Coefficient</i> (Hipotesis Secara Langsung)	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Kerangka Konseptual	32
Gambar 2. Model Akhir <i>Output</i> PLS	73

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
lampiran 1 Kuesioner Penelitian	86
Lampiran 2. Hasil Olahan <i>Outer Loading</i>	92
Lampiran 3. Hasil Uji <i>Inner Model</i>	95
Lampiran 4. Hasil Uji Hipotesis	96
Lampiran 5. <i>Outer Loading</i>	97
Lampiran 6. Dokumentasi Penelitian.....	98

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Revolusi industri 4.0 memberikan dampak yang besar pada interaksi lintas batas negara salah satunya adalah fenomena globalisasi. Globalisasi adalah fenomena sosial yang didalamnya terdapat perubahan sosial. Perubahan sosial ini tidak hanya bersifat sementara di wilayah tertentu namun berdampak hampir seluruh wilayah di dunia. Globalisasi berdampak pada 4 (empat) sektor seperti sektor ekonomi, sektor sosial budaya, adanya perubahan pada pola hidup masyarakat, dan memudarnya garis geografis sehingga dunia dianggap sebagai satu kesatuan (Jaap, 2014).

Globalisasi didukung dengan keberadaan Revolusi Industri 4.0 yang memunculkan adanya digitalisasi khususnya digitalisasi di bidang ekonomi. Hal ini dikenal dengan *E-commerce* dan *E-business*. *E-commerce* adalah kegiatan menggunakan teknologi untuk melakukan kegiatan bisnis untuk mempertemukan produsen dengan konsumen. Sedangkan, *E-business* adalah kegiatan yang menggunakan teknologi untuk melakukan kegiatan bisnis dengan mempertemukan produsen dan konsumen yang didalamnya terdapat pelayanan bagi para konsumen (Harisno & Tri, 2009).

Globalisasi dan Revolusi Industri 4.0 menyebarkan penggunaan *E-commerce* dan *E-business* serta menghubungkannya hampir ke seluruh dunia. Konsumen di era Revolusi Industri 4.0 memandang bahwa dengan menggunakan *E-commerce*, transaksi jual beli dinilai lebih efektif karena konsumen dapat mengakses produk dalam waktu

24 jam. Selain itu, tampilan produk dianggap lebih menarik karena desain *E-commerce* yang berbeda antara satu produsen dengan produsen lainnya (Didi, 2000).

Digitalisasi didukung dengan adanya *World Trade Organization* (Lutfiyah & Hira, 2017). Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) atau *ASEAN Free Trade Area* (AFTA) memberi kemudahan bagi setiap produsen di dunia ataupun regional untuk melakukan transaksi jual beli (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2024). Hal ini harus disikapi dengan cepat karena dengan kemudahan transaksi jual beli, produsen dan tiap negara yang tergabung dalam organisasi internasional atau regional tersebut dituntut agar dapat bersaing dengan produsen lainnya sehingga setiap produsen yang ingin memasarkan barang produksinya harus memiliki keunggulan dibandingkan produsen lainnya.

Globalisasi dan berkembangnya ilmu pengetahuan pada akhirnya mengantarkan masyarakat Internasional pada digitalisasi. Digitalisasi adalah suatu proses dalam masyarakat yang beralih dari kegiatan tradisional ke modern dimana dalam kegiatan modern tersebut masyarakat lebih banyak menggunakan teknologi untuk melakukan aktivitasnya termasuk kegiatan ekonomi (Lawrence, 2018). Pesatnya perkembangan teknologi dan munculnya digitalisasi berdampak besar pada kehidupan manusia (Maarten & Fabian, 2018).

Buku yang dikeluarkan oleh OECD (2016) menyatakan bahwa terdapat cara efektif yang dapat diterapkan oleh pemerintah suatu negara untuk meningkatkan kemampuan perekonomiannya melalui UKM yaitu digitalisasi. Pemerintah dapat mendukung dalam mendigitalisasikan UKM dengan membuat aturan yang dikenakan

bagi sistem ekspor dan impor (OECD, 2016). Sumber selanjutnya adalah buku oleh Jennifer (2018) yang membicarakan bagaimana Perancis, Jerman, Italia, Spanyol, dan Inggris yang menginternasionalisasikan UKMnya. Pemerintah Jerman mendukung keberadaan UKM dengan cara membuat kebijakan terkait informasi aturan ekspor yang dapat diaplikasikan oleh UKM agar tidak salah langkah. Jerman mendapatkan keuntungan dari digitalisasi yaitu kerja sama yang intens dengan perusahaan yang ada di Eropa sebesar 45,9 persen. Keuntungan lainnya Jerman adalah 63 persen UKM dapat memperluas pangsa pasar sehingga meningkatkan investasi perusahaan asing pada UKM di Jerman. Italia juga merasakan keberhasilan pasca melakukan digitalisasi yang dibuktikan dengan jumlah barang ekspor oleh Italia lebih banyak dibandingkan barang yang di ekspor oleh 5 (lima) negara besar di Uni Eropa (Jennifer, 2018).

Pandangan lain yang berlawanan dengan digitalisasi UKM oleh Parminder (2018), bahwa digitalisasi UKM khususnya pada negara yang sedang berkembang harus diperhatikan dengan hati-hati. Hal ini dikarenakan digitalisasi UKM merupakan hal yang sulit untuk dilakukan karena memiliki cakupan yang sangat luas sehingga dibutuhkan perhatian yang serius dari pemerintah berupa kebijakan digital. Digitalisasi UKM pun dapat menjadi masalah apabila kemampuan perekonomian domestik suatu negara tidak dapat menyesuaikan dengan regulasi regional maupun internasional yang ada. Hal ini dilihat dari negara-negara anggota Uni Eropa yang memiliki kesatuan regulasi yang diaplikasikan pada seluruh negara Uni Eropa sehingga dalam hal ini Uni Eropa sebagai organisasi kawasan memandang bahwa seluruh anggotanya memiliki kemampuan ekonomi yang setara sehingga dapat bersaing satu sama lain. Namun, hal

ini akan menjadi masalah apabila terdapat negara yang tidak memiliki kemampuan ekonomi yang setara dengan anggota lainnya sehingga dikatakan bahwa digitalisasi UKM menjadi masalah apabila tidak ditangani dengan serius oleh pemerintah negara yang bersangkutan khususnya negara yang sedang berkembang (Parminder, 2018).

Di Indonesia, pemerintah juga berupaya ikut mendorong UKM untuk melakukan digitalisasi. Hal ini dibuktikan dengan presiden Joko Widodo yang sudah berkunjung ke negara maju salah satunya Tiongkok untuk berbincang dan membuat *roadmap* mengenai ekonomi digital yang dapat digunakan Indonesia untuk meningkatkan kemampuan industri di dunia internasional (Fadhly, 2018). Hal ini dikarenakan UKM berperan penting dalam menopang perekonomian Indonesia. UKM juga dinilai tidak mudah goyah apabila terjadi krisis ekonomi (Kementerian Informasi dan Komunikasi, 2015). Menurut Aknolt (2013), ada 3 (tiga) hal yang melatarbelakangi pentingnya UKM bagi perekonomian suatu negara khususnya Indonesia adalah karena UKM dinilai mendominasi dalam struktur ekonomi Indonesia, UKM dapat meningkatkan lapangan pekerjaan, dan UKM berkontribusi besar pada Produk Domestik Bruto (PDB) sehingga UKM menjadi penting bagi keberlanjutan perekonomian Indonesia (Aknolt, 2013).

Usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia sebagai salah satu penggerak utama perekonomian saat ini dan telah terbukti efektivitasnya karena mampu bertahan terhadap perubahan dunia sejak tahun 1990an pasca krisis mata uang dan tahun 2007-2008 krisis perekonomian global. Menurut Lia et al (2015) usaha kecil dan menengah (UKM) sebagai kunci kegiatan ekonomi di berbagai sektor, memberikan kesempatan

kerja seluas-luasnya, pengembangan kegiatan ekonomi lokal, dan memberdayakan masyarakat. Oleh karena itu, UKM berpotensi untuk menciptakan pasar dan inovasi baru dalam lingkup yang lebih luas.

UKM juga berkontribusi dalam menjaga neraca pembayaran sehingga mampu memperluas kesempatan kerja dan menyerap tenaga kerja di Indonesia. Perkembangan usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia tidak luput dari masalah yang berkaitan dengan manajemen keuangan. Manajemen keuangan yang baik memerlukan literasi keuangan, namun tidak semua usaha memilikinya. Hal ini dikarenakan pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) berpandangan bahwa evaluasi terhadap kinerja tidak perlu dilakukan yang dapat dilihat dari tidak semuanya melakukan penyusunan laporan keuangan karena laporan keuangan dirasa terlalu rumit dan sangat membuang waktu (Adrian & Mulyandi, 2020).

UKM diharapkan mampu memahami bisnisnya secara komprehensif, termasuk dalam hal inovasi dan inspirasi, dengan mengaplikasikan teknologi serta keterampilan bisnis agar terhindar dari permasalahan digital. Oleh karena itu, UKM perlu memiliki kemampuan untuk memahami tujuan bisnisnya dan memanfaatkan operasionalnya melalui teknologi. Penting bagi UKM di era transformasi digital untuk mengaplikasikan model bisnis yang tepat, karena sebagian besar UKM di Indonesia masih belum sepenuhnya mampu memanfaatkan peluang teknologi digital untuk memaksimalkan bisnis mereka (Ilhan & Winarsih, 2024).

Kinerja UKM dapat diartikan sebagai kemampuan UKM dalam melaksanakan tugas untuk mencapai tujuan yang sejalan dengan kemampuan, program, kebijakan,

serta visi dan misi yang telah ditetapkan (Darmanto & Lilis, 2018). Selanjutnya, Mustikowati dan Wilujeng (2018) menyatakan bahwa tujuan kinerja bisnis, termasuk UKM, adalah untuk mengukur sejauh mana para pengusaha dapat meningkatkan penjualan, laba, serta pengembangan usaha. Ada beberapa variabel yang diperkirakan memengaruhi kinerja UKM, seperti Literasi Digital dan Transformasi Digital.

Selama pandemi COVID-19, kinerja UKM mengalami perubahan signifikan, di mana seluruh aktivitas harus beralih ke platform daring karena adanya larangan pertemuan tatap muka. Kondisi ini menuntut keterampilan digital yang lebih tinggi untuk memaksimalkan kinerja UKM. Literasi digital, seperti penggunaan media sosial dan perdagangan daring, menjadi strategi yang diadopsi oleh para pengusaha untuk mengelola bisnis secara efektif, terutama pada masa pascapandemi (Diptyana et al., 2022). Literasi digital merupakan keterampilan penting bagi manajer UKM, karena dapat mendukung transformasi bisnis dalam hal komunikasi, koordinasi, dan kolaborasi dalam aktivitas bisnis (Zahoor et al., 2023). Selain itu, literasi digital juga berperan penting dalam mengakses informasi di ruang digital, yang memungkinkan pengguna untuk menggunakan teknologi digital secara efisien serta berperan dalam memperluas peluang ekonomi (Ali et al., 2023). Literasi digital mencakup berbagai komponen, termasuk kemampuan dalam menggunakan perangkat lunak dan perangkat keras digital, serta keterampilan kognitif, sosiologis, motorik, dan emosional (Techataweewan & Prasertsin, 2018). Pengetahuan dan keterampilan dalam literasi digital sangat diperlukan untuk menganalisis konten media sosial secara kritis dan

memahami konvergensi antara publik dan komunikasi di jejaring sosial (Schulz et al., 2020).

Kondisi pascapandemi menunjukkan peningkatan pesat dalam digitalisasi, sehingga keterampilan literasi digital menjadi sangat penting di berbagai tingkat kualifikasi pekerjaan. Namun, kurangnya fokus kebijakan terhadap literasi digital telah menghambat proses pengembangan keterampilan ini (Bešić & Aigner, 2023). Oleh karena itu, secara global, pemerintah diharapkan dapat menerapkan kebijakan yang mendukung dan meningkatkan adopsi teknologi bagi UKM (Ollerenshaw et al., 2021).

Kinerja UKM juga dipengaruhi oleh transformasi digital yang berperan dalam mendorong konvergensi teknologi sosial untuk mengintegrasikan industri dan masyarakat. Namun, bagi UKM, tantangan dan peluang yang ditawarkan oleh transformasi digital sering kali sulit diimplementasikan dengan cepat, mengingat keterbatasan sumber daya yang dimiliki (Fischer et al., 2020). UKM biasanya terbatas oleh sumber daya keuangan dan sumber daya manusia (Soluk et al., 2023). Transformasi digital perlu dipahami sebagai tantangan sosio-teknis yang holistik, karena transformasi ini tidak hanya terkait dengan teknologi digital, tetapi juga dapat memengaruhi karyawan, struktur organisasi, tugas, dan prosedur, serta memiliki dampak signifikan terhadap ekonomi, masyarakat, organisasi, dan individu (Konopik et al., 2022). Dalam praktiknya, transformasi digital menyebabkan perubahan mendasar dalam penerapan dan penggunaan teknologi dalam bisnis, yang menjadi tantangan terbesar bagi perusahaan (Tijan et al., 2021), terutama bagi UKM (Ates & Acur, 2022).

Selanjutnya, teknologi digital telah menjadi faktor utama dalam meningkatkan kinerja dan produktivitas usaha kecil dan menengah (UKM). Strategi perancangan model bisnis UKM sangat penting untuk menciptakan UKM yang kompetitif dan layak di era digitalisasi. Era digitalisasi ini telah mendorong peningkatan penggunaan media sosial dan big data di kalangan UKM. Media interaksi online memberikan saluran tambahan bagi UKM untuk berinteraksi dengan konsumen mengenai produk mereka. Selain itu, big data berdampak pada model bisnis UKM, tidak hanya dalam bidang pemasaran tetapi juga dalam operasional bisnis secara keseluruhan (Devi, 2019).

Menurut Hadiono & Santi (2020), ada 4 (empat) alasan saat ini mengapa usaha kecil dan menengah (UKM) lambat dalam melakukan transformasi digital, yaitu 1) usaha kecil dengan fokus tertentu kurang melek terhadap era digitalisasi yang pesat, 2) usaha kecil sering kali kekurangan sumber daya dan visi kepemimpinan untuk sepenuhnya memahami dampak transformasi digital, 3) UKM cenderung mengambil pendekatan digitalisasi yang lebih lambat dibandingkan perusahaan besar, dan 4) investasi perusahaan dalam digitalisasi bergantung pada kinerja dan memiliki sumber daya yang terbatas.

Kementerian Koperasi dan UKM menyatakan bahwa pada tahun 2023 terdapat 99,99 persen total unit bisnis di Indonesia terdiri dari UKM yang mana terdapat 57.895.721 UKM aktif Indonesia. Hal ini menandakan pentingnya UKM bagi struktur perekonomian Indonesia (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023). Kontribusi UKM dapat dimanfaatkan pada sektor ekspor dan impor. UKM Indonesia menyumbang di

sektor ekspor dari total ekspor sebesar 15,7 persen yang lebih kecil dibandingkan UKM Thailand dan Malaysia (Yunita, 2015).

Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh *We Are Social* dan *Hootsuite* yang dikutip melalui laman *katadata.co.id*, Indonesia memiliki kenaikan pengguna internet paling besar di dunia, yaitu tumbuh 51 persen dalam satu tahun. Hal ini dapat dimanfaatkan pemerintah untuk memberikan arahan bagi UKM di Indonesia untuk memanfaatkan internet dalam proses bisnisnya. Sedangkan, menurut data yang dikutip oleh Nofi Chandra dari penelitian Frost & Sullivan bahwa Indonesia memiliki peningkatan pengguna *E-commerce* sebesar 31 persen per tahunnya jauh lebih besar daripada jumlah pengguna *E-commerce* di Asia Pasifik yang berada di angka 26 persen per tahun. Penggunaan *E-commerce* berhasil meningkatkan perekonomian nasional dapat dilihat dari Amerika Serikat yang menggunakan *Amazon.com* sebagai *E-commerce* mendapatkan pendapatan sebesar Rp4.857,62 triliun di tahun 2017 (Nofi, 2018).

Data dari *Deloitte* Indonesia menyampaikan bahwa sebanyak 437 UKM di Indonesia merasa diuntungkan dengan pendapatan yang stabil dan dapat meningkatkan daya saing setelah menggunakan *E-commerce*. Meski terdapat banyak peluang bagi UKM untuk melakukan digitalisasi, peran pemerintah Indonesia dianggap penting dalam mendorong UKM melakukan digitalisasi seperti membuat kebijakan. Kebijakan tersebut dapat berhubungan dengan aturan pajak, regulasi ekspor dan impor, dan pemberian modal dari pemerintah untuk UKM dalam menjalankan bisnisnya (Yue, 2017).

Digitalisasi menjadi penting karena dapat meningkatkan pendapatan negara melalui ekspor dan meningkatkan kemampuan UKM Indonesia untuk berinovasi, serta memiliki daya saing. Meskipun demikian, ketidakmerataan kemampuan teknologi di Indonesia menjadi permasalahan bagi pemerintah. Menurut data *Deloitte* Indonesia menyampaikan bahwa terdapat 15 persen UKM yang dapat menggunakan teknologi digital, sedangkan 58 persen UKM tidak dapat melakukan kegiatan ekonomi karena Lokasi UKM yang ada di daerah terpencil (Deloitte, 2015).

Fakta yang diungkap oleh *Deloitte* adalah bukti nyata bahwa tidak meratanya teknologi digital di Indonesia. Oleh karena itu, Indonesia memiliki kelemahan dibandingkan negara lain yang tergabung dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Hal ini dikarenakan rendahnya dorongan pemerintah Indonesia dalam mendorong keberlangsungan UKM di Indonesia, dilihat dari minimnya kebijakan digital yang dikhususkan pada digitalisasi ekonomi (Deloitte Access Economics, 2015). Berbeda dengan Malaysia, Filipina, dan Thailand yang pemerintahnya telah membuat kebijakan digital untuk mengatur kegiatan digital yang berlangsung di negaranya (Deloitte, 2015). Oleh karena itu, pentingnya peran dukungan pemerintah untuk mendigitalisasikan Kinerja UKM di Indonesia.

Di Sumatera Barat, pada tahun 2023 jumlah UKM sebanyak 296.052 jumlah ini berada di posisi ke-3 terbanyak di pulau Sumatra setelah Sumatera utara dan Sumatera Selatan. Sumatera Barat terdapat 19 Kabupaten/Kota yang memiliki UKM yang sangat berpotensi dan meningkatkan perekonomian daerah. Salah satunya adalah Kota Padang. Secara umum berdasarkan jumlah UKM, Kota Padang pada tahun 2023

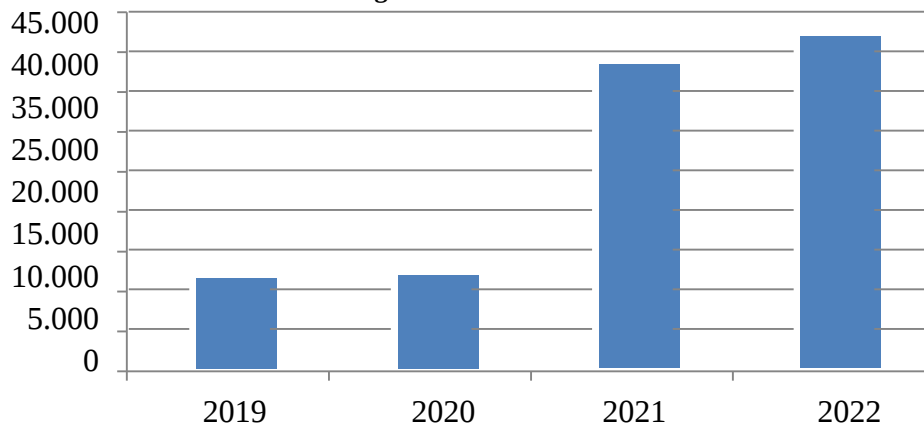
menempati peringkat ke-4 terbanyak dari 19 Kabupaten/Kota yang ada di Sumatera Barat. Jumlah UKM Kab/Kota Provinsi Sumatra Barat dapat dilihat pada Tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1 Jumlah UKM Provinsi Sumatera Barat Tahun 2023

No	Kab/Kota	Jumlah UKM
1	Kab. Agam	15.192
2	Kab. Dharmasraya	7.770
3	Kab. Kepulauan Mentawai	1.215
4	Kab. Lima Puluh Kota	2.660
5	Kab. Padang Pariaman	2.114
6	Kab. Pasaman Barat	2.662
7	Kab. Pasaman	7.550
8	Kab. Pesisir Selatan	6.968
9	Kab. Sijunjung	1.678
10	Kab. Solok Selatan	982
11	Kab. Solok	12.864
12	Kab. Tanah Datar	4.718
13	Kota Bukittinggi	7.015
14	Kota Padang Panjang	14.069
15	Kota Padang	11.365
16	Kota Pariaman	7.055
17	Kota Sawahlunto	3.596
18	Kota Payakumbuh	944
19	Kota Solok	3.271
Total		112.258

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Sumatra Barat

Meskipun Kota Padang menempati urutan ke-4 berdasarkan Tabel 1 di atas, akan tetapi pemerintah Kota Padang terus berupaya mengembangkan UKM dari tahun ke tahun. Upaya yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Padang adalah melakukan pembinaan UKM dengan memprioritaskan kepada 5 (lima) jenis usaha yaitu kemasan, saji, ritel, jasa, dan kerajinan. Jumlah UKM di Kota Padang 2023 berdasarkan Kecamatan dapat dilihat pada Tabel 2 di bawah ini:

Tabel 2 Jumlah UKM Kota Padang 2023

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Kota Padang

Berdasarkan Tabel 2 di atas, dapat dilihat bahwa jumlah UKM Kota Padang mengalami peningkatan pasca covid terjadi dimana pada tahun 2021 sebanyak 38.299 dan tahun 2022 menjadi sebanyak 41.787, terjadinya peningkatan yang cukup signifikan dibandingkan 2 tahun sebelumnya dimana pada tahun 2019 sebanyak 11.365 dan 2020 sebanyak 11.723 UKM di Kota Padang dianggap sebagai suatu bisnis yang memiliki prospek yang menjanjikan dan merupakan penggerak ekonomi terbesar di Kota Padang, Hal ini dibuktikan dengan Omzet yang didapatkan oleh sekitar 20 ribu pelaku usaha tercatat Rp. 1,3 triliun pada tahun 2023, terjadi peningkatan dibandingkan 2022 yang hanya sekitar Rp. 800 miliar.

Di sisi lain, pertumbuhan jumlah UKM di Kota Padang meningkatkan ketatnya persaingan antar UKM. Oleh karena itu, setiap pelaku UKM di Kota Padang harus mampu merancang berbagai strategi pemasaran untuk mencapai kinerja yang tinggi dan pada akhirnya memenangkan persaingan. Salah satu aspek penting yang harus dicermati dalam memenangkan persaingan adalah meraih kinerja yang baik bagi setiap

organisasi termasuk pada UKM itu sendiri. Dengan adanya kebijakan- kebijakan pemerintah dan perkembangan teknologi yang pesat menjadi peluang bagi UKM di Kota Padang untuk semakin berkembang.

Namun, peningkatan usaha untuk pertumbuhan kinerja masih rendah (Lestari & Susanto, 2021), kinerja UKM belum sesuai untuk menghadapi persaingan skala Internasional bahkan skala nasional (Susanto et al., 2019), UKM harus bisa berjalan dipasar digital. Terdapat tantangan-tantangan dalam pengembangan UMKM di pasar digital, antara lain: Terbatasnya kemampuan pelaku UKM dalam mengadopsi teknologi dan literasi digital, masih banyak UKM yang kesulitan dalam menyusun laporan pembukuan dan administrasi keuangan secara digital, kemampuan UKM yang masih kurang dalam memperluas pasar ekspor berbasis digital, peraturan prosedur bisnis lintas negara yang rumit dan mahal serta membutuhkan waktu yang lama, adanya isu-isu terkait tentang inovasi dan teknologi (Ekkuinbang et al., 2024). Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu (Wardi et al., 2017) yaitu masih rendahnya kemampuan pelaku UKM dalam melakukan inovasi, keahlian dalam menyelesaikan persoalan yang terjadi dalam pengelolaan usaha belum memadai atau SDM yang masih rendah, terbatasnya relasi sehingga menghambat akses pasar dan informasi, kurang bisa mengeksplorasi pasar dengan baik, dan terbatasnya modal dan bantuan keuangan kepada UKM yang membuat usaha lama dalam berkembang.

Selain itu adanya UKM yang tidak melek terhadap teknologi dimana memiliki keterbatasan dalam mengakses dan memanfaatkan informasi yang berdampak pada kendala mempromosikan produk dan pendistribusian. Begitu pula dalam bentuk

produk yang ditawarkan masih memiliki tingkat inovasi yang rendah. Beberapa UKM terlihat masih merasa sulit dalam mencari pasar yang akan dituju, sehingga beberapa usaha kecil terkadang menukar jenis usahanya di tengah jalan.

Menurut hasil observasi yang peneliti lakukan, UKM di Kota Padang memiliki peluang dan ancaman dalam mengembangkan produk. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan analis kebijakan muda Dinas Koperasi dan UKM Kota Padang yaitu:

“... dalam mengembangkan sektor UKM tentu melihat berbagai ancaman dan peluang yang ada di lapangan. Hal yang menjadi ancaman bagi perkembangan UKM adalah masih rendahnya kesadaran pelaku usaha atau rendahnya SDM karena gagap teknologi padahal saat sekarang ini kemajuan usaha salah satunya sangat bergantung pada penguasaan teknologi. Selain itu, yang menjadi ancaman adalah masih banyak yang tidak bisa melakukan manajemen keuangan usahanya, adanya produk usaha yang musiman dan hadirnya produk luar daerah dengan harga yang lebih murah. Sementara itu, yang menjadi peluang dalam perkembangan UKM adalah adanya kebijakan-kebijakan yang mendukung untuk kemudahan dan perlindungan berusaha, serta perkembangan teknologi yang pesat sehingga promosi, pemasaran, perizinan UKM menjadi lebih mudah.” (Wawancara dengan Bapak Ade Marjoni, S.Sos selaku Analis Kebijakan Muda Koperasi dan UKM Kota Padang pada 21 Agustus 2024).

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti tertarik untuk membahas masalah tersebut lebih lanjut dalam Skripsi dengan judul **“Peran Dukungan Pemerintah , Literasi Digital dan Transformasi Digital terhadap Kinerja UKM di Kota Padang.”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas,dapat disimpulkan beberapa identifikasi masalah, Adapun identifikasi masalah yaitu:

1. Usaha Kecil dengan fokus tertentu masih kurang melek terhadap era digitalisasi yang berkembang pesat.
2. Usaha kecil sering kali kekurangan sumber daya dan visi kepemimpinan untuk sepenuhnya memahami dampak dari transformasi digital.
3. Kurangnya dukungan pemerintah terhadap digitalisasi UKM sehingga dapat mempengaruhi kinerja UKM.
4. UKM masih cenderung mengambil pendekatan digitalisasi yang lebih lambat dibandingkan dengan perusahaan besar.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan identifikasi masalah yang telah di jelaskan, maka perlu adanya pembatasan cangkupan penelitian agar penelitian yang dilakukan lebih terfokus dan tidak keluar dari topik yang akan dibahas. Oleh karena itu batasan masalah dalam penelitian ini terkait Peran Dukungan Pemerintah, Literasi Digital dan Transformasi Digital terhadap Kinerja UKM di Kota Padang.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana dukungan pemerintah Berperan terhadap Kinerja UKM di Kota Padang.
2. Bagaimana Literasi Digital berperan terhadap kinerja UKM di Kota Padang
3. Bagaimana Transformasi Digital Berperan terhadap kinerja UKM di Kota Padang.

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui apakah dukungan pemerintah Berperan terhadap Kinerja UKM di Kota Padang.
2. Untuk Mengetahui apakah Literasi Digital berperan terhadap kinerja UKM di Kota Padang
3. Untuk Mengetahui apakah Transformasi Digital Berperan terhadap kinerja UKM di Kota Padang.

F. Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan bagi peneliti dibidang ke ilmuan, khususnya mengenai Peran Dukungan Pemerintah, Literasi Digital dan Transformasi Digital terhadap Kinerja UKM di Kota Padang.

2. Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat mengetahui dan menambah ilmu pengetahuan peneliti dalam mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang diperoleh di bangku perkuliahan, khususnya pengetahuan di bidang Manajemen Pemasaran dan guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Universitas Negeri Padang.

b. Bagi Usaha Mikro dan Menengah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pelaku UKM di Kabupaten Pesisir Selatan untuk mengetahui besarnya Peran Dukungan Pemerintah, Literasi Digital dan Transformasi Digital terhadap Kinerja UKM di Kota Padang

c. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi kalangan akademisi, baik dosen maupun mahasiswa dalam upaya memberikan wawasan dan pengetahuan serta menambah literatur pustaka di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang khususnya dibidang pemasaran.

d. Bagi Peneliti Lebih Lanjut

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan referensi dan bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya berkaitan dengan penelitian yang sejenis.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pada pengujian hipotesis “Peran Dukungan Pemerintah, Literasi Digital dan Transformasi Digital Terhadap Kinerja UKM di Kota Padang.” Maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh langsung dari hipotesis pada penelitian ini yang terdiri dari tiga hipotesis yaitu memiliki pengaruh yang positif dan signifikan antara lain sebagai berikut:

1. Dukungan Pemerintah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UKM. Hal ini berarti bahwa Jika adanya Dukungan Pemerintah dapat meningkatkan Kinerja pada pelaku usaha UKM.
2. Literasi Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UKM. Hal ini berarti bahwa semakin baik Literasi Digital yang dimiliki oleh pelaku usaha UKM maka semakin meningkat Kinerja pada pelaku usaha UKM
3. Transformasi Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UKM. Hal ini berarti bahwa jika suatu UKM memiliki tingkat Transformasi Digital pada usaha maka dapat meningkatkan Kinerja pada Pelaku Usaha UKM.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah di uraikan, penulis menyadari akan kekurangan dari penelitian di atas, maka saran yang dapat penulis berikan yaitu:

1. Dukungan Pemerintah: Meskipun berada dalam kategori kuat nilai dukungan pemerintah yang terendah adalah pada bagian aspek fasilitas infrastuktur teknologi. Hal menunjukkan bahwa meskipun infrastruktur teknologi sudah tersedia masih terdapat ruang untuk peningkatan terutama dalam menyediakan infrastruktur yang lebih baik lagi bagi UKM.
2. Literasi Digital: Diantara aspek Literasi Digital kemampuan mengintegrasikan dan menjelaskan ulang konten digital masih kurang terhadap pelaku UKM. Hal Ini mengindikasikan bahwa pelaku UKM masih mengalami tantangan dalam hal pengolahan konten digital yang lebih kompleks, yang dapat mempengaruhi efisiensi digital mereka sehingga pelaku UKM perlu meningkatkan lagi kemampuan dalam pemahaman konten digital.
3. Transformasi Digital: dalam transformasi digital masih terdapat kekurangan pada proses bisnis yang semakin terhubung secara digital, Hal ini mengakibatkan integrasi digital diseluruh proses bisnis belum optimal, sehingga Pelaku usaha UKM memerlukan upaya lebih lanjut untuk menyelaraskan berbagai bagian perusahaan secara digital.
4. Kinerja UKM: Meskipun UKM menunjukkan performa yang baik, margin keuntungan relatif rendah terhadap pesaing masih menjadi tantangan yang memerlukan perhatian lebih sehingga Pelaku usaha UKM perlu meningkatkan Kinerja agar Margin Keuntungan dapat meningkat.

Dengan mengikuti saran-saran di atas, diharapkan UKM di Kota Padang dapat Meningkatkan Kinerja mereka, sehingga dapat meningkatkan daya saing, dan mengoptimalkan operasional bisnis mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Abedin, B., & Babar, A. (2018). Institutional vs. Non-institutional use of Social Media during Emergency Response: A Case of Twitter in 2014 Australian Bush Fire. *Information Systems Frontiers*, 20(4), 729–740. <https://doi.org/10.1007/s10796-017-9789-4>
- Adrian, D., & Mulyandi, M. R. (2020). Manfaat Pemasaran Media Sosial Instagram Pada Pembentukan Brand Awareness Toko Online. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(2), 215–222. <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i2.195>
- Ariska, C., & Wiyanto, H. (2019). Managerial Ownership, Leverage, Dan Growth Opportunity Sebagai Prediktor Firm Performance Perusahaan Manufaktur Di BEI. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1(3), 394. <https://doi.org/10.24912/jmk.v1i3.5337>
- Cahyono, T. D., & Rizqi, R. M. (2023). Pengaruh Modal Finansial dan Literasi Digital terhadap Kinerja Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kota Sumbawa. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(12), 10849–10855. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i12.3403>
- Cannas, R. (2021). Exploring digital transformation and dynamic capabilities in agrifood SMEs. *Journal of Small Business Management*, 00(00), 1–27. <https://doi.org/10.1080/00472778.2020.1844494>
- Chetty, K., Qigui, L., Gcora, N., Josie, J., Wenwei, L., & Fang, C. (2018). Bridging the digital divide: Measuring digital literacy. *Economics*, 12(1), 2023. <https://doi.org/10.5018/economics-ejournal.ja.2018-23>
- David Bawden, Genevieve Marie Johnson, Maggie fieldhouse and david nicholas, & David Buckingham. (2006). Introduction: Digital literacy Concepts, Policies and Practices. *Digital Literacies for Learning*, 2, 3–323.

- Dilek, & Adebin, B. (2021). Understanding the role of employees in digital transformation: conceptualization of digital literacy of employees as a multi-dimensional organizational affordance. *Journal of Enterprise Information Management*, 34(6), 1649–1672. <https://doi.org/10.1108/JEIM-01-2020-0010%0ACopyright>
- Diptyana, P., Rokhmania, N., & Herlina, E. (2022). *Financial Literacy , Digital Literacy and Financing Preferences Role to Micro and Small Enterprises ' Performance*. 05(02).
- Erista, I. F. S., Andadari, R. K., Usmanij, P. A., & Ratten, V. (2020). The Influence of Entrepreneurship Orientation on Firm Performance: A Case Study of the Salatiga Food Industry, Indonesia. *Entrepreneurship as Empowerment: Knowledge Spillovers and Entrepreneurial Ecosystems*, 45–61. <https://doi.org/10.1108/978-1-83982-550-720201005>
- Hair J. F. (2018). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2019). *MULTIVARIATE DATA ANALYSIS Multivariate Data Analysis*.
- Hooley, G. J., Greenley, G. E., Cadogan, J. W., & Fahy, J. (2005). The performance impact of marketing resources. *Journal of Business Research*, 58(1 SPEC.ISS), 18–27. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(03\)00109-7](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(03)00109-7)
- Kafetzopoulos, D. (2020). Organizational ambidexterity: antecedents, performance and environmental uncertainty. *Business Process Management Journal*, 27(3), 922–940. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-06-2020-0300>
- Kurnianty, J., & Sitorus, R. R. (2023). Pengaruh Modal, Dukungan Pemerintah, Kompetensi SDM, dan Produktivitas Kerja terhadap Kinerja UMKM. *JIMF*

- (*Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma*), 6(3), 260.
<https://doi.org/10.32493/frkm.v6i3.29009>
- Matarazzo, M., Penco, L., Profumo, G., & Quaglia, R. (2021). Digital transformation and customer value creation in Made in Italy SMEs: A dynamic capabilities perspective. *Journal of Business Research*, 123(October 2020), 642–656.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.033>
- Nofiani, D., Indarti, N., Lukito-Budi, A. S., & Manik, H. F. G. G. (2021). The dynamics between balanced and combined ambidextrous strategies: a paradoxical affair about the effect of entrepreneurial orientation on SMEs' performance. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 13(5), 1262–1286.
<https://doi.org/10.1108/JEEE-09-2020-0331>
- Ollerenshaw, A., Corbett, J., & Thompson, H. (2021). Increasing the digital literacy skills of regional SMEs through high-speed broadband access. *Small Enterprise Research*, 28(2), 115–133. <https://doi.org/10.1080/13215906.2021.1919913>
- S. Hamid, R., & M. Anwar, S. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM)*.
- Schulz, D., der Woud, A. van, & Westhof, J. (2020). The best indycaster project: Analysing and understanding meaningful YouTube content, dialogue and commitment as part of responsible management education. *International Journal of Management Education*, 18(1), 100335.
<https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.100335>
- Spante, M., Hashemi, S. S., Lundin, M., & Algers, A. (2018). Digital competence and digital literacy in higher education research: Systematic review of concept use. *Cogent Education*, 5(1), 1–21. <https://doi.org/10.1080/2331186X.2018.1519143>
- Student, M. T., Kumar, R. R., Ommments, R. E. C., Prajapati, A., Blockchain, T.-A., MI, A. I., Randive, P. S. N., Chaudhari, S., Barde, S., Devices, E., Mittal, S., Schmidt,

- M. W. M., Id, S. N. A., PREISER, W. F. E., OSTROFF, E., Choudhary, R., Bit-cell, M., In, S. S., Fullfillment, P., ... Fellowship, W. (2021). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における 健康関連指標に関する共分散構造分析
Title. *Frontiers in Neuroscience*, 14(1), 1–13.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*.
- Susanto, P., Hoque, M. E., Shah, N. U., Candra, A. H., Hashim, N. M. H. N., & Abdullah, N. L. (2023). Entrepreneurial orientation and performance of SMEs: the roles of marketing capabilities and social media usage. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 15(2), 379–403.
<https://doi.org/10.1108/JEEE-03-2021-0090>
- Taouab, O., & Issor, Z. (2019). Firm Performance: Definition and Measurement Models. *European Scientific Journal ESJ*, 15(1), 93–106.
<https://doi.org/10.19044/esj.2019.v15n1p93>
- Techataweewan, W., & Prasertsin, U. (2018). Development of digital literacy indicators for Thai undergraduate students using mixed method research. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 39(2), 215–221.
<https://doi.org/10.1016/j.kjss.2017.07.001>
- Trieu, H. D. X., Nguyen, P. Van, Nguyen, T. T. M., Vu, H. T. M., & Tran, K. T. (2023). Information technology capabilities and organizational ambidexterity facilitating organizational resilience and firm performance of SMEs. *Asia Pacific Management Review*, 28(4), 544–555.
<https://doi.org/10.1016/j.apmr.2023.03.004>
- Wardana, L. W., Ahmad, Indrawati, A., Maula, F. I., Mahendra, A. M., Fatihin, M. K., Rahma, A., Nafisa, A. F., Putri, A. A., & Narmaditya, B. S. (2023). Do digital

- literacy and business sustainability matter for creative economy? The role of entrepreneurial attitude. *Heliyon*, 9(1), e12763. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e12763>
- Warner, K. S. R., & Wäger, M. (2019). Building dynamic capabilities for digital transformation: An ongoing process of strategic renewal. *Long Range Planning*, 52(3), 326–349. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2018.12.001>
- Zahoor, N., Zopiatis, A., Adomako, S., & Lamprinakos, G. (2023a). The micro-foundations of digitally transforming SMEs: How digital literacy and technology interact with managerial attributes. *Journal of Business Research*, 159, 113755. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113755>
- Zahoor, N., Zopiatis, A., Adomako, S., & Lamprinakos, G. (2023b). The micro-foundations of digitally transforming SMEs: How digital literacy and technology interact with managerial attributes. *Journal of Business Research*, 159(April), 113755. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113755>
- Zhang, Y., & Ayele, E. Y. (2022). Factors Affecting Small and Micro Enterprise Performance with the Mediating Effect of Government Support: Evidence from the Amhara Region Ethiopia. *Sustainability (Switzerland)*, 14(11). <https://doi.org/10.3390/su14116846>