DINAMIKA
JURNAL DINAMIKA ADMINISTRASI BISNIS

Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis
Vol. 12. No. 1, Juni 2026
ISSN: 2722-1644
https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/adbis/

PENGARUH LITERASI DIGITAL, PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN DAN ORIENTASI PASAR TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING UMK KULINER DI KAWASAN TUGU PAHLAWAN SURABAYA

Callista Ivana Sefira[1], Awin Mulyati[2], Agung Pujianto[3]

ivanacallista540@gmail.com, awin@untag-sby.ac.id, agung@untag-sby.ac.id

ABSTRAK

Persaingan usaha yang semkain ketat menuntut pelaku Usaha Mikro dan Kecil (UMK) kuliner untuk memiliki keunggulan bersaing agar mampu bertahan dan berkembang. Keunggulan bersaing dapat ditingkatkan melalui berbagai faktor, di antaranya literasi digital, pengetahuan kewirauasahaan, dan orientasi pasar. Literasi digital membantu pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung aktivitas bisnis, pengetahuan kewirausahaan berperan dalam pengelolaan dan perkembangan usaha, sedangkan orientasi pasar memungkinkan pelaku usaha memahami kebutuhan konsumen serta dinamika pasar. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi digital, pengetahuan kewirausahaan, dan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing UMK kuliner di kawasan Tugu Pahlawan Surabaya. Dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada 86 responden yang diperoleh menggunakan Probability Sampling dengan metode Systematic Sampling. Selanjutnya dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh dengan pendekatan kuantitatif. Analisis data meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis melalui uji t dan uji F, serta uji koefisien determinasi (R^2). Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital, pengetahuan kewirausahaan, dan orientasi pasar secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing UMK kuliner di kawasan Tugu Pahlawan Surabaya. Variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap keunggulan bersaing adalah literasi digital, yang menunjukkan bahwa kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital menjadi faktor utama dalam meningkatkan daya saing usaha.

Kata Kunci : Literasi Digital, Pengetahuan Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Keunggulan Bersaing

ABSTRACK

Increasingly intense business competition requires Culinary Micro and Small Enterprises (MSEs) to possess competitive advantages in order to survive and grow. Competitive advantage can be enhanced through several factors, including digital literacy, entrepreneurial knowledge, and market orientation. Digital literacy enables business owners to utilize digital technology to support business activities, entrepreneurial knowledge plays an important role in managing and developing businesses, while market orientation allows business owners to understand customer needs and market dynamics. Therefore, this study aims to examine the influence of digital literacy, entrepreneurial knowledge, and market orientation on the competitive advantage of culinary MSEs in the Tugu Pahlawan Area, Surabaya. The data were collected through the direct distribution of questionnaires to 86 respondents selected using a probability sampling technique with the systematic sampling method. Furthermore, the collected data were analyzed using a quantitative approach. The data analysis included validity and reliability tests, classical assumption tests, hypothesis testing through t-tests and F-tests, and the coefficient of determination (R^2) test. Multiple linear regression analysis was employed using SPSS version 27. The result indicate that digital literacy, entrepreneurial knowledge, and market orientation have a positive and significant effect on the competitive advantage of culinary MSes in the Tugu Pahlawan Are, Surabaya, both partially and simultaneously. The most dominant variable influencing competitive advantage is digital literacy, indicating that the ability of business owners to utilize digital technology is the key factor in improving business competitiveness.

Keywords *: Digital Literacy, Entrepreneurial Knowledge, Market Orientation, Competitive Advantage.*

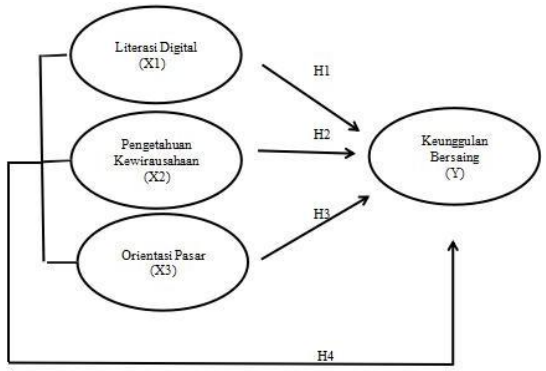
PENDAHULUAN

Usaha Mikro dan Kecil (UMK) merupakan salah satu sektor yang berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi serta menciptakan lapangan pekerjaan. Perkembangan jumlah UMK yang terus meningkat menunjukkan bahwa sektor ini memiliki kontribusi besar dalam mendukung aktivitas ekonomi masyarakat. Namun, peningkatan jumlah pelaku usaha juga menyebabkan persaingan yang semakin ketat sehingga pelaku usaha dituntut untuk memiliki keunggulan bersaing agar mampu bertahan dan berkembang. Salah satu faktor yang mengalami perkembangan pesat adalah sektor kuliner. Tingginya minat masyarakat terhadap usaha kuliner mendorong munculnya berbagai jenis produk dan layanan yang semakin beragam. Kondisi ini memberikan peluang usaha yang besar, tetapi sekaligus menuntut pelaku usaha untuk mampu menciptakan nilai tambah yang membedakan produknya dari pesaing. Keunggulan bersaing menjadi faktor penting karena dapat membantu usaha mempertahankan pelanggan serta meningkatkan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

Kawasan Tugu Pahlawan Surabaya merupakan salah satu lokasi yang menjadi pusat aktivitas UMK kuliner. Kawasan ini ramai dikunjungi masyarakat sehingga menjadi tempat yang potensial untuk menjalankan usaha. Namun, banyaknya pelaku usaha yang menawarkan produk serupa menyebabkan tingkat persaingan semakin tinggi. Berdasarkan hasil observasi awal, masih terdapat pelaku usaha yang belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal, belum menerapkan pengelolaan usaha secara terencana, serta belum sepenuhnya menyesuaikan produk dan layanan dengan kebutuhan pasar. Kondisi tersebut dapat mempengaruhi kemampuan usaha dalam menciptakan keunggulan bersaing. Salah satu faktor yang diduga mempengaruhi keunggulan bersaing adalah literasi digital. Kemampuan memanfaatkan teknologi digital dapat membantu pelaku usaha dalam menjalankan aktivitas usaha secara lebih efektif, mulai dari komunikasi dengan pelanggan hingga penggunaan sistem pembayaran digital. Selain itu, pengetahuan kewirausahaan juga diperlukan agar pelaku usaha mampu mengelola dan menegmbangkan usahanya secara lebih baik. Faktor lainnya adalah orientasi pasar yang berkaitan dengan kemampuan pelaku usaha dalam memahami kebutuhan pelanggan serta memperhatikan kondisi persaingan di pasar.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa faktor-faktor yang berkaitan dengan kewirausahaan, pemasaran, dan pengelolaan usaha berpengaruh terhadap daya saing maupun kinerja usaha. Penelitian Islah Fadhillah et aal., (2023) menemukan bahwa orientasi kewirausahaan, inovasi, dan kreativitas produk berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing usaha kuliner. Selanjutnya, Septika Atul Jannah et al., (2023) membuktikan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis UMKM. Penelitian Kholifatul Andaresta et al., (2024) serta Vara Ayu Shafa Styanty et al., (2025) juga menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap aktivitas dan keputusan berwirausaha. Selain itu Kiara Oktaviani Putri et al., (2023) menemukan bahwa orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja usaha UMK kuliner. Meskipun demikian, penelitian yang mengkaji pengaruh literasi digital, pengetahuan kewirausahaan, dan orientasi pasar secara simultan terhadap keunggulan bersaing UMK kuliner masih relatif terbatas, khususnya pada pelaku UMK kuliner di kawasan Tugu Pahlawan Surabaya. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan penelitian tersebut.

HIPOTESIS



Gambar 1 Kerangka Dasar Pemikiran
Sumber : Data diolah penulis, 2026

1. Hipotesis Pertama

Ho : Literasi Digital tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing UMK kuliner di kawasan Tugu Pahlawan Surabaya.

Ha : Literasi Digital berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing UMK kuliner di kawasan Tugu Pahlawan Surabaya.

2. Hipotesis Kedua

Ho : Pengetahuan Kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing UMK kuliner di kawasan Tugu Pahlawan Surabaya.

Ha: Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing UMK kuliner di kawasan Tugu Pahlawan Surabaya.

3. Hipotesis Ketiga

Ho : Orientasi Pasar tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing UMK kuliner di kawasan Tugu Pahlawan Surabaya.

Ha : Orientasi Pasar berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing UMK kuliner di kawasan Tugu Pahlawan Surabaya.

4. Hipotesis Keempat

Ho : Literasi Digital, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Orientasi Pasar tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing UMK kuliner di kawasan Tugu Pahlawan Surabaya.

Ha : Literasi Digital, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing UMK kuliner di kawasan Tugu Pahlawan Surabaya.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dala penelitian ini adalah kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada pelaku usaha. Sampel pada penelitian ini adalah pelaku usaha kuliner yang ada di kawasan Tugu pahlawan Surabaya dengan jumlah 86. penelitian ini menggunakan probability sampling dengan metode systematic sampling. Setelah data terkumpul, data tersebut diolah dengan menggunakan SPSS versi 27. proses analisis data mencakup pengujian validitas, reliabilitas, asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, serta pengujian hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 86 responden pelaku UMK kuliner di kawasan Tugu Pahlawan Surabaya. Karakteristik terdiri dari janis kelamin, usia, lama usaha, dan domisili.

Berdasarkan jenis kelamin, responden didominasi oleh perempuan sebanyak 52 orang (60,5%), sedangkan laki-laki sebanyak 34 orang (39,5%). Berdasarkan usia, mayoritas responden berada pada rentang usia 36–45 tahun sebanyak 29 orang (33,7%), diikuti usia 26–35 tahun sebanyak 25 orang (29,1%), usia lebih dari 45 tahun sebanyak 19 orang (22,1%), dan usia ≤ 25 tahun sebanyak 13 orang (15,1%).

Ditinjau dari lama usaha, sebagian besar responden telah menjalankan usaha selama 6–10 tahun sebanyak 35 orang (40,70%), diikuti 11–15 tahun sebanyak 22 orang (25,58%), lebih dari 15 tahun sebanyak 15 orang (17,44%), dan 1–5 tahun sebanyak 14 orang (16,28%). Berdasarkan domisili, mayoritas responden berasal dari Surabaya sebanyak 57 orang (66,28%), Madura sebanyak 14 orang (16,28%), Gresik sebanyak 9 orang

(10,47%), dan Sidoarjo sebanyak 6 orang (6,97%).

2. Hasil Uji Validitas

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

variabel		R Hitung	R Tabel	Kesimpulan
Literasi Digital (X1)	X1.1	0,955	0,361	Valid
	X1.2	0,861	0,361	Valid
	X1.3	0,850	0,361	Valid
	X1.4	0,863	0,361	Valid
Pengetahuan Kewirausahaan (X2)	X2.1	0,936	0,361	Valid
	X2.2	0,690	0,361	Valid
	X2.3	0,705	0,361	Valid
	X2.4	0,784	0,361	Valid
Orientasi Pasar (X3)	X3.1	0,920	0,361	Valid
	X3.2	0,859	0,361	Valid
	X3.3	0,842	0,361	Valid
Keunggulan Bersaing (Y)	Y.1	0,852	0,361	Valid
	Y.2	0,706	0,361	Valid
	Y.3	0,597	0,361	Valid
	Y.4	0,637	0,361	Valid
	Y.5	0,682	0,361	Valid

Sumber : Data Primer, Diolah Oleh SPSS ver 27 (2026)

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel di atas, diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Literasi Digital (X1), Pengetahuan Kewirausahaan (X2), Orientasi Pasar (X3), dan Keunggulan Bersaing (Y) memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel sebesar 0,361. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap item pernyataan mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat, sehingga data yang diperoleh dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

3. Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Batas Nilai Cronbach's alpha	Kesimpulan
Literasi Digital (X1)	0,906	0,6	Reliabel
Pengetahuan Kewirausahaan (X2)	0,790	0,6	Reliabel
Orientasi Pasar (X3)	0,844	0,6	Reliabel
Keunggulan Bersaing (Y)	0,736	0,6	Reliabel

Sumber : Data Primer, Diolah Oleh SPSS ver 27 (2026)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang disajikan pada tabel. seluruh variabel dalam penelitian ini, yaitu Literasi Digital (X1), Pengetahuan Kewirausahaan (X2), Orientasi Pasar (X3), dan Keunggulan Bersaing (Y), memperoleh nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6. Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki tingkat konsistensi internal yang baik. Dengan demikian, seluruh item pernyataan pada masing- masing variabel dinyatakan reliabel dan layak digunakan sebagai instrumen pengukuran dalam penelitian ini.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 3 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.439	2.422		1.420	.159
	Literasi Digital	.498	.102	.447	4.863	<,001
	Pengetahuan Kewirausahaan	.285	.114	.230	2.495	.015
	Orientasi Pasar	.332	.139	.205	2.394	.019

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Sumber : Data Primer, Diolah Oleh SPSS ver 27 (2026)

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS, diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + e$$
$$Y = 3,439 + 0,498X1 + 0,285X2 + 0,332X3 + e$$

Keterangan :

Y = Keunggulan Bersaing

X1 = Literasi Digital

X2 = Pengetahuan Kewirausahaan

X3 = Orientasi Pasar

α = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi Literasi Digital

b_2 = Koefisien regresi Pengetahuan Kewirausahaan

b_3 = Koefisien regresi Orientasi Pasar

e = standar error

Berdasarkan hasil pengujian regresi linier berganda pada tabel Coefficients, dapat dirangkum beberapa poin sebagai berikut :

1. Konstanta (a) memiliki nilai positif sebesar 3,439. Hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel Literasi Digital (X1), Pengetahuan Kewirausahaan (X2), dan Orientasi Pasar (X3) bernilai nol, maka Keunggulan Bersaing (Y)

memiliki nilai sebesar 3,439. Nilai konstanta yang positif menunjukkan bahwa Keunggulan Bersaing tetap memiliki nilai positif meskipun tidak dipengaruhi oleh ketiga variabel independen.

2. Koefisien regresi variabel Literasi Digital (X1) sebesar 0,498 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada Literasi Digital, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap, akan meningkatkan Keunggulan Bersaing sebesar 0,498. Koefisien yang bernilai positif menunjukkan adanya hubungan searah antara Literasi Digital dan Keunggulan Bersaing. Dengan demikian, semakin baik kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital, maka semakin tinggi pula keunggulan bersaing.
3. Koefisien regresi variabel Pengetahuan Kewirausahaan sebesar 0,285 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada Pengetahuan Kewirausahaan, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap, akan meningkatkan Keunggulan Bersaing sebesar 0,285. Koefisien yang bernilai positif menunjukkan adanya hubungan searah antara Pengetahuan Kewirausahaan dan Keunggulan Bersaing. Dengan demikian, semakin baik pengetahuan dan pemahaman pelaku usaha mengenai kegiatan kewirausahaan, maka semakin tinggi pula keunggulan bersaing yang dapat dicapai.
4. Koefisien regresi variabel Orientasi Pasar sebesar 0,332 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada Orientasi Pasar, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap, akan meningkatkan Keunggulan Bersaing sebesar 0,332. Koefisien yang beernilai positif menunjukkan adanya hubungan searah antara Orientasi Pasar dan keunggulan Bersaing. Dengan demikian, semakin baik kemampuan pelaku usaha dalam memahami kebutuhan pelanggan, memantau pesaing, dan merespon perubahan pasar, maka semakin tinggi pula keunggulan bersaing yang dimiliki.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, diketahui bahwa variabel Literasi Digital, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Orientasi Pasar memiliki koefisien regresi bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan pada masing-masing variabel tersebut akan diikuti oleh peningkatan Keunggulan Bersaing. Dari ketiga variabel independen yang diteliti, Literasi Digital memiliki nilai koefisien regresi terbesar yaitu 0,498, sehingga dapat dikatakan sebagai variabel yang memberikan pengaruh paling dominan terhadap Keunggulan Bersaing. Dengan demikian, semakin baik literasi digital, pengetahuan kewirausahaan, dan orientasi pasar yang dimiliki pelaku UMK, maka semakin tinggi pula keunggulan bersaing yang dapat dicapai.

5. Uji Hipotesis

Uji t (parsial)

Tabel 4 Hasil Uji t (parsial)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.439	2.422		1.420	.159
	Literasi Digital	.498	.102	.447	4.863	<,001
	Pengetahuan Kewirausahaan	.285	.114	.230	2.495	.015
	Orientasi Pasar	.332	.139	.205	2.394	.019

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Sumber : Data Primer, Diolah Oleh SPSS ver 27 (2026)

t tabel = t (α/2; n - k - 1)

Keterangan :

α/2 = 5% / 2 = 0,025

n = jumlah sampel = 86

k = jumlah variabel independen = 3 Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 86 orang dengan tiga variabel independen. Derajat kebebasan atau df (Degree of Freedom) dalam uji ini adalah 86 - 3 - 1 = 82. Dengan nilai signifikansi 0,025 dapat diperoleh nilai t tabel sebesar 1,989. Apabila nilai t hitung > t tabel dan nilai signifikansi < 0,05, maka variabel independen dinyatakan berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

Berikut ini adalah hasil pengujian hipotesis secara parsial dalam penelitian ini :

1. Hipotesis Pertama

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.22 diperoleh t hitung 4,863 yang lebih besar dari t tabel 1,989. Dengan demikian hipotesis nihil yang berbunyi Literasi Digital tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing UMK kuliner di kawasan Tugu Pahlawan Surabaya dinyatakan ditolak, hal ini diperkuat dengan hasil sig 0,001 yang lebih kecil dari 0,05 artinya probabilitas kesalahan menolak hipotesis nihil sebesar 0,1% sehingga hipotesis alternatif yang berbunyi Literasi Digital berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing UMK kuliner di kawasan Tugu Pahlawan Surabaya dinyatakan diterima.

2. Hipotesis Kedua

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh t hitung 2,495 yang lebih besar dari t tabel 1,989. Dengan demikian hipotesis nihil yang berbunyi Pengetahuan Kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing UMK kuliner di kawasan Tugu Pahlawan Surabaya dinyatakan ditolak, hal ini diperkuat dengan hasil sig 0,015 yang lebih kecil dari 0,05 artinya probabilitas kesalahan menolak hipotesis nihil sebesar 1,5% sehingga hipotesis alternatif yang berbunyi Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing UMK kuliner di kawasan Tugu Pahlawan Surabaya dinyatakan diterima.

3. Hipotesis Ketiga

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh t hitung 2,394 yang lebih besar dari t tabel 1,989. Dengan demikian hipotesis nihil yang berbunyi Orientasi Pasar tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing UMK kuliner di kawasan Tugu Pahlawan Surabaya dinyatakan ditolak, hal ini diperkuat dengan hasil sig 0,019 yang lebih kecil dari 0,05 artinya probabilitas kesalahan menolak hipotesis nihil sebesar 1,9% sehingga hipotesis alternatif yang berbunyi Orientasi Pasar berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing UMK kuliner di kawasan Tugu Pahlawan Surabaya dinyatakan diterima.

Uji F (Simultan)

Tabel 5 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	176.631	3	58.877	21.285	<,001[b]
	Residual	226.822	82	2.766		
	Total	403.453	85			

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

b. Predictors: (Constant), Orientasi Pasar, Literasi Digital, Pengetahuan Kewirausahaan

Sumber : Data Primer, Diolah Oleh SPSS ver 27 (2026)

Berdasarkan hasil pengujian diatas, diperoleh nilai F hitung sebesar 21,285 yang lebih besar dari F tabel sebesar 2,720 dengan demikian hipotesis nihil yang berbunyi Literasi Digital, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Orientasi Pasar tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing UMK kuliner di kawasan Tugu Pahlawan Surabaya dinyatakan ditolak, hal ini diperkuat dengan nilai sig 0,001 yang lebih kecil dari 0,05 artinya probabilitas kesalahan menolak hipotesis nihil sebesar 0,1%, sehingga hipotesis alternatif yang berbunyi Literasi Digital, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Orientasi Pasar berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing UMK kuliner di kawasan Tugu Pahlawan Surabaya dinyatakan diterima.

Uji R^2 (Determinasi)

Tabel 6 Hasil Uji R^2 (Determinasi)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.662[a]	.438	.417	1.66317

a. Predictors: (Constant), Orientasi Pasar, Literasi Digital, Pengetahuan Kewirausahaan

b. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Sumber : Data Primer, Diolah Oleh SPSS ver 27 (2026)

Berdasarkan Model Summary, hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai korelasi (R)

sebesar 0,662 atau 66,2% yang berarti terdapat hubungan yang cukup antara variabel Literasi Digital, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Orientasi Pasar secara simultan terhadap Keunggulan Bersaing. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,417 atau 41,7% menunjukkan bahwa kontribusi ketiga variabel independen tersebut terhadap Keunggulan Bersaing adalah sebesar 41,7% sedangkan sisanya sebesar 58,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Variabel lain yang memiliki kontribusi terhadap peningkatan Keunggulan Bersaing antara lain inovasi produk, kualitas produk, dan penggunaan media sosial. Hal tersebut didukung oleh penelitian Michael dan Hidayah, (2025) yang berjudul "Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner" yang menyatakan bahwa inovasi, kualitas produk, dan media sosial memiliki pengaruh terhadap Keunggulan Bersaing UMK.

Pembahasan

1. Pengaruh Literasi Digital terhadap Keunggulan Bersaing UMK kuliner di kawasan Tugu Pahlawan Surabaya

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing UMK kuliner di kawasan Tugu Pahlawan Surabaya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Lasmiatun dan Zulfikri (2025) yang menyatakan bahwa literasi digital berpengaruh signifikan terhadap peningkatan daya saing UMKM melalui pemanfaatan teknologi dan inovasi usaha.

2. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing UMK kuliner di kawasan Tugu Pahlawan surabaya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing UMK kuliner di kawasan Tugu Pahlawan Surabaya. Temuan ini mendukung penelitian Annisa dan Elfarina (2023) yang menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing.

3. Pengaruh Orientasi pasar terhadap Keunggulan Bersaing UMK kuliner di kawasan Tugu Pahlawan Surabaya

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Orientasi Pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing UMK kuliner di kawasan Tugu Pahlawan Surabaya.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh Literasi Digital, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing pada pelaku UMK, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 86 pelaku UMK di kawasan Tugu Pahlawan Surabaya, diketahui bahwa lebih dari 50% mayoritas responden berjenis kelamin perempuan. Para pelaku usaha juga termasuk pada usia yang sangat produktif yaitu 36-45 tahun, walaupun ada sebagian besar yang berusia lebih dari 45 tahun. Para pelaku usaha di Tugu Pahlawan juga rata-rata sudah menjalankan usahanya 6-10 tahun dan bahkan ada yang sudah menjalankan usaha lebih dari 15 tahun. Mayoritas pelaku usaha berdomisili Surabaya, sehingga memiliki pemahaman yang baik terhadap karakteristik pasar lokal dan kebutuhan konsumen di kawasan Tugu Pahlawan.
2. Hasil penelitian menunjukkan ketiga variabel memiliki pengaruh yang kuat terhadap Keunggulan Bersaing. Namun demikian, variabel yang paling dominan menciptakan Keunggulan Bersaing

adalah variabel Literasi Digital. Hal ini diperkuat oleh kondisi pelaku usaha yang sebagian besar telah mampu memanfaatkan teknologi digital dalam menjalankan kegiatan usahanya serta mencari informasi melalui internet untuk mengembangkan usahanya.

Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1) Bagi pelaku UMK

1. Variabel Literasi Digital
   Pelaku UMK disarankan untuk meningkatkan pemanfaatan sistem pembayaran digital, seperti QRIS dan e-wallet, dalam kegiatan usahanya. Hal ini dapat dilakukan dengan mengikuti pelatihan terkait transaksi digital serta memanfaatkan berbagai metode pembayaran non-tunai yang semakin banyak digunakan oleh konsumen. Sedangkan untuk indikator mengenai kemampuan menggunakan smartphone untuk membantu kegiatan usaha perlu dipertahankan karena memperoleh nilai rata-rata tertinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelaku UMKM telah mampu memanfaatkan smartphone sebagai sarana yang mendukung aktivitas usaha sehari-hari.
2. Variabel Pengetahuan Kewirausahaan
   Pelaku UMK disarankan untuk meningkatkan kemampuan dalam mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang usaha yang berpotensi memberikan keuntungan. Upaya tersebut dapat dilakukan dengan memperluas wawasan mengenai tren pasar, kebutuhan konsumen, dan perkembangan lingkungan bisnis. Sedangkan untuk indikator mengenai pemahaman cara menjalankan usaha dengan baik perlu dipertahankan karena memperoleh nilai rata-rata tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM telah memiliki pengetahuan dasar yang baik dalam mengelola dan mengembangkan usahanya.
3. Variabel Orientasi Pasar
   Pelaku UMK disarankan untuk lebih memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan agar produk maupun layanan yang diberikan dapat sesuai dengan harapan konsumen. Hal tersebut dapat dilakukan dengan meningkatkan komunikasi dengan pelanggan, menerima masukan, serta melakukan evaluasi terhadap tingkat kepuasan pelanggan secara berkala. Sedangkan untuk indikator mengenai pengetahuan terhadap kelebihan dan kekurangan produk pesaing perlu dipertahankan karena memperoleh nilai rata-rata tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM telah memiliki perhatian yang baik terhadap kondisi persaingan pasar dalam menjalankan usahanya.
4. Variabel Keunggulan Bersaing
   Pelaku UMKM disarankan untuk meningkatkan keunikan atau ciri khas produk yang ditawarkan agar memiliki pembeda yang lebih jelas dibandingkan produk pesaing. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui inovasi produk, pengembangan desain, maupun perbaikan kemasan yang lebih menarik dan mudah dikenali oleh konsumen. Sedangkan untuk indikator mengenai pemberian pelayanan yang ramah kepada pelanggan perlu dipertahankan karena memperoleh nilai rata-rata tertinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan telah menjadi salah satu keunggulan yang mampu menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

2) Bagi pemerintah dan instansi terkait

1. Diharapkan dapat meningkatkan program pelatihan literasi digital bagi pelaku UMK, khususnya terkait pemanfaatan media digital, pemasaran digital, penggunaan aplikasi

pendukung usaha, dan sistem pembayaran digital. Selain itu, diperlukan pendampingan secara berkelanjutan agar pelaku usaha mampu mengoptimalkan penggunaan teknologi digital dalam mendukung aktivitas usahanya dan meningkatkan daya saing di era digital.

2. Diharapkan dapat menyelenggarakan program pelatihan kewirausahaan secara rutin yang berfokus pada pengelolaan usaha, perencanaan bisnis, pengelolaan modal, serta pengembangan usaha. Kegiatan tersebut diharapkan dapat membantu pelaku UMK meningkatkan kemampuan manajerial dan pengambilan keputusan bisnis sehingga usaha yang dijalankan dapat berkembang secara berkelanjutan dan memiliki daya saing yang lebih baik.
3. Diharapkan dapat memberikan pendampingan mengenai analisis pasar, perilaku konsumen, strategi pemasaran, serta pengembangan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Selain itu, pemerintah dapat memfasilitasi kegiatan promosi, pameran UMKM, dan akses informasi pasar sehingga pelaku usaha dapat lebih memahami perubahan kebutuhan konsumen dan perkembangan persaingan usaha. Diharapkan dapat mendukung peningkatan keunggulan bersaing pelaku UMK melalui program pengembangan produk, pelatihan inovasi usaha, peningkatan kualitas pelayanan, serta fasilitasi sertifikasi produk dan perizinan usaha. Dukungan tersebut diharapkan dapat membantu pelaku usaha menciptakan nilai tambah yang membedakan usahanya dari pesaing dan meningkatkan daya saing secara berkelanjutan.

Daftar Pustaka

Fhadillah, I., Novaria, R., & Andayani, S. (2026). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, dan Kretivitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Usaha DR. Spicy Cepu.

Michael, & Hidayah, N. (2025). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner. Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan, 7(4),

Mulyati, D. J., & Maruta, A. Pengaruh Orientasi Pasar, Perilaku Kewirausahaan, Dan Motivasi terhadap Kinerja Bisnis Pada Sentra Ukm (Kampung Kue Kec. Rungkut Kota Surabaya). Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Putri, K. O., Andayani, S., & Mulyati, D. J. (2023). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Usaha pada (UMK) Usaha Mikro Kecil Kuliner Dales Surabaya.

Styanty, V.A.S., Pudjianto, A., & Pratiwi, N. M. I. (2025). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Self-Efficiacy Dan Lingkungan Keluarga terhadap Keputusan Berwirausaha Pada Wirausaha Muda Di Pasar Kodam Brawijaya, Surabaya.