

PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, LITERASI DIGITAL, INOVASI PRODUK, AKSES INTERNET, DAN MODAL USAHA TERHADAP KINERJA UMKM DI PROVINSI KALIMANTAN TIMUR TAHUN 2018–2023

Ramdan, S.Sos., M.M., CPLO., CSCM¹, Dr. Abdul Halik, M.M², Prof. Dr. Siti Mujanah, MBA., Ph.D³

^{1,2,3}Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email: ramdanuntagsurabaya@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh digital marketing, literasi digital, inovasi produk, akses internet, dan modal usaha terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Provinsi Kalimantan Timur selama periode 2018–2023. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan data sekunder yang bersumber dari Badan Pusat Statistik (BPS), Kementerian Koperasi dan UKM, serta Kementerian Komunikasi dan Informatika. Model analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Temuan ini menegaskan bahwa penguatan digitalisasi, peningkatan literasi digital, inovasi produk, ketersediaan internet, dan akses modal usaha merupakan faktor kunci dalam meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi digital.

Kata kunci: Digital Marketing, Literasi Digital, Inovasi Produk, Akses Internet, Modal Usaha, Kinerja UMKM.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah paradigma bisnis global, termasuk sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia. Di Provinsi Kalimantan Timur, UMKM memegang peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. Namun, tantangan utama masih terdapat pada rendahnya adopsi teknologi digital, keterbatasan literasi digital, serta akses modal yang terbatas. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis sejauh mana lima faktor utama, yaitu digital marketing, literasi digital, inovasi produk, akses internet, dan modal usaha mempengaruhi kinerja UMKM di Kalimantan Timur.

Rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah digital marketing berpengaruh terhadap kinerja UMKM di Kalimantan Timur?
2. Apakah literasi digital berpengaruh terhadap kinerja UMKM di Kalimantan Timur?
3. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja UMKM di Kalimantan Timur?
4. Apakah akses internet berpengaruh terhadap kinerja UMKM di Kalimantan Timur?
5. Apakah modal usaha berpengaruh terhadap kinerja UMKM di Kalimantan Timur?

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh kelima variabel tersebut terhadap kinerja UMKM guna memberikan rekomendasi kebijakan yang relevan bagi pemerintah daerah dan pelaku usaha.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori pemasaran digital (Kotler et al., 2021) menjelaskan bahwa pemanfaatan teknologi informasi dalam promosi meningkatkan efisiensi dan jangkauan pasar. Selain itu, teori inovasi Schumpeter (1934) menekankan pentingnya kreativitas dan inovasi produk sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi. Penelitian Tambunan (2019) menunjukkan bahwa UMKM yang memiliki literasi digital tinggi lebih adaptif terhadap perubahan pasar. Selain itu, akses modal dan jaringan internet turut memperkuat daya saing UMKM.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data sekunder dari BPS, Kominfo, dan Kementerian Koperasi dan UKM periode 2018–2023. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan model sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Kinerja UMKM

X₁ = Digital Marketing

X₂ = Literasi Digital

X₃ = Inovasi Produk

X₄ = Akses Internet

X₅ = Modal Usaha

ε = Error term

KODE	VARIABEL	JENIS	INDIKATOR UTAMA
X ₁	<i>Digital Marketing</i>	Independen	Tingkat penggunaan media sosial, <i>marketplace</i> , dan promosi online
X ₂	Literasi Digital	Independen	Kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital
X ₃	Inovasi Produk	Independen	Frekuensi dan variasi pengembangan produk baru

X ₄	Akses Internet	Independen	Persentase wilayah dan pelaku usaha dengan konektivitas internet memadai
Y	Kinerja UMKM	Dependen	Pertumbuhan omzet, jumlah unit usaha aktif, dan penyerapan tenaga kerja

Sumber : Olah data 2025

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis menunjukkan bahwa kelima variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Digital marketing memiliki pengaruh paling kuat, diikuti oleh literasi digital dan inovasi produk. Akses internet dan modal usaha juga berperan penting dalam meningkatkan produktivitas dan keberlanjutan usaha.

Hasil regresi linier berganda ditampilkan pada tabel berikut:

Variabel	Koefisien	t-hitung	Signifikansi
<i>Digital Marketing</i> (X ₁)	0.311	4.56	0.001
Literasi Digital (X ₂)	0.284	3.88	0.003
Inovasi Produk (X ₃)	0.267	3.41	0.005
Akses Internet (X ₄)	0.223	2.97	0.012
Modal Usaha (X ₅)	0.195	2.65	0.018

Sumber : Olah data 2025

$R^2 = 0.78$ | F-hitung = 22.43 | Sig. F = 0.000

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Penelitian ini membuktikan bahwa digital marketing, literasi digital, inovasi produk, akses internet, dan modal usaha berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM di Kalimantan Timur. Implikasinya, pemerintah perlu memperluas program pelatihan

digitalisasi, meningkatkan literasi teknologi bagi pelaku UMKM, serta memperkuat akses modal berbasis digital finance. Bagi pelaku UMKM, investasi pada inovasi dan digital marketing menjadi strategi penting untuk bertahan di era kompetitif saat ini.

KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN

Penelitian ini menggunakan data sekunder agregat sehingga belum menggambarkan persepsi pelaku UMKM secara langsung. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan data primer melalui survei lapangan dan menambah variabel mediasi seperti transformasi digital dan dukungan kebijakan pemerintah daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2023). Statistik UMKM Provinsi Kalimantan Timur 2018–2023.
- Chaffey, D. (2022). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. Pearson.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0: Technology for Humanity. Wiley.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). Laporan Tahunan Kinerja UMKM Indonesia.
- Schumpeter, J. A. (1934). The Theory of Economic Development. Harvard University Press.
- Tambunan, T. (2019). UMKM di Indonesia: Tantangan dan Peluang di Era Digital. LP3ES.