



**PERAN LITERASI DIGITAL KREATIVITAS DAN INOVASI DALAM
PENINGKATAN PRODUKTIVITAS PADA KELOMPOK USAHA
PENINGKATAN PENDAPATAN KELUARGA-PEMBERDAYAAN
DAN KESEJAHTERAAN KELUARGA (UP2-PKK)
DI KELURAHAN BELIUNG KOTA JAMBI**

TESIS

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Magister Manajemen Pada Program Magister Manajemen
Fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Jambi**

**Oleh:
JULIA AURA SAVINA
P2C223020**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JAMBI**

TAHUN 2025

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : Julia Aura Savina
NIM : P2C223020
KONSENTRASI : Manajemen Kewirausahaan
JUDUL : Peran Literasi Digital, Kreativitas dan Inovasi dalam Peningkatan Produktivitas Pada Kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga-Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (UP2-PKK) di Kelurahan Beliung Kota Jambi

Menyatakan Bahwa :

1. Karya tulis saya, Tesis*) ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister, dan/atau doktor), baik di Universitas Jambi maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing/Tim Promotor* dan masukkan Tim Penelaah/Tim Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Jambi, Mei 2025
Yang menyatakan

Julia Aura Savina



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS JAMBI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

Sekretariat: Kampus Unja Telanaipura, Telp./Fax 0741 – 60285,
Website :: www.unja.ac.id/mm E-mail : mm_feb@unja.ac.id

TANDA PERSETUJUAN PEMBIMBING

NAMA : Julia Aura Savina
NIM : P2C223020
KONSENTRASI : Manajemen Kewirausahaan
JUDUL : Peran Literasi Digital, Kreativitas dan Inovasi dalam
Peningkatan Produktivitas Pada Kelompok Usaha
Peningkatan Pendapatan Keluarga-Pemberdayaan dan
Kesejahteraan Keluarga (UP2-PKK) di Kelurahan Beliung
Kota Jambi

Telah layak dan memenuhi syarat untuk di ujikan dalam Ujian Tesis sesuai dengan prosedur, ketentuan, dan kelaziman yang berlaku.

Jambi, Mei 2025

Mengetahui:

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Sigit Indrawijaya, S.E., M.Si
NIP. 197712012006041001

Dr. Andang Fazri, S.T., M.M
NIP. 197505232006041001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS JAMBI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

Sekretariat: Kampus Unja Telanaipura, Telp./Fax 0741 – 60285,
Website :: www.unja.ac.id/mm E-mail : mm_feb@unja.ac.id

TANDA PERSETUJUAN KETUA PROGRAM

NAMA : Julia Aura Savina
NIM : P2C223020
KONSENTRASI : Manajemen Kewirausahaan
JUDUL : Peran Literasi Digital, Kreativitas dan Inovasi dalam
Peningkatan Produktivitas Pada Kelompok Usaha
Peningkatan Pendapatan Keluarga-Pemberdayaan dan
Kesejahteraan Keluarga (UP2-PKK) di Kelurahan
Beliung Kota Jambi

Telah memenuhi semua persyaratan administrasi akademik dan keuangan untuk
mencapai tahap Ujian Tesis

Jambi, Mei 2025

Ketua Program

Dr. Zulfina Adriani, SE, M.Sc
NIP.196702151993032004

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan judul “Peran Literasi Digital, Kreativitas dan Inovasi dalam Peningkatan Produktivitas Pada Kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga-Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (UP2-PKK) di Kelurahan Beliung Kota Jambi.”.

Pada kesempatan ini, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Helmi, S.H., M.H., selaku Rektor Universitas Jambi (UNJA).
2. Prof. Dr. H. Haryadi, SE, M.MS selaku Direktur Pascasarjana
3. Prof. Dr. Shofia Amin, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Ibu Dr. Zulfina Adriani, SE, M.Sc selaku Ketua dan Ibu Dr. Hj. Fitriaty, SE., MM selaku Sekretaris Program Studi Magister Manajemen.
5. Bapak Dr. Sigit Indrawijaya, S.E., M.Si sebagai pembimbing I dan Bapak Dr. Andang Fazri, S.T., M.M selaku pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan, masukan dan bimbingan dalam penulisan dan penelitian selama penulis melakukan penelitian dalam menyelesaikan tesis ini.
6. Bapak dan Ibu dosen beserta seluruh staf akademik Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Jambi yang telah memberikan bimbingan dan ilmu pengetahuan selama kuliah.
7. Kedua Orang tuaku Zulkarnain dan Anita Thresianti yang telah memberikan do’a, nasehat dan motivasinya untukku dalam menyelesaikan pendidikan ini.

8. Rekan-rekan Mahasiswa Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Jambi yang selalu memberi suport dan semangat.
9. Semua sahabat dan teman-teman serta semua pihak yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu terima kasih atas kebaikan, perhatian, bantuan, kritik, dan saran-sarannya.

Semoga tuhan membalas kebaikan-kebaikan dan memberikan kemudahan kepada bapak, ibu dan teman-teman sekalian, amin.

Akhir kata, tiada karya manusia yang sempurna karena keterbatas dan kesanggupannya, penulis menyadari tesis ini mempunyai kekurangan dan kelebihan baik dalam penyajian maupun dalam tuntutan ilmiahnya, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Penulis berharap semoga tesis ini bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang membutuhkan.

Jambi, Mei 2025

Penulis

Julia Aura Savina

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran literasi digital, kreativitas, dan inovasi terhadap peningkatan produktivitas pada pedagang UMKM yang tergabung dalam Kelompok UP2PKK Beliung Kota Jambi. Alat Analisis yang digunakan adalah analisis PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital, kreativitas, dan inovasi masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas pedagang UMKM Kelompok UP2PKK Beliung Kota Jambi. Artinya, semakin tinggi tingkat literasi digital, kreativitas, dan inovasi yang dimiliki serta diterapkan oleh para pedagang, maka semakin tinggi pula produktivitas usaha yang mereka capai. Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar: (1) temuan ini dijadikan rujukan dalam pengembangan teori kewirausahaan, khususnya mengenai peran literasi digital, kreativitas, dan inovasi dalam meningkatkan produktivitas UMKM, serta mendorong penelitian lanjutan yang mengintegrasikan variabel lain seperti kepemimpinan, motivasi, dan akses pembiayaan; (2) dilakukan studi lanjutan dengan melibatkan UMKM dari wilayah atau sektor usaha yang berbeda, serta pendekatan kualitatif untuk memahami secara mendalam proses pengembangan kreativitas dan inovasi; dan (3) penelitian longitudinal dilakukan untuk mengamati dampak jangka panjang dari peningkatan literasi digital, kreativitas, dan inovasi terhadap produktivitas usaha secara berkelanjutan.

Kata Kunci : Literasi Digital, Kreativitas, Inovasi, Produktivitas.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the role of digital literacy, creativity, and innovation in increasing productivity among MSME traders who are members of the UP2PKK Beliung Group in Jambi City. The analysis tool used was PLS analysis. The results of the study showed that digital literacy, creativity, and innovation each had a positive and significant effect on the productivity of MSME traders in the UP2PKK Beliung Group in Jambi City. This means that the higher the level of digital literacy, creativity, and innovation possessed and implemented by traders, the higher the business productivity they achieve. Based on the results of the study, it is recommended that: (1) these findings be used as a reference in developing entrepreneurship theory, especially regarding the role of digital literacy, creativity, and innovation in increasing MSME productivity, and encourage further research that integrates other variables such as leadership, motivation, and access to financing; (2) further studies are conducted involving MSMEs from different regions or business sectors, as well as a qualitative approach to deeply understand the process of developing creativity and innovation; and (3) longitudinal research is conducted to observe the long-term impact of increasing digital literacy, creativity, and innovation on business productivity in a sustainable manner.

Keywords: Digital Literacy, Creativity, Innovation, Productivity.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	i
TANDA PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
TANDA PERSETUJUAN KETUA PROGRAM.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Literasi Digital	13
2.2 Kreativitas	27
2.3 Inovasi	38
2.4 Produktivitas	44
2.5 Hubungan Antar Variabel	55
2.6 Penelitian Terdahulu	62
2.7 Kerangka Pemikiran.....	67
2.8 Hipotesis.....	70
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	71
3.1 Objek dan Subjek Penelitian	71
3.2 Metode dan Pendekatan Penelitian	71
3.3 Jenis dan Sumber Data	72
3.4 Populasi dan Sampel	72
3.5 Operasional Variabel.....	73
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	80
3.7 Metode Analisis	82
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	89
4.1 Karakteristik Responden	89
4.2 Analisis Verifikatif/Kuantitatif	98
4.3 Pembahasan.....	117

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	126
5.1 Kesimpulan	126
5.2 Saran-Saran	126
DAFTAR PUSTAKA	128

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Produktivitas Kelompok UP2-PKK Kelurahan Beliang.....	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	62
Tabel 3.1	Operasioanal Variabel.....	74
Tabel 3.2	Ringkasan Rule of Thumb Evaluasi Model Pengukuran	84
Tabel 3.3	Ringkasan Rule of Thumb Evaluasi Model Pengukuran	86
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	90
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	92
Tabel 4.3	Karakteristik Berdasarkan Lama Usaha.....	94
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Produktivitas.....	95
Tabel 4.4	Outer loading.....	102
Tabel 4.5	Nilai Average Variance Extracted	105
Tabel 4.6	Cross Loading	107
Tabel 4.7	Composite Reliability	110
Tabel 4.8	Nilai R-Square.....	112
Tabel 4.9	Path Coeficient.....	114
Tabel 4.10	Pengujian Hipotesis.....	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	70
Gambar 4.1 Outerloading.....	101
Gambar 4.2 Bootstraping	113

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

UMKM menjadi tulang punggung ekonomi nasional, dengan lebih dari 64 juta unit usaha atau sekitar 99 % dari total unit usaha di Indonesia. Pada tahun 2023, UMKM menyumbang antara 61 % hingga 61,9 % dari Produk Domestik Bruto (PDB), atau setara dengan lebih dari Rp 8.500–9.580 triliun. Dari sisi penyerapan tenaga kerja, UMKM menyerap hampir 97 % tenaga kerja nasional, yaitu sekitar 117 juta orang. Selain itu, kontribusi UMKM terhadap ekspor nonmigas pun cukup signifikan, yakni mencapai sekitar 15–15,7 % dari total ekspor Indonesia. Keberadaan mereka juga mendukung pertumbuhan ekonomi, dengan sektor UMKM membawa stabilitas saat pemulihan pasca-pandemi, didorong oleh digitalisasi dan kebijakan insentif seperti KUR, relaksasi kredit, serta subsidi dan fasilitas ekspor (ekon.go.id, 2024).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Provinsi Jambi menunjukkan perkembangan yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data terbaru, jumlah UMKM di Provinsi Jambi meningkat dari sekitar 165.497 unit pada tahun 2021 menjadi 176.051 unit pada tahun 2023. UMKM tersebar di seluruh 11 kabupaten/kota, dan menjadi motor penggerak utama ekonomi lokal, terutama di sektor perdagangan, pertanian, dan jasa. Pemerintah daerah terus mendorong penguatan UMKM melalui berbagai kebijakan pembiayaan, pelatihan, dan pendampingan usaha (Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jambi, 2023).

Berdasarkan data tahun 2023, jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Provinsi Jambi mencapai total sebanyak 176.051 unit usaha, yang terdiri atas 165.558 usaha mikro, 9.608 usaha kecil, dan 885 usaha menengah. Kota Jambi tercatat sebagai wilayah dengan jumlah UMKM terbanyak, yakni 50.747 unit usaha, terdiri dari 46.912 usaha mikro dan 3.835 usaha kecil. Disusul oleh Kabupaten Muaro Jambi yang memiliki 41.234 usaha mikro, namun belum tercatat adanya usaha kecil maupun menengah. Kabupaten Batanghari menempati posisi ketiga dengan 17.673 UMKM, terdiri atas 17.466 mikro, 138 kecil, dan 69 menengah. Sementara itu, Kabupaten Tanjung Jabung Timur juga menunjukkan peran penting dalam sektor UMKM dengan 19.046 unit, termasuk 1.135 usaha kecil dan 253 menengah — yang merupakan salah satu daerah dengan proporsi usaha kecil dan menengah cukup signifikan dibandingkan daerah lainnya.

Di sisi lain, Kabupaten Bungo dan Kota Sungai Penuh masing-masing mencatat jumlah UMKM sebanyak 3.614 dan 9.028 unit, dengan kontribusi cukup besar dari segmen usaha kecil dan menengah. Kabupaten Merangin, Kerinci, dan Tebo masing-masing mencatatkan lebih dari 6.000 usaha mikro, meskipun untuk kategori usaha kecil dan menengah masih relatif rendah atau bahkan tidak tercatat sama sekali, seperti di Tebo. Sementara itu, Kabupaten Sarolangun dan Tanjung Jabung Barat memiliki jumlah UMKM di bawah 10.000, namun tetap menunjukkan keberagaman jenis usaha yang ada, meskipun jumlah usaha menengah sangat terbatas atau tidak ada (BPS Provinsi Jambi, 2025).

Berdasarkan data tahun 2023, Kota Jambi merupakan wilayah dengan jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terbanyak di Provinsi Jambi, yakni mencapai 50.747 unit usaha. Jumlah ini terdiri dari 46.912 usaha mikro dan 3.835 usaha kecil, sementara untuk kategori usaha menengah belum tercatat. Dominasi usaha mikro menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha di Kota Jambi masih berada pada skala kecil dengan modal terbatas, namun tetap menjadi tulang punggung ekonomi masyarakat kota. Banyak dari usaha ini bergerak di sektor perdagangan eceran, kuliner, jasa, serta kerajinan rumah tangga, yang tersebar merata di seluruh kecamatan.

UPPK “ Beliung “ didirikan karena di wilayah Kelurahan Beliung masih dijumpai individu yang memiliki kegiatan ekonomi produktif di rumah tangga berupa usaha kecil menengah secara mandiri seperti kerajinan tangan, usaha olahan makanan, warung dan lain sebagainya. Dalam rangka upaya meningkatkan perekonomian keluarga inilah maka pada Tahun 2021 dibentuk kelompok usaha yang tergabung dalam kelompok UPPK-PKK “ Beliung” dengan jumlah anggota sebanyak 36 orang.

Menurut (Tambunan, 2019), UMKM berfungsi sebagai penggerak utama dalam perekonomian berbasis rakyat dan memiliki peran strategis dalam mengurangi kesenjangan ekonomi. Oleh karena itu, keberlangsungan dan pertumbuhan UMKM sangat bergantung pada kemampuan mereka untuk beradaptasi dengan tantangan dan perubahan dalam lingkungan bisnis, terutama di era digital yang semakin berkembang.

Seiring dengan kemajuan teknologi informasi, paradigma bisnis UMKM mengalami transformasi besar. Digitalisasi menjadi faktor kunci dalam meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, serta mendorong inovasi dalam

pengembangan produk dan layanan (McKinsey, 2020). Oleh karena itu, kemampuan UMKM dalam mengadopsi dan memanfaatkan teknologi digital secara optimal menjadi penentu dalam keberlangsungan usaha mereka.

Dalam konteks UMKM, literasi digital tidak hanya terbatas pada keterampilan dasar penggunaan perangkat teknologi, tetapi juga mencakup pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi pemasaran digital, e-commerce, dan sistem manajemen berbasis teknologi (OECD, 2016). Sayangnya, banyak UMKM yang masih menghadapi kendala dalam penerapan teknologi digital. Menurut Purwana et al. (2020), keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki keahlian di bidang teknologi serta kurangnya infrastruktur digital menjadi hambatan utama dalam pemanfaatan teknologi di kalangan UMKM. Hal ini berdampak pada rendahnya daya saing UMKM di pasar yang semakin kompetitif. Literasi digital yang rendah dapat menyebabkan UMKM tertinggal dalam pola bisnis konvensional dan hanya terbatas pada pasar lokal. Sebaliknya, UMKM yang memiliki literasi digital yang baik mampu memperluas pasarnya secara online, meningkatkan efisiensi operasional melalui penggunaan sistem digital, serta berinovasi dalam produk dan layanan yang mereka tawarkan (Setiawan, 2021).

Literasi digital menjadi kunci utama dalam adaptasi terhadap perkembangan teknologi. Literasi digital mencakup kemampuan mencari, mengevaluasi, menggunakan, dan menciptakan informasi melalui teknologi digital. Sayangnya, literasi digital di kalangan pelaku UMKM UP2-PKK Kelurahan Beliung masih rendah. Banyak pelaku belum mahir dalam memanfaatkan platform e-commerce, media sosial,

maupun aplikasi pencatatan keuangan digital. Padahal, menurut (Sulistyo et al., 2022), literasi digital yang baik akan memudahkan pelaku usaha untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi, dan memperkuat branding usaha. Rendahnya literasi digital ini berpotensi menjadi penghambat dalam peningkatan produktivitas kelompok usaha masyarakat.

Inovasi menjadi aspek berikutnya yang turut menentukan produktivitas usaha. Inovasi dalam usaha mikro mencakup perubahan pada produk, proses, pemasaran, dan organisasi. Kelompok UP2-PKK Kelurahan Beliung masih terbatas dalam melakukan inovasi, baik karena keterbatasan sumber daya maupun karena pola pikir yang masih tradisional. Menurut Utomo (2022), inovasi yang dilakukan secara berkelanjutan dapat memperkuat daya saing pelaku usaha kecil. Ketiadaan inovasi membuat produk yang dihasilkan kurang bersaing, baik dari segi kualitas, bentuk, maupun nilai ekonomi yang ditawarkan.

Produktivitas merupakan indikator penting yang mencerminkan efisiensi dan efektivitas usaha. Dalam konteks UMKM, produktivitas tidak hanya mengacu pada jumlah output yang dihasilkan, tetapi juga mencakup nilai ekonomi, kualitas produk, dan daya saing di pasar. Produktivitas kelompok UP2-PKK Kelurahan Beliung saat ini masih belum optimal. Hal ini terlihat dari belum stabilnya jumlah produksi, terbatasnya jangkauan pemasaran, serta minimnya penambahan nilai pada produk yang dihasilkan. Menurut Suryani (2020), peningkatan produktivitas dalam UMKM sangat dipengaruhi oleh aspek internal seperti keterampilan dan pengetahuan serta aspek eksternal seperti teknologi dan dukungan pemerintah.

Tabel 1.1
Produktivitas Kelompok UP2-PKK Kelurahan Beliung

No	Nama UMKM	Nama Pemilik	Jenis Produk	Jumlah Terjual/ Bulan	Harga/Unit (Rp)	Pendapatan/ Bulan (Rp)
1	Kusmira Snack	Kusmira	Kue Kering	70	25.000	1.750.000
2	Nurmalis Chips	Nurmalis	Keripik Pisang	100	10.000	1.000.000
3	Asni Cukil	Asni Marlina	Kue Cukil Gigi	60	15.000	900.000
4	Jumiatun Sambal	Jumiatun	Sambal Rumahan	80	20.000	1.600.000
5	Innike Rajut	Innike Basri	Tas Rajut	20	75.000	1.500.000
6	Risa Batik	Risa Yuwilda	Batik Tulis	10	150.000	1.500.000
7	Rostiati Basah	Rostiati	Kue Basah	200	5.000	1.000.000
8	Ardayanti Kerupuk	Sri Ardayanti	Kerupuk Ikan	30	35.000	1.050.000
9	Sumarni Aksesoris	Sumarni	Aksesoris Handmade	50	20.000	1.000.000
10	Mastutiana Goreng	Mastutiana	Bawang Goreng	50	25.000	1.250.000

Sumber : UP2-PKK Kelurahan Beliung, 2025

Berdasarkan Tabel 1.1 mengenai produktivitas Kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga (UP2-PKK) Kelurahan Beliung, terlihat bahwa produktivitas masing-masing anggota bervariasi, baik dari sisi jumlah produk yang terjual maupun pendapatan yang dihasilkan per bulan. Meskipun beberapa anggota seperti Siti (kue kering), Dewi (sambal rumahan), dan Wati (tas rajut) mampu mencapai pendapatan lebih dari Rp1.500.000 per bulan, sebagian besar anggota lainnya masih berada pada kisaran pendapatan Rp900.000 hingga Rp1.250.000 per bulan. Bahkan, anggota seperti Rina yang memproduksi “kue cukil gigi” hanya mampu menjual 60 unit per bulan

dengan pendapatan sebesar Rp900.000, serta Lestari yang memproduksi batik tulis hanya menjual 10 unit per bulan meskipun memiliki harga jual tinggi.

Rendahnya produktivitas kelompok UP2-PKK ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor. Pertama, keterbatasan dalam akses pemasaran dan promosi membuat produk hanya dikenal dalam lingkup terbatas, sehingga jumlah terjual tidak maksimal. Kedua, sebagian anggota kemungkinan masih menggunakan metode produksi manual atau tradisional yang memerlukan waktu lama dan kapasitas terbatas, seperti pada produk rajutan atau batik tulis. Ketiga, kurangnya pelatihan kewirausahaan, inovasi produk, dan manajemen usaha menyebabkan stagnasi dalam pengembangan usaha anggota. Selain itu, variasi harga jual yang cukup tinggi juga tidak selalu sebanding dengan volume penjualan, menunjukkan bahwa strategi penentuan harga dan segmentasi pasar belum optimal.

Secara keseluruhan, rendahnya produktivitas ini menjadi tantangan utama dalam upaya pemberdayaan ekonomi keluarga. Untuk meningkatkan produktivitas, diperlukan intervensi berupa pelatihan intensif, bantuan alat produksi, pendampingan usaha, serta akses lebih luas ke platform pemasaran digital agar produk-produk UP2-PKK Kelurahan Beliung dapat bersaing dan menjangkau pasar yang lebih luas.

Fenomena rendahnya produktivitas di kelompok UP2-PKK Kelurahan Beliung dapat dikaitkan dengan lemahnya sinergi antara literasi digital, kreativitas, dan inovasi. Ketiga variabel ini sejatinya saling mendukung dan memperkuat satu sama lain. Tanpa literasi digital, kreativitas sulit diekspresikan dalam platform digital. Tanpa kreativitas, inovasi akan mandek. Dan tanpa inovasi, produktivitas tidak akan mengalami

pertumbuhan signifikan. Oleh karena itu, penting untuk menelusuri lebih dalam bagaimana ketiga faktor ini memengaruhi produktivitas secara simultan maupun parsial.

Penelitian ini menjadi penting karena memberikan kontribusi pada pengembangan strategi pemberdayaan ekonomi lokal, khususnya yang berbasis perempuan. UP2-PKK merupakan bentuk nyata dari upaya pemerintah dalam mendorong peran serta perempuan dalam sektor ekonomi. Namun, agar program ini berdampak nyata, diperlukan penguatan pada aspek literasi digital, kreativitas, dan inovasi yang terintegrasi. Penelitian ini juga memberikan gambaran tentang kondisi riil yang dihadapi oleh pelaku usaha perempuan di tingkat akar rumput.

Lebih jauh, penelitian ini juga memberikan implikasi praktis bagi pembuat kebijakan, pengelola program PKK, dan mitra pendamping usaha mikro. Dengan memahami peran ketiga variabel tersebut, kebijakan intervensi dapat lebih tepat sasaran. Misalnya, pelatihan literasi digital tidak hanya fokus pada pengenalan teknologi, tetapi juga pada pemanfaatan teknologi untuk mengembangkan kreativitas dan mendorong inovasi. Demikian pula, program inkubasi usaha bisa diarahkan untuk menstimulasi ide-ide kreatif dan mendorong kolaborasi antar pelaku usaha.

Penelitian ini dilakukan secara kuantitatif dengan menggunakan pendekatan Partial Least Squares (PLS) sebagai alat analisis. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner terhadap anggota UP2-PKK Kelurahan Beliung yang aktif dalam menjalankan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen literasi digital, kreativitas, dan inovasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap

produktivitas. Hasil ini mendukung berbagai teori sebelumnya yang menekankan pentingnya ketiga aspek tersebut dalam pengembangan UMKM (Sulastri, 2019; Nasution, 2021).

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar pengembangan program pemberdayaan ekonomi berbasis perempuan yang lebih inovatif dan berdaya saing tinggi. Peningkatan literasi digital, dorongan terhadap kreativitas, serta fasilitasi inovasi menjadi fondasi penting dalam mencapai produktivitas usaha yang optimal. Jika dikelola dengan baik, kelompok UP2-PKK tidak hanya mampu meningkatkan pendapatan keluarga, tetapi juga menjadi penggerak ekonomi lokal yang mandiri dan berkelanjutan.

Namun, tantangan utama yang dihadapi oleh banyak UMKM adalah kurangnya pemahaman tentang bagaimana mengintegrasikan teknologi digital dengan kreativitas dan inovasi. Menurut Santoso et al. (2022), banyak pemilik UMKM yang belum menyadari bahwa teknologi digital dapat mendukung proses kreatif dalam pengembangan produk dan layanan mereka. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang holistik dalam meningkatkan pemahaman UMKM tentang bagaimana literasi digital, kreativitas, dan inovasi dapat saling mendukung untuk meningkatkan produktivitas mereka. Dengan demikian, program pelatihan, pendampingan, serta dukungan dari pemerintah dan sektor swasta sangat diperlukan guna memperkuat daya saing UMKM di era digital.

Beberapa penelitian terdahulu telah menunjukkan hubungan erat antara literasi digital, kreativitas, inovasi, dan produktivitas UMKM. Studi yang dilakukan oleh

Wahyuni et al. (2020) menemukan bahwa UMKM yang memiliki tingkat literasi digital tinggi cenderung lebih inovatif dalam mengembangkan produk dan layanan, yang pada akhirnya meningkatkan produktivitas mereka. Selain itu, penelitian oleh Nugroho & Putri (2021) menunjukkan bahwa inovasi berbasis digital berperan penting dalam meningkatkan daya saing UMKM, terutama dalam menghadapi perubahan pasar yang dinamis. Studi lain oleh Prasetyo & Widodo (2022) mengungkapkan bahwa kreativitas dan inovasi merupakan faktor kunci yang memperkuat keberlanjutan bisnis UMKM, terutama dalam era industri 4.0. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya untuk mengisi kesenjangan dalam literatur dengan mengeksplorasi lebih lanjut bagaimana literasi digital, kreativitas, dan inovasi berkontribusi terhadap peningkatan produktivitas UMKM di Indonesia.

Berdasarkan masalah ini, peneliti ingin menganalisa masalah tersebut serta hendak mengangkatnya jadi sebuah karya tulis ilmiah dengan judul **“Peran Literasi Digital, Kreativitas dan Inovasi dalam Peningkatan Produktivitas Pada Kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga-Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (UP2-PKK) di Kelurahan Beliung Kota Jambi”**. Diharapkan strategi yang efisien untuk mendorong UMKM dapat ditemukan dengan memahami bagaimana ketiga variabel ini berhubungan satu sama lain., sehingga dapat beradaptasi dan berkembang dalam menghadapi tantangan pasar yang semakin kompetitif, meningkatkan produktivitasnya, berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian daerah, dan menciptakan lapangan kerja yang lebih luas.

1.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan dari latar belakang yang sebelumnya diuraikan, rumusan permasalahan penelitian yang dilaksanakan penulis adalah :

1. Bagaimana pengaruh Literasi Digital Berperan Terhadap Peningkatan Produktivitas pada Pedagang UMKM Kelompok UP2PKK Beliung Kota Jambi?
2. Bagaimana pengaruh Kreativitas Berperan Terhadap Peningkatan Produktivitas pada Pedagang UMKM Kelompok UP2PKK Beliung Kota Jambi?
3. Bagaimana pengaruh Inovasi Berperan Terhadap Peningkatan Produktivitas pada Kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga-Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga Beliung, Kota Jambi?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Peran Literasi Digital Terhadap Peningkatan Produktivitas pada Pedagang UMKM Kelompok UP2PKK Beliung Kota Jambi.
2. Untuk Mengetahui Peran Kreativitas Terhadap Peningkatan Produktivitas pada Pedagang UMKM Kelompok UP2PKK Beliung Kota Jambi.
3. Untuk Mengetahui Peran Inovasi Terhadap Peningkatan Produktivitas pada Pedagang UMKM Kelompok UP2PKK Beliung Kota Jambi.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara Akademis, Harapannya penelitian bisa memberi tambahan wawasan serta memperkaya literatur terkait hubungan antara literasi digital, kreativitas,

inovasi, dan produktivitas dalam konteks UMKM, khususnya di Indonesia. Penelitian ini dapat menawarkan perspektif baru dalam teori manajemen tentang pengelolaan UMKM di era digital.

2. Secara Praktis, temuan penelitian bisa memberi rekomendasi strategis bagi pemilik dan pengelola UMKM untuk meningkatkan literasi digital, kreativitas, dan inovasi, sehingga dapat mendorong peningkatan produktivitas usaha. Selain itu dengan memberikan pemahaman tentang pentingnya literasi digital, kreativitas, dan inovasi, penelitian ini diharapkan berpotensi memberdayakan pemilik dan pengelola UMKM untuk lebih berdaya saing di pasar dan bisa mempunyai kontribusi dalam peningkatan pendapatan pemilik usaha serta karyawan, sehingga berdampak positif pada kesejahteraan masyarakat setempat.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Literasi Digital

2.1.1. Pengertian Literasi Digital

Menurut Hague & Payton (2013), literasi digital didefinisikan sebagai:

"Kemampuan untuk menggunakan teknologi digital, alat komunikasi atau jaringan untuk mengakses, mengelola, mengintegrasikan, menganalisis, dan mengevaluasi informasi; membangun pengetahuan baru; menciptakan dan berkomunikasi dengan orang lain."

Artinya, literasi digital tidak hanya mencakup kemampuan menggunakan perangkat teknologi, tetapi juga mencakup kemampuan berpikir kritis, berkomunikasi, dan menciptakan konten dalam lingkungan digital secara bertanggung jawab dan produktif.

Di zaman modern, masyarakat perlu menguasai literasi digital untuk dapat menghadapi perkembangan teknologi informasi dengan cara yang positif. Konsep literasi digital pertama kali diperkenalkan oleh Paul Gilster pada tahun 1997. Menurut Gilster, literasi digital adalah keahlian seseorang dalam memahami serta memanfaatkan informasi yang tersedia dalam berbagai format digital secara optimal dan efisien. Menurut Eshet, literasi digital lebih berfokus pada keterampilan dalam memanfaatkan berbagai sumber digital secara efisien. Sementara itu, Bawden memberikan perspektif baru tentang literasi digital yang berakar pada konsep literasi komputer dan literasi informasi. Pemahaman tentang penggunaan komputer mulai

meningkat pesat pada era 1980-an seiring dengan meluasnya penggunaan komputer mikro di berbagai lapisan masyarakat. Kemudian, memasuki dekade 1990-an, kemampuan literasi informasi mengalami kemajuan pesat, terutama karena teknologi jaringan mempermudah pengelolaan, akses, dan distribusi informasi secara lebih efisien.

Devri Suherdi (2021) Dalam bukunya, ia mengartikan literasi digital sebagai pengetahuan serta keterampilan dalam memanfaatkan media digital, termasuk keterampilan dalam menemukan, melakukan evaluasi, mempergunakan, serta menciptakan konten digital secara bijak, Hague mengungkapkan bahwa literasi digital adalah keterampilan untuk menciptakan dan berbagi melalui berbagai bentuk, seperti dalam menghasilkan, mengembangkan, menyampaikan informasi secara efisien, serta memahami waktu dan cara yang tepat dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk mendukung kegiatan tersebut. Martin menguraikan bahwa literasi digital adalah kemampuan seseorang dalam memanfaatkan perangkat digital secara efektif, sehingga memudahkan akses, pengelolaan, penggabungan, penilaian, dan analisis sumber daya digital. Tujuannya adalah untuk mengembangkan pengetahuan baru, menciptakan media untuk berekspresi, berinteraksi dengan orang lain, serta berkontribusi pada pembangunan sosial dalam berbagai situasi kehidupan. Berdasarkan keenam keterampilan literasi dasar yang telah disebutkan, Martin mengidentifikasi sejumlah dimensi yang menjadi aspek utama dalam literasi digital, yaitu:

- a. Literasi digital mencakup keterampilan dalam melakukan berbagai aktivitas digital yang berhubungan dengan pekerjaan, pembelajaran, hiburan, serta aspek lain dari kehidupan sehari-hari.
- b. Tingkat literasi digital seseorang berbeda-beda, bergantung pada pengalaman harian yang dihadapinya dan merupakan proses yang berlangsung seumur hidup sesuai dengan dinamika kehidupan individu tersebut.
- c. Literasi digital mencakup keterampilan untuk mengakses dan memanfaatkan informasi, teknologi, sikap, serta karakter pribadi. Selain itu, literasi ini juga mencakup kemampuan untuk merancang, melaksanakan, dan menilai aktivitas digital yang mendukung penyelesaian masalah atau pelaksanaan tugas.
- d. Literasi digital juga mencakup kesadaran individu terhadap tingkat kemampuannya dalam bidang tersebut serta upaya untuk terus meningkatkan kompetensi digitalnya.

2.1.2. Komponen-Komponen Literasi Digital

Literasi digital bukanlah konsep baru, melainkan perkembangan dari literasi media yang semakin relevan seiring dengan kemajuan teknologi. Menurut Paul Gilster (1997), literasi digital mencakup kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dari berbagai format digital secara kritis. Seiring waktu, konsep ini berkembang dari sekadar literasi komputer yang muncul pada era 1980-an—yang hanya berfokus pada keterampilan operasional—menjadi pendekatan yang lebih komprehensif. Gilster menekankan bahwa literasi digital tidak hanya mencakup penggunaan teknologi tetapi juga pemahaman kritis terhadap informasi yang diperoleh

secara digital.

Jenkins et al. (2009) menambahkan bahwa literasi digital melibatkan aspek kognitif, sosial, dan emosional dalam memanfaatkan teknologi. Memiliki literasi digital berarti mampu mengelola informasi secara efisien, berkomunikasi dengan efektif, serta menciptakan dan menyebarkan ide secara inovatif. Selain itu, individu yang memiliki literasi digital harus mampu menggunakan teknologi secara etis dan memahami waktu serta cara terbaik dalam penggunaannya untuk mencapai tujuan secara optimal.

Secara konseptual, literasi digital mencakup empat elemen utama (Eshet-Alkalai, 2004), yaitu:

1. Keterampilan Dasar

Literasi digital tidak hanya mencakup kemampuan membaca dan menulis tetapi juga pemahaman simbol serta kemampuan berhitung yang mendukung pemrosesan informasi digital. Selain itu, keterampilan dalam mengoperasikan perangkat keras dan lunak menjadi bagian penting dalam literasi digital.

2. Pengetahuan Informasi

Seorang individu perlu memahami cara memperoleh, mengevaluasi, dan menggunakan informasi secara efektif. Menurut Bawden (2008), literasi informasi adalah inti dari literasi digital karena individu harus mampu mengidentifikasi sumber terpercaya, membedakan fakta dari opini, dan menghindari misinformasi.

3. Kompetensi Utama

Literasi digital tidak hanya sebatas mengakses informasi tetapi juga mencakup kemampuan untuk menghasilkan dan menyebarkan informasi secara bertanggung jawab. Menurut Buckingham (2003), pengguna harus memiliki pemahaman yang baik mengenai berbagai format media, menilai keakuratan informasi, serta memahami aspek hukum seperti hak cipta dan etika digital.

4. Sikap dan Perspektif dalam Penggunaan Informasi

Pengguna informasi digital harus mampu belajar secara mandiri, berpikir kritis, serta memahami bagaimana memanfaatkan informasi secara etis dan efektif. Hal ini penting untuk mendukung produktivitas dan inovasi, khususnya dalam dunia kewirausahaan yang semakin terdigitalisasi.

Selain empat elemen tersebut, CRAAP Test (Blakeslee, 2004) mengidentifikasi lima faktor penting dalam menilai kualitas informasi digital, yaitu: Currency (keterkinian), Relevancy (kesesuaian), Authority (otoritas sumber), Accuracy (akurasi), dan Purpose (tujuan informasi). Mengadopsi model ini dapat membantu individu dalam meningkatkan kemampuan literasi digitalnya agar lebih selektif dan kritis dalam memanfaatkan informasi yang tersedia di dunia digital.

Dalam era transformasi digital yang cepat, literasi digital menjadi keterampilan esensial yang tidak hanya meningkatkan produktivitas individu tetapi juga berperan dalam mendorong inovasi dan kewirausahaan. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam mengenai literasi digital harus terus dikembangkan agar dapat digunakan secara optimal dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam dunia bisnis yang berbasis

teknologi.

2.1.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Digital

Untuk menjalankan penyaringan informasi dengan efektif dalam literasi digital, penting untuk memahami berbagai faktor yang berpengaruh. Beberapa faktor yang dapat memengaruhi literasi digital antara lain:

- a. Keterampilan Fungsional mengacu pada kemampuan teknis yang dibutuhkan untuk mengoperasikan alat-alat digital dengan keahlian. Salah satu aspek penting dalam pengembangan keterampilan ini adalah kemampuan untuk beradaptasi dan belajar cara menggunakan teknologi baru. Tujuan utama dari keterampilan fungsional adalah memahami cara memanfaatkan alat digital dan mengetahui pengetahuan yang diperlukan agar penggunaan alat tersebut menjadi lebih efisien dan efektif.

- b. Komunikasi dan Interaksi

Interaksi dan komunikasi yang melibatkan percakapan serta diskusi bertujuan untuk saling berbagi ide dan mencapai pemahaman bersama. Kemampuan untuk bekerja sama adalah kemampuan untuk berkolaborasi dengan orang lain dalam menciptakan makna dan pengetahuan secara bersama. Hal ini sejalan dengan tujuan literasi digital bagi generasi muda, yang berusaha memperdalam pemahaman mereka tentang cara berkolaborasi dalam penggunaan teknologi digital serta bagaimana teknologi tersebut dapat membantu mendukung perkembangan UMKM secara efektif.

c. Berpikir Kritis

Pemikiran kritis mencakup proses transformasi, analisis, atau pengolahan informasi, data, atau ide untuk memahami makna yang terkandung dan memperluas pengetahuan. Sebagai bagian dari literasi digital, ini juga melibatkan kemampuan untuk menggunakan keterampilan penalaran dalam berinteraksi dengan media digital serta melakukan penilaian terhadapnya. Proses ini mengharuskan penggunaan pemikiran kritis melalui berbagai alat digital. Gilster (1997) mengidentifikasi empat kompetensi utama dalam literasi digital:

- a. Pencarian Informasi: Kemampuan menggunakan mesin pencari secara efektif untuk memperoleh informasi yang relevan.
- b. Navigasi Hypertekstual: Keterampilan memahami struktur hypertext dan hyperlink dalam lingkungan digital.
- c. Evaluasi Konten: Kemampuan menilai validitas informasi dengan mempertimbangkan sumber, domain, dan desain situs web.
- d. Penyusunan Pengetahuan: Kemampuan mengorganisasi dan mengintegrasikan informasi dari berbagai sumber untuk menghasilkan wawasan baru.
- e. Penilaian terhadap konten informasi (content evaluation), yang merujuk pada keterampilan untuk berpikir secara kritis dan menilai informasi yang ditemukan di internet, serta kemampuan untuk mengevaluasi

sejauh mana informasi tersebut lengkap dan benar. Kompetensi ini mencakup:

- 1) Kemampuan untuk membedakan antara desain dan isi informasi, yaitu pemahaman tentang bagaimana menilai tampilan suatu situs web.
- 2) Kemampuan untuk menilai asal-usul informasi di internet, yaitu kesadaran dalam menggali lebih dalam mengenai sumber dan pihak yang menghasilkan informasi tersebut.
- 3) Keterampilan untuk menilai alamat situs web dengan cara mengenali berbagai jenis domain yang ada.
- 4) Kemampuan dalam menganalisis konten yang ada pada sebuah halaman situs web.
- 5) Pemahaman tentang FAQ (Frequently Asked Questions) dalam suatu forum diskusi.

f. Penyusunan pengetahuan (*knowledge assembly*), yaitu keterampilan dalam mengorganisir informasi, menggabungkan berbagai data yang diperoleh dari berbagai sumber, serta kemampuan dalam mengumpulkan dan menilai fakta serta pendapat secara efektif. Kompetensi ini mencakup:

- 1) Keterampilan dalam membuat aliran berita pribadi atau pembaruan informasi terkini.
- 2) Keterampilan dalam menganalisis informasi yang didapatkan.
- 3) Keterampilan dalam memanfaatkan berbagai macam media untuk memverifikasi keakuratan informasi.

- 4) Keterampilan dalam menghubungkan sumber informasi yang ditemukan di dunia maya dengan kenyataan yang ada.

Selain itu, Davis & Shaw (2011) menambahkan enam aspek utama dalam literasi digital, yaitu pemahaman format digital, penciptaan dan distribusi informasi, evaluasi kritis, pengorganisasian pengetahuan, literasi informasi, dan literasi media.. Dengan menguasai kompetensi-kompetensi tersebut, seseorang dapat dinilai memiliki tingkat kemampuan literasi digital yang baik. Kemampuan literasi digital mencakup pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh melalui pengalaman dalam memanfaatkan teknologi digital. Dapat disarankan bahwa literasi digital adalah kemampuan penting yang perlu dimiliki oleh setiap individu untuk merespons dengan tepat perkembangan teknologi digital. Hal ini mencakup keahlian dalam mencari informasi melalui internet, kemampuan membaca dan memahami berbagai situs web secara kritis, menilai isi dari media digital, serta keterampilan dalam mengorganisasi pengetahuan atau informasi yang diperoleh dari berbagai sumber digital.

Pendidikan dan pelatihan dapat meningkatkan literasi digital. Dengan demikian, masyarakat, terutama para pelaku UMKM, dapat menggunakan internet guna berbagai hal yang bermanfaat. Kemampuan literasi digital memungkinkan individu untuk mengakses informasi dengan cepat dan tepat, menilai secara kritis konten yang diperoleh, serta memanfaatkannya untuk mencapai hasil yang positif.

2.1.4. Peran Literasi Digital

Menurut Sonia Livingstone mencatat bahwa literasi digital membantu individu mengelola waktu serta sumber daya mereka secara makin baik. Dengan keterampilan digital yang baik, individu dapat memanfaatkan alat manajemen waktu dan aplikasi produktivitas, sehingga meningkatkan output mereka. Peran literasi digital dalam kewirausahaan sangat signifikan, terutama di era digital saat ini. Berikut adalah beberapa aspek penting mengenai peran tersebut menurut berbagai sumber. Literasi digital memungkinkan pelaku usaha untuk memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi, yang selanjutnya mengoptimalkan daya saing di pasar.

Pelaku usaha yang terampil dalam literasi digital dapat mengakses informasi pasar, menganalisis tren, dan merespons kebutuhan konsumen dengan lebih cepat. Dengan pemahaman yang baik tentang teknologi digital, wirausahawan dapat menciptakan produk dan layanan inovatif. Mereka dapat menggunakan alat digital untuk mengembangkan ide-ide baru dan menerapkan solusi kreatif dalam bisnis mereka. Literasi digital memungkinkan bisnis untuk menjangkau konsumen di seluruh dunia melalui platform online. Ini membantu pelaku usaha memperluas jangkauan pasar mereka tanpa batasan geografis, sehingga meningkatkan potensi penjualan. Kemampuan untuk menggunakan alat pemasaran digital seperti media sosial sangat krusial guna menarik pelanggan baru serta mempertahankan pelanggan lama..

Wirausahawan yang terampil dalam literasi digital dapat memanfaatkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien. Dalam dunia bisnis yang terus berubah, literasi digital membantu wirausahawan guna melakukan adaptasi secara cepat kepada

teknologi baru serta perubahan pasar. Hal ini penting untuk menjaga relevansi bisnis di era digital. Literasi digital memungkinkan pelaku usaha untuk melakukan transformasi digital, yaitu mengubah model bisnis tradisional menjadi model yang lebih berbasis teknologi. Ini mencakup penggunaan e-commerce, aplikasi mobile, dan layanan berbasis cloud. Dengan keterampilan literasi digital yang baik, pelaku usaha dapat meningkatkan produktivitas mereka melalui otomatisasi proses bisnis dan penggunaan alat manajemen yang efisien.

Literasi digital memungkinkan wirausahawan untuk menghimpun serta menganalisis data secara efektif, yang memberi bantuan kepada mereka membuat keputusan yang lebih baik tentang strategi perusahaan mereka. Secara keseluruhan, literasi digital berperan sebagai fondasi penting bagi kewirausahaan modern, memberikan pelaku usaha alat dan pengetahuan yang dibutuhkan agar berhasil di pasar global yang kompetitif. Peran literasi digital dalam peningkatan produktivitas sangat penting, terutama di era digital yang terus berkembang. Berikut adalah beberapa aspek utama mengenai peran tersebut:

- 1) Meningkatkan Akses Informasi
 - a) Akses Cepat ke Sumber Daya: Literasi digital memungkinkan individu untuk dengan mudah mengakses berbagai sumber informasi, seperti situs web, jurnal, dan platform pembelajaran online. Hal ini mempermudah pengambilan keputusan dan pemecahan masalah secara efisien.

b) Pengelolaan Informasi: Dengan keterampilan literasi digital, individu dapat mencari, mengevaluasi, dan menggunakan informasi dengan lebih baik. Ini membantu dalam meningkatkan kualitas pekerjaan dan hasil yang dicapai.

2) Meningkatkan Efisiensi Kerja

a) Penguasaan Alat Digital: Memahami berbagai software dan aplikasi digital dapat mempermudah pekerjaan sehari-hari. Hal ini dapat meningkatkan produktivitas dengan mengurangi waktu yang dihabiskan untuk tugas-tugas manual.

b) Fleksibilitas Kerja: Literasi digital mendukung model kerja fleksibel, seperti kerja jarak jauh, yang bisa mengoptimalkan kepuasan kerja serta keseimbangan antara hidup pribadi dan pekerjaan.

3) Mendorong Kolaborasi dan Komunikasi

a) Komunikasi Efektif: Keterampilan literasi digital memungkinkan komunikasi yang lebih cepat dan efisien melalui berbagai platform digital. Ini mendukung kolaborasi yang lebih baik di antara tim, meningkatkan produktivitas secara keseluruhan.

- b) Penggunaan Alat Kolaboratif: Alat seperti video konferensi dan platform kolaborasi online memfasilitasi pertukaran informasi dan ide tanpa batasan geografis atau waktu, sehingga mempercepat proses kerja.
- 4) Mendukung Inovasi dan Adaptasi
 - a) Inovasi Berkelanjutan: Literasi digital mendorong individu untuk terus belajar dan menyesuaikan dengan teknologi baru, yang penting untuk menciptakan inovasi dalam pekerjaan mereka.
 - b) Adaptasi terhadap Perubahan: Dalam lingkungan bisnis yang cepat berubah, kemampuan untuk menggunakan teknologi informasi membantu individu dan organisasi beradaptasi dengan tren baru dan perubahan pasar.

2.1.5 Pengukuran Literasi Digital

Dimensi dan Indikator literasi digital menurut (Hague & Payton, 2013) Sebagai berikut:

1. *Functional Skill Beyond*, yang menekankan kemampuan dasar dalam mengoperasikan perangkat digital dan keterampilan ICT (Information and Communication Technology). Kemampuan ini menjadi fondasi dalam literasi digital, di mana seseorang dituntut untuk tidak hanya mampu mengakses perangkat, tetapi juga memahami fungsinya secara lebih mendalam untuk menunjang aktivitas sehari-hari.

2. *Creativity*, yang mengacu pada kemampuan menciptakan produk atau konten dalam berbagai format dan model dengan memanfaatkan teknologi digital. Selain itu, kreativitas juga mencakup kemampuan berpikir kreatif dan imajinatif dalam merancang perencanaan konten serta mengeksplorasi ide-ide baru secara digital. Dimensi ini erat kaitannya dengan inovasi dalam dunia digital yang terus berkembang.
3. *Collaboration*, yang menekankan kemampuan individu untuk berpartisipasi dalam ruang digital, menjelaskan ide, serta menegosiasikan gagasan dengan orang lain. Kemampuan kolaborasi sangat penting dalam ekosistem digital yang dinamis dan saling terhubung.
4. *Communication* mengacu pada kemampuan untuk menyampaikan pesan melalui media teknologi digital secara efektif, sekaligus memahami karakteristik audiens yang dituju.
5. *Ability to Find and Select Information*, Kemampuan mencari dan memilih informasi secara tepat juga sangat penting, yang dijelaskan dalam dimensi.
6. *Critical Thinking and Evaluation* mengajak individu untuk mampu menganalisis informasi secara kritis dan objektif, serta memberikan kontribusi yang bermakna dalam dunia digital.
7. *Cultural and Social Understanding*, pemahaman terhadap konteks sosial dan budaya juga penting dalam literasi digital, yang tercermin dalam dimensi

8. *E-Safety* menekankan pentingnya keamanan dalam menjelajah, berkreasi, dan berinteraksi di dunia digital, sehingga pengguna tetap terlindungi dari risiko yang mungkin timbul.

2.2. Kreativitas

2.2.1 Pengertian Kreativitas

Menurut Munandar (2014), kreativitas merujuk pada kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru yang orisinal dan bernilai guna dalam pemecahan masalah atau pencapaian tujuan tertentu. Kreativitas mencakup kemampuan untuk berpikir secara berbeda, menemukan solusi baru, serta menghasilkan konsep-konsep yang unik dan inovatif. Dalam konteks ini, kreativitas tidak hanya berkaitan dengan aktivitas seni, tetapi juga dalam konteks sosial dan profesional, yang dapat diterapkan dalam berbagai bidang kehidupan. Munandar juga menekankan bahwa kreativitas melibatkan proses berpikir yang fleksibel dan keterbukaan terhadap berbagai kemungkinan.

Csikszentmihalyi (1996) mendefinisikan kreativitas sebagai keterampilan dalam menghasilkan karya yang baru dan bermanfaat dalam konteks sosial. Dalam buku "Frames of Mind: The Theory of Multiple Intelligences," Gardner mengartikan kreativitas sebagai kemampuan untuk berpikir non-konvensional dan memecahkan masalah dengan cara yang baru. Ia menyoroti bahwa kreativitas dapat muncul dalam berbagai bentuk kecerdasan.

E. Paul Torrance (1974) mengembangkan "Torrance Tests of Creative Thinking" dan mendefinisikan kreativitas sebagai kemampuan untuk berpikir

divergently, yaitu menghasilkan banyak ide atau solusi untuk suatu masalah. Ia menganggap kreativitas sebagai keterampilan yang dapat diukur. Sedangkan menurut Edward De Bono (1967) memperkenalkan konsep berpikir lateral dalam bukunya "The Use of Lateral Thinking." Ia mendefinisikan kreativitas sebagai kemampuan untuk berpikir di luar pola yang sudah ada, merangsang ide-ide baru dan inovatif. Dalam penelitiannya yang dipublikasikan di buku "Creativity in Context," Amabile (1996) mendefinisikan kreativitas sebagai keterampilan dalam menghasilkan berbagai ide baru yang berguna dalam konteks tertentu. Ia menekankan bahwa motivasi intrinsik dan lingkungan yang mendukung sangat mempengaruhi kreativitas.

Robert D. Hisrich dan Michael P. Peters dalam bukunya Entrepreneurship mengemukakan bahwa kreativitas merupakan bagian penting dalam proses kewirausahaan. Kreativitas di sini dianggap sebagai kemampuan untuk menciptakan solusi baru terhadap masalah yang ada dan menemukan cara-cara inovatif untuk memanfaatkan peluang bisnis.

Menurut Hisrich dan Peters, wirausahawan yang kreatif adalah mereka yang tidak hanya mampu berpikir secara berbeda, tetapi juga mampu menerapkan ide-ide tersebut dalam dunia nyata, mengubahnya menjadi produk atau layanan yang sukses secara komersial. Mereka juga menekankan pentingnya persepsi peluang dalam kreativitas kewirausahaan, yaitu kemampuan untuk melihat peluang yang belum dilihat oleh orang lain.

Kreativitas dalam konteks berwirausaha adalah sebuah proses yang melibatkan ideasi, inovasi, dan penerapan ide-ide baru untuk menciptakan produk atau layanan

yang dapat meningkatkan nilai di pasar. Menurut para ahli, kreativitas berwirausaha tidak hanya terkait dengan kemampuan individu, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor lingkungan dan sosial. Wirausahawan yang kreatif mampu melihat peluang di tengah tantangan dan perubahan, serta memiliki kemampuan untuk beradaptasi dan mengambil risiko untuk mencapainya.

Dari berbagai perspektif para ahli, dapat disimpulkan bahwa kreativitas dalam kewirausahaan adalah kombinasi antara kemampuan kognitif, motivasi intrinsik, keberanian mengambil risiko, serta dukungan dari lingkungan sosial dan organisasi yang memungkinkan ide-ide baru untuk berkembang dan diwujudkan dalam dunia usaha.

2.2.2 Ciri-Ciri Kreativitas

Ciri- ciri kreativitas Menurut Conny R. Semiawan (2009), yaitu sebagai berikut:

- a) Berani mengambil risiko: Kesiapan untuk menghadapi ketidakpastian dalam proses kreatif.
- b) Memainkan peran positif dalam berpikir kreatif: Berkontribusi secara aktif dalam diskusi dan pengembangan ide.
- c) Merumuskan dan mendefinisikan masalah: Kemampuan untuk mengidentifikasi dan menjelaskan masalah dengan jelas.
- d) Toleransi terhadap ambiguitas: Mampu menghadapi situasi yang tidak pasti tanpa merasa tertekan.

- e) Menghargai sesama dan lingkungan: Memiliki empati dan menghargai kontribusi orang lain.

Sedangkan menurut Utami Munandar (2009) ciri-ciri kreativitas dibedakan menjadi dua kategori, yaitu sebagai berikut:

1. Ciri Kognitif (Aptitude):
 - a) Orisinalitas: Kemampuan untuk menciptakan ide-ide baru.
 - b) Fleksibilitas: Mampu berpikir dari berbagai sudut pandang.
 - c) Kelancaran: Kemampuan menghasilkan banyak ide dengan cepat.
 - d) Elaboratif: Kemampuan mengembangkan dan memperinci gagasan.
2. Ciri Non-Kognitif (Non-Aptitude):
 - a) Motivasi: Dorongan internal untuk berprestasi.
 - b) Kepribadian: Karakter yang mendukung kreativitas, seperti keberanian dan ketekunan.
 - c) Sikap kreatif: Keterbukaan terhadap pengalaman baru dan ide-ide inovatif.

Jadi dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri kreativitas mencakup kombinasi antara kemampuan kognitif dan non-kognitif, seperti rasa ingin tahu, keberanian mengambil risiko, serta kemampuan untuk berpikir fleksibel dan orisinal. Memahami ciri-ciri ini dapat membantu dalam mengembangkan potensi kreativitas individu di berbagai bidang.

Di bawah ini merupakan beberapa Contoh Pelaku Usaha Kreatif, yaitu sebagai berikut:

1. Personal Shopper

Jasa ini membantu klien untuk berbelanja, baik secara langsung maupun online, dengan memberikan rekomendasi produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Ini sangat berguna bagi orang-orang sibuk di kota besar;

2. Gluten-Free Bakery

Toko roti yang menyediakan produk bebas gluten untuk memenuhi kebutuhan penderita penyakit celiac dan intoleransi gluten. Usaha ini menunjukkan inovasi dalam memenuhi permintaan pasar yang spesifik;

3. Hand Lettering

Pelaku usaha yang menawarkan jasa penulisan tangan dekoratif untuk berbagai keperluan, seperti undangan atau dekorasi interior. Ini merupakan contoh kreativitas dalam seni dan desain;

4. Jasa Foto Produk

Fotografer yang khusus menyediakan jasa pemotretan produk untuk keperluan katalog dan pemasaran online. Ini menunjukkan penerapan kreativitas dalam bidang fotografi;

5. Kerajinan Rotan

Usaha yang mengolah bahan rotan menjadi berbagai produk dekoratif dan fungsional, seperti wadah dan furnitur. Kreativitas dalam mendesain produk dari bahan alami ini menarik minat pasar;

6. Desain Grafis

Pelaku usaha yang menawarkan jasa desain grafis untuk keperluan branding dan pemasaran digital. Dengan meningkatnya kebutuhan akan konten visual, usaha ini sangat relevan dan kreatif;

7. Animator

Seorang animator yang menciptakan konten animasi untuk iklan atau media sosial. Kreativitas dalam menciptakan visual yang menarik sangat dihargai di industri pemasaran saat ini;

8. Usaha Es Krim dari Kulit Pisang

Inovasi dalam mengolah limbah kulit pisang menjadi es krim lezat, menunjukkan kreativitas dalam memanfaatkan bahan yang biasanya dibuang;

9. Katering Makanan Sehat

Usaha katering yang fokus pada penyediaan makanan sehat seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan kesehatan. Ini adalah contoh kreativitas dalam merespons tren pasar;

10. Clothing Line

Brand pakaian lokal yang menawarkan desain unik dan mengikuti tren fashion terkini, menunjukkan kreativitas dalam industri fashion.

Jadi dapat disimpulkan bahwa Pelaku usaha kreatif ini menunjukkan bagaimana inovasi dan pemikiran out-of-the-box dapat menciptakan

peluang bisnis baru dan memenuhi kebutuhan pasar dengan cara yang menarik dan berbeda.

2.2.3 Pengukuran Kreativitas

1. Kemampuan Inovasi Produk atau Layanan

Schumpeter (1934) menyatakan bahwa inovasi adalah inti dari kreativitas dalam kewirausahaan. Untuk UMKM, kemampuan untuk mengembangkan produk atau layanan baru yang berbeda dari pesaing dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi merupakan indikator kreativitas yang pertama. UMKM yang kreatif mampu menciptakan suatu produk yang baru atau meningkatkan kualitas suatu produk yang telah ada. UMKM juga dapat berinovasi dalam cara mereka memberikan layanan, baik dalam aspek customer service, kemudahan akses, atau pengalaman berbelanja.

2. Kemampuan untuk Mengidentifikasi dan Memanfaatkan Peluang

Hisrich dan Peters (2002) menekankan pentingnya kreativitas dalam menemukan peluang pasar yang dapat dimanfaatkan untuk menciptakan produk atau layanan baru. Indikator ini berkaitan dengan kemampuan untuk melihat peluang yang belum terlihat oleh orang lain, serta kemampuan untuk mengubah peluang tersebut menjadi ide yang konkret. Wirausahawan UMKM yang kreatif cenderung memiliki wawasan yang lebih luas tentang perubahan tren konsumen, kebijakan pemerintah, atau perkembangan teknologi yang dapat dimanfaatkan untuk keunggulan kompetitif.

3. Penggunaan Teknologi untuk Meningkatkan Efisiensi

Drucker (1985) menekankan pentingnya inovasi dalam proses dan model bisnis. Dimana, kreativitas tidak hanya terbatas pada suatu produk saja, tetapi juga pada proses bisnis. Kreativitas dalam memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional, seperti menggunakan media sosial untuk pemasaran, penggunaan perangkat lunak untuk manajemen inventaris, atau sistem e-commerce untuk memperluas pasar. UMKM yang kreatif biasanya lebih cepat dalam mengadaptasi teknologi baru, baik dalam produksi, distribusi, atau pemasaran.

4. Kemampuan untuk Beradaptasi dengan Perubahan Pasar

Amabile (1996) menekankan bahwa kreativitas berhubungan dengan kemampuan individu dan tim dalam beradaptasi dengan perubahan yang terjadi di pasar. Kemampuan untuk cepat beradaptasi merupakan indikator kreativitas yang penting dalam konteks UMKM dengan perubahan pasar, seperti perubahan permintaan konsumen, persaingan yang meningkat, atau kondisi ekonomi yang berubah. UMKM yang kreatif akan mampu berinovasi dan beradaptasi dengan cepat untuk memenuhi tuntutan pasar yang dinamis.

5. Kemampuan Pengambilan Risiko

Sternberg (2003) dalam teorinya menyebutkan bahwa kreativitas berhubungan dengan kemampuan mengambil risiko dan berani dalam mencoba hal baru, yang berpotensi menantang status quo. Wirausahawan

UMKM yang kreatif cenderung tidak takut untuk mencoba ide-ide baru meskipun ada risiko kegagalan. Mereka berani mengambil langkah-langkah yang tidak konvensional, seperti memasuki pasar baru, meluncurkan produk baru, atau mencoba model bisnis yang berbeda.

6. Kemampuan untuk Mengatasi Masalah dengan Solusi Baru

Kuratko (2005) mengemukakan bahwa kreativitas dalam kewirausahaan adalah kemampuan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi dalam cara yang inovatif dan efektif. Indikator ini berfokus pada kemampuan wirausahawan UMKM untuk mengatasi tantangan operasional, seperti kekurangan modal, persaingan, atau masalah distribusi, dengan solusi yang kreatif dan tidak biasa.

7. Pemanfaatan Sumber Daya Secara Efisien

Stevenson dan Jarillo (1990) berpendapat bahwa wirausahawan yang kreatif dapat memanfaatkan sumber daya yang terbatas dengan cara yang inovatif untuk mencapai hasil yang optimal. Dalam konteks UMKM, indikator ini merujuk pada kemampuan untuk memanfaatkan sumber daya yang ada baik itu modal, tenaga kerja, atau waktu dengan cara yang paling efisien dan efektif. UMKM yang kreatif biasanya mampu berinovasi dalam pengelolaan sumber daya yang terbatas, misalnya dengan mengurangi biaya operasional atau meningkatkan produktivitas melalui metode baru.

8. Kemampuan untuk Membentuk Jaringan dan Kolaborasi

Amabile (1996) juga menekankan bahwa kreativitas dalam konteks

kewirausahaan sangat dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan kolaborasi.UMKM yang kreatif seringkali membangun kemitraan atau jaringan dengan pihak lain, baik itu dengan pemasok, distributor, atau bahkan pesaing, untuk bersama-sama menciptakan nilai. Kemampuan untuk bekerja sama dalam ekosistem bisnis yang lebih luas dapat menjadi indikator kreativitas dalam berwirausaha.

9. Keterampilan dalam Pemasaran Kreatif

(Kotler & Keller, 2016) mengemukakan bahwa pemasaran adalah aspek yang sangat penting dalam kewirausahaan. Kreativitas dalam pemasaran dapat menjadi indikator utama dalam kesuksesan UMKM. Wirausahawan UMKM yang kreatif dapat menemukan metode baru untuk memasarkan produk atau layanan mereka, seperti dengan menggunakan media sosial, kampanye viral, pemasaran berbasis influencer, atau pemasaran berbasis pengalaman (experiential marketing). Kreativitas dalam pemasaran membantu UMKM menjangkau konsumen yang lebih luas dan membedakan diri dari pesaing.

10. Pengelolaan Keuangan yang Inovatif

Indikator kreativitas lainnya adalah kemampuan untuk mengelola keuangan dengan cara yang kreatif, seperti mencari sumber pendanaan alternatif (crowdfunding, angel investor), atau mengatur arus kas untuk memaksimalkan pertumbuhan usaha.

(Munandar, 2014) mengemukakan ciri-ciri dari kreativitas yang dijadikan

dimensi dan indikator dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Kelancaran berpikir (fluency of thinking)

Kemampuan untuk menghasilkan banyak ide yang keluar dari pemikiran seseorang secara cepat. Dalam kelancaran berpikir, yang ditekankan adalah kuantitas, dan bukan kualitas.

b. Keluwesan berpikir (flexibility)

Kemampuan untuk memproduksi sejumlah ide, jawaban-jawaban atau pertanyaan-pertanyaan yang bervariasi, dapat melihat suatu masalah dari sudut pandang yang berbeda-beda, mencari alternatif atau arah yang berbeda-beda, serta mampu menggunakan bermacam-macam pendekatan atau cara pemikiran. Orang yang kreatif adalah orang yang luwes dalam berpikir. Mereka dengan mudah dapat meninggalkan cara berpikir lama dan menggantikannya dengan cara berpikir yang baru.

c. Elaborasi (elaboration)

Kemampuan dalam mengembangkan gagasan dan menambahkan atau memperinci detail-detail dari suatu objek, gagasan atau situasi sehingga menjadi lebih menarik. d. Originalitas (originality) Merupakan kemampuan untuk mencetuskan gagasan unik atau kemampuan untuk mencetuskan gagasan asli

2.3 Inovasi

2.3.1 Definisi dan Pengertian Inovasi

Menurut Rahayuningsih (2017) Inovasi adalah suatu ide, gagasan, praktik atau objek yang dianggap baru oleh seseorang atau unit adopsi, dan digunakan untuk meningkatkan kinerja atau memberikan solusi terhadap permasalahan. Inovasi merupakan salah satu keputusan bisnis untuk menghadapi persaingan pasar dan pengelolaan berkelanjutan. Freeman (2004) memandang inovasi sebagai upaya perusahaan dalam menggunakan teknologi dan informasi untuk mengembangkan, memproduksi, dan menjual produk yang baru bagi industri. Dengan kata lain, inovasi merupakan gagasan yang terus berubah dan berkembang untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Pervaiz K. Ahmed dan Charles D. Shepherd (2010) Inovasi perusahaan dapat mengarah pada penelitian dan pengembangan (R&D), produksi, pendekatan pemasaran, dan pada akhirnya pada komersialisasi inovasi. Dengan kata lain, inovasi adalah proses menciptakan konsep-konsep baru dan berbeda selama produksi dan implementasi. Inovasi melibatkan generasi, evaluasi, dan implementasi konsep-konsep baru. Inovasi juga mencakup penggunaan teknologi dan teknik baru untuk mengurangi biaya dan memenuhi atau melampaui tujuan perusahaan.

Pervaiz K. Ahmed dan Charles D. Shepherd (2010) Inovasi tidak terbatas pada produksi benda dan barang, tetapi juga mencakup sikap, tindakan, atau aspirasi terhadap proses perubahan dalam segala bentuk kehidupan sosial. Dengan demikian, secara umum “inovasi” diartikan sebagai suatu produk, teknologi, institusi, perilaku,

nilai, praktik, atau gagasan yang belum diketahui, diterima, atau diterapkan secara luas oleh mayoritas penduduk di suatu lokasi baru, sesuatu yang belum pernah dilakukan sebelumnya. Hal ini dapat digunakan untuk merangsang perubahan di seluruh aspek kehidupan masyarakat, dengan tujuan meningkatkan kualitas hidup setiap individu dan masyarakat yang terlibat secara keseluruhan.

Inovasi dapat didefinisikan sebagai proses pengembangan dan penerapan ide-ide baru yang menghasilkan produk, layanan, atau proses yang lebih baik. Schumpeter (1934) adalah salah satu orang pertama yang mendefinisikan inovasi sebagai “perubahan yang menghasilkan produk baru, metode produksi baru, pasar baru, sumber bahan mentah baru, dan bentuk organisasi baru.” Definisi ini menekankan pentingnya inovasi sebagai pendorong perubahan ekonomi.

2.3.2 Karakteristik Inovasi

Penerimaan masyarakat terhadap inovasi sangat bergantung pada seberapa inovatif inovasi itu sendiri. Karakteristik inovasi yang mempengaruhi cepat lambat penerimaan informasi Everett M. Rogers (2003), sebagai berikut:

1. Keunggulan relatif (*relative advantage*) – Keunggulan relatif adalah karakteristik inovasi yang mempengaruhi kecepatan dan kecepatan penerimaan informasi, menurut Everett M. Rogers (2003): Nilai ekonomi suatu inovasi, status sosialnya, kesenangan, kepuasan, atau karena memiliki komponen yang sangat penting dapat digunakan untuk menentukan seberapa bermanfaat atau menguntungkannya. Inovasi tersebar lebih cepat karena lebih menguntungkan bagi penerima.

3. Kompatibilitas (*compatibility*) - Kesesuaian inovasi dengan nilai, pengalaman sebelumnya, dan kebutuhan penerima dikenal sebagai kompatibilitas. Inovasi yang bertentangan dengan nilai atau kebiasaan masyarakat tidak akan diterima dengan cepat.
4. Kerumitan (*complexity*) - Tingkat kesulitan yang dihadapi penerima untuk memahami dan menerapkan inovasi disebut sebagai kompleksitas.
5. Kemampuan diujicobakan (*trialability*) – Ketika inovasi dapat dicoba oleh penerima. Inovasi yang mudah dipahami dan digunakan oleh penerima akan lebih cepat menyebar, sedangkan inovasi yang sulit dipahami atau digunakan oleh penerima akan lebih lama menyebar.
6. Kemampuan untuk diamati (*observability*) - Suatu inovasi harus dapat menunjukkan keunggulannya agar dapat diadopsi dengan cepat. Yang dimaksud dengan "dapat diamati" adalah seberapa mudah hasil inovasi dilihat. Inovasi yang hasilnya mudah dilihat akan lebih cepat diterima oleh masyarakat, dan inovasi yang hasilnya sulit dilihat akan lebih lama diterima.

2.3.3 Jenis-jenis Inovasi

Inovasi dapat dibedakan menjadi beberapa jenis, Tidd dan Bessant (2018) menjelaskan sebagai berikut:

- a) Inovasi Produk: Perubahan atau pengembangan produk baru yang memenuhi kebutuhan konsumen. Contohnya adalah peluncuran smartphone dengan fitur baru.

- b) Inovasi Proses: Perubahan dalam cara produk dibuat atau disampaikan, seperti otomatisasi dalam lini produksi.
- c) Inovasi Pemasaran: Penerapan metode baru dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan daya tarik produk, seperti pemasaran digital.
- d) Inovasi Organisasi: Perubahan dalam struktur atau praktik organisasi yang bertujuan meningkatkan efisiensi, seperti adopsi model manajemen baru.

2.3.4 Proses Inovasi

Menurut Dodgson et al. (2008), proses inovasi melibatkan beberapa tahap:

1. Identifikasi Peluang: Mencari ide atau kebutuhan yang dapat dipenuhi dengan inovasi.
2. Pengembangan Ide: Mengembangkan dan memvalidasi ide-ide yang muncul.
3. Implementasi: Menerapkan inovasi ke dalam produk, layanan, atau proses.
4. Penyebaran: Memperkenalkan inovasi ke pasar atau organisasi secara luas

2.3.5 Faktor Penunjang Serta Manfaat Inovasi

Everett M. Rogers (2003) mengatakan bahwa inovasi tidak hanya melibatkan pengetahuan baru dan teknik baru, tetapi juga melibatkan nilai-nilai karena harus menghasilkan hasil yang lebih baik. Dengan kata lain, inovasi tidak hanya melibatkan inovasi teknologi baru, tetapi juga perubahan dalam cara orang melihat dunia dan perubahan sosial. Salah satu dari banyak keuntungan yang dapat diperoleh dari inovasi adalah sebagai berikut: (1) Peningkatan kualitas hidup manusia melalui penemuan-penemuan baru yang membantu dalam pemenuhan kebutuhan hidup manusia; (2)

Memungkinkan suatu perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan yang dapat diperolehnya; (3) Meningkatkan kemampuan untuk menyampaikan kreativitas ke dalam wadah penciptaan produk baru; dan (4) Meningkatkan keanekaragaman produk dan jenisnya di pasar, yang selalu ada. Beberapa komponen pendukung dapat mendukung inovasi, seperti: (1) Adanya keinginan untuk merubah diri, dari tidak bisa menjadi bisa dan dari tidak tahu menjadi tahu. (2) Adanya kebebasan untuk berekspresi. (3) Adanya pembimbing yang berwawasan luas dan kreatif (4) Tersedianya sarana dan prasarana. (5) Kondisi lingkungan yang harmonis, baik lingkungan keluarga, pergaulan, maupun sekolah.

2.3.6 Inovasi dalam Konteks Bisnis

Porter (1990) mengemukakan bahwa inovasi merupakan salah satu strategi kunci untuk menciptakan keunggulan kompetitif. Bisnis yang berhasil berinovasi dapat memperkuat posisi pasar mereka dan meningkatkan profitabilitas. Inovasi juga dapat menjadi cara untuk merespons perubahan dalam kebutuhan konsumen dan tren pasar.

Dalam konteks saat ini, Bharadwaj et al. (2013) menekankan pentingnya inovasi digital, yang mencakup penggunaan teknologi digital untuk menciptakan nilai baru. Inovasi digital tidak hanya mengubah cara produk diproduksi dan didistribusikan, tetapi juga cara konsumen berinteraksi dengan merek.

2.3.7 Pengukuran Inovasi

Menurut Jawwad, dalam Rahayuningsih (2017) mengemukakan 3 dimensi inovasi yaitu, struktur, budaya dan praktik sumber daya manusia di dalam organisasi. Dimensi Inovasi merupakan kelompok besar dari berbagai bentuk dan jenis inovasi.

Faktor – faktor yang terbentuk dalam ketiga dimensi tersebut adalah:

1. Dimensi struktur pada inovasi, diantaranya yaitu:
 - a. Ketersediaan sumber daya yang kaya memberikan pondasi utama bagi inovasi
 - b. Komunikasi yang sering antar unit membantu menghancurkan penghambat inovasi
 - c. Organisasi yang inovatif berupaya meminimalisasi ketekanan waktu yang minimal/ekstrem terhadap kegiatan kreatif
 - d. Kinerja kreatif seorang anggota organisasi diperkaya saat suatu struktur organisasi secara eksplisit mendukung kreatifitas
2. Dimensi budaya pada inovasi, diantaranya yaitu:
 - a. Menerima ambiguitas
 - b. Menoleransi resiko
 - c. Menoleransi konflik
 - d. Berfokus pada hasil bukan cara
 - e. Berfokus pada sistem terbuka
3. Dimensi sumber daya pada inovasi, diantaranya yaitu:
 - a. Organisasi yang inovatif secara aktif memajukan pelatihan dan pengembangan anggota mereka agar pengetahuan mereka berkembang
 - b. Memberikan keamanan dan kenyamanan yang tinggi kepada anggota organisasi guna mengurangi kecemasan akan dikeluarkan dari organisasi akibat melakukan kesalahan dan mendorong individu

menjadi pejuang ide

2.4 Produktivitas

2.4.1. Definisi Produktivitas

Menurut Burhanuddin (2015) bahwa Produktivitas merupakan perbandingan antara hasil (output) yang dicapai dengan keseluruhan sumber daya (input) yang digunakan dalam menghasilkan hasil tersebut. Dalam pengertian ini, Burhanuddin menekankan bahwa produktivitas tidak hanya berkaitan dengan hasil yang dicapai, tetapi juga efisiensi dalam menggunakan sumber daya seperti tenaga kerja, waktu, bahan baku, dan biaya.

Produktivitas mengandung pengertian yang berbeda – beda dikalangan para ahli. Untuk memperdalam pengertian mengenai produktivitas, dibawah ini peneliti mengutip beberapa pengertian produktivitas dari berbagai persepsi para ahli. Menurut (Sutrisno, 2013), produktivitas kerja merupakan sikap mental. Sikap mental yang selalu mencari perbaikan terhadap apa yang telah ada. Suatu keyakinan bahwa seseorang dapat melakukan pekerjaan lebih baik hari ini daripada hari kemarin dan hari esok lebih baik daripada hari ini.

Sedangkan menurut (Busro, 2020), produktivitas adalah perbandingan antara output (hasil) dengan input (masukan). Jika produktivitas naik akan meningkatkan efisiensi (waktubahan-tenaga) dan sistem kerja, teknik produksi dan adanya peningkatan keterampilan dari tenaga kerjanya.

Menurut (Hasibuan, 2016), mengemukakan bahwa produktivitas adalah

perbandingan antara hasil yang dicapai dengan peran serta tenaga kerja persatuan waktu. Peran serta tenaga kerja disini adalah penggunaan sumber daya serta efektif dan efisien. Menurut (Sedarmayanti, 2015), produktivitas kerja merupakan kemampuan seseorang atau sekelompok orang untuk menghasilkan barang dan jasa dalam waktu tertentu yang telah ditentukan atau sesuai dengan rencana. Kemampuan disini menurut peneliti bisa diartikan sebagai kemampuan fisik atau bisa juga disebut kemampuan keterampilan. Dalam kamus besar bahasa Indonesia keterampilan diartikan sebagai kecakapan untuk menyelesaikan tugas.

Menurut (Effendi, 2014), secara teknis produktivitas adalah suatu perbandingan antara hasil yang dicapai (output) dengan keseluruhan sumber daya yang diperlukan (input). Produktivitas mengandung pengertian perbandingan antara hasil yang dicapai dengan peran tenaga kerja persatuan waktu. Berdasarkan pengertian para ahli, peneliti menyimpulkan bahwa produktivitas adalah sikap mental karyawan yang mencerminkan kemampuan karyawan dalam melakukan pekerjaan dan hasil yang diperoleh berdasarkan sumber daya yang digunakan. Perbedaan antara input yang digunakan dalam proses produksi dan output yang dihasilkan disebut produktivitas. Menurut Solow (1957), produktivitas adalah kunci pertumbuhan ekonomi, dan dalam konteks UMKM, produktivitas dapat berkontribusi pada keberlanjutan dan pertumbuhan usaha. Produktivitas diartikan sebagai efisiensi dalam menghasilkan barang dan jasa, biasanya diukur dengan membandingkan output (hasil) terhadap input (Sumber daya yang digunakan: tenaga kerja, modal, dan bahan baku) Peningkatan produktivitas dalam ekonomi berarti bahwa lebih banyak barang dan jasa dapat

diproduksi tanpa meningkatkan proporsi sumber daya yang digunakan.

Dalam konteks ekonomi, peningkatan produktivitas berarti lebih banyak barang dan jasa dapat diproduksi tanpa peningkatan proporsional dalam penggunaan sumber daya. Solow (1957) juga mengatakan bahwa pertumbuhan ekonomi jangka panjang tidak dapat dipisahkan dari peningkatan produktivitas. Ia mengemukakan bahwa:

- a. Inovasi dan Teknologi: Inovasi teknologi memungkinkan produksi yang lebih efisien, yang meningkatkan output. Ketika perusahaan atau sektor dapat menggunakan teknologi baru, mereka dapat memproduksi lebih banyak dengan biaya yang lebih rendah.
- b. Alokasi Sumber Daya yang Efisien: Produktivitas yang tinggi juga berarti bahwa sumber daya dipakai dengan cara yang paling efisien. Dalam ekonomi, ini mengarah pada pertumbuhan yang berkelanjutan, karena sumber daya yang terbatas digunakan secara optimal.

Dalam konteks UMKM, peningkatan produktivitas memiliki beberapa implikasi penting:

- a. Keberlanjutan Usaha

Ketersediaan Sumber Daya: UMKM seringkali memiliki keterbatasan dalam akses terhadap sumber daya. Dengan meningkatkan produktivitas, mereka dapat memaksimalkan penggunaan sumber daya yang ada, menjamin kelangsungan operasional meskipun dalam kondisi pasar yang menantang.

b. Pertumbuhan Usaha

Skala Ekonomi: Ketika UMKM mampu meningkatkan produktivitas, mereka bisa menghasilkan lebih banyak produk tanpa harus meningkatkan biaya secara signifikan. Hal ini memungkinkan mereka untuk bersaing lebih baik di pasar dan berpotensi memperluas pangsa pasar. Inovasi Produk dan Layanan: Peningkatan produktivitas seringkali terkait dengan inovasi. UMKM yang berinvestasi dalam pengembangan produk baru atau perbaikan proses dapat menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan pendapatan.

c. Penciptaan Lapangan Kerja

Peningkatan Kebutuhan Tenaga Kerja: Seiring UMKM tumbuh dan meningkatkan produktivitas, mereka biasanya membutuhkan lebih banyak tenaga kerja. Ini berkontribusi pada pengurangan pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar.

d. Peningkatan Daya Saing

Adaptasi terhadap Perubahan Pasar: UMKM yang produktif dapat lebih cepat beradaptasi terhadap perubahan permintaan pasar. Kemampuan ini penting untuk bertahan dalam lingkungan bisnis yang dinamis.

Produktivitas seringkali terkait dengan inovasi. UMKM yang berinvestasi dalam pengembangan produk baru atau perbaikan proses dapat menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan pendapatan.

2.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Produktivitas

Menurut Scherer (1984), faktor-faktor yang memengaruhi produktivitas adalah sebagai berikut:

- a. Sumber Daya Manusia: Keterampilan dan pelatihan tenaga kerja dapat meningkatkan efisiensi.
- b. Teknologi: Penggunaan teknologi modern dapat mempercepat proses produksi.
- c. Manajemen: Praktik manajemen yang baik dapat meningkatkan motivasi dan kinerja karyawan.

Menurut Simanjuntak dalam (Sutrisno, 2013), faktor - faktor yang mempengaruhi produktivitas, yaitu :

1. Pelatihan
2. Mental dan kemampuan fisik karyawan
3. Hubungan antara atasan dan bawahan

Menurut (Busro, 2018), faktor-faktor yang mempengaruhi produktivitas, antara lain:

1. Motivasi kerja karyawan
2. Pendidikan
3. Disiplin kerja
4. Keterampilan
5. Sikap etika kerja

6. Kemampuan kerja sama
7. Gizi dan kesehatan
8. Tingkat penghasilan
9. Lingkungan kerja dan iklim kerja
10. Kecanggihan teknologi yang digunakan
11. Faktor – faktor produksi yang memadai
12. Jaminan sosial
13. Manajemen dan kepemimpinan
14. Kesempatan berprestasi

Menurut (Hasibuan, 2016), faktor – faktor yang mempengaruhi produktivitas, antara lain :

1. Pendidikan
2. Keterampilan
3. Disiplin
4. Sikap
5. Etika kerja
6. Motivasi
7. Gaji
8. Kesehatan
9. Teknologi
10. Manajemen
11. Kesempatan berprestasi

Dari pendapat para ahli diatas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi produktivitas, dapat disimpulkan bahwa yang memiliki persamaan ada 10 faktor, antara lain :

1. Mental dan kemampuan fisik karyawan
2. Hubungan antara atasan dan bawahan / manajemen dan kepemimpinan
3. Motivasi kerja karyawan
4. Pendidikan
5. Disiplin kerja
6. Keterampilan
7. Sikap etika kerja
8. Gizi dan kesehatan
9. Tingkat penghasilan/gaji
10. Kecanggihan teknologi yang digunakan

2.4.3 Teori Produktivitas

Menurut Hayami dan Godo (2005), produktivitas dalam UMKM dipengaruhi oleh struktur organisasi dan sistem manajemen. Mereka menyatakan bahwa pengelolaan yang baik dapat meningkatkan koordinasi dan kolaborasi antar bagian, yang berdampak positif pada output.

1. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merujuk pada cara perusahaan mengatur sumber daya dan tugas untuk mencapai tujuan. Dalam konteks

UMKM, struktur organisasi yang efektif dapat mempengaruhi produktivitas melalui beberapa cara:

a. Pembagian Tugas

- Spesialisasi: Dengan adanya pembagian tugas yang jelas, setiap karyawan dapat fokus pada area spesifik. Spesialisasi ini dapat meningkatkan keahlian dan efisiensi, yang berdampak positif pada output.

b. Jalur Komunikasi

- Komunikasi yang Efisien: Struktur organisasi yang baik memfasilitasi komunikasi yang lebih cepat dan jelas antar bagian. Hal ini mengurangi kebingungan, meningkatkan responsivitas, dan membantu dalam mengambil keputusan yang lebih baik.

2. Sistem Manajemen

Sistem manajemen mencakup praktik dan kebijakan yang diterapkan untuk mengelola sumber daya dan operasi. Manajemen yang baik memiliki dampak signifikan pada produktivitas UMKM melalui:

a. Koordinasi

- Sinergi Antar Bagian: Manajemen yang baik memastikan bahwa berbagai bagian dalam UMKM bekerja secara sinergis. Koordinasi yang baik

membantu mengurangi redundansi dan konflik, sehingga menciptakan aliran kerja yang lebih mulus.

b. Pengambilan Keputusan

- Keputusan Berbasis Data: Sistem manajemen yang baik mendorong pengambilan keputusan berbasis data. Dengan informasi yang akurat, manajer dapat merespons perubahan pasar dan kebutuhan pelanggan dengan lebih cepat, meningkatkan adaptabilitas UMKM.

3. Kolaborasi

Kolaborasi antar karyawan dan antara departemen sangat penting untuk produktivitas. Ketika sistem manajemen mempromosikan budaya kolaboratif:

a. Peningkatan Inovasi

- Ide dan Solusi Baru: Kolaborasi mendorong pertukaran ide dan solusi inovatif. Karyawan yang bekerja sama dapat menemukan cara baru dalam meningkatkan proses dan produk, yang berdampak pada produktivitas.

b. Motivasi Karyawan

- Rasa Kepemilikan: Ketika karyawan merasa terlibat dan berkontribusi dalam tim, mereka cenderung lebih termotivasi. Tingkat motivasi yang tinggi dapat

meningkatkan kinerja dan output secara keseluruhan.

4. Dampak Positif pada Output

Ketika struktur organisasi dan sistem manajemen berjalan dengan baik, dampaknya dapat terlihat dalam:

- Peningkatan Efisiensi: Proses yang berarti lebih sedikit waktu dan sumber daya yang terbuang, sehingga output meningkat.
- Kualitas Produk: Koordinasi dan kolaborasi yang baik juga berkontribusi pada peningkatan kualitas produk, yang penting untuk mempertahankan pelanggan dan bersaing di pasar.

2.4.4 Pengukuran Produktivitas

Menurut (Burhanuddin, 2015) produktivitas dapat diukur melalui beberapa faktor yaitu sebagai berikut:

1. Pengetahuan, konsep pengetahuan lebih berorientasi pada inteligensi, daya pikir dan penguasaan ilmu. Pengetahuan merupakan akumulasi hasil proses pendidikan baik yang diperoleh secara formal maupun non – formal yang memberikan kontribusi pada seseorang didalam pemecahan masalah, termasuk dalam melakukan atau menyelesaikan pekerjaan, sehingga seorang karyawan diharapkan mampu melakukan pekerjaan secara produktif.
2. Keterampilan, yaitu kemampuan dan penguasaan teknis operasional mengenai bidang tertentu yang bersifat kekarya. Keterampilan berkaitan dengan

kemampuan seseorang untuk melakukan atau menyelesaikan pekerjaan yang bersifat teknis. Dengan kemampuan yang dimiliki seorang karyawan diharapkan mampu menyelesaikan pekerjaan secara produktif.

3. Kemampuan, konsep ini jauh lebih luas karena dapat mencakup sejumlah kompetensi. Pengetahuan dan keterampilan termasuk faktor pembentuk kemauan.
4. Sikap, merupakan suatu kebiasaan yang dimiliki pola. Pola tersebut memiliki implikasi positif dalam hubungan dengan perilaku kerja seseorang. Perilaku manusia ditentukan oleh sikap – sikap yang telah tertanam dalam diri karyawan sehingga dapat mendukung kerja yang efektif.

Menurut (Simamora, 2015) dimensi yang digunakan dalam pengukuran produktivitas meliputi kuantitas kerja, kualitas kerja dan ketepatan waktu:

- 1) Kuantitas kerja adalah merupakan suatu hasil yang dicapai oleh karyawan dalam jumlah tertentu dengan perbandingan standar ada atau ditetapkan oleh perusahaan.
- 2) Kualitas kerja adalah merupakan suatu standar hasil yang berkaitan dengan mutu dari suatu produk yang dihasilkan oleh karyawan dalam hal ini merupakan suatu kemampuan karyawan dalam menyelesaikan pekerjaan secara teknis dengan perbandingan standar yang ditetapkan oleh perusahaan.
- 3) Ketepatan waktu merupakan tingkat suatu aktivitas diselesaikan pada awal waktu yang ditentukan, dilihat dari sudut koordinasi dengan hasil output serta memaksimalkan waktu yang tersedia untuk aktivitas lain. Ketepatan waktu

diukur dari persepsi karyawan terhadap suatu aktivitas yang disediakan di awal waktu sampai menjadi output.

Dalam (Sinungan, 2014) secara umum dimensi produktivitas dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Perbandingan-perbandingan antara pelaksanaan sekarang dengan pelaksanaan secara historis yang tidak menunjukkan apakah pelaksanaan sekarang ini memuaskan namun hanya mengetengahkan apakah meningkat atau berkurang serta tingkatannya.
- 2) Perbandingan pelaksanaan antara satu unit (perorangan tugas, seksi, proses) dengan lainnya. Pengukuran seperti itu menunjukkan pencapaian relatif.
- 3) Perbandingan pelaksanaan sekarang dengan targetnya dan inilah yang terbaik sebagai memusatkan perhatian pada sasaran/tujuan.

2.5 Hubungan Antar Variabel

2.5.1 Pengaruh Literasi Digital Terhadap Peningkatan Produktivitas

Literasi digital merupakan kemampuan individu dalam memahami, menggunakan, mengevaluasi, dan menciptakan informasi melalui teknologi digital. Dalam era globalisasi dan revolusi industri 4.0, literasi digital menjadi salah satu kunci utama untuk meningkatkan produktivitas kerja, baik dalam sektor formal maupun informal. Seseorang yang memiliki literasi digital yang baik mampu memanfaatkan perangkat teknologi seperti komputer, internet, dan aplikasi digital secara efektif untuk menunjang pekerjaannya. Penguasaan teknologi ini memungkinkan proses kerja menjadi lebih efisien dan terstruktur. Misalnya, penggunaan aplikasi manajemen

proyek dapat membantu dalam pengorganisasian tugas, pemantauan progres kerja, dan komunikasi tim yang lebih baik. Selain itu, akses terhadap informasi yang cepat dan luas melalui internet dapat mendukung pengambilan keputusan yang lebih tepat dan cepat. Dengan literasi digital, pekerja juga dapat mengotomatisasi tugas-tugas rutin yang memakan waktu, sehingga bisa lebih fokus pada pekerjaan yang memerlukan pemikiran kritis. Hal ini berdampak langsung terhadap peningkatan produktivitas, baik dari segi kualitas maupun kuantitas hasil kerja. Maka, literasi digital bukan sekadar keterampilan tambahan, melainkan kebutuhan mendasar dalam lingkungan kerja modern.

Produktivitas sangat berkaitan dengan bagaimana individu mengelola waktu, informasi, dan teknologi. Literasi digital memungkinkan seseorang untuk memilah informasi yang relevan dan dapat dipercaya di tengah banjir data di dunia maya. Dengan keterampilan tersebut, pekerja tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga produsen konten yang berkualitas. Sebagai contoh, seorang wirausahawan yang memiliki literasi digital yang baik dapat membuat strategi pemasaran digital yang efektif melalui media sosial atau website. Ia juga dapat memanfaatkan data pelanggan untuk merancang produk yang sesuai kebutuhan pasar. Di sektor pendidikan, guru dengan literasi digital tinggi mampu menggunakan platform pembelajaran online secara maksimal untuk meningkatkan keterlibatan siswa. Sementara itu, di bidang kesehatan, tenaga medis dapat menggunakan teknologi digital untuk pencatatan rekam medis yang lebih akurat dan pelayanan pasien yang lebih cepat. Semua itu menunjukkan bahwa literasi digital bukan hanya meningkatkan efisiensi kerja, tetapi

juga memperluas cakupan pelayanan dan kualitas output yang dihasilkan oleh individu maupun institusi.

Lebih lanjut, literasi digital mendorong pembelajaran sepanjang hayat (lifelong learning), yang merupakan elemen penting dalam peningkatan produktivitas jangka panjang. Melalui platform e-learning, webinar, dan sumber pembelajaran digital lainnya, individu dapat terus memperbarui pengetahuannya sesuai perkembangan zaman. Hal ini menjadikan mereka lebih adaptif terhadap perubahan teknologi maupun pasar. Karyawan yang terbiasa belajar secara mandiri melalui media digital cenderung lebih kreatif dan inovatif dalam menyelesaikan tugas. Di sisi lain, organisasi atau perusahaan yang mendorong literasi digital dalam budaya kerjanya akan memiliki SDM yang lebih kompetitif dan siap menghadapi tantangan global. Selain itu, literasi digital juga meningkatkan kolaborasi antar karyawan melalui penggunaan cloud computing, platform komunikasi digital, dan manajemen berbasis data. Semua faktor ini saling mendukung dalam menciptakan lingkungan kerja yang produktif, fleksibel, dan inovatif. Oleh karena itu, investasi pada peningkatan literasi digital, baik melalui pelatihan formal maupun nonformal, sangat penting untuk mendorong pertumbuhan produktivitas di berbagai sektor.

2.5.2 Pengaruh Kreativitas Terhadap Peningkatan Produktivitas

Kreativitas merupakan kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru, solusi inovatif, dan pendekatan yang berbeda dalam menyelesaikan permasalahan. Dalam konteks peningkatan produktivitas, kreativitas memiliki peran yang sangat penting karena memungkinkan individu maupun kelompok untuk bekerja secara lebih efektif

dan efisien. Seseorang yang kreatif akan mencari cara-cara baru yang lebih cepat atau lebih baik dalam menyelesaikan tugasnya, sehingga tidak hanya menghemat waktu tetapi juga meningkatkan kualitas hasil kerja. Misalnya, seorang karyawan kreatif dapat menyusun sistem kerja yang lebih terorganisir dan minim hambatan, atau menciptakan metode baru yang lebih praktis dalam pelaksanaan tugas. Di bidang manufaktur, kreativitas bisa berarti menemukan cara produksi yang lebih hemat biaya tanpa mengorbankan kualitas. Sedangkan dalam bidang jasa, kreativitas menciptakan pendekatan pelayanan pelanggan yang lebih personal dan menarik. Maka, kreativitas tidak hanya berdampak pada hasil akhir, tetapi juga memperbaiki proses kerja secara keseluruhan, yang pada akhirnya berkontribusi langsung terhadap peningkatan produktivitas.

Lingkungan kerja yang mendukung kreativitas terbukti mampu mendorong karyawan untuk lebih berkontribusi secara aktif. Ketika ide-ide baru dihargai dan diterapkan, pekerja merasa dihargai dan termotivasi untuk terus berpikir kritis dan berinovasi. Hal ini berdampak pada peningkatan semangat kerja dan loyalitas terhadap organisasi, yang tentu saja memperkuat produktivitas kolektif. Kreativitas juga mendorong lahirnya keunggulan kompetitif karena perusahaan dapat menghasilkan produk atau layanan yang unik dan berbeda dari pesaing. Sebagai contoh, tim pemasaran yang kreatif bisa menghasilkan kampanye yang viral dan berdampak luas, tanpa perlu biaya promosi yang besar. Selain itu, kreativitas mendorong adaptasi yang cepat terhadap perubahan pasar atau tantangan tak terduga, sehingga organisasi tetap produktif bahkan dalam situasi yang tidak stabil. Dalam hal ini, kreativitas menjadi

aset penting yang memperkuat ketahanan dan daya saing jangka panjang sebuah organisasi.

Lebih dari sekadar alat pemecahan masalah, kreativitas juga berfungsi sebagai pemicu inovasi yang berkelanjutan. Dalam dunia kerja yang semakin kompleks dan kompetitif, ide-ide baru diperlukan untuk menghadapi perubahan teknologi, kebutuhan pasar, serta preferensi konsumen yang terus berkembang. Individu yang kreatif cenderung lebih proaktif dalam menemukan cara baru untuk meningkatkan efisiensi, mempercepat proses kerja, serta menciptakan nilai tambah. Misalnya, dalam bidang teknologi informasi, seorang programmer kreatif dapat mengembangkan algoritma yang mempersingkat waktu eksekusi program secara signifikan. Di dunia pendidikan, guru kreatif mampu menciptakan metode pembelajaran yang lebih menarik sehingga siswa lebih aktif dan produktif dalam belajar. Semua ini menunjukkan bahwa kreativitas memiliki dampak jangka panjang terhadap produktivitas karena terus mendorong perbaikan dan pembaruan. Oleh karena itu, organisasi perlu menciptakan budaya kerja yang mendukung eksplorasi ide dan memberikan ruang bagi kreativitas agar dapat tumbuh dan berkontribusi optimal terhadap pencapaian tujuan bersama.

2.5.3 Pengaruh Inovasi Terhadap Peningkatan Produktivitas

Inovasi adalah proses menciptakan atau memperkenalkan sesuatu yang baru, baik berupa produk, proses, atau metode yang memberikan nilai tambah. Dalam konteks peningkatan produktivitas, inovasi memainkan peran yang sangat strategis karena mampu mengubah cara kerja menjadi lebih efisien, cepat, dan hemat biaya. Dengan menerapkan inovasi, individu maupun organisasi dapat menyederhanakan

prosedur yang rumit, menggantikan teknologi usang, serta memperbaiki kualitas barang atau jasa yang dihasilkan. Sebagai contoh, penggunaan otomatisasi dalam lini produksi memungkinkan perusahaan memproduksi barang dalam jumlah besar dengan waktu yang lebih singkat dan kesalahan yang lebih sedikit. Di sektor pertanian, inovasi dalam bentuk alat mekanisasi pertanian membantu petani meningkatkan hasil panen tanpa harus menambah tenaga kerja. Inovasi juga mendukung pengurangan limbah dan efisiensi sumber daya, yang pada akhirnya meningkatkan produktivitas tanpa meningkatkan biaya secara signifikan. Oleh karena itu, inovasi menjadi fondasi penting dalam menciptakan keunggulan operasional yang berkelanjutan.

Lebih jauh, inovasi tidak hanya berdampak pada efisiensi kerja, tetapi juga mendorong penciptaan nilai baru yang bisa memperluas pasar dan meningkatkan daya saing. Dalam dunia bisnis, perusahaan yang terus berinovasi cenderung lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan dan lebih cepat merespons kebutuhan pelanggan. Misalnya, inovasi dalam bentuk aplikasi digital memungkinkan layanan pelanggan menjadi lebih cepat, praktis, dan personal. Hal ini membuat kepuasan pelanggan meningkat dan loyalitas terhadap produk atau jasa perusahaan tumbuh, yang secara tidak langsung meningkatkan produktivitas perusahaan melalui peningkatan penjualan. Inovasi juga memungkinkan penciptaan model bisnis baru yang lebih relevan dengan era digital, seperti sistem langganan (subscription) atau platform berbasis daring. Dengan demikian, inovasi bukan hanya sekadar memperbarui cara kerja lama, melainkan juga membuka peluang baru yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan output dan efisiensi.

Di sisi lain, budaya inovasi dalam organisasi berperan penting dalam membentuk sumber daya manusia yang kreatif, kritis, dan proaktif. Ketika inovasi menjadi bagian dari nilai dan strategi perusahaan, setiap individu terdorong untuk berkontribusi dalam menciptakan perbaikan dan pembaruan yang berkelanjutan. Inovasi juga menciptakan lingkungan kerja yang dinamis, di mana ide-ide baru dapat diuji dan diterapkan tanpa takut gagal. Hal ini meningkatkan semangat kerja dan rasa memiliki terhadap organisasi, yang akhirnya mendorong peningkatan kinerja secara kolektif. Contohnya, perusahaan yang menyediakan ruang inovasi atau laboratorium ide biasanya memiliki tingkat produktivitas yang lebih tinggi karena karyawan merasa diberdayakan dan dihargai. Maka, untuk meraih produktivitas yang optimal, organisasi perlu menjadikan inovasi sebagai bagian integral dari strategi pengembangan, sekaligus mendukungnya dengan investasi dalam riset, teknologi, dan pengembangan SDM. Inovasi bukan lagi pilihan, melainkan kebutuhan utama untuk menghadapi tantangan masa depan dan meraih produktivitas yang berkelanjutan.

2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

NO	JUDUL	VARIABEL	MASALAH	METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN
1.	Digital Literacy and Its Impact on Small Business Performance in the Digital Age Penulis: John Doe, Sarah Smith, Michael Johnson Tahun Publikasi: 2021	Literasi digital, kinerja bisnis kecil	Bagaimana literasi digital memengaruhi kinerja dan produktivitas UMKM di era digital?	Survei kuantitatif dengan analisis regresi	Hasil menunjukkan bahwa literasi digital memiliki pengaruh positif terhadap kinerja dan produktivitas UMKM, terutama dalam hal pemanfaatan teknologi untuk pemasaran dan operasi.
2.	Creativity and Innovation in Small and Medium-Sized Enterprises: The Role of Digital Tools Penulis: Emma Wilson, Robert Lee, Jessica Adams	Kreativitas, inovasi, alat digital	Apa hubungan antara kreativitas, inovasi, dan pemanfaatan alat digital dalam UMKM?	Pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam pada pemilik UMKM	Penelitian menemukan bahwa alat digital meningkatkan kemampuan inovasi dan kreativitas dalam UMKM, yang berkontribusi pada peningkatan produktivitas dan daya saing.

	Tahun Publikasi: 2020				
3.	The Role of Digital Literacy in Enhancing Innovation and Productivity in SMEs" Penulis: James Brown, Patricia Green, Daniel White Tahun Publikasi: 2022	Literasi digital, inovasi, produktivitas	Bagaimana literasi digital memfasilitasi inovasi yang berdampak pada produktivitas UMKM?	Survei dengan analisis regresi berganda	Literasi digital terbukti meningkatkan kemampuan UMKM dalam berinovasi, yang pada gilirannya meningkatkan produktivitas mereka.
4.	Impact of Digital Innovation on Small Business Growth in Emerging Markets Penulis: William Harris, Linda Clark, David Miller Tahun Publikasi: 2019	Inovasi digital, pertumbuhan bisnis kecil	Sejauh mana inovasi digital memengaruhi pertumbuhan dan produktivitas UMKM di pasar negara berkembang?	Survei dan analisis data sekunder	Inovasi digital berperan penting dalam mempercepat pertumbuhan dan produktivitas UMKM, dengan mengoptimalkan proses operasional dan pemasaran.
5.	How Digital Literacy Influences SME	Literasi digital, produktivitas UMKM	Apa dampak literasi digital terhadap produktivitas UMKM?	Analisis statistik deskriptif dan regresi	Literasi digital sangat memengaruhi produktivitas, terutama dalam pemanfaatan e-commerce dan pemasaran digital.

	Productivity in the Digital Era Penulis: Maria Lopez, Thomas Turner, Jessica Martin Tahun Publikasi: 2023				
6.	The Impact of Creativity and Innovation on SME Performance: A Digital Perspective Penulis: Andrew Taylor, Michelle Scott, Brian Garcia Tahun Publikasi: 2021	Kreativitas, inovasi, kinerja UMKM	Bagaimana kreativitas dan inovasi meningkatkan kinerja UMKM di era digital?	Survei kuantitatif dengan analisis regresi	Kreativitas dan inovasi meningkatkan kinerja UMKM, dengan teknologi digital sebagai pendorong utama untuk mempercepat adopsi ide-ide baru.
7.	Digital Skills, Innovation, and Small Business Success	Keterampilan digital, inovasi, keberhasilan bisnis kecil	Apa peran keterampilan digital dalam mendukung inovasi dan keberhasilan UMKM?	Studi longitudinal dengan survei	Keterampilan digital dan inovasi saling berhubungan erat dan mendukung keberhasilan UMKM, terutama dalam pasar global.

	Penulis: Henry Walker, Natalie Harris, Kevin Johnson Tahun Publikasi: 2020				
8.	Digital Transformation and SME Productivity: A Global Perspective" Penulis: Emily Robinson, Peter Davis, Samuel Lee Tahun Publikasi: 2022	Transformasi digital, produktivitas UMKM	Bagaimana transformasi digital memengaruhi produktivitas UMKM di tingkat global?	Analisis data sekunder dari laporan industri dan survei	Transformasi digital telah mendorong peningkatan produktivitas UMKM di berbagai sektor, dengan mengoptimalkan penggunaan teknologi informasi.
9.	The Role of Innovation in Enhancing SME Competitiveness in a Digital Economy Penulis: Charles Thompson, Olivia Martin, Jonathan Parker	Inovasi, daya saing, UMKM	Bagaimana inovasi dapat meningkatkan daya saing UMKM di ekonomi digital?	Studi kasus dan analisis regresi	Inovasi berbasis teknologi membantu UMKM untuk tetap kompetitif, terutama dalam meningkatkan efisiensi dan pengembangan produk.

	Tahun Publikasi: 2021				
10.	Small Business Innovation and Digital Literacy: Pathways to Increased Productivity Penulis: Linda Brown, George Allen, Emily Moore Tahun Publikasi: 2023	Inovasi, literasi digital, produktivitas	Apa hubungan antara inovasi dan literasi digital dalam meningkatkan produktivitas UMKM?	Survei dan analisis regresi	Temuan menunjukkan bahwa inovasi dan literasi digital berfungsi sebagai faktor kunci dalam meningkatkan produktivitas UMKM melalui pengembangan produk dan adopsi teknologi baru.

2.7 Kerangka Pemikiran

Literasi digital memiliki peran krusial dalam mendorong produktivitas kelompok usaha seperti UP2-PKK Kelurahan Beliung, Kota Jambi. Dalam konteks pemberdayaan ekonomi keluarga, literasi digital memungkinkan anggota kelompok memahami dan memanfaatkan teknologi informasi untuk menjalankan usahanya secara lebih efektif. Melalui penguasaan teknologi, seperti media sosial, e-commerce, aplikasi pencatatan keuangan, dan alat promosi digital, pelaku usaha perempuan dapat memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi usaha. Akses informasi yang lebih luas juga memungkinkan anggota kelompok untuk mempelajari tren pasar, strategi pemasaran, dan manajemen usaha yang relevan. Selain itu, digitalisasi mendukung transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan keuangan kelompok. Dalam konteks Kota Jambi yang sedang berkembang, literasi digital menjadi jembatan antara potensi lokal dan akses pasar global. UP2-PKK Kelurahan Beliung, sebagai bagian dari program pemberdayaan perempuan, berpeluang besar untuk tumbuh melalui pemanfaatan teknologi digital. Dengan pelatihan dan pendampingan yang tepat, kelompok ini dapat mempercepat transformasi digital untuk meningkatkan pendapatan keluarga. Maka, peningkatan literasi digital merupakan langkah awal yang strategis dalam mewujudkan produktivitas dan kemandirian ekonomi anggota kelompok.

Selain literasi digital, kreativitas juga menjadi elemen penting dalam pengembangan usaha mikro keluarga. Kreativitas mendorong anggota UP2-PKK Kelurahan Beliung untuk menciptakan produk yang unik, menarik, dan memiliki daya

saing tinggi. Produk dengan desain, kemasan, atau varian baru yang kreatif cenderung lebih diminati pasar, sehingga meningkatkan peluang penjualan. Kreativitas juga membantu dalam memanfaatkan sumber daya lokal secara optimal dan berkelanjutan, seperti bahan baku khas daerah yang diolah menjadi produk bernilai jual tinggi. Dalam operasional usaha, kreativitas menciptakan cara-cara baru yang lebih efisien untuk memproduksi dan memasarkan barang. Kegiatan pelatihan dan pembinaan yang mendorong ide-ide segar perlu ditingkatkan agar kreativitas dapat tumbuh dari seluruh anggota, bukan hanya dari pengurus. Lingkungan yang mendukung eksplorasi ide dan menghargai keberagaman pemikiran juga sangat penting untuk menumbuhkan inovasi. Melalui kreativitas, kelompok tidak hanya meningkatkan produktivitas, tetapi juga memperkuat identitas usaha dan keterikatan anggota terhadap produk yang dihasilkan. Oleh karena itu, kreativitas menjadi pilar utama dalam penguatan kapasitas dan keberlanjutan UP2-PKK sebagai motor penggerak ekonomi keluarga di tingkat lokal.

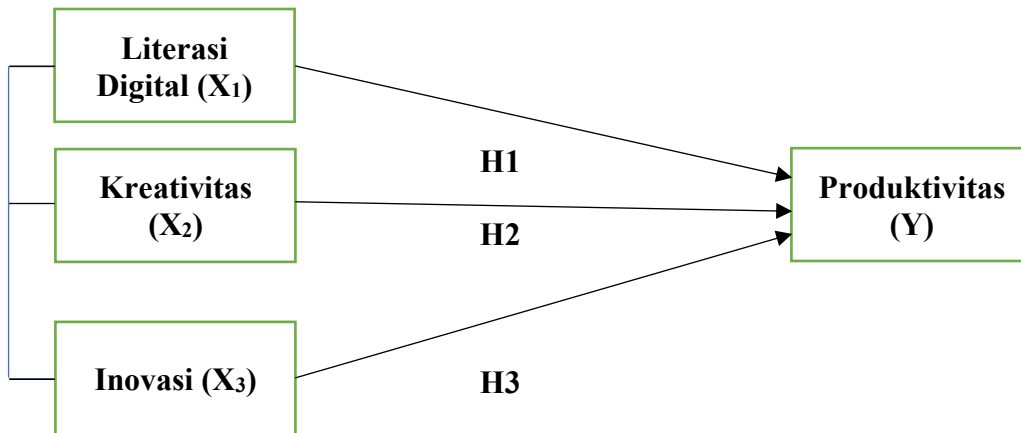
Inovasi menjadi kunci lanjutan dalam mendorong produktivitas kelompok UP2-PKK Kelurahan Beliung menuju skala usaha yang lebih besar dan berdaya saing. Inovasi memungkinkan kelompok menciptakan nilai tambah dari produk yang telah ada atau bahkan menciptakan model usaha baru yang lebih relevan dengan kebutuhan pasar saat ini. Misalnya, dengan mengintegrasikan sistem pre-order berbasis digital, layanan antar lokal, atau kerja sama dengan platform marketplace, produk UP2-PKK dapat menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa batas geografis. Inovasi juga dapat berupa diversifikasi produk berdasarkan permintaan pasar, seperti mengembangkan makanan ringan sehat berbasis bahan lokal untuk memenuhi tren konsumen urban.

Melalui inovasi, efisiensi produksi dapat ditingkatkan dan risiko usaha dapat diminimalkan. Dukungan dari pemerintah daerah dan mitra swasta sangat dibutuhkan dalam membangun ekosistem inovasi yang ramah bagi kelompok usaha perempuan. Pelatihan berbasis masalah nyata, fasilitasi teknologi, dan akses terhadap modal usaha merupakan elemen penting agar inovasi berjalan berkelanjutan. Dengan menggabungkan literasi digital, kreativitas, dan inovasi, kelompok UP2-PKK Kelurahan Beliung tidak hanya mampu meningkatkan produktivitas, tetapi juga mewujudkan kemandirian ekonomi keluarga dan pembangunan berbasis masyarakat yang berkeadilan.

. Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dijelaskan pada tabel 2.1, maka dalam penelitian ini dikembangkan sebuah paradigma untuk menguji sejauh mana literasi digital secara parsial mempengaruhi produktivitas. Kreativitas secara parsial mempengaruhi produktivitas. Inovasi secara parsial mempengaruhi produktivitas. Literasi Digital, Kreativitas dan Inovasi secara simultan mempengaruhi produktivitas. Berikut ini adalah kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini:

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



2.8 Hipotesis

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas Pedagang UMKM Kelompok UP2PKK Beliung Kota Jambi.
2. Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas Pedagang UMKM Kelompok UP2PKK Beliung Kota Jambi.
3. Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas Pedagang UMKM Kelompok UP2PKK Beliung Kota Jambi.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian dan Subjek Penelitian

3.1.1. Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian adalah himpunan elemen yang dapat berupa orang, organisasi atau barang yang akan diteliti (Sugiyono, 2023). Segala sesuatu yang menjadi sasaran penelitian disebut sebagai objek penelitian. Dalam penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah pengetahuan Literasi Digital, Kreativitas, Inovasi dan Produktivitas UMKM. Subjek penelitian adalah batasan penelitian di mana peneliti bisa menentukannya dengan benda, hal atau orang untuk melekatnya variabel penelitian pihak-pihak yang dijadikan sebagai sampel dalam sebuah penelitian (Arikunto, 2018). Selain itu, subjek penelitian juga membahas karakteristik subjek yang digunakan dalam penelitian, ini termasuk penjelasan mengenai tentang populasi, sampel dan teknik sampling (acak/non-acak). Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah UMKM Kelompok UP2PKK Beliung.

3.2 Metode dan Pendekatan Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif dan kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2023) mendefinisikan metode verifikatif yaitu metode penelitian melalui pembuktian untuk menguji hipotesis hasil penelitian deskriptif dengan perhitungan statistika sehingga didapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima. Sedangkan kuantitatif dapat diartikan

sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode riset dalam penelitian ini menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer, data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden. Data primer mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel untuk tujuan spesifik studi (Sugiyono, 2023). Penelitian dilaksanakan dengan teknik kuesioner. Metode yang digunakan untuk memperoleh data primer dalam penelitian ini adalah metode survei, dengan menggunakan kuesioner yang merupakan daftar pertanyaan terstruktur yang diajukan kepada pedagang UMKM Kelompok UP2PKK Beliung.

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

3.4.1 Populasi Penelitian

Dalam penelitian, populasi dan sampel sangat berhubungan dengan hipotesis karena pengujian statistik selalu berhubungan dengan sekelompok subjek, seperti manusia, gejala, nilai tes, benda atau peristiwa. Keseluruhan kelompok subjek baik manusia, gejala, nilai test, benda-benda atau peristiwa yang akan diteliti, dimana hasil penelitian akan digeneralisasikan, disebut populasi (Sugiyono, 2023). Populasi yang

digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang UMKM Kelompok UP2PKK Beliung yang berjumlah 36 orang.

3.4.2 Sampel Penelitian

Menurut Fatihudin (2020) sampel adalah sebagian dari populasi. Jenis sampel dapat berupa sifat, benda, gejala, peristiwa, manusia, perusahaan, jenis produksi, keuangan, saham, obligasi, surat berharga lainnya. Sampel adalah bagian dari jumlah populasi dan karakteristiknya, yang berarti bahwa sampel adalah bagian dari populasi yang dianggap mewakili. Sampel yang baik biasanya dapat mewakili sebanyak mungkin karakteristik populasi. Secara umum sampel yang baik adalah yang dapat mewakili sebanyak mungkin karakteristik populasi.

Dalam bahasa pengukuran, ini berarti bahwa sampel harus valid, atau memiliki kemampuan untuk mengukur apa yang harus diukur. Karena jenis penelitian yang akan dilakukan akan menggunakan analisis kuantitatif, ukuran sampel atau jumlah sampel yang diambil sangat penting. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 36 responden. Karena populasi penelitian ini sedikit (terbatas), jumlah sampel yang diambil harus sebanding dengan populasi. Oleh karena itu, metode sampling jenuh atau sensus digunakan untuk mengambil sampel dari semua anggota populasi.

3.5 Operasional Variabel

Sanusi (2018) mendefinisikan variabel adalah suatu fenomena yang diabstraksikan menjadi konsep atau konstruk yang jika diberi nilai. (Sugiyono, 2023) menyatakan pengertian variabel secara teoritis adalah gejala yang nilainya bervariasi.

Dalam penelitian ini digunakan beberapa variabel yang di definisikan secara operasional agar menjadi petunjuk pada penelitian ini. Untuk mengetahui operasional variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Literasi Digital (X ₁)	Menurut Hague & Payton (2013), literasi digital didefinisikan sebagai: "Kemampuan untuk menggunakan teknologi digital, alat komunikasi atau jaringan untuk mengakses, mengelola, mengintegrasikan, menganalisis, dan mengevaluasi informasi; membangun pengetahuan baru; menciptakan dan berkomunikasi dengan orang lain."	1. <i>Functional Skill Beyond</i>	1. Mampu mengoperasikan perangkat digital untuk kebutuhan transaksi keuangan. 2. Mampu menggunakan aplikasi keuangan sederhana (seperti e-wallet atau mobile banking)	Ordinal
		2. <i>Creativity</i>	3. Mampu membuat konten promosi produk secara digital. 4. Mampu menyusun strategi pemasaran digital berbasis platform keuangan.	Ordinal
		3. <i>Collaboration</i>	5. Mampu bekerja sama dengan pelaku UMKM lain dalam memanfaatkan layanan keuangan digital. 6. Aktif dalam forum atau grup diskusi online terkait manajemen keuangan usaha.	Ordinal
		4. <i>Communication</i>	7. Mampu menjelaskan kebutuhan atau masalah keuangan usaha secara digital kepada pihak lain	Ordinal

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
			(pelanggan, bank, platform keuangan). 8. Mampu memahami informasi promosi atau syarat ketentuan dari platform keuangan digital.	
		5. <i>Ability to Find and Select Information</i>	9 Mampu mencari informasi tentang produk keuangan (pinjaman, tabungan digital, dll) secara online. 10 Mampu membandingkan layanan keuangan digital yang tersedia	Ordinal
		6. <i>Critical Thinking and Evaluation</i>	11. Mampu menilai keamanan dan keuntungan dari produk keuangan digital. 12. Mampu menganalisis laporan transaksi atau keuangan digital	Ordinal
		7. <i>Cultural and Social Understanding</i>	13. Memahami bahwa penggunaan keuangan digital harus sesuai dengan nilai budaya dan sosial di komunitasnya. 14 Menyadari peran keuangan digital dalam meningkatkan inklusi sosial di kalangan UMKM	Ordinal
		8. <i>E-Safety</i>	15. Mampu menjaga keamanan	Ordinal

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
			akun dan data keuangan digital. 16 Mengetahui tindakan yang harus dilakukan jika mengalami penipuan digital.	
		Hague & Payton (2013)	Hague & Payton (2013)	
Kreativitas (X ₂)	Menurut Munandar (2014), kreativitas merujuk pada kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru yang orisinal dan bernilai guna dalam pemecahan masalah atau pencapaian tujuan tertentu.	1. Kelancaran berpikir (fluency of thinking)	1.Mampu memberikan berbagai jawaban atau solusi terhadap suatu permasalahan. 2.Mampu menyebutkan banyak alternatif ide dalam suatu diskusi atau kegiatan. 3.Mampu merespon pertanyaan atau rangsangan dengan cepat dan beragam. 4.Mampu menciptakan berbagai gagasan orisinal tanpa hambatan berpikir	Ordinal
		2. Keluwesan berpikir (flexibility)	5.Mampu Mengemukakan Ide Dari Berbagai Sudut Pandang. 6.Mampu Mengganti Pendekatan Terhadap Suatu Masalah Saat Solusi Awal Tidak Berhasil. 7.Mampu Menggunakan Berbagai Kategori Atau Konsep Dalam Memecahkan	Ordinal

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
			Masalah. 8. Mampu Menyesuaikan Diri Dengan Perubahan Situasi Atau Tantangan Baru	Ordinal
		3. Elaborasi (elaboration)	9.Mampu menambahkan rincian atau penjelasan tambahan pada ide utama. 10.Mampu mengembangkan suatu gagasan menjadi bentuk yang lebih kompleks dan mendalam. 11.Mampu menyusun gagasan menjadi suatu rencana atau produk yang terstruktur dan rinci. 12.Mampu memperhalus dan menyempurnakan ide menjadi bentuk akhir yang lebih matang.	
		Munandar (2014)	Munandar (2014)	
Inovasi (X₃)	Rahayuningsih (2017) Inovasi adalah suatu ide, gagasan, praktik atau objek yang dianggap baru oleh seseorang atau unit adopsi, dan digunakan untuk meningkatkan kinerja atau memberikan solusi terhadap permasalahan	1. Struktur	1.Ketersediaan sumber daya yang kaya memberikan pondasi utama bagi inovasi 2.Komunikasi yang sering antar unit membantu menghancurkan penghambat inovasi 3.Organisasi yang inovatif berupaya meminimalisasi ketekanan waktu yang minimal/ekstrem	Ordinal

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
			terhadap kegiatan kreatif 4. Kinerja kreatif seorang anggota organisasi diperkaya saat suatu struktur organisasi secara eksplisit mendukung kreatifitas	
		2. Budaya	6. Menerima ambiguitas 7. Menoleransi resiko Menoleransi konflik 8. Berfokus pada hasil bukan cara 9. Berfokus pada sistem terbuka	Ordinal
		3. Sumber daya	10. Organisasi yang inovatif secara aktif. 11. Citra atau brand unik Memberikan keamanan dan kenyamanan yang tinggi kepada anggota organisasi	Ordinal
		Rahayuningsih (2017)	Rahayuningsih (2017)	
Produktivitas (Y)	Menurut Burhanuddin (2015) bahwa Produktivitas merupakan perbandingan antara hasil (output) yang dicapai dengan keseluruhan sumber daya (input) yang digunakan dalam menghasilkan hasil tersebut	1. Pengetahuan	1. Memahami prosedur kerja dan informasi teknis yang relevan dengan tugas. 2. Mampu mengidentifikasi solusi atas permasalahan pekerjaan berdasarkan wawasan atau ilmu yang dimiliki. 3. Mampu menerapkan teori atau konsep yang dipelajari dalam	Ordinal

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
			situasi kerja nyata.	
		2. Keterampilan	4. Mampu mengoperasikan peralatan atau teknologi kerja secara efisien. 5. Menyelesaikan tugas teknis sesuai standar waktu dan mutu. 6. Menunjukkan ketelitian dan konsistensi dalam pelaksanaan pekerjaan teknis.	Ordinal
		3. Kemampuan	7. Mampu bekerja secara mandiri maupun dalam tim untuk mencapai target kerja. 8. Menunjukkan daya adaptasi terhadap perubahan atau tantangan pekerjaan. 9. Mampu mengelola waktu dan beban kerja secara efektif.	Ordinal
		4. Sikap	10. Memiliki tanggung jawab tinggi terhadap tugas yang diberikan. 11. Menunjukkan etos kerja yang baik seperti disiplin, jujur, dan loyal. 12. Aktif dan positif dalam menjalin komunikasi serta kerja sama dengan rekan kerja.	Ordinal
		Burhanuddin (2015)	Burhanuddin (2015)	

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan - keterangan yang mendukung penelitian ini. Peneliti mengumpulkan data primer penelitian dengan melakukan studi lapangan, yaitu mengumpulkan data secara langsung dari sumbernya yang bersifat lisan maupun tulisan. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner (*questionnaires*) adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan responden jawab, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas. Kuesioner merupakan suatu mekanisme pengumpulan data yang efisien jika penelitian mengetahui dengan tepat apa yang diperlukan dan bagaimana mengukur variabel penelitian (Sugiyono, 2023).

Kuesioner penelitian sebagai instrumen penelitian adalah teknik kusioner yang digunakan untuk mengumpulkan data primer dari para responden yang menjadi sample penelitian. Kuesioner penelitian disusun dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang disusun indikator-indikator penelitian yang diperoleh dari pengembangan hasil kajian pustaka. Penyusunan kuesioner menggunakan *skala likert*. (Sugiyono, 2023) skala likert adalah alat ukur yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap *instrument* yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang berupa kata-kata dan untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban tersebut dapat diberi skor.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala interval.

(Sugiyono, 2023) metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.. Adapun langkah-langkah yang diusulkan adalah sebagai berikut:

1. Penulis melakukan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner, dimana yang peneliti adalah sampel yang telah ditentukan sebelumnya.
2. Setelah metode pengumpulan data kemudian ditentukan alat untuk memperoleh data dari elemen-elemen yang akan diselidiki, alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah daftar penyusunan pertanyaan atas kuesioner.
3. Daftar kuesioner kemudian disebar ke bagian-bagian yang telah ditetapkan. Setiap item dari kuesioner tersebut yang merupakan pertanyaan positif yang memiliki lima jawaban masing-masing nilai berbeda yaitu (Sugiyono, 2023):
 - Skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju (STS)
 - Skor 2 untuk jawaban tidak setuju (TS)
 - Skor 3 untuk jawaban Kurang Setuju (KS)
 - Skor 4 untuk jawaban setuju (S)
 - Skor 5 untuk jawaban sangat setuju (SS)
4. Apabila data terkumpul, kemudian dilakukan pengolahan data, disajikan dan dianalisis. Dalam penelitian ini penulis menggunakan uji statistik.

3.7 Metode Analisis

Alat analisis yang digunakan peneliti adalah Partial Least Squares (PLS), (Abdillah & Jogiyanto, 2017) PLS (Partial Least Square) adalah analisis persamaan struktural berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran sekaligus pengujian model struktural.

Model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan reabilitas, sedangkan model struktural digunakan untuk uji kausalitas (pengujian hipotesis dengan model prediksi).Selanjutnya (Abdillah & Jogiyanto, 2017) menyatakan analisis Partial Least Square (PLS) merupakan salah satu metode statistika berbasis varian yang didesain untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik pada data. Lebih lanjut, Ghazali & Latan (2015) menjelaskan bahwa PLS adalah metode analisis yang bersifat *soft modeling* karena tidak mengasumsikan data harus dengan pengukuran skala tertentu, yang berarti jumlah sampel dapat kecil (dibawah 100 sampel).

Keunggulan-keunggulan dari PLS (Abdillah & Jogiyanto, 2017) adalah:

1. Mampu memodelkan banyak variabel dependen dan variabel independen (model kompleks)
2. Mampu mengelola masalah multikolinearitas antar variabel independen
3. Hasil tetap kokoh walaupun terdapat data yang tidak normal dan hilang
4. Menghasilkan variabel laten independen secara langsung berbasis *cross-product* yang melibatkan variabel laten dependen sebagai kekuatan prediksi
5. Dapat digunakan pada konstruk reflektif dan formatif

6. Dapat digunakan pada sampel kecil
7. Tidak mensyaratkan data berdistribusi normal
8. Dapat digunakan pada data dengan tipe skala berbeda, yaitu: nominal, ordinal, dan kontinu.

Terdapat beberapa alasan yang menjadi penyebab digunakan PLS dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini alasan-alasan tersebut yaitu :Pertama, PLS (*Partial Least Square*) merupakan metode analisis data yang didasarkan asumsi sampel tidak harus besar, yaitu jumlah sampel kurang dari 100 bisa dilakukan analisis, dan residual distribution, kedua, PLS dapat digunakan untuk menganalisis teori yang masih dikatakan lemah, karena PLS dapat digunakan untuk prediksi, ketiga, PLS memungkinkan algoritma dengan menggunakan analisis series ordinary least square (OLS) sehingga diperoleh efisiensi perhitungan algoritma (Ghozali & Latan, 2015). Keempat, pada pendekatan PLS, diasumsikan bahwa semua ukuran variance dapat digunakan untuk menjelaskan.

3.7.2.1 Uji Model Pengukuran atau Outer Model

Outer model dapat menunjukkan bagaimana setiap blok indikator berpengaruh terhadap variabel latennya. Evaluasi model pengukuran menggunakan analisis faktor konfirmatori dengan pendekatan MTMM (*Multi Trail Multi Method*) dengan menguji *validity convergent* dan *discriminant*. Sedangkan uji reliabilitasnya menggunakan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* (Ghozali & Latan, 2015). Evaluasi model pengukuran dapat dilihat pada Tabel 3.2 :

Tabel 3.2
Ringkasan Rule of Thumb Evaluasi Model Pengukuran

Validitas dan Reliabilitas	Parameter	Rule of Thumb
Validitas Convergent	<i>Loading Factor</i>	> 0,70 untuk Confirmatory Research > 0,60 untuk Exploratory Research
	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	> 0,50 untuk Confirmatory maupun Exploratory Research
Validitas Discriminant Reliabilitas	<i>Cross Loading</i>	> 0,70 untuk setiap variabel
	<i>Cronbach's Alpha</i>	> 0,70 untuk Confirmatory Research > 0,60 masih dapat diterima untuk Exploratory Research
	<i>Composite Reliability</i>	> 0,70 untuk Confirmatory Research > 0,60 masih dapat diterima untuk Exploratory Research

Sumber : (Hair et al., 2014)

a. Convergent Validity

Convergent validity dari model pengukuran dengan indikator reflektif dapat dilihat korelasi dari antara item *score* / indikator dengan *score* konstruknya. Ukuran reflektif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang ingin diukur. Namun dalam riset pengembangan skala *loading* 0,50 sampai 0,60 masih dapat diterima (Ghozali & Latan, 2015).

b. Discriminant Validity

Discriminant validity indikator dapat dilihat pada *cross loading* antara indikator dengan konstruknya. Apabila korelasi konstruk dengan indikatornya lebih tinggi dibandingkan korelasi indikator dengan konstruk

lainnya, maka hal tersebut menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi indikator pada blok mereka lebih baik dibandingkan dengan indikator di blok lainnya atau item *score* / indikator dengan score konstruknya lebih besar dari 0,7.

c. *Reliability*

Selain uji validitas, pengukuran model juga dilakukan untuk menguji reliabilitas suatu konstruk. Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Dalam PLS-SEM dengan menggunakan program SmartPLS 3.0, untuk mengukur reliabilitas suatu konstruk dengan indikator refleksif dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* sering disebut *Dillon-Goldstein's*. Namun demikian penggunaan *Cronbach's Alpha* untuk menguji reliabilitas konstruk akan memberikan nilai yang lebih rendah (*under estimate*) sehingga lebih disarankan untuk menggunakan *Composite Reliability* dalam menguji reliabilitas suatu konstruk. *Rule of Thumb* yang biasanya digunakan untuk menilai reliabilitas konstruk yaitu nilai *Composite Reliability* harus lebih besar dari 0.7 untuk penelitian yang bersifat *confirmatory* dan nilai 0.6 - 0.7 masih dapat diterima untuk penelitian yang bersifat *exploratory*. (Ghozali & Latan, 2015).

3.7.2.2 Uji Model Struktural atau Inner Model

Inner model menunjukkan hubungan atau kekuatan estimasi antar variabel laten atau konstruk berdasarkan pada *substantive theory*.

Tabel 3.3
Ringkasan Rule of Thumb Evaluasi Model Pengukuran

<i>Kriteria</i>	<i>Rule Of Thumb</i>
<i>R-Square</i>	<i>0.67, 0.33 dan 0.19 menunjukkan model kuat, moderate dan lemah. 0.75, 0.50 dan 0.25 menunjukkan model kuat, moderate dan lemah.</i>
<i>Effect Size f^2</i>	<i>0.02, 0.15 dan 0.35 (kecil, menengah dan besar).</i>
<i>Validitas Discriminant</i>	<i>$Q^2 > 0$ menunjukkan model mempunyai predictive relevance dan jika $Q^2 < 0$ menunjukkan model kurang memiliki predictive relevance</i>
<i>Q^2 predictive relevance</i>	<i>0.02, 0.15 dan 0.35 (lemah, moderate dan kuat)</i>
<i>Signifikansi (two-tailed)</i>	<i>t-value 1,65 (significance level = 10%), 1,96 (significance level = 5%), 2,58 (significance level = 1%)</i>

Sumber : (Hair et al., 2014)

a. R-Square

Dalam menilai model struktural terlebih dahulu menilai R-Square untuk setiap variabel laten endogen sebagai kekuatan prediksi dari model struktural. Pengujian terhadap model struktural dilakukan dengan melihat nilai R-square yang merupakan uji goodness-fit model. Perubahan nilai R-Square dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen apakah mempunyai pengaruh yang substantive. Nilai R-Square 0,75, 0,50 dan 0,25 dapat disimpulkan bahwa model kuat, moderate dan lemah (Ghozali & Latan, 2015).

b. F-Square

Uji f-square ini dilakukan untuk mengetahui kebaikan model. Nilai fsquare sebesar 0,02, 0,15 dan 0,35 dapat diinterpretasikan apakah prediktor

variabel laten mempunyai pengaruh yang lemah, medium, atau besar pada tingkat struktural (Ghozali & Latan, 2015).

c. *Q-Square*

Nilai $Q^2 > 0$ menunjukkan bahwa model mempunyai predictive relevance, sedangkan nilai $Q^2 < 0$ menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*. Dalam kaitannya dengan F^2 perubahan Q^2 memberikan dampak relatif terhadap model (Ghozali & Latan, 2015).

d. *Q-Square*

Nilai Q^2 *predictive relevance* 0.02, 0.15 dan 0.35 menunjukkan bahwa model lemah, moderate dan kuat. Selanjutnya evaluasi model dilakukan dengan melihat nilai signifikansi untuk mengetahui pengaruh antar variabel melalui prosedur bootstrapping.

3.7.2.3 Uji Hipotesis

Pengujian ini dilakukan untuk melihat besarnya nilai pengaruh tidak langsung antar variabel. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan metode bootstrapping menggunakan smartPLS 3.0. Dalam penelitian ini terdapat variabel mediasi atau mediasi. Program, SmartPLS 3.0 hanya menyediakan metode *resampling bootstrap*. Nilai signifikansi yang digunakan (two-tailed) *t-value* 1.65 (significance level = 10 %), 1.96 (significance level = 5 %), dan 2.58 (significance level = 1 %). Penelitian ini akan menggunakan 1.96 (significance level = 5 %) sebagai indikator untuk uji hipotesis, sehingga interpretasinya adalah :

- a. Jika nilai $t \text{ statistic} > t\text{-value } 1.96$ (significance level = 5 %) atau $P\text{-value}$ lebih kecil dari 0,05, artinya hipotesis diterima.
- b. Jika nilai $t \text{ statistic} < t\text{-value } 1.96$ (significance level = 5 %) atau $P\text{-value}$ lebih besar dari 0,05, artinya hipotesis ditolak.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan deskripsi mengenai latar belakang responden yang digunakan dalam suatu penelitian, yang bertujuan untuk memberikan gambaran umum tentang siapa saja individu yang terlibat sebagai sampel. Karakteristik ini biasanya mencakup berbagai aspek seperti jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan, dan variabel lain yang relevan dengan tujuan penelitian. Informasi ini penting untuk memahami konteks jawaban responden, serta untuk memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar mewakili populasi yang dituju. Dengan mengetahui karakteristik responden, peneliti dapat menganalisis keterkaitan antara variabel-variabel yang diteliti dengan lebih akurat, serta menarik kesimpulan yang lebih tepat sasaran. Selain itu, pemaparan karakteristik responden dalam bentuk paragraf juga membantu pembaca dalam menilai validitas dan generalisasi hasil penelitian.

Untuk menggambarkan karakteristik responden pada pedagang UMKM Kelompok UP2PKK Beliung Kota Jambi berdasarkan aspek usia, jenis kelamin, dan pendidikan, berikut ini adalah poin-poin yang dapat digunakan dalam analisis: Karakteristik usia membantu mengidentifikasi kelompok usia utama dari para responden, apakah didominasi oleh kelompok muda, dewasa, atau senior. Informasi ini dapat diwakili dalam beberapa kategori (misalnya, 20-30 tahun, 31-40 tahun, dan

seterusnya) dan diikuti dengan distribusi persentase setiap kelompok usia. Pendidikan terakhir responden memberikan wawasan tentang tingkat kualifikasi dan kapasitas intelektual yang mungkin memengaruhi literasi digital kerja. Kategori pendidikan dapat meliputi SMA, D3, S1, S2, atau S3, serta persentase dari masing-masing kategori. Lama usaha merujuk pada durasi atau rentang waktu seorang pelaku usaha telah menjalankan kegiatan usahanya, baik dalam hitungan bulan maupun tahun. Informasi mengenai lama usaha berguna untuk mengetahui tingkat pengalaman dan ketahanan usaha yang dijalankan.

Untuk mengetahui karakteristik responden Pedagang UMKM Kelompok UP2PKK Beliung Kota Jambi berdasarkan usia, pendidikan dan lama usaha dapat dilihat sebagai berikut.:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Profil	Keterangan	Frekuensi	Persentase
Usia	< 20 Tahun	1	2,78
	20 – 30	9	25,00
	31 – 40	19	52,78
	> 40 Tahun	7	19,44
Jumlah		36	100,00

Sumber : Olah Data Primer, 2025

Berdasarkan Tabel 4.1, diketahui bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia 31–40 tahun, yaitu sebanyak 19 orang atau 52,78% dari total responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Kelompok UP2PKK Beliung berada pada usia produktif yang secara umum dianggap sebagai masa paling aktif dalam dunia kerja dan usaha. Usia ini mencerminkan bahwa para pedagang sudah

memiliki kedewasaan, pengalaman hidup, serta kemungkinan stabilitas ekonomi dan sosial yang cukup mendukung dalam menjalankan kegiatan usaha. Selanjutnya, responden berusia 20–30 tahun menempati posisi kedua terbanyak dengan jumlah 9 orang atau 25,00%. Kelompok usia ini termasuk generasi muda yang relatif masih energik dan berpotensi tinggi dalam hal inovasi dan adopsi teknologi, meskipun dari sisi pengalaman masih dalam tahap berkembang. Sementara itu, responden yang berusia di atas 40 tahun berjumlah 7 orang atau 19,44%. Kelompok ini kemungkinan memiliki pengalaman yang lebih panjang dalam berwirausaha, namun bisa jadi menghadapi tantangan dalam mengikuti perkembangan teknologi dan tren pasar yang cepat. Adapun kelompok usia di bawah 20 tahun hanya sebanyak 1 orang atau 2,78%, yang menunjukkan bahwa UMKM di bawah naungan kelompok UP2PKK jarang digeluti oleh individu yang masih sangat muda, kemungkinan karena masih dalam masa pendidikan atau belum memiliki tanggung jawab ekonomi penuh.

Distribusi usia yang bervariasi ini memberikan gambaran bahwa UMKM di Kelompok UP2PKK Beliung mencakup lintas generasi, meskipun lebih didominasi oleh usia produktif menengah. Keberadaan responden dari berbagai kelompok usia menunjukkan potensi kolaborasi antar generasi yang dapat saling mengisi, di mana kelompok usia muda dapat memberikan kontribusi dalam bentuk semangat dan kreativitas, sedangkan kelompok usia lebih tua dapat berbagi pengalaman dan pengetahuan praktis. Perbedaan usia ini juga penting diperhatikan dalam penyusunan program pelatihan atau pemberdayaan, agar materi dan pendekatan yang digunakan dapat disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan masing-masing kelompok umur.

Misalnya, kelompok usia muda cenderung lebih responsif terhadap pelatihan berbasis digital, sedangkan kelompok usia lebih tua mungkin lebih cocok dengan pendekatan praktis dan langsung. Dengan mengetahui dominasi usia 31–40 tahun, maka strategi pengembangan usaha di kelompok ini dapat difokuskan pada peningkatan produktivitas dan penguatan jejaring bisnis. Selain itu, rendahnya keterlibatan usia muda dapat menjadi perhatian tersendiri untuk mendorong regenerasi pelaku UMKM di masa depan. Pendekatan inklusif yang mempertimbangkan aspek usia akan mampu memperkuat keberlangsungan dan daya saing UMKM di lingkungan Kelurahan Beliung secara lebih menyeluruh.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Profil	Keterangan	Frekuensi	Persentase
Pendidikan	SLTA	29	80,56
	Diploma	1	2,78
	S1	6	16,67
	S2	0	0,00
Jumlah		36	100,00

Sumber : Olah Data Primer, 2025

Berdasarkan Tabel 4.2, terlihat bahwa sebagian besar responden pedagang UMKM Kelompok UP2PKK Beliung Kota Jambi memiliki tingkat pendidikan terakhir Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA), yaitu sebanyak 29 orang atau 80,56% dari total responden. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelaku UMKM di kelompok ini telah menyelesaikan pendidikan menengah atas, yang umumnya memberikan bekal dasar dalam membaca, menulis, berhitung, serta pemahaman umum yang cukup untuk menjalankan kegiatan usaha secara mandiri. Tingkat pendidikan SLTA juga

mencerminkan bahwa sebagian besar responden telah memiliki kemandirian secara akademik dan sosial, meskipun belum banyak yang mengakses pendidikan tinggi. Sementara itu, hanya 1 orang responden atau 2,78% yang menyatakan memiliki pendidikan Diploma, dan 6 orang atau 16,67% yang menyelesaikan pendidikan Sarjana (S1). Tidak ada responden yang berpendidikan S2, yang menunjukkan bahwa UMKM di lingkungan ini belum banyak diisi oleh kalangan dengan latar belakang akademis yang sangat tinggi.

Tingkat pendidikan yang didominasi oleh lulusan SLTA memberikan potret bahwa kegiatan wirausaha di Kelompok UP2PKK Beliung lebih bersifat praktis dan berbasis pada pengalaman langsung daripada pendekatan akademis atau teori. Kondisi ini dapat menjadi tantangan sekaligus peluang dalam pemberdayaan UMKM. Di satu sisi, keterbatasan akses terhadap pendidikan tinggi bisa menghambat pemahaman terhadap manajemen usaha modern, pemasaran digital, atau pengelolaan keuangan berbasis teknologi. Namun di sisi lain, semangat dan kemampuan adaptasi para pelaku UMKM dengan pendidikan menengah tetap dapat dikembangkan melalui pelatihan berbasis keterampilan praktis. Oleh karena itu, program pembinaan dan pengembangan kapasitas bagi kelompok ini sebaiknya dirancang dengan pendekatan yang mudah dipahami, aplikatif, dan sesuai dengan kebutuhan riil di lapangan. Selain itu, keberadaan beberapa responden dengan pendidikan S1 menjadi potensi untuk dijadikan penggerak atau pendamping internal dalam memfasilitasi pelatihan atau berbagi pengetahuan dengan anggota lain. Secara keseluruhan, data ini menunjukkan pentingnya peningkatan kapasitas melalui pelatihan non-formal guna memperkuat

literasi digital dan memperluas wawasan usaha bagi seluruh anggota UMKM UP2PKK Beliung.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

Lama Usaha	Keterangan	Frekuensi	Persentase
Lama Usaha	< 1 Tahun	4	11,11
	1 - 2 Tahun	7	19,44
	3 - 5 Tahun	12	33,33
	> 5 Tahun	13	36,11
Jumlah		36	100,00

Sumber : Olah Data Primer, 2025

Berdasarkan Tabel 4.3, karakteristik responden pedagang UMKM Kelompok UP2PKK Beliung Kota Jambi berdasarkan lama usaha menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah menjalankan usahanya dalam jangka waktu yang relatif lama. Terlihat bahwa sebanyak 13 orang atau 36,11% responden telah memiliki usaha selama lebih dari 5 tahun, yang mengindikasikan tingkat ketahanan dan pengalaman yang cukup dalam dunia wirausaha. Kelompok ini kemungkinan telah melalui berbagai tantangan usaha dan memiliki strategi untuk bertahan dalam menghadapi dinamika pasar. Selain itu, sebanyak 12 orang atau 33,33% responden menjalankan usaha selama 3–5 tahun, yang juga tergolong sebagai usaha yang sudah stabil dan mulai berkembang. Dengan demikian, sekitar 69,44% dari total responden merupakan pelaku UMKM dengan pengalaman usaha lebih dari tiga tahun, yang menunjukkan bahwa mayoritas UMKM dalam kelompok ini berada dalam fase usaha yang cukup matang.

Sementara itu, terdapat 7 orang atau 19,44% responden yang memiliki lama usaha 1–2 tahun, dan 4 orang atau 11,11% yang baru memulai usaha kurang dari satu

tahun. Kehadiran pelaku usaha baru ini menunjukkan adanya semangat kewirausahaan yang terus tumbuh di lingkungan Kelompok UP2PKK Beliung. Namun, pelaku usaha dalam tahap awal ini biasanya masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan modal, pemasaran, maupun pengalaman dalam mengelola bisnis. Oleh karena itu, mereka memerlukan perhatian khusus dalam bentuk pendampingan dan pelatihan berkelanjutan agar dapat berkembang dan bertahan dalam jangka panjang. Variasi dalam lama usaha ini memberikan gambaran bahwa Kelompok UP2PKK Beliung memiliki ekosistem kewirausahaan yang beragam, mulai dari pemula hingga pelaku usaha yang sudah mapan. Hal ini membuka peluang untuk menciptakan sistem pembinaan berbasis mentoring internal, di mana pelaku usaha berpengalaman dapat membimbing pelaku usaha baru. Dengan demikian, kesinambungan dan pertumbuhan UMKM di lingkungan ini dapat terus terjaga dan diperkuat secara kolektif.

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Produktivitas

No	Nama Usaha	Nama Pemilik	Jenis Produk	Jumlah Terjual/ Bulan	Harga/ Unit (Rp)	Pendapatan/ Bulan (Rp)
1	Kusmira Snack	Kusmira	Kue Kering	70	25.000	1.750.000
2	Nurmalis Chips	Nurmalis	Keripik Pisang	100	10.000	1.000.000
3	Asni Cukil	Asni Marlina	Kue Cukil Gigi	60	15.000	900.000
4	Jumiatun Sambal	Jumiatun	Sambal Rumahan	80	20.000	1.600.000
5	Innike Rajut	Innike Basri	Tas Rajut	20	75.000	1.500.000
6	Risa Batik	Risa Yuwilda	Batik Tulis	10	150.000	1.500.000
7	Rostiati Basah	Rostiati	Kue Basah	200	5.000	1.000.000
8	Ardayanti Kerupuk	Sri Ardayanti	Kerupuk Ikan	30	35.000	1.050.000
9	Sumarni Aksesoris	Sumarni	Aksesoris Handmade	50	20.000	1.000.000
10	Mastutiana Goreng	Mastutiana	Bawang Goreng	50	25.000	1.250.000
11	Lestari Peyek	Sri Lestari	Peyek Kacang	100	10.000	1.000.000

No	Nama Usaha	Nama Pemilik	Jenis Produk	Jumlah Terjual/ Bulan	Harga/ Unit (Rp)	Pendapatan/ Bulan (Rp)
12	Neneng Ulik	Neneng Zubaidah	Kue Ulik	120	7.000	840.000
13	Mira Cubit	Mardiah	Kue Cubit	100	3.000	300.000
14	Lusiana Abon	Lusiana	Abon Ikan	60	25.000	1.500.000
15	Yusnaini Donat	Yusnaini	Donat Kentang	150	3.500	525.000
16	Citra Roti	Citra	Roti Kembang	100	15.000	1.500.000
17	Suryati Soya	Suryati	Susu Kedelai	120	5.000	600.000
18	Suryani Rengginang	Suryani	Rengginang	130	6.000	780.000
19	Ferry Bumbu Masak	Ferry Irawan	Bumbu Siap Masak	120	10.000	1.200.000
20	Radona Nagasari	Radona Rusli	Nagasari	180	5.000	900.000
21	Asni Kerupuk	Asni Marlina	Kerupuk	100	8.000	800.000
22	Nurmalis Chips Plus	Nurmalis	Keripik Pisang	120	10.000	1.200.000
23	Yanti Ubi Chips	Yanti Rahmadia	Kerupuk Ubi	60	20.000	1.200.000
24	Fera Jangek	Fera Wati	Kerupuk Jangek	90	10.000	900.000
25	Fitri Jus	Fitri Angreny	Jus Buah Segar	150	8.000	1.200.000
26	Eka Goreng	Eka Kamelia	Bawang Goreng	50	25.000	1.250.000
27	Mulyani Manik	Mulyani	Manik Manik	120	6.000	720.000
28	Jingga Keriting	Jingga Palevita Anggraini	Kerupuk Keriting	100	12.000	1.200.000
29	Mirna Tempe Chips	Mirawati	Keripik Tempe Kering	150	6.000	900.000
30	Kusmira Snack	Khoiriah	Tanaman Obat Keluarga	100	10.000	1.000.000
31	Nurmalis Chips	Halima Tussakdiah	Jamu	200	5.000	1.000.000
32	Asni Cukil	Melati Annisa	Abon	150	7.000	1.050.000
33	Jumiatun Sambal	Vonny Oliviasari	Gantungan Kunci	150	7.000	1.050.000
34	Innike Rajut	Dewi Susanti	Sayuran Organik	100	10.000	1.000.000
35	Risa Batik	Monica Indra	Kue Kering	100	20.000	2.000.000
36	Rostiati Basah	Yulia	Kerupuk	150	10.000	1.500.000

Sumber : Olah Data Primer, 2025

Berdasarkan Tabel 4.4 mengenai karakteristik responden berdasarkan produktivitas di Kelurahan Beliung, terlihat bahwa produktivitas para anggota UP2-PKK sangat beragam, baik dari sisi jumlah produk yang terjual maupun pendapatan yang diperoleh per bulan. Secara umum, sebagian besar anggota mampu menjual

produk dalam jumlah moderat, antara 60 hingga 150 unit per bulan. Namun, hanya beberapa yang berhasil memperoleh pendapatan tinggi, seperti Iis dengan pendapatan tertinggi Rp2.000.000 per bulan dari penjualan kue kering sebanyak 100 unit dengan harga Rp20.000 per unit. Anggota lain seperti Siti, Dewi, Wati, Lestari, Rosi, dan Laila juga mencatat pendapatan yang relatif tinggi di atas Rp1.500.000 per bulan, meskipun jumlah produk terjual mereka tidak selalu tinggi, yang menandakan bahwa harga jual per unit berpengaruh signifikan terhadap pendapatan.

Sebaliknya, beberapa anggota seperti Mira (kue cubit) dan Mega (donat kentang) menunjukkan pendapatan yang cukup rendah, masing-masing hanya sebesar Rp300.000 dan Rp525.000 per bulan, meskipun jumlah produk terjual cukup banyak. Hal ini mencerminkan bahwa harga jual produk yang terlalu rendah menyebabkan pendapatan menjadi kurang optimal. Selain itu, produk seperti susu kedelai, renginang, jamu, dan manik-manik juga menunjukkan bahwa meskipun jumlah penjualan tinggi, pendapatan tetap terbatas karena harga jual per unit yang rendah.

Rendahnya produktivitas sebagian anggota dapat disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain keterbatasan pasar, rendahnya nilai tambah produk, serta minimnya akses ke pelatihan dan inovasi. Produk-produk makanan ringan, minuman, dan kerajinan rumah tangga yang ditawarkan cenderung homogen dan belum memiliki diferensiasi yang kuat di pasaran. Hal ini berdampak pada kemampuan menjual dalam jumlah besar atau menetapkan harga yang lebih tinggi. Beberapa anggota seperti pembuat batik tulis dan tas rajut memang memiliki produk bernilai tinggi, namun produksi mereka terbatas karena proses pembuatan yang memakan waktu dan tenaga.

Dengan demikian, diperlukan intervensi dari pihak terkait, seperti pelatihan kewirausahaan, peningkatan kapasitas produksi, bantuan modal, serta akses ke pemasaran digital dan kemitraan usaha. Langkah-langkah ini penting untuk mendorong diversifikasi produk, peningkatan kualitas, serta perluasan jangkauan pasar, sehingga seluruh anggota UP2-PKK dapat meningkatkan produktivitas dan pendapatan mereka secara merata dan berkelanjutan.

4.2 Analisis Verifikatif/Kuantitatif

Partial Least Squares (PLS) adalah salah satu metode dalam analisis statistik yang termasuk dalam pendekatan Structural Equation Modeling (SEM) berbasis varian. Partial Least Squares (PLS-SEM) digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel laten yang kompleks, terutama ketika ukuran sampel kecil, data tidak berdistribusi normal, atau model bersifat eksploratif. Metode ini cocok digunakan dalam penelitian sosial, manajemen, pemasaran, dan bidang lainnya yang menguji hubungan kausal antara konstruk-konstruk teoritis.

PLS bekerja dengan cara memaksimalkan varians yang dijelaskan dari variabel dependen (endogen) oleh variabel independen (eksogen). Proses analisis PLS terdiri dari dua bagian utama, yaitu:

1. Model pengukuran (outer model) – menggambarkan hubungan antara konstruk laten dengan indikator-indikatornya (reflektif atau formatif).
2. Model struktural (inner model) – menggambarkan hubungan antar konstruk laten dalam model.

Keunggulan PLS antara lain fleksibel terhadap asumsi distribusi data, mampu

menangani model dengan banyak variabel, serta dapat digunakan untuk prediksi. Hasil analisis PLS biasanya mencakup nilai path coefficient, R^2 , outer loading, AVE (Average Variance Extracted), reliabilitas konstruk, serta uji signifikansi (misalnya dengan bootstrapping). Dengan kemampuan tersebut, PLS menjadi metode yang populer dalam penelitian kuantitatif berbasis model teoritis yang kompleks. Untuk mengetahui hasil penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

4.2.1 Pengujian Validitas Convergent

Pengujian Validitas Konvergen (Convergent Validity) adalah bagian dari evaluasi model pengukuran (outer model) dalam analisis PLS-SEM yang bertujuan untuk memastikan bahwa indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur suatu konstruk benar-benar mencerminkan konstruk tersebut. Validitas konvergen menunjukkan sejauh mana indikator yang seharusnya saling berhubungan benar-benar menunjukkan hubungan yang kuat dalam pengukuran.

Dalam PLS, validitas konvergen dinilai melalui tiga indikator utama, yaitu:

1. *Outer Loading* (Loading Faktor)

Setiap indikator harus memiliki nilai loading terhadap konstruknya minimal 0,70. Nilai ini menunjukkan bahwa indikator memiliki korelasi tinggi dengan konstruk yang diukur. Namun, dalam beberapa kondisi, nilai 0,60–0,70 masih dapat diterima terutama dalam tahap awal penelitian eksploratif.

2. *Average Variance Extracted* (AVE)

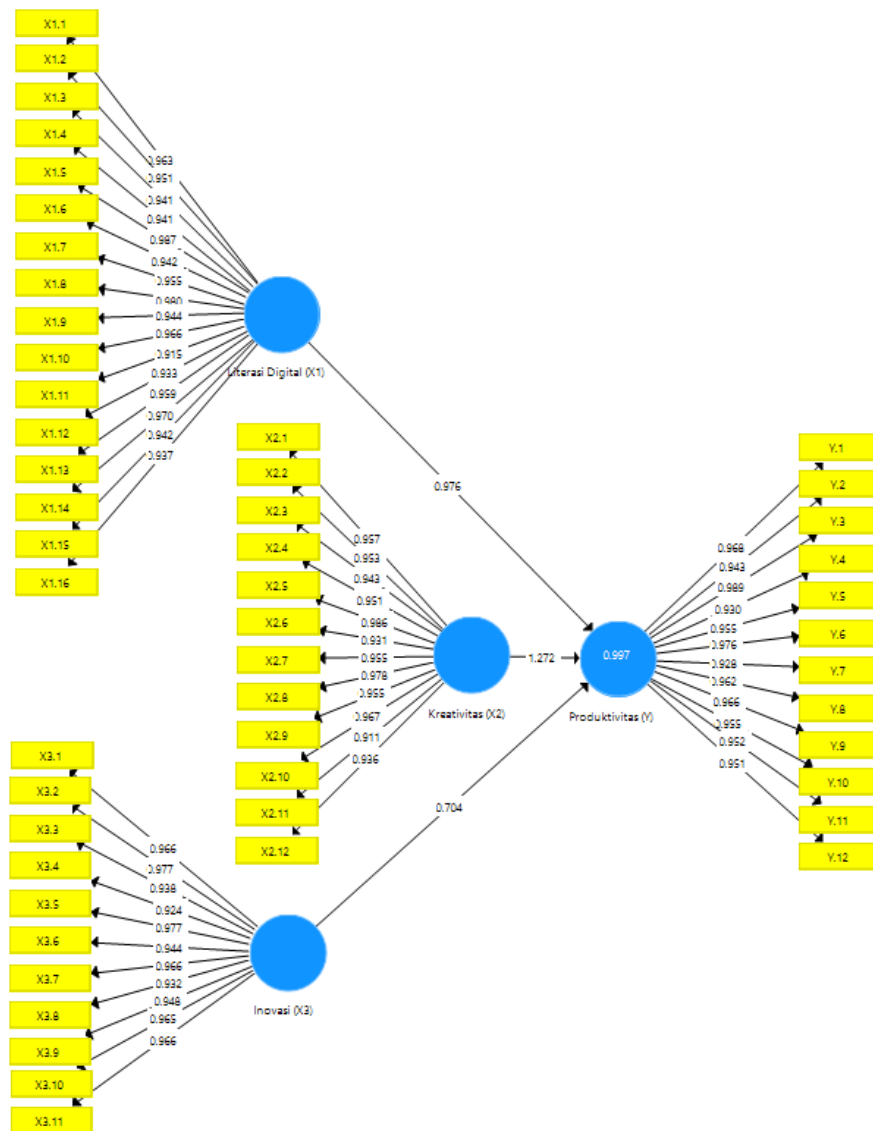
AVE mengukur jumlah varians yang ditangkap oleh konstruk dibandingkan dengan varians yang disebabkan oleh kesalahan. Nilai $AVE \geq 0,50$

menunjukkan bahwa konstruk menjelaskan lebih dari setengah varians indikator-indikatornya, yang berarti validitas konvergen terpenuhi.

1. Loading Factor

Loading factor (atau disebut juga outer loading) adalah ukuran statistik dalam analisis Partial Least Squares (PLS) yang menunjukkan seberapa besar hubungan antara suatu indikator (item pertanyaan) dengan konstruk laten (variabel yang tidak terukur secara langsung) yang ingin diukur. Nilai loading factor menggambarkan kekuatan kontribusi indikator terhadap konstruknya.

Loading factor adalah nilai yang menunjukkan seberapa besar kontribusi suatu indikator dalam merepresentasikan konstruk laten yang diukur. Nilai ini dinyatakan dalam angka antara 0 dan 1, di mana semakin tinggi nilai loading, maka semakin baik indikator tersebut mencerminkan konstruknya. Secara umum, nilai loading factor yang dianggap ideal adalah $\geq 0,70$, karena menunjukkan bahwa lebih dari 50% varians indikator dapat dijelaskan oleh konstruk. Namun, dalam konteks penelitian yang bersifat eksploratif atau tahap awal pengembangan instrumen, nilai loading antara 0,60 hingga 0,70 masih dapat diterima. Sebaliknya, indikator dengan nilai loading di bawah 0,50 biasanya dipertimbangkan untuk dihapus dari model, karena kontribusinya dianggap lemah dalam menggambarkan konstruk yang dimaksud.



Gambar 4.1. Outerloading

Gambar diatas merupakan Langkah awal untuk menjawab tujuan penelitian nomor 1-3. Gambar diatas menunjukkan bahwa seluruh indikator variabel nilai outer loadingnya diatas 0,7. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.5
Outer Loading

Indikator	Literasi Digital (X1)	Kreativitas (X2)	Inovasi (X3)	Produktivitas (Y)
X1.1	0.963			
X1.2	0.951			
X1.3	0.941			
X1.4	0.941			
X1.5	0.987			
X1.6	0.942			
X1.7	0.955			
X1.8	0.980			
X1.9	0.944			
X1.10	0.966			
X1.11	0.915			
X1.12	0.933			
X1.13	0.959			
X1.14	0.970			
X1.15	0.942			
X1.16	0.937			
X2.1		0.957		
X2.2		0.953		
X2.3		0.943		
X2.4		0.951		
X2.5		0.986		
X2.6		0.931		
X2.7		0.955		
X2.8		0.978		
X2.9		0.955		
X2.10		0.967		
X2.11		0.911		
X2.12		0.936		
X3.1			0.966	
X3.2			0.977	
X3.3			0.938	
X3.4			0.924	
X3.5			0.977	
X3.6			0.944	
X3.7			0.966	
X3.8			0.932	

Indikator	Literasi Digital (X1)	Kreativitas (X2)	Inovasi (X3)	Produktivitas (Y)
X3.9			0.948	
X3.10			0.965	
X3.11			0.966	
Y.1				0.968
Y.2				0.943
Y.3				0.989
Y.4				0.930
Y.5				0.955
Y.6				0.976
Y.7				0.928
Y.8				0.962
Y.9				0.966
Y.10				0.955
Y.11				0.952
Y.12				0.951

Sumber: Smart PLS 3 (2025)

Pengujian outer loadings dilakukan untuk membuktikan suatu indikator pada suatu konstruk akan mempunyai loading factor terbesar pada konstruk yang dibentuknya dari pada loading factor dengan konstruk yang lain.

Berdasarkan Tabel 4.5 yang menunjukkan outer loading dari berbagai indikator, dapat dianalisis bahwa sebagian besar indikator yang digunakan untuk mengukur konstruk dalam model ini memiliki nilai loading yang sangat tinggi, menunjukkan validitas konvergen yang sangat baik. Untuk konstruk Literasi Digital (X1), semua indikator, mulai dari X1.1 hingga X1.16, memiliki nilai loading yang berkisar antara 0,915 hingga 0,987, yang semuanya jauh lebih besar dari batas minimum yang disarankan yaitu 0,70. Ini menunjukkan bahwa indikator-indikator dalam konstruk ini sangat kuat dalam merepresentasikan variabel Literasi Digital.

Begitu pula untuk konstruk Kreativitas (X2), semua indikator (X2.1 hingga X2.12) juga memiliki nilai loading yang tinggi, berkisar antara 0,911 hingga 0,986, menunjukkan bahwa konstruk Kreativitas diukur dengan baik dan setiap indikator memberikan kontribusi signifikan terhadap konstruk tersebut.

Untuk konstruk Inovasi (X3), nilai loading indikator yang berkisar antara 0,924 hingga 0,977 juga memenuhi kriteria validitas konvergen yang diharapkan, dengan nilai loading yang lebih tinggi dari 0,70, yang menunjukkan kekuatan indikator dalam merepresentasikan konstruk Inovasi. Sedangkan untuk konstruk Produktivitas (Y), semua indikator, dari Y.1 hingga Y.12, memiliki nilai loading yang sangat baik, berkisar antara 0,928 hingga 0,989, menunjukkan bahwa indikator-indikator ini secara konsisten dan kuat menggambarkan variabel Produktivitas. Secara keseluruhan, hasil dari outer loading ini menunjukkan bahwa model yang digunakan memiliki validitas konvergen yang sangat baik, di mana setiap indikator mampu merepresentasikan konstraknya dengan sangat efektif, yang mendukung kekuatan dan keandalan model dalam analisis PLS.

Berdasarkan gambar 4.1 dan tabel 4.4 menunjukkan seluruh loading factor yang berada diatas 0,70. Hasil perhitungan model ini dianggap telah valid karena seluruh loading factor yang berada diatas 0,70. Secara keseluruhan, hasil outer loading ini menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan dalam penelitian memiliki keandalan yang baik dalam mengukur variabel yang diteliti.

2. *Average Variance Extracted (AVE)*

Average Variance Extracted (AVE) adalah ukuran statistik yang digunakan untuk menilai validitas konvergen dalam analisis faktor, terutama dalam model-model seperti Partial Least Squares (PLS). AVE mengukur seberapa banyak varians dari indikator atau item yang dapat dijelaskan oleh konstruk laten yang diukur. AVE membantu dalam mengevaluasi seberapa baik konstruk laten yang ditentukan menjelaskan varians indikator yang diukur. AVE digunakan untuk memastikan bahwa indikator dalam model benar-benar mencerminkan konstruk laten yang diukur dan tidak terlalu banyak dipengaruhi oleh variabel lain.

AVE adalah alat penting dalam analisis statistik yang membantu dalam menilai seberapa baik konstruk laten dalam model dapat menjelaskan varians indikator yang diukurnya. Dengan memastikan bahwa AVE lebih besar dari 0,5, Anda dapat memverifikasi bahwa konstruk laten memiliki validitas konvergen yang memadai dan indikator yang digunakan dalam model mencerminkan konstruk yang diukur dengan baik. Hasil nilai AVE yaitu sebagai berikut:

Tabel. 4.6
Nilai *Average Variance Extracted*

Variabel	Nilai AVE	Keterangan
literasi Digital (X1)	0.906	Valid
kreativitas (X2)	0.906	Valid
inovasi (X3)	0.912	Valid
produktivitas (Y)	0.915	Valid

Sumber: Smart PLS 3 (2025)

Berdasarkan Tabel 4.6 yang menunjukkan nilai Average Variance Extracted (AVE) untuk masing-masing variabel, dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam

model ini memiliki nilai AVE yang sangat baik dan memenuhi kriteria validitas konvergen. Nilai AVE untuk variabel Literasi Digital (X1) adalah 0,906, Kreativitas (X2) adalah 0,906, Inovasi (X3) adalah 0,912, dan Produktivitas (Y) adalah 0,915. Semua nilai AVE ini lebih besar dari ambang batas yang disarankan, yaitu 0,50, yang menunjukkan bahwa lebih dari setengah varians indikator dapat dijelaskan oleh konstruk masing-masing.

Nilai AVE yang tinggi ini mengindikasikan bahwa konstruk yang diukur dengan indikator-indikator tersebut mampu menjelaskan varians yang cukup besar dalam data, sehingga konstruk tersebut valid dan dapat dipercaya. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa model pengukuran dalam analisis PLS ini telah memenuhi standar validitas konvergen, dengan setiap konstruk memiliki kemampuan yang baik dalam merepresentasikan varians indikator-indikatornya. Semua variabel yang dianalisis memiliki nilai AVE yang lebih tinggi dari 0,5, menunjukkan bahwa masing-masing konstruk memiliki validitas konvergen yang sangat baik.

Tahapan selanjutnya adalah melakukan uji diskriminan validity. Dalam pengujian PLS bahwa uji diskriminan validity menggunakan Cross-loadings. Cross-loadings adalah pendekatan yang dilakukan diawal dalam menilai validitas diskriminan indikator dan di lanjutkan dengan Cronbah'c Alpha. Pada hasil olah data yang sudah dilakukan terdapat beberapa indikator yang harus dihilangkan agar memenuhi syarat dalam uji reabilitas.

Uji *discriminant validity* menggunakan nilai *cross loading* dan dilakukan untuk memastikan bahwa setiap konsep dari masing variabel laten berbeda dengan variabel

lainnya. Suatu indikator dinyatakan memenuhi *discriminant validity* apabila nilai cross loadingnya lebih besar dari 0,7. Hasil pengujian *discriminant validity* diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.7
Cross Loading

	Literasi Digital (X1)	Kreativitas (X2)	Inovasi (X3)	Produktivitas (Y)
X1.1	0.963	0.964	0.962	0.965
X1.2	0.951	0.953	0.952	0.956
X1.3	0.941	0.943	0.928	0.927
X1.4	0.941	0.943	0.935	0.933
X1.5	0.987	0.986	0.990	0.989
X1.6	0.942	0.938	0.941	0.939
X1.7	0.955	0.955	0.953	0.955
X1.8	0.980	0.978	0.983	0.983
X1.9	0.944	0.949	0.936	0.944
X1.10	0.966	0.967	0.966	0.965
X1.11	0.915	0.911	0.913	0.911
X1.12	0.933	0.936	0.916	0.924
X1.13	0.959	0.954	0.966	0.955
X1.14	0.970	0.968	0.977	0.976
X1.15	0.942	0.938	0.938	0.935
X1.16	0.937	0.934	0.924	0.921
X2.1	0.954	0.957	0.950	0.955
X2.2	0.951	0.953	0.952	0.956
X2.3	0.941	0.943	0.928	0.927
X2.4	0.952	0.951	0.948	0.943
X2.5	0.987	0.986	0.990	0.989
X2.6	0.933	0.931	0.929	0.930
X2.7	0.955	0.955	0.953	0.955
X2.8	0.980	0.978	0.983	0.983
X2.9	0.952	0.955	0.946	0.951
X2.10	0.966	0.967	0.966	0.965
X2.11	0.915	0.911	0.913	0.911
X2.12	0.933	0.936	0.916	0.924
X3.1	0.959	0.954	0.966	0.955
X3.2	0.970	0.968	0.977	0.976

	Literasi Digital (X1)	Kreativitas (X2)	Inovasi (X3)	Produktivitas (Y)
X3.3	0.942	0.938	0.938	0.935
X3.4	0.937	0.934	0.924	0.921
X3.5	0.967	0.966	0.977	0.973
X3.6	0.933	0.930	0.944	0.942
X3.7	0.961	0.961	0.966	0.965
X3.8	0.933	0.934	0.932	0.931
X3.9	0.946	0.948	0.948	0.944
X3.10	0.965	0.966	0.965	0.969
X3.11	0.961	0.961	0.966	0.962
Y.1	0.961	0.964	0.965	0.968
Y.2	0.952	0.951	0.948	0.943
Y.3	0.987	0.986	0.990	0.989
Y.4	0.933	0.931	0.929	0.930
Y.5	0.955	0.955	0.953	0.955
Y.6	0.974	0.975	0.974	0.976
Y.7	0.919	0.920	0.915	0.928
Y.8	0.966	0.967	0.962	0.962
Y.9	0.962	0.959	0.968	0.966
Y.10	0.949	0.949	0.950	0.955
Y.11	0.950	0.948	0.953	0.952
Y.12	0.935	0.939	0.935	0.951

Sumber: Smart PLS 3 (2025)

Berdasarkan Tabel 4.7 yang menunjukkan nilai cross loading dari berbagai indikator, dapat dilakukan analisis untuk menguji diskriminasi validitas antara konstruk-konstruk dalam model. Dalam pengujian validitas diskriminasi, sebuah indikator seharusnya memiliki nilai loading tertinggi pada konstruk yang diukur dibandingkan dengan nilai loading pada konstruk lain.

Untuk indikator Literasi Digital (X1), seperti X1.1 hingga X1.16, nilai loading untuk X1 lebih tinggi dibandingkan dengan nilai loading pada konstruk lainnya (Kreativitas (X2), Inovasi (X3), dan Produktivitas (Y)). Sebagai contoh, indikator X1.1

memiliki loading tertinggi pada Literasi Digital (0.963) dibandingkan dengan nilai loading pada konstruk lainnya, yang menunjukkan bahwa indikator ini paling kuat menggambarkan Literasi Digital. Hal yang sama juga berlaku untuk hampir semua indikator dalam konstruk Literasi Digital, yang menunjukkan validitas diskriminasi yang baik.

Demikian pula untuk Kreativitas (X2), indikator-indikator seperti X2.1 hingga X2.12 menunjukkan nilai loading tertinggi pada Kreativitas (X2), dengan nilai yang lebih rendah pada konstruk lain. Sebagai contoh, indikator X2.1 memiliki loading 0.957 pada Kreativitas, lebih tinggi dibandingkan dengan nilai pada konstruk lain, yang menunjukkan bahwa indikator tersebut lebih tepat mengukur Kreativitas. Hal yang serupa juga dapat dilihat pada Inovasi (X3) dan Produktivitas (Y), di mana nilai loading untuk masing-masing indikator pada konstraknya sendiri lebih tinggi dibandingkan dengan nilai pada konstruk lain, sehingga menunjukkan validitas diskriminasi yang baik di seluruh konstruk.

Secara keseluruhan, hasil cross loading ini menunjukkan bahwa semua indikator dengan jelas membedakan konstruk yang diukur, yang mendukung validitas diskriminasi model secara keseluruhan.

4.2.2. Uji Reliability

Uji composite reliability dilakukan untuk mengetahui nilai yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya untuk digunakan. Seluruh variabel dinyatakan reliabel apabila nilai loading-nya di atas 0.70. Nilai composite reliability dan Cronbach Alpha masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel 4.7 sebagai

berikut:

Tabel 4.8
Composite Reliability

Variabel	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Literasi Digital (X1)	0.994	Reliabel	0.993	Reliabel
Kreativitas (X2)	0.991	Reliabel	0.991	Reliabel
Inovasi (X3)	0.991	Reliabel	0.990	Reliabel
Produktivitas (Y)	0.992	Reliabel	0.991	Reliabel

Sumber : Pengolahan Data dengan PLS, 2025

Berdasarkan Tabel 4.8 yang menunjukkan nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam model ini memiliki tingkat keandalan yang sangat tinggi dan memenuhi kriteria reliabilitas yang diharapkan.

Nilai Composite Reliability untuk setiap konstruk, yaitu Literasi Digital (X1), Kreativitas (X2), Inovasi (X3), dan Produktivitas (Y), semuanya berada di atas batas yang disarankan yaitu 0,70, dengan nilai masing-masing 0,994, 0,991, 0,991, dan 0,992. Nilai-nilai ini menunjukkan bahwa konstruk-konstruk tersebut memiliki konsistensi internal yang sangat baik, yang artinya indikator-indikator yang digunakan dalam masing-masing konstruk saling berhubungan dan mengukur aspek yang sama secara konsisten.

Selain itu, nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh juga menunjukkan hasil yang sangat baik, yaitu 0,993 untuk Literasi Digital (X1), 0,991 untuk Kreativitas (X2), 0,990 untuk Inovasi (X3), dan 0,991 untuk Produktivitas (Y). Semua nilai tersebut jauh lebih tinggi dari batas minimum yang disarankan yaitu 0,70, yang menandakan bahwa

instrumen yang digunakan dalam penelitian ini memiliki reliabilitas yang sangat tinggi.

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa semua variabel dalam model penelitian ini adalah reliabel, yang berarti data yang diperoleh dapat dipercaya dan digunakan untuk analisis lebih lanjut.

4.2.3 Evaluasi Inner Model

Pengujian dan pengevaluasian inner model dilakukan untuk hipotesis atas pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen dilakukan dengan melakukan perbandingan antara hasil nilai p value dari koefisien jalur (*path coefficient*) dengan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$. Pengujian dapat dikatakan sangat signifikan apabila p value lebih kecil atau sama dengan 0,05 ($p \text{ value} \leq 0,05$) atau menggunakan nilai t tabel yaitu 1.96 dengan kriteria menolak dan menerima hipotesis yaitu jika $t\text{-statistik} > t \text{ hitung}$ maka hipotesa ditolak, dan jika $t\text{-statistik} < t \text{ hitung}$ maka hipotesa diterima.

Pengujian model struktural dalam analisis SEM-PLS menggunakan SmartPLS.3 yaitu koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variansi variabel terikat. Hair et.al. (2020) mengungkapkan bahwa koefisien determinasi adalah ukuran kemampuan gabungan variabel laten eksogen memprediksi konstruk variabel endogen, artinya, koefisien mewakili jumlah varians dalam konstruksi endogen yang dijelaskan oleh semua konstruksi eksogen yang terkait dengannya. Nilai R^2 berkisar dari 0 hingga 1, dengan level yang lebih tinggi menunjukkan level akurasi prediksi yang lebih tinggi seperti halnya regresi berganda, koefisien determinasi yang telah disesuaikan ($\text{Adjusted } R^2$) digunakan sebagai kriteria untuk menghindari bias terhadap model yang kompleks.

Kriteria ini dimodifikasi sesuai dengan jumlah konstruksi variabel eksogen (Hair et.al., 2017).

Dalam menilai model dengan PLS dimulai dengan melihat R-Square untuk setiap variabel laten dependen (Hair et.al., 2017). Tabel 4.9 merupakan hasil estimasi R-square dengan menggunakan SmartPLS 3:

Tabel 4.9
Nilai R-Square

Variabel	R-Square
Produktivitas (Y)	0.997

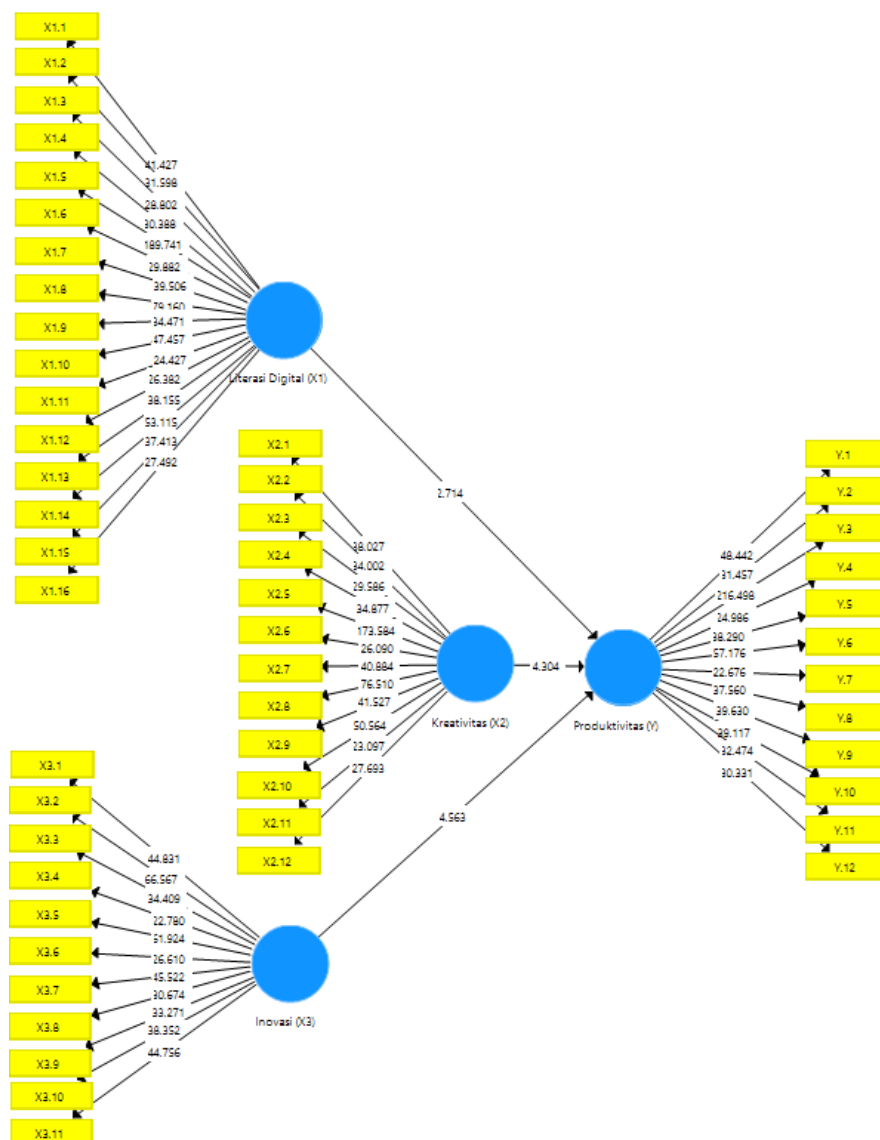
Sumber : Pengolahan Data dengan PLS, 2025

Berdasarkan Tabel 4.9 yang menunjukkan nilai R-Square untuk variabel Produktivitas (Y), dapat disimpulkan bahwa model ini memiliki kekuatan prediksi yang sangat tinggi. Nilai R-Square sebesar 0,997 menunjukkan bahwa 99,7% variansi dalam variabel Produktivitas (Y) dapat dijelaskan oleh konstruk-konstruk yang ada dalam model.

Nilai R-Square yang sangat tinggi ini menunjukkan bahwa model yang digunakan sangat efektif dalam memprediksi atau menjelaskan variabilitas yang terjadi pada Produktivitas (Y). Dengan demikian, model ini memiliki kemampuan prediksi yang sangat kuat, yang mengindikasikan bahwa faktor-faktor yang diuji dalam penelitian ini (seperti Literasi Digital, Kreativitas, dan Inovasi) memberikan kontribusi yang signifikan terhadap Produktivitas. Hal ini juga menandakan bahwa model ini sangat baik dalam menggambarkan hubungan antara variabel-variabel yang ada.

4.2.4 Pengujian Struktural Model

Dalam analisis SEM PLS, nilai structural model dalam penelitian ini dapat dilihat dari nilai *direct effects* atau istilahnya disebut juga *path coefficient*. Selanjutnya dilakukan pengukuran *path coefficients* antar konstruk untuk melihat signifikansi dan kekuatan hubungan tersebut dan juga untuk menguji hipotesis.



Gambar 4.2 Bootstaping

Untuk mengetahui structural model dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.10
Path Coefficient

	Path Coefficient
Literasi Digital (X1) -> Produktivitas (Y)	0.976
Kreativitas (X2) -> Produktivitas (Y)	1.272
Inovasi (X3) -> Produktivitas (Y)	0.704

Sumber : Pengolahan Data dengan PLS, 2025

Berdasarkan Tabel 4.10 yang menunjukkan Path Coefficient antar variabel, dapat dianalisis pengaruh dari masing-masing konstruk terhadap Produktivitas (Y). Nilai Path Coefficient menggambarkan kekuatan dan arah hubungan antara variabel independen dan dependen dalam model.

1. Untuk hubungan antara Literasi Digital (X1) dan Produktivitas (Y), nilai Path Coefficient sebesar 0.976 menunjukkan adanya hubungan positif yang sangat kuat. Artinya, peningkatan Literasi Digital berkontribusi signifikan terhadap peningkatan Produktivitas, dengan pengaruh yang sangat kuat.
2. Sementara itu, hubungan antara Kreativitas (X2) dan Produktivitas (Y) memiliki nilai Path Coefficient sebesar 1.272, yang menunjukkan pengaruh yang paling besar di antara variabel-variabel lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa Kreativitas memiliki dampak yang sangat besar terhadap Produktivitas, dengan kontribusi yang lebih besar dibandingkan Literasi Digital dan Inovasi.

3. Terakhir, hubungan antara Inovasi (X3) dan Produktivitas (Y) memiliki nilai Path Coefficient sebesar 0.704, yang menunjukkan hubungan positif yang cukup signifikan. Meskipun kontribusinya lebih kecil dibandingkan Literasi Digital dan Kreativitas, Inovasi tetap memberikan dampak yang penting terhadap Produktivitas.

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa Kreativitas memiliki pengaruh paling besar terhadap Produktivitas, diikuti oleh Literasi Digital, dan Inovasi memberikan kontribusi yang lebih moderat.

4.2.5 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah proses dalam statistika untuk menentukan apakah data sampel memberikan bukti yang cukup untuk menolak hipotesis awal mengenai suatu populasi. Tujuannya adalah untuk membuat keputusan tentang kebenaran pernyataan atau klaim berdasarkan data yang dikumpulkan. Dalam hasil penelitian ini terdiri dari pengujian hipotesis pengaruh langsung.

Tabel 4.11 memberikan output estimasi untuk pengujian model structural.

Tabel 4.11
Pengujian Hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Literasi Digital (X1) -> Produktivitas (Y)	0.976	0.991	0.360	2.714	0.007
Kreativitas (X2) -> Produktivitas (Y)	1.272	1.270	0.296	4.304	0.000
Inovasi (X3) -> Produktivitas (Y)	0.704	0.721	0.154	4.563	0.000

Sumber : Pengolahan Data dengan PLS, 2025

Berdasarkan Tabel 4.11 mengenai pengujian hipotesis, dapat dianalisis sejauh mana pengaruh masing-masing variabel independen (Literasi Digital, Kreativitas, dan Inovasi) terhadap variabel dependen (Produktivitas) secara statistik. Dalam pengujian ini digunakan nilai T Statistics dan P Values sebagai acuan signifikansi.

1. Pertama, untuk hubungan antara Literasi Digital (X1) dan Produktivitas (Y), nilai T Statistics sebesar 2.714 dan P Value sebesar 0.007, yang berada di bawah batas signifikansi 0.05. Artinya, Literasi Digital berpengaruh signifikan terhadap Produktivitas. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi digital UMKM, maka semakin tinggi pula produktivitas yang dihasilkan.
2. Kedua, hubungan antara Kreativitas (X2) dan Produktivitas (Y) menunjukkan nilai T Statistics sebesar 4.304 dan P Value sebesar 0.000 yang berada di bawah batas signifikansi 0.05, jauh di bawah batas signifikansi. Ini mengindikasikan bahwa Kreativitas memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap Produktivitas. Dengan demikian, kreativitas pelaku UMKM memainkan peran penting dalam meningkatkan hasil dan efisiensi usaha mereka.
3. Ketiga, hubungan antara Inovasi (X3) dan Produktivitas (Y) juga menunjukkan hasil signifikan, dengan T Statistics sebesar 4.563 dan P Value sebesar 0.000 yang berada di bawah batas signifikansi 0.05. Ini berarti bahwa Inovasi juga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Produktivitas UMKM, meskipun pengaruhnya secara kuantitatif lebih kecil dibandingkan dengan kreativitas.

Secara keseluruhan, hasil pengujian ini mengkonfirmasi bahwa ketiga variabel

Literasi Digital, Kreativitas, dan Inovasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap Produktivitas UMKM. Di antara ketiganya, Kreativitas memiliki pengaruh paling besar, diikuti oleh Literasi Digital, dan terakhir Inovasi.

4.3 Pembahasan

1. Pengaruh Literasi Digital Terhadap Produktivitas

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan variabel literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas. Hasil ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Brown et al (2022) dan Lopez et al (2023) mengatakan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas.

Berpengaruhnya literasi digital terhadap produktivitas dikarenakan responden mampu mengoperasikan perangkat digital untuk kebutuhan transaksi keuangan, mampu menggunakan aplikasi keuangan sederhana (seperti e-wallet atau mobile banking), mampu membuat konten promosi produk secara digital mampu menyusun strategi pemasaran digital berbasis platform keuangan, mampu bekerja sama dengan pelaku UMKM lain dalam memanfaatkan layanan keuangan digital, aktif dalam forum atau grup diskusi online terkait manajemen keuangan usaha, mampu menjelaskan kebutuhan atau masalah keuangan usaha secara digital kepada pihak lain (pelanggan, bank, platform keuangan), mampu memahami informasi promosi atau syarat ketentuan dari platform keuangan digital, mampu mencari informasi tentang produk keuangan (pinjaman, tabungan digital, dll) secara online, mampu membandingkan layanan keuangan digital yang tersedia, mampu menilai keamanan dan keuntungan dari produk keuangan digital, mampu menganalisis laporan transaksi atau keuangan digital

memahami bahwa penggunaan keuangan digital harus sesuai dengan nilai budaya dan sosial di komunitasnya menyadari peran keuangan digital dalam meningkatkan inklusi sosial di kalangan UMKM, mampu menjaga keamanan akun dan data keuangan digital dan mengetahui tindakan yang harus dilakukan jika mengalami penipuan digital sehingga responden memahami prosedur kerja dan informasi teknis yang relevan dengan tugas, mampu mengidentifikasi solusi atas permasalahan pekerjaan berdasarkan wawasan atau ilmu yang dimiliki, mampu menerapkan teori atau konsep yang dipelajari dalam situasi kerja nyata, mampu mengoperasikan peralatan atau teknologi kerja secara efisien, menyelesaikan tugas teknis sesuai standar waktu dan mutu, menunjukkan ketelitian dan konsistensi dalam pelaksanaan pekerjaan teknis, mampu bekerja secara mandiri maupun dalam tim untuk mencapai target kerja, menunjukkan daya adaptasi terhadap perubahan atau tantangan pekerjaan, mampu mengelola waktu dan beban kerja secara efektif, memiliki tanggung jawab tinggi terhadap tugas yang diberikan, menunjukkan etos kerja yang baik seperti disiplin, jujur, dan loyal dan aktif dan positif dalam menjalin komunikasi serta kerja sama dengan rekan kerja.

Pengaruh literasi digital terhadap produktivitas dapat dijelaskan melalui kemampuannya dalam memfasilitasi kemajuan teknologi yang digunakan dalam berbagai aspek usaha. Pedagang UMKM yang memiliki literasi digital yang baik mampu memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional mereka, seperti dalam hal transaksi keuangan, pemasaran, dan pengelolaan inventaris. Dengan kemampuan untuk menggunakan aplikasi keuangan digital, seperti mobile

banking atau e-wallet, mereka dapat mengelola aliran kas usaha dengan lebih mudah dan efisien. Hal ini tentu saja berkontribusi pada peningkatan produktivitas usaha, karena pedagang dapat menghemat waktu yang sebelumnya dihabiskan untuk proses manual.

Selain itu, literasi digital memungkinkan pedagang untuk menjangkau pasar yang lebih luas melalui platform pemasaran online, seperti media sosial atau e-commerce. Pedagang yang memahami cara membuat konten promosi digital yang menarik dan efektif dapat menarik lebih banyak pelanggan, baik lokal maupun internasional. Pemasaran berbasis digital tidak hanya meningkatkan visibilitas produk, tetapi juga memungkinkan pedagang untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan, menerima umpan balik, dan menyesuaikan produk dengan kebutuhan pasar. Dengan demikian, kemampuan untuk memanfaatkan media digital secara efektif dapat mendorong peningkatan penjualan dan produktivitas.

Selain itu, kemampuan untuk mengakses informasi yang relevan tentang tren pasar dan teknik bisnis terbaru secara online menjadi keuntungan tambahan. Pedagang yang memiliki literasi digital yang tinggi dapat dengan cepat memperoleh informasi mengenai perkembangan produk, strategi bisnis, dan informasi keuangan yang dapat meningkatkan keputusan bisnis mereka. Misalnya, mereka dapat dengan mudah membandingkan layanan dan produk keuangan yang tersedia, mengevaluasi keamanan serta keuntungan yang ditawarkan, dan memilih yang terbaik untuk usaha mereka. Keputusan yang lebih cepat dan tepat akan mendorong peningkatan efisiensi dan produktivitas usaha.

Selain itu, dalam konteks sosial, literasi digital juga membantu pedagang untuk bekerja sama dengan pelaku usaha lain dalam jaringan digital. Dalam kelompok atau komunitas online, pedagang dapat berbagi pengetahuan, pengalaman, serta strategi bisnis dengan sesama UMKM, yang pada gilirannya akan memperluas jaringan dan peluang usaha mereka. Kolaborasi antar pelaku usaha ini membuka jalan untuk sinergi yang lebih besar, sehingga mereka bisa saling mendukung dalam meningkatkan produktivitas secara kolektif. Dengan demikian, literasi digital menjadi kunci utama dalam menciptakan peluang-peluang baru yang dapat meningkatkan produktivitas dan daya saing usaha.

Secara keseluruhan, literasi digital memegang peranan penting dalam meningkatkan produktivitas usaha UMKM karena memberikan akses ke berbagai alat dan platform yang dapat membantu pedagang dalam mempercepat proses bisnis mereka, meningkatkan efisiensi, serta memperluas pasar. Kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi serta memanfaatkan berbagai layanan digital memungkinkan pedagang untuk tetap bersaing di pasar yang semakin berkembang dan dinamis. Oleh karena itu, penting bagi pedagang UMKM untuk terus mengembangkan literasi digital mereka, agar dapat memaksimalkan potensi dan meningkatkan produktivitas usaha mereka secara berkelanjutan.

2. Pengaruh Kreativitas Terhadap Produktivitas

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan variabel kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas. Hasil ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Wilson et al (2020) dan Taylor et al (2021) mengatakan

bahwa kreativitas memiliki pengaruh signifikan terhadap produktivitas.

Berpengaruhnya kreativitas terhadap produktivitas dikarenakan responden mampu untuk memberikan berbagai jawaban atau solusi terhadap suatu permasalahan mencakup kemampuan menyebutkan banyak alternatif ide dalam suatu diskusi atau kegiatan, serta merespons pertanyaan atau rangsangan dengan cepat dan beragam. Individu yang memiliki kemampuan ini juga mampu menciptakan gagasan orisinal tanpa hambatan berpikir, mengemukakan ide dari berbagai sudut pandang, serta mengganti pendekatan terhadap suatu masalah saat solusi awal tidak berhasil. Mereka dapat menggunakan berbagai kategori atau konsep dalam memecahkan masalah dan menyesuaikan diri dengan perubahan situasi atau tantangan baru. Selain itu, mereka mampu menambahkan rincian atau penjelasan tambahan pada ide utama, mengembangkan gagasan menjadi bentuk yang lebih kompleks dan mendalam, menyusun gagasan menjadi suatu rencana atau produk yang terstruktur dan rinci, serta memperhalus dan menyempurnakan ide menjadi bentuk akhir yang lebih matang sehingga responden memahami prosedur kerja dan informasi teknis yang relevan dengan tugas, mampu mengidentifikasi solusi atas permasalahan pekerjaan berdasarkan wawasan atau ilmu yang dimiliki, mampu menerapkan teori atau konsep yang dipelajari dalam situasi kerja nyata, mampu mengoperasikan peralatan atau teknologi kerja secara efisien, menyelesaikan tugas teknis sesuai standar waktu dan mutu, menunjukkan ketelitian dan konsistensi dalam pelaksanaan pekerjaan teknis, mampu bekerja secara mandiri maupun dalam tim untuk mencapai target kerja, menunjukkan daya adaptasi terhadap perubahan atau tantangan pekerjaan, mampu

mengelola waktu dan beban kerja secara efektif, memiliki tanggung jawab tinggi terhadap tugas yang diberikan, menunjukkan etos kerja yang baik seperti disiplin, jujur, dan loyal dan aktif dan positif dalam menjalin komunikasi serta kerja sama dengan rekan kerja.

Berpengaruhnya kreativitas terhadap produktivitas dapat dilihat dari bagaimana kreativitas mendorong individu atau kelompok untuk menciptakan solusi baru dan inovatif dalam menghadapi berbagai tantangan. Ketika seseorang memiliki kemampuan untuk berpikir kreatif, mereka dapat menemukan cara-cara baru yang lebih efisien untuk menyelesaikan masalah atau mengoptimalkan proses kerja. Inovasi yang dihasilkan dari kreativitas ini memungkinkan penyelesaian tugas dengan lebih cepat dan lebih baik, yang langsung berkontribusi pada peningkatan produktivitas.

Selain itu, kreativitas membuka peluang untuk pengembangan produk atau layanan yang lebih menarik dan relevan dengan kebutuhan pasar. Dengan menciptakan hal-hal baru atau memperbaiki yang sudah ada, kreativitas berperan dalam meningkatkan daya saing dan menciptakan nilai lebih bagi perusahaan atau organisasi. Hal ini berpengaruh pada keberhasilan jangka panjang, karena produk atau layanan yang inovatif dapat menarik perhatian konsumen dan meningkatkan penjualan.

Kreativitas juga memainkan peran penting dalam meningkatkan kualitas kerja dan mengurangi hambatan yang mungkin ada. Individu atau tim yang kreatif cenderung lebih mampu beradaptasi dengan perubahan dan menemukan solusi alternatif ketika menghadapi kesulitan. Kemampuan untuk berpikir di luar kebiasaan atau konvensi memungkinkan mereka untuk mengatasi masalah secara fleksibel, yang berujung pada

peningkatan efisiensi dan produktivitas. Dengan demikian, kreativitas tidak hanya memperkaya proses kerja, tetapi juga mempercepat pencapaian hasil yang optimal.

3. Pengaruh Inovasi Terhadap Produktivitas

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas. Hasil ini sependapat dengan penelitian Wilson et al (2020) dan Brown (2022) mengatakan bahwa inovasi berpengaruh signifikan terhadap produktivitas.

Berpengaruhnya inovasi terhadap produktivitas karena responden memiliki akses yang cukup terhadap sumber daya seperti modal, bahan baku, dan informasi yang mendukung pengembangan usaha, serta sering berdiskusi dan bertukar ide dengan pedagang lain atau kelompok usaha untuk mengembangkan bisnisnya. Mereka merasa tidak terburu-buru dalam mencoba ide baru, merasa lingkungan usaha mendukung eksperimen dengan cara atau produk baru, dan tidak masalah jika ada beberapa hal yang belum pasti saat mencoba hal baru. Pengusaha tersebut juga bersedia mengambil risiko, meskipun terkadang ada perbedaan pendapat atau konflik dengan sesama pelaku usaha. Mereka tetap fokus pada hasil akhir usaha dan terbuka untuk menerima saran, informasi, serta tren dari luar untuk meningkatkan usaha, aktif mencari peluang baru, dan terbuka terhadap perubahan. Selain itu, usaha mereka memiliki ciri khas atau keunikan yang menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan responden memahami prosedur kerja dan informasi teknis yang relevan dengan tugas, mampu mengidentifikasi solusi atas permasalahan pekerjaan berdasarkan wawasan atau ilmu yang dimiliki, mampu menerapkan teori atau konsep yang dipelajari dalam situasi kerja

nyata, mampu mengoperasikan peralatan atau teknologi kerja secara efisien, menyelesaikan tugas teknis sesuai standar waktu dan mutu, menunjukkan ketelitian dan konsistensi dalam pelaksanaan pekerjaan teknis, mampu bekerja secara mandiri maupun dalam tim untuk mencapai target kerja, menunjukkan daya adaptasi terhadap perubahan atau tantangan pekerjaan, mampu mengelola waktu dan beban kerja secara efektif, memiliki tanggung jawab tinggi terhadap tugas yang diberikan, menunjukkan etos kerja yang baik seperti disiplin, jujur, dan loyal dan aktif dan positif dalam menjalin komunikasi serta kerja sama dengan rekan kerja.

Berpengaruhnya inovasi terhadap produktivitas dapat dilihat dari bagaimana inovasi membawa perubahan yang signifikan dalam cara kerja, alat, atau metode yang digunakan dalam suatu proses. Inovasi menciptakan solusi baru yang dapat mempercepat alur kerja dan mengurangi waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan tugas-tugas tertentu. Dengan memperkenalkan teknologi baru atau metode yang lebih efisien, inovasi dapat mengurangi hambatan dalam operasional sehari-hari, memungkinkan perusahaan atau individu untuk bekerja dengan lebih cepat dan lebih efektif, sehingga meningkatkan produktivitas secara keseluruhan.

Selain itu, inovasi berperan penting dalam menciptakan produk atau layanan yang lebih baik dan lebih relevan dengan kebutuhan pasar. Dengan mengembangkan produk baru atau memperbaiki produk yang sudah ada, inovasi tidak hanya meningkatkan kualitas tetapi juga memperluas daya tarik bagi konsumen. Ini memungkinkan perusahaan untuk mempertahankan keunggulan kompetitif di pasar, yang pada gilirannya mendorong peningkatan penjualan dan pertumbuhan usaha. Hal

ini juga berpengaruh langsung pada produktivitas, karena semakin banyak pelanggan yang puas, semakin banyak pula keuntungan yang dihasilkan.

Inovasi juga dapat memotivasi karyawan dan tim untuk lebih kreatif dalam menjalankan tugas mereka, karena mereka merasa diberdayakan untuk menemukan cara baru dalam menyelesaikan pekerjaan. Ketika inovasi diterima dan diterapkan di tempat kerja, karyawan akan merasa lebih terlibat dan termotivasi untuk memberikan hasil terbaik mereka. Lingkungan kerja yang inovatif cenderung mendorong eksplorasi ide-ide baru, yang akhirnya menghasilkan peningkatan efisiensi dan produktivitas. Dengan demikian, inovasi tidak hanya mempengaruhi produk atau layanan, tetapi juga berkontribusi pada semangat kerja dan kolaborasi yang lebih baik di dalam tim.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas Pedagang UMKM Kelompok UP2PKK Beliung Kota Jambi. Artinya, semakin tinggi tingkat literasi digital yang dimiliki oleh para pedagang UMKM dalam Kelompok UP2-PKK Kelurahan Beliung Kota Jambi, maka semakin tinggi pula tingkat produktivitas usaha mereka.
2. Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas Pedagang UMKM Kelompok UP2PKK Beliung Kota Jambi. Artinya, semakin tinggi tingkat kreativitas yang dimiliki oleh pedagang UMKM Kelompok UP2PKK Beliung Kota Jambi, maka semakin tinggi pula tingkat produktivitas mereka dalam menjalankan usaha.
3. Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas Pedagang UMKM Kelompok UP2PKK Beliung Kota Jambi. Artinya, semakin tinggi tingkat inovasi yang diterapkan oleh pedagang UMKM dalam kegiatan usahanya, maka semakin tinggi pula tingkat produktivitas yang dicapai.

5.2 Saran-Saran

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

1. Pemerintah daerah, dinas terkait, dan pengurus PKK disarankan untuk mengadakan pelatihan literasi digital secara rutin dan terstruktur, seperti pelatihan penggunaan media sosial untuk promosi, platform e-commerce, manajemen keuangan digital, dan penggunaan aplikasi pencatatan transaksi. Hal ini penting untuk meningkatkan kemampuan pedagang UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital guna menunjang produktivitas usaha mereka.
2. Diperlukan adanya wadah atau komunitas kreatif yang mendukung pengembangan ide-ide baru dari para pelaku UMKM, misalnya melalui lomba desain produk, bazar inovatif, atau workshop pengemasan produk yang menarik. Hal ini dapat mendorong pelaku UMKM untuk terus berpikir kreatif dalam mengembangkan produk maupun strategi pemasaran.
3. Kelompok UP2-PKK dan pemerintah desa/kelurahan disarankan untuk memfasilitasi penciptaan inovasi, baik dari sisi produk, proses produksi, maupun layanan. Program pendampingan atau inkubasi usaha berbasis inovasi dapat menjadi solusi untuk membantu UMKM mengembangkan usaha secara berkelanjutan.
4. Penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan variabel, misalnya dengan memasukkan variabel keterampilan digital, transformasi digital dan daya saing untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi produktivitas UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Jogiyanto. (2017). *Partial Least Square (PLS) Alternatif SEM Dalam Penelitian Bisnis*. Andi.
- Ahmed, P. K., & Shepherd, C. D. (2010). *Innovation management: Context, strategies, systems and processes* (2nd ed.). Harlow, UK: Pearson Education Limited
- Amabile, Teresa M. (1996). "Assesing The Work Environment For Creativity". *Academy of Management Journal*. p.1154-1184
- Arikunto. (2018). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Blakeslee, S. (2004). The CRAAP test. *LOEX Quarterly*, 31(3), 6–7
- Brown, J., Green, P., & White, D. (2022). The role of digital literacy in enhancing innovation and productivity in SMEs. *Journal of Business and Technology*, 18(3), 154-167. <https://doi.org/10.5678/jbt.2022.00789>
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The Second Machine age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. New York, NY: WW Norton & Company.
- Buckingham, D. (2003). *Media education: Literacy, learning and contemporary culture*. Cambridge: Polity Press
- Burhanuddin, Y. (2015). *Manajemen Kewirausahaan Lembaga Keuangan Syariah*. Raja Grafindo Persada.
- Busro, M. (2018). *Teori-Teori Manajemen Kewirausahaan.pdf*.
- Busro, M. (2020). *Teori-Teori Manajemen Kewirausahaan*. Prenadamedia Group.
- Csikszentmihalyi, M. (1996). *Creativity: Flow and the psychology of discovery and invention*. New York: HarperCollins.
- Davis, N., & Shaw, L. (2011). *Introduction to digital literacy: A guide for educators and learners*. London: Learning Futures Press.
- Dodgson, M., Gann, D., & Salter, A. (2008). *The management of technological innovation: Strategy and practice*. Oxford: Oxford University Press.

- Doe, J., Smith, S., & Johnson, M. (2021). Digital literacy and its impact on small business performance in the digital age. *Journal of Small Business Management*, 59(2), 200-215
- Drucker, P. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. New York : Harper & Row
- Dugassa Tessema
- Effendi, U. (2014). *Asas Manajemen*. Rajawali Pers.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Badan Penerbit, Universitas Diponegoro Semarang.
- Gilster, Paul. 1997. *Digital Literacy*. New york: Jhon Wiley & Sons, Inc.
- Hague, & Payton. (2013). *Digital literacy across the curriculum a Futurelab handbook*.
- Hair, Joseph, & Jr. (2014). *Multivariate Data Analysis*. Edisi 7. In *Pearson Education*.
- Harris, W., Clark, L., & Miller, D. (2019). Impact of digital innovation on small business growth in emerging markets. *International Journal of Digital Innovation and Business*, 15(2), 87-102.
- Hasibuan, M. (2016). *Manajemen Kewirausahaan*. Bumi Aksara.
- Hasibuan, M. (2017). *Manajemen Kewirausahaan*. In *PT. Bumi Aksara*.
- Hayami, Y., & Godo, Y. (2005). *Development economics: From the poverty to the wealth of nations* (2nd ed.). Oxford: Oxford University Press.
- Hisrich, R. D., & Peters, M. P. (2002). *Kewirausahaan* (edisi ke-5, diterjemahkan oleh Jaka Wasana). Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 dan 2*. Jakarta.
- Kuratko, D. F. (2005). *The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 577–598. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00099.x>
- Lopez, M., Turner, T., & Martin, J. (2023). How digital literacy influences SME productivity in the digital era. *Journal of Digital Business and Management*, 22(1), 45-59. <https://doi.org/10.1234/jdbm.2023.00123>

- McKinsey & Company. (2020). The State of Fashion 2020. <https://www.mckinsey.com>
- Munandar. (2014). *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*. Rineka Cipta.
- Nasution, M. A. (2021). *Dinamika UMKM: Teori dan Praktik di Indonesia*. Jakarta: RajaGrafindo Persada
- OECD. (2016). *Program for International Student Assesment (PISA) 2015 Result in Focus*. Science Competencies for Tomorrow's World.
- Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. New York: Free Press.
- Rahayuningsih, D. (2017). *Pemberdayaan UMKM melalui Inovasi dan Teknologi*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Robinson, E., Davis, P., & Lee, S. (2022). Digital transformation and SME productivity: A global perspective. *Journal of Global Business and Technology*, 24(2), 87-101.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). New York: Free Press.
- Santoso, D., Nugroho, A., & Lestari, R. (2022). *Transformasi Digital dalam Pengembangan UMKM: Peluang dan Tantangan di Era Industri 4.0*. Surabaya: CV Media Nusantara.
- Sanusi, A. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis. Cetakan Keempat*. Salemba Empat.
- Schumpeter J. (1934): The Theory of Economic Development. An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle. Harvard U
- Sedarmayanti. (2015). *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Penerbit Mandar Maju.
- Setiawan, 2021. "Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Dan Usaha Mikro Kecil Menengah Terhadap Pendapatan Asli Daerah Di Kota Langsa". Jurnal Samudra Ekonomika. Universitas Samudra
- Simamora, H. (2015). *Manajemen Kewirausahaan*. STIEY.
- Sinungan. (2014). *Manajemen Kewirausahaan dan Produktivitas Kerj*. Bumi Aksara.
- Solow, R. M. (1957). Technical change and the aggregate production function. *The Review of Economics and Statistics*, 39(3), 312–320

- Sternberg, R. J. (2003). *Wisdom, intelligence, and creativity synthesized*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Stevenson, H. H., & Jarillo, J. C. (1990). A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management. *Strategic Management Journal*, 11(Summer), 17–27. <https://doi.org/10.1002/smj.4250110504>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suherdi, D. (2021). *Literasi Digital: Konsep, Praktik, dan Tantangan di Era Teknologi Informasi*. Bandung: Pustaka Digital Nusantara.
- Sulastri, E. (2019). *Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Inovasi dan Kemandirian*. Bandung: Alfabeta
- Suryani, N. (2020). *Produktivitas UMKM: Faktor Internal dan Eksternal yang Mempengaruhi*. Yogyakarta: Pustaka Mitra Jaya.
- Sutrisno, E. (2013). *Manajemen Kewirausahaan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sulistyo, A., Eko Yudiandri, T., Ernawati, H., & Adianto. (2022). Literasi Digital Pelaku Umkm Dalam Upaya Menciptakan Bisnis Berkelanjutan. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 1(2), 87–103. <https://doi.org/10.47431/jkp.v1i2.197>
- Sutrisno, E. (2013). *Manajemen Kewirausahaan* (edisi kedua). Jakarta: Prenada Media.
- Tambunan. (2019). *Perekonomian Indonesia*. Yogyakarta: BPFE.
- Taylor, A., Scott, M., & Garcia, B. (2021). The impact of creativity and innovation on SME performance: A digital perspective. *Journal of Small Business and Digital Transformation*, 19(3), 123-138. <https://doi.org/10.5678/jsbdt.2021.00567>
- Thompson, C., Martin, O., & Parker, J. (2021). The role of innovation in enhancing SME competitiveness in a digital economy. *Journal of Digital Innovation and Business Strategy*, 17(3), 45-59. <https://doi.org/10.1234/jdibs.2021.00456>
- Tidd, J., & Bessant, J. (2018). *Managing innovation: Integrating technological, market and organizational change* (6th ed.). Hoboken, NJ: Wiley.
- Utomo, A. (2022). *Inovasi dan Daya Saing Usaha Kecil di Era Digital*. Jakarta: Penerbit Ekonomi Kreatif.

Wilson, E., Lee, R., & Adams, J. (2020). Creativity and innovation in small and medium-sized enterprises: The role of digital tools. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 21(4), 322-335.
<https://doi.org/10.2345/ije.2020.01567>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

KUESIONER

Peran Literasi Digital, Kreativitas dan Inovasi dalam Peningkatan Produktivitas Pada Kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga-Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (UP2-PKK) di Kelurahan Beliang Kota Jambi

Nama : Julia Aura Savina

Petunjuk Umum

Sebelum mengisi daftar pernyataan di bawah ini, mohon Bapak/Ibu memahami terlebih dahulu petunjuk pengisian dengan teliti. Setiap butir pertanyaan mohon diisi dengan kejujuran dan keyakinan tinggi. Bapak/Ibu memberikan sumbangan yang amat berharga terhadap hasil penelitian ini.

I. Pertanyaan Umum

Daftar pertanyaan berikut ini terdiri dari dua jenis. Jenis pertama ini jawablah pertanyaan dengan singkat dan jelas. Sedangkan pada jenis kedua berilah tanda lingkaran (O) pada jawaban yang dipilih.

1. No. Kuesioner :
2. Usia :
3. Jenis Kelamin :
4. Pendidikan Terakhir : A. SLTA B. Diploma C. S1 D. S2

1. Literasi Digital

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
1.1	Mampu mengoperasikan perangkat digital untuk kebutuhan transaksi keuangan.					
1.2	Mampu menggunakan aplikasi keuangan sederhana (seperti e-wallet atau mobile banking).					
1.3	Mampu membuat konten promosi produk secara digital					
1.4	Mampu menyusun strategi pemasaran digital berbasis platform keuangan					
1.5	Mampu bekerja sama dengan pelaku UMKM lain dalam memanfaatkan layanan keuangan digital					
1.6	Aktif dalam forum atau grup diskusi online terkait manajemen keuangan usaha					
1.7	Mampu menjelaskan kebutuhan atau masalah keuangan usaha secara digital kepada pihak lain (pelanggan, bank, platform keuangan)					
1.8	Mampu memahami informasi promosi atau syarat ketentuan dari platform keuangan digital					
1.9	Mampu mencari informasi tentang produk keuangan (pinjaman, tabungan digital, dll) secara online					
1.10	Mampu membandingkan layanan keuangan digital yang tersedia					
1.11	Mampu menilai keamanan dan keuntungan dari produk keuangan digital					
1.12	Mampu menganalisis laporan transaksi atau keuangan digital					
1.13	Memahami bahwa penggunaan keuangan digital harus sesuai dengan nilai budaya dan sosial di komunitasnya					
1.14	Menyadari peran keuangan digital dalam meningkatkan inklusi sosial di kalangan UMKM					
1.15	Mampu menjaga keamanan akun dan data keuangan digital					
1.16	Mengetahui tindakan yang harus dilakukan jika mengalami penipuan digital					

2. Kreativitas

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
2.1	Mampu memberikan berbagai jawaban atau solusi terhadap suatu permasalahan					
2.2	Mampu menyebutkan banyak alternatif ide dalam suatu diskusi atau kegiatan					
2.3	Mampu merespon pertanyaan atau rangsangan dengan cepat dan beragam					
2.4	Mampu menciptakan berbagai gagasan orisinal tanpa hambatan berpikir					
2.5	Mampu Mengemukakan Ide Dari Berbagai Sudut Pandang					
2.6	Mampu Mengganti Pendekatan Terhadap Suatu Masalah Saat Solusi Awal Tidak Berhasil.					
2.7	Mampu Menggunakan Berbagai Kategori Atau Konsep Dalam Memecahkan Masalah					
2.8	Mampu Menyesuaikan Diri Dengan Perubahan Situasi Atau Tantangan Baru					
2.9	Mampu menambahkan rincian atau penjelasan tambahan pada ide utama					
2.10	Mampu mengembangkan suatu gagasan menjadi bentuk yang lebih kompleks dan mendalam					
2.11	Mampu menyusun gagasan menjadi suatu rencana atau produk yang terstruktur dan rinci					
2.12	Mampu memperhalus dan menyempurnakan ide menjadi bentuk akhir yang lebih matang					

3. Inovasi

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
3.1	memiliki akses yang cukup terhadap sumber daya (modal, bahan baku, informasi) untuk mendukung pengembangan usaha					
3.2	sering berdiskusi dan bertukar ide dengan pedagang lain atau kelompok usaha untuk mengembangkan usaha					
3.3	merasa tidak terburu-buru saat ingin mencoba ide baru dalam usaha					
3.4	merasa lingkungan usaha mendukung saat ingin mencoba cara atau produk baru					
3.5	tidak masalah jika ada beberapa hal yang belum pasti saat mencoba hal baru dalam usaha					
3.6	bersedia mengambil risiko ketika mencoba sesuatu yang baru dalam usaha					
3.7	tetap bisa menjalankan usaha meskipun terkadang ada perbedaan pendapat atau konflik dengan sesama pelaku usaha					
3.8	lebih fokus pada hasil akhir usaha daripada terlalu terikat pada satu cara tertentu					
3.9	terbuka untuk menerima saran, informasi, dan tren dari luar untuk meningkatkan usaha					
3.10	aktif mencari peluang baru dan terbuka terhadap perubahan dalam menjalankan usaha					
3.11	usaha memiliki ciri khas atau keunikan yang menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan					

4. Produktivitas

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
4.1.	Memahami prosedur kerja dan informasi teknis yang relevan dengan tugas					
4.2	Mampu mengidentifikasi solusi atas permasalahan pekerjaan berdasarkan wawasan atau ilmu yang dimiliki					
4.3	Mampu menerapkan teori atau konsep yang dipelajari dalam situasi kerja nyata					
4.4	Mampu mengoperasikan peralatan atau teknologi kerja secara efisien					
4.5	Menyelesaikan tugas teknis sesuai standar waktu dan mutu					
4.6	Menunjukkan ketelitian dan konsistensi dalam pelaksanaan pekerjaan teknis					
4.7	Mampu bekerja secara mandiri maupun dalam tim untuk mencapai target kerja					
4.8	Menunjukkan daya adaptasi terhadap perubahan atau tantangan pekerjaan					
4.9	Mampu mengelola waktu dan beban kerja secara efektif					
4.10	Memiliki tanggung jawab tinggi terhadap tugas yang diberikan					
4.11	Menunjukkan etos kerja yang baik seperti disiplin, jujur, dan loyal					
4.12	Aktif dan positif dalam menjalin komunikasi serta kerja sama dengan rekan kerja					

Lampiran 2 Tabulasi Data

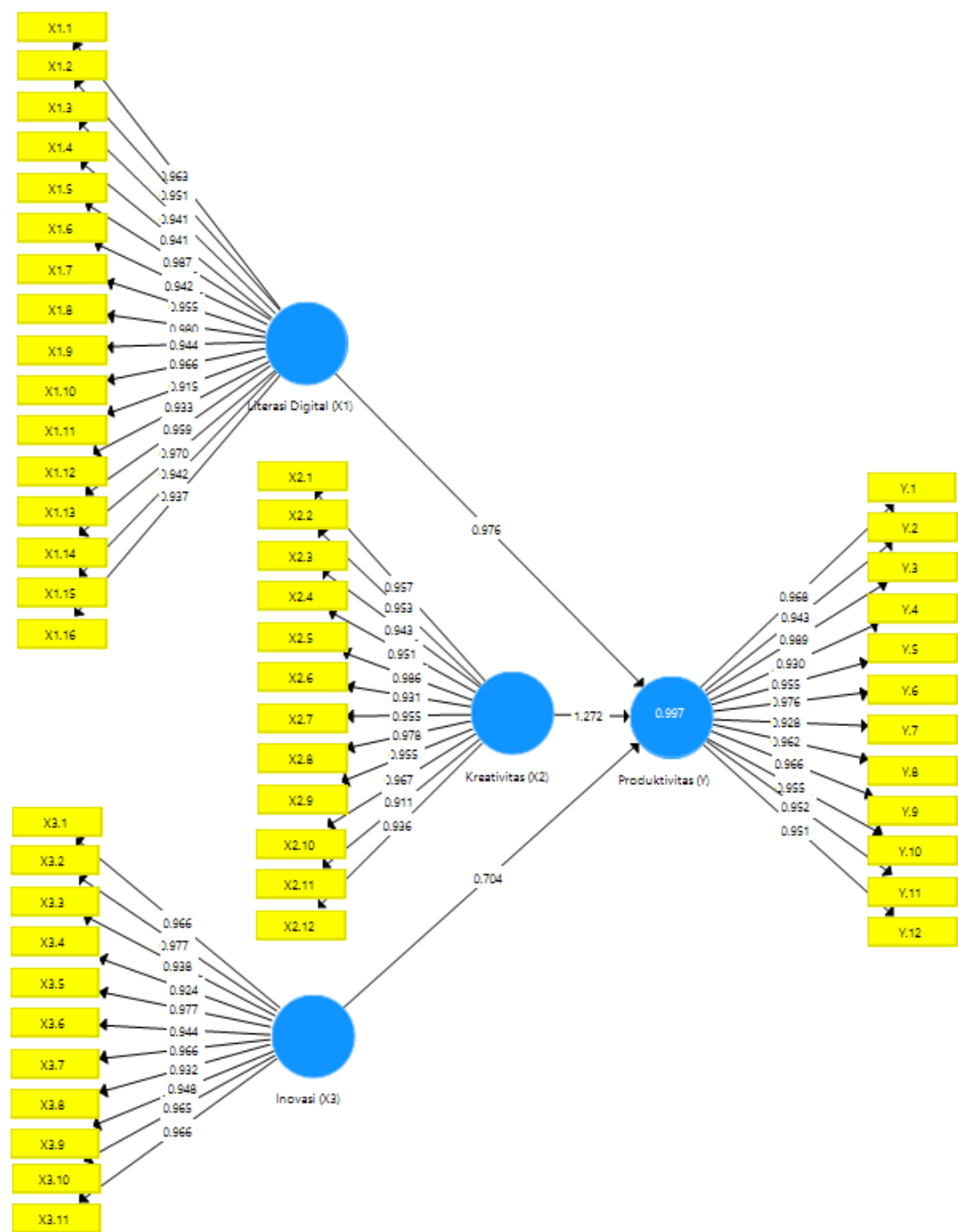
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15	X1.16
4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3
3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4
4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

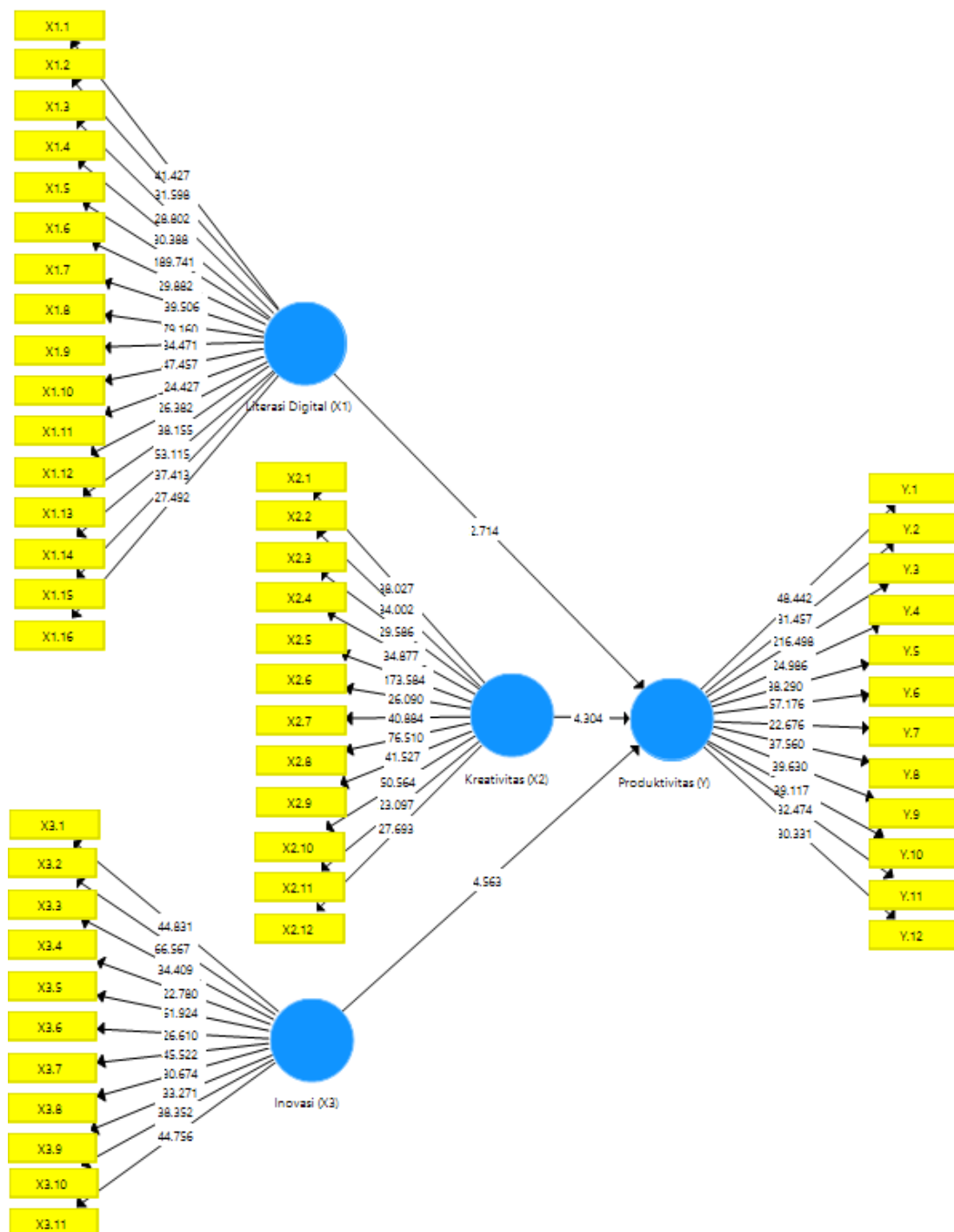
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5
5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3
3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4
4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	X3.11
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4
5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5
5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3
3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3
4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12
4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3
3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5
4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

Lampiran 3 Hasil PLS





^	Inovasi (X3)	Kreativitas (X2)	Literasi Digital (X1)	Produktivitas (Y)
X1.1			0.963	
X1.10			0.966	
X1.11			0.915	
X1.12			0.933	
X1.13			0.959	
X1.14			0.970	
X1.15			0.942	
X1.16			0.937	
X1.2			0.951	
X1.3			0.941	
X1.4			0.941	
X1.5			0.987	
X1.6			0.942	
X1.7			0.955	
X1.8			0.980	
X1.9			0.944	
X2.1		0.957		
X2.10		0.967		
X2.11		0.911		
X2.12		0.936		
X2.2		0.953		
X2.3		0.943		
X2.4		0.951		
X2.5		0.986		
X2.6		0.931		
X2.7		0.955		
X2.8		0.978		
X2.9		0.955		
X3.1	0.966			

^	Inovasi (X3)	Kreativitas (X2)	Literasi Digital (X1)	Produktivitas (Y)
X2.4		0.951		
X2.5		0.986		
X2.6		0.931		
X2.7		0.955		
X2.8		0.978		
X2.9		0.955		
X3.1	0.966			
X3.10	0.965			
X3.11	0.966			
X3.2	0.977			
X3.3	0.938			
X3.4	0.924			
X3.5	0.977			
X3.6	0.944			
X3.7	0.966			
X3.8	0.932			
X3.9	0.948			
Y.1				0.968
Y.10				0.955
Y.11				0.952
Y.12				0.951
Y.2				0.943
Y.3				0.989
Y.4				0.930
Y.5				0.955
Y.6				0.976
Y.7				0.928
Y.8				0.962
Y.9				0.966

	Inovasi (X3)	Kreativitas (X2)	Literasi Digital ...	Produktivitas (Y)
X1.1	0.962	0.964	0.963	0.965
X1.10	0.966	0.967	0.966	0.965
X1.11	0.913	0.911	0.915	0.911
X1.12	0.916	0.936	0.933	0.924
X1.13	0.966	0.954	0.959	0.955
X1.14	0.977	0.968	0.970	0.976
X1.15	0.938	0.938	0.942	0.935
X1.16	0.924	0.934	0.937	0.921
X1.2	0.952	0.953	0.951	0.956
X1.3	0.928	0.943	0.941	0.927
X1.4	0.935	0.943	0.941	0.933
X1.5	0.990	0.986	0.987	0.989
X1.6	0.941	0.938	0.942	0.939
X1.7	0.953	0.955	0.955	0.955
X1.8	0.983	0.978	0.980	0.983
X1.9	0.936	0.949	0.944	0.944
X2.1	0.950	0.957	0.954	0.955
X2.10	0.966	0.967	0.966	0.965
X2.11	0.913	0.911	0.915	0.911
X2.12	0.916	0.936	0.933	0.924
X2.2	0.952	0.953	0.951	0.956
X2.3	0.928	0.943	0.941	0.927
X2.4	0.948	0.951	0.952	0.943
X2.5	0.990	0.986	0.987	0.989
X2.6	0.929	0.931	0.933	0.930
X2.7	0.953	0.955	0.955	0.955
X2.8	0.983	0.978	0.980	0.983
X2.9	0.946	0.955	0.952	0.951

	Inovasi (X3)	Kreativitas (X2)	Literasi Digital ...	Produktivitas (Y)
X2.5	0.990	0.986	0.987	0.989
X2.6	0.929	0.931	0.933	0.930
X2.7	0.953	0.955	0.955	0.955
X2.8	0.983	0.978	0.980	0.983
X2.9	0.946	0.955	0.952	0.951
X3.1	0.966	0.954	0.959	0.955
X3.10	0.965	0.966	0.965	0.969
X3.11	0.966	0.961	0.961	0.962
X3.2	0.977	0.968	0.970	0.976
X3.3	0.938	0.938	0.942	0.935
X3.4	0.924	0.934	0.937	0.921
X3.5	0.977	0.966	0.967	0.973
X3.6	0.944	0.930	0.933	0.942
X3.7	0.966	0.961	0.961	0.965
X3.8	0.932	0.934	0.933	0.931
X3.9	0.948	0.948	0.946	0.944
Y.1	0.965	0.964	0.961	0.968
Y.10	0.950	0.949	0.949	0.955
Y.11	0.953	0.948	0.950	0.952
Y.12	0.935	0.939	0.935	0.951
Y.2	0.948	0.951	0.952	0.943
Y.3	0.990	0.986	0.987	0.989
Y.4	0.929	0.931	0.933	0.930
Y.5	0.953	0.955	0.955	0.955
Y.6	0.974	0.975	0.974	0.976
Y.7	0.915	0.920	0.919	0.928
Y.8	0.962	0.967	0.966	0.962
Y.9	0.968	0.959	0.962	0.966

	R Square	R Square Adjus...
Produktivitas (Y)	0.997	0.997

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Inovasi (X3)	0.990	0.990	0.991	0.912
Kreativitas (X2)	0.991	0.991	0.991	0.906
Literasi Digital (X1)	0.993	0.993	0.994	0.906
Produktivitas (Y)	0.991	0.992	0.992	0.915

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Literasi Digital (X1) -> Produktivitas (Y)	0.976	0.991	0.360	2.714	0.007
Kreativitas (X2) -> Produktivitas (Y)	1.272	1.270	0.296	4.304	0.000
Inovasi (X3) -> Produktivitas (Y)	0.704	0.721	0.154	4.563	0.000