

# **PENGARUH LITERASI DIGITAL DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA UMKM DENGAN ENTREPRENEURSHIP ORIENTATION SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDI PADA UMKM KOTA MEDAN) DALAM SEKTOR USAHA MAKANAN**

**Shelvy Ali Juna<sup>1</sup> Payeel Karisma<sup>2</sup> Steven Chang<sup>3</sup>  
Program Studi Manajemen  
Faculty of Economy, Universitas Prima Indonesia**

## **Abstrak**

UMKM khususnya di sektor makanan memiliki peran penting dalam perekonomian Kota Medan, namun meskipun adopsi digital sudah tinggi, pemanfaatannya masih belum optimal sehingga kinerja belum meningkat secara signifikan. Penelitian ini menyoroti bahwa literasi digital dan inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja UMKM, tetapi efektivitasnya sangat dipengaruhi oleh Entrepreneurship Orientation (EO) yang mencakup sikap proaktif, inovatif, dan berani mengambil risiko. EO berperan sebagai faktor penguat yang membantu UMKM memaksimalkan penggunaan teknologi dan inovasi untuk meningkatkan daya saing dan kinerja. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang menggunakan digital marketing sebagai variabel mediasi, penelitian ini menempatkan EO sebagai variabel moderasi yang menentukan seberapa besar pengaruh literasi digital dan inovasi produk terhadap kinerja UMKM. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 125 pelaku UMKM sektor makanan yang terdaftar dan aktif beroperasi di Kecamatan Medan Area, Kota Medan. Penelitian ini menggunakan teknik Simple Random Sampling untuk memastikan setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama menjadi sampel, sehingga data yang diperoleh lebih representatif. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa literasi digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM sektor makanan di Kota Medan, sedangkan inovasi produk tidak berpengaruh terhadap kinerja. Literasi digital dan inovasi produk sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap entrepreneurship orientation, yang pada gilirannya juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Selain itu, entrepreneurship orientation terbukti mampu memperkuat pengaruh literasi digital terhadap kinerja UMKM, namun tidak mampu memperkuat pengaruh inovasi produk terhadap kinerja UMKM sektor makanan di Kota Medan.

*Kata Kunci: Literasi Digital, Inovasi Produk, Kinerja UMKM, Entrepreneurship Orientation*